

Apprendre les Principes Fondamentaux de l'Economie et de la Gestion en classe de seconde...

Découvrir et intégrer son environnement scolaire, économique et social...

En créant et en gérant une mini-entreprise !

projet mini-entreprise



Projet mené dans le cadre de l'enseignement d'exploration PFEG

Année scolaire 2015 – 2016 - Cité scolaire André Chamson

Johan CRAINICH Professeur de SES et de PFEG

Cité Scolaire André Chamson



académie MONTPELLIER

1 avenue Jean Jaurès - 30120 Le Vigan

Présentation du projet « mini-entreprise » dans le cadre de l'enseignement d'exploration PFEG

Année scolaire 2015 - 2016

Cité scolaire André Chamson

1 Avenue Jean Jaurès

30120 Le Vigan

Téléphone : 04 67 81 01 77

Mel : ce.0300052u@ac-montpellier.fr

Site internet : www.lyc-levigan.ac-montpellier.fr/

par Johan CRAINICH
Professeur de SES et de PFEG

Source de l'image de couverture :
<http://www.champeco.net/sites/champeco.net/IMG/arton737.jpg?1398846873>

SOMMAIRE

1. POURQUOI APPRENDRE À TRAVERS L'ENTREPRISE ?	p1
1.1 L'entreprise : une définition centrale des apprentissages	
1.2 L'entreprise est confrontée à plusieurs problématiques spécifiques	
1.3 Enseigner à travers une mise en situation d'entreprise	
2. LES LIGNES DIRECTRICES DU PROJET MINI-ENTREPRISE.	p5
2.1 Mettre la mini-entreprise au service des objectifs pédagogiques	
2.2 Quelle évaluation faire d'une mini-entreprise restée à l'état de projet ?	
3. POURQUOI UNE MINI-ENTREPRISE SERAIT-ELLE UN PROJET PERTINENT ?	p7
3.1 Adéquation aux objectifs du « cycle de détermination » que constitue la seconde GT	
3.2 Adéquation aux objectifs de l'enseignement d'exploration PFEG	
3.2.1 Adéquation au programme de PFEG	
3.2.2 Structure d'une séance type et illustration	
3.2.3 La répartition des élèves	
3.2.4 Le lien étroit entre programme, connaissances et activités.	
3.2.5 Adéquation à la socialisation des élèves et à leur intégration dans tous les domaines de la vie sociale	
3.2.6 Adéquation aux projets des élèves : une génération critique face à l'entreprise mais près de la moitié des jeunes de moins de 20 ans souhaite en créer une	
3.2.7 Adéquation au projet d'établissement	
4. LES OBJECTIFS DU PROJET ET LE PLANNING PREVU	p12
4.1 Les objectifs du projet	
4.2 Le planning prévu	
5. LES BESOINS DU PROJET	p14
5.1 Besoins non-financiers	
5.2 Besoins financiers	
6. CONCLUSION	p14
ANNEXES	p15

1. POURQUOI APPRENDRE À TRAVERS L'ENTREPRISE ?

1.1 L'entreprise : une définition centrale des apprentissages

Une entreprise est un ensemble de ressources (humaines, financières, matérielles), stable et organisé, qui produit des biens et / ou des services en vue de les vendre à un prix significatif sur un marché.

C'est une notion clé des sciences économiques et sociales (SES) et des sciences de gestion (que l'on retrouve dans de nombreuses matières de l'enseignement en économie-gestion en filière technologique et professionnelle : Principes fondamentaux de l'économie et de la gestion, Management des organisations...).



Intérieur d'une usine de verre industriel'

1.2 L'entreprise est confrontée à plusieurs problématiques spécifiques



L'entreprise nécessite de mettre en œuvre des ressources complémentaires²

Comme problématique principale, nous notons que la pérennité de l'entreprise dépend de sa capacité à générer un profit suffisant pour financer son activité. Le cas échéant, son profit peut provenir de subventions d'exploitation qui sont justifiées par son accomplissement d'une mission jugée digne d'être financée par l'État (subventions publiques) ou un agent privé (dons, legs...).

Ensuite, une entreprise doit pouvoir produire, c'est-à-dire mettre en œuvre des ressources dans un but commun. Or cela nécessite de coordonner des ressources humaines et de gérer des ressources rares (stocks, finances...). En cela, l'entrepreneur doit en permanence piloter son entreprise en évaluant sa situation et en ajustant sa stratégie.

Enfin, l'entreprise existe dans un environnement juridique, économique... qui change en permanence. Elle doit y trouver sa place pour réaliser efficacement son activité et respecter la loi.

¹<http://www.geo.fr/var/geo/storage/images/photos/reportages-geo/Allemagne-l-usine-machine-a-touristes/usine-de-verre-industriel/1162197-1-fre-FR/usine-de-verre-industriel.jpg>

²<http://www.chanvre-construction.com/equipe/>

1.3 Enseigner à travers une mise en situation d'entreprise

Mettre les élèves au cœur d'une entreprise conduit à les confronter à des problématiques qui sont les défis permanents de celle-ci. Les conséquences de leurs choix étant importantes pour la pérennité de leur projet, il existe un enjeu constant qui les oblige à s'impliquer (individuellement et collectivement) dans un collectif, dans une découverte raisonnée de leur environnement, dans la prise de décisions, dans l'application de leurs stratégies, et dans l'évaluation du résultat de leurs actions.



Prendre en permanence des décisions et se confronter à leurs conséquences³

C'est en cela que le projet de mini-entreprise met l'élève en prise avec le réel et l'incite à mettre au service de son projet des compétences au programme de son éducation scolaire. Cette implication est balancée par la taille de la mini-entreprise, qui permet de relativiser les enjeux financiers au profit des enjeux pédagogiques.

2. LES LIGNES DIRECTRICES DU PROJET MINI-ENTREPRISE.

2.1 Mettre la mini-entreprise au service des objectifs pédagogiques



Le Championnat des mini-entreprises de l'Académie de Strasbourg⁷

De nombreux établissements scolaires, généralement des collèges et lycées, ont recours à la mini-entreprise pour former leurs élèves. La modalité retenue est parfois le partenariat avec une structure qui donne accès à des ressources et organise des concours de mini-entreprises⁴. Dans l'académie de Strasbourg, ce sont 49 mini-entreprises qui ont été créées en 2014⁵. Dans le supérieur, la création d'une mini-entreprise ou d'une junior entreprise est un complément incontournable des formations en école de commerce⁶. Celles-ci sont reconnues pour leur excellent rapport qualité-prix par leurs clients, et les élèves disent y trouver une expérience de terrain valorisée, et une source de revenus non négligeable.

³ <http://thumbs.dreamstime.com/z/style-plat-d-de-strat%C3%A9gie-d-entreprise-de-march%C3%A9-des-affaires-isom%C3%A9trique-51125900.jpg>

⁴ https://www.ac-strasbourg.fr/fileadmin/acad/Actualites/dossier_presse/Minis-entreprises_2015/livret_A5_2015_OK_36_pages_basse_definition.pdf

⁵ <https://www.ac-strasbourg.fr/toutes-les-actualites/actualite/article/palmares-du-championnat-regional-des-mini-entreprises-epa-2014/>

⁶ <http://www.junioressec.com/>
<http://www.hec-junior-conseil.fr/>
<http://www.escadrille.org/>

⁷ <https://www.ac-strasbourg.fr/pedagogie/stidd/2nde-si-cit/>

Selon le site d'Entreprendre pour Apprendre, « La mini-entreprise est une création d'entreprise grandeur réelle ! De la recherche de l'idée jusqu'à la vente du produit, les jeunes réalisent toutes les étapes d'une gestion de projet. Mené sur une période de 6 à 9 mois, le projet de mini-entreprise fédère une équipe de formateurs, de jeunes et un entrepreneur autour d'un projet commun : celui « d'ouvrir une boîte » ! »⁸

Il s'agit donc de monter une entreprise, de la faire fonctionner, et d'en évaluer la performance afin de réaliser des objectifs pédagogiques. L'objectif n'est donc pas de s'enrichir sur le temps scolaire, mais

bien de mettre un projet que l'on souhaite motivant et pertinent au service de l'éducation de jeunes élèves.

Ainsi, un projet de mini-entreprise peut conserver une petite taille, et l'on préférera une structure de taille et de performance financière modeste, qui impliquera l'ensemble des élèves sur une période de plusieurs mois, qui suscitera une action raisonnée et appuyée sur des compétences variées et pertinentes, à une mini-entreprise économiquement performante, mais qui négligerait les autres aspects, essentiels, du projet.

Par exemple, à Armentières, les élèves avaient défini ensemble un produit (une trousse de petits objets utiles au quotidien – mouchoirs, élastiques pour cheveux, coton-tige, lingette pour lunettes, stylo bic...), avaient mené une vraie étude de marché, avaient déterminé leur plan de marchéage (marketing mix), s'étaient fournis, avaient assemblé leurs pochettes, les avaient vendues et avaient établi en bilan de leur opération.

2.2 Quelle évaluation faire d'une mini-entreprise restée à l'état de projet ?



Faire prendre aux élèves des décisions raisonnées¹⁰

Dès la proposition du projet aux élèves, il est important de leur rappeler que l'enseignement de PFEG n'occupe que 1h30 par semaine, et que l'essentiel de l'activité de l'entreprise se fera sur le temps personnel. La réalisation réelle de la mini-entreprise dépend de l'implication des élèves dans le projet, et de la conception d'un business plan réaliste.

Dans l'hypothèse où la mini-entreprise resterait à l'état de projet, la majorité des objectifs

⁸ <http://www.entreprendrepourapprendre.org/nos-outils/la-mini-entreprise/cest-quoi-.html>

⁹ <https://www.ac-strasbourg.fr/pedagogie/stidd/2nde-si-cit/>

¹⁰ http://business.lesechos.fr/images/2014/07/09/101524_adopter-la-strategie-ocean-bleu-au-marketing-digital-web-tete-0203615872445.jpg

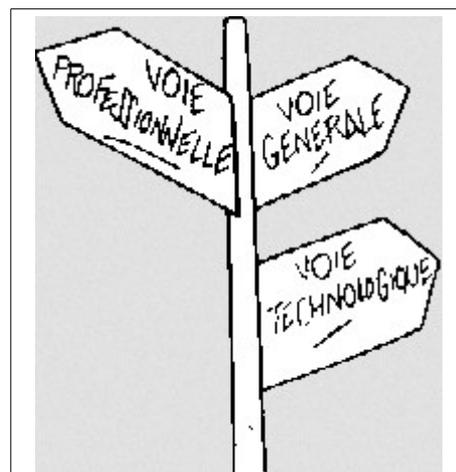
pédagogiques pourraient tout de même être atteints puisque la démarche de projet, le travail en équipe, la préparation d'actions comme les communications, les argumentaires de vente, les questionnaires de satisfaction... pourraient être réellement réalisés. A l'inverse, une mini-entreprise qui réussirait économiquement « par hasard », sans que cela ne soit ni le résultat d'une stratégie réfléchie, ni que les élèves ne soient capables a posteriori d'expliquer leur réussite en mobilisant des compétences, serait un échec au regard des objectifs de notre projet.

C'est pourquoi, à l'instar des jeux d'entreprise, il s'agit de mettre la mini-entreprise au service des objectifs pédagogiques et non l'inverse. L'élève est évalué non sur la réalisation d'objectifs économiques, mais d'objectifs pédagogiques, qu'il a été incité à acquérir dans le cadre d'un projet d'équipe.

3. POURQUOI UNE MINI-ENTREPRISE SERAIT-ELLE UN PROJET PERTINENT ?

3.1 Adéquation aux objectifs du « cycle de détermination » que constitue la seconde GT

Depuis 2013, la seconde générale et technologique est absolument déterminant pour l'orientation des élèves. En effet, 5ème, 4ème et 3ème composent un nouveau cycle d'approfondissement, et l'orientation est de plus en plus décalée à l'année de seconde générale et technologique qui voit passer une part importante des élèves. La seconde GT revêt alors la fonction de « cycle de détermination » à elle seule¹¹. Des passerelles sont proposées pour les élèves qui souhaitent se réorienter vers une première professionnelle. Or la Cité Scolaire propose justement les filières générales (L, ES, S), technologiques (STMG) et professionnelles (Bac professionnels Commerce et ARCU). L'orientation revêt pour notre établissement un enjeu particulier puisque une orientation mal vécue continue à avoir des conséquences sur nos élèves que nous continuons souvent à suivre.



L'orientation est de plus en plus retardée à l'année de seconde GT¹²

L'immense majorité des élèves entrant en seconde n'ont qu'une idée vague et socialement située de ce que constituent l'économie ou les sciences de gestion. L'obligation de suivre un enseignement d'économie, SES ou PFEG, parmi les enseignements d'exploration, a notamment pour but de faciliter l'orientation des élèves. Ils peuvent ainsi, sur une plage horaire relativement courte mais dédiée à l'économie et aux sciences de gestion, se confronter aux savoirs et savoir-faire qu'ils retrouveront en bac général ES, en bac technologique STMG, ou dans un grand nombre de bacs professionnels (dont les bacs commerce, gestion...). De plus, dans un contexte où seulement 30% des chefs d'entreprise sont des femmes¹³, mettre garçons et filles dans la peau de chefs d'entreprise contribue à lutter contre les stéréotypes de genre.

3.2 Adéquation aux objectifs de l'enseignement d'exploration PFEG

3.2.1 Adéquation au programme de PFEG

Selon le programme officiel de 2010¹⁴, l'enseignement de PFEG « permet de mettre en évidence le rôle spécifique de collectifs humains particuliers que constituent les organisations et notamment l'entreprise dans l'activité économique. Il a principalement pour objectif de permettre à l'élève de

11 <http://eduscol.education.fr/cid51364/la-nouvelle-seconde-generale-et-technologique.html>

12 <http://www.clg-matagots.ac-aix-marseille.fr/spip/IMG/rubon67.gif>

13 <http://france3-regions.francetvinfo.fr/haute-normandie/2013/11/22/seuls-30-des-chefs-d-entreprises-sont-des-femmes-un-salon-rouen-pour-faire-bouger-les-choses-363129.html>

14 http://cache.media.education.gouv.fr/file/spécial_4/73/7/economie_gestion_143737.pdf

développer des capacités d'analyse de l'organisation économique et sociale, dans une perspective de formation d'un citoyen libre et responsable, grâce à :

- la compréhension d'un environnement économique et juridique de plus en plus complexe ;
- l'identification des principes de fonctionnement des organisations, et notamment de l'entreprise, et leur contribution au développement. »



Nous retrouvons ici le cœur du projet de la mini-entreprise : appréhender la réalité complexe de l'entreprise, même si la structure se veut de taille modeste.

« [L'enseignement de PFEG] doit permettre en outre à l'élève de se construire des représentations précises en vue du choix rationnel et éclairé de poursuites d'études au lycée et dans l'enseignement supérieur (cycle licence, classes préparatoires, DUT, BTS) dans les domaines des sciences humaines et sociales et principalement de l'économie, du droit ou de la gestion. Chaque thème débute par une phase d'observation de situations et/ou de phénomènes concrets. »

La mini-entreprise permet de traiter le programme de PFEG de façon inhabituelle mais rigoureuse. Effectivement, c'est la mini-entreprise et son environnement qui constituent la base d'observation des élèves, la motivation à rechercher des informations pertinentes, à argumenter en vue de prendre une décision raisonnée, et le terrain d'expérimentation de la décision.

3.2.2 Structure d'une séance type et illustration

Certes actif et encouragé à s'approprier la construction de son savoir, l'élève n'est pas seul. Il est guidé par son professeur à chaque étape du projet.

La séquence de base présente la structure suivante : le professeur fait un cours bref autour d'une problématique ou d'une activité de l'entreprise, il transmet aux élèves un modèle d'outil d'aide à la décision ou un modèle de document à produire à des fins comptables et légales, il invite les élèves à produire à leur tour ce document mais appliqué à leur mini-entreprise.

¹⁵ <http://mttahoma.org/wp-content/uploads/2014/11/sm-montessori-school-auburn-federal-way-learning-styles.jpg>

Par exemple, une des premières séances du projet s'est déroulée ainsi : présentation de l'utilité et du fonctionnement d'un brainstorming¹⁶, premier brainstorming de la classe entière sous la direction de l'enseignant, constitution de petits groupes devant faire eux-mêmes un brainstorming, mise en commun, apports mutuels des groupes les uns aux autres et prises de notes. A partir de ce brainstorming, nous avons fait émerger les grands types de produits qui motivent les élèves : vente de trousse bon marché comprenant des sélections de petits objets (le choix de la gamme dépendra d'une étude de marché : objets de la vie de tous les jours, nécessaire de maquillage, produits de soin...), vente de nourriture à la cafétéria des lycées, vente de matériel scolaire, de thé...



Encore une fois, il n'est pas demandé à l'élève de faire une production parfaite mais une production réfléchie et assise sur des compétences qu'il réinvestit ou qu'il construit. Par exemple, si l'élève n'a pas été capable de faire une étude exhaustive de la concurrence lors de sa participation à l'étude de marché, il ne sera aucunement pénalisé du moment qu'il aura mis en place des méthodes pertinentes de recherche de l'information (par exemple en réalisant un sondage, en faisant passer un entretien à un professionnel du même secteur, en se documentant dans de la presse spécialisée au CDI...).

3.2.3 La répartition des élèves



Lors de ce projet, les élèves sont répartis en plusieurs groupes en fonction des moments.

- Classe entière lors des cours, des devoirs surveillés sur les notions du cours.
- Trois groupes lors de l'étude de marché, chacun ayant pour but d'étudier un marché possible différent.
- Six groupes lors du fonctionnement « normal » de l'entreprise. Chaque groupe correspond à une fonction de l'entreprise et doit réaliser les activités qui sont attendues de celle-ci (Direction générale, Comptabilité finance, Ressources humaines et communication interne, Production, Service commercial, Service juridique).

- Classe entière pour les assemblées générales lors desquelles la Direction présente les résultats et propose des stratégies et les budgets correspondants.

¹⁶ L'appellation française de « brainstorming » est « remue-méninges ».

¹⁷ <http://philmckinney.com/wp/wp-content/uploads/2014/03/brainstorming.jpg>

¹⁸ <http://ccrb.fr/upload/page/images/5648951-main-ecrire-un-organigramme.jpg>

3.2.4 Le lien étroit entre programme, connaissances et activités.

Pour consulter le document qui met en relation le programme¹⁹, les connaissances et les activités prévues, voir les annexes.

3.2.5 Adéquation à la socialisation des élèves et à leur intégration dans tous les domaines de la vie sociale

Le projet vise à l'implication de l'élève dans le groupe, dans la classe, dans la Maison des lycéens, dans le lycée, dans son environnement économique et social extra scolaire.

L'élève est en permanence impliqué dans la prise de décision du groupe, de part sa fonction reconnue et des espaces de concertation et de décision qui seront aussi démocratiques que possible.

Nous cherchons à développer une identité de classe de PFEQ, tout comme peut exister une identité d'une classe handball ou danse, afin de créer une identification, une reconnaissance qui développent la confiance en soi de l'élève.



La Maison de lycéens est un espace formidable pour faire vivre les projets des élèves. De part l'intégration de la mini-entreprise à la MDL, nous espérons favoriser durablement l'engagement de nos élèves au sein de ses instances, et nous souhaitons que cet engagement associatif se prolonge lors de la vie étudiante et professionnelle de nos élèves.

La mini-entreprise aura tout intérêt à développer des contacts avec l'environnement économique et social du lycée. En effet, nous espérons susciter des rencontres via la CCI, via les petites entreprises de la région, via les médias qui pourraient faire écho de notre action, et via les collectivités locales qui pourraient relayer notre projet, mais surtout jouer le rôle d'entremetteur en direction de nos actifs et seniors qui constituent un trésor humain inestimable.

3.2.6 Adéquation aux projets des élèves : une génération critique face à l'entreprise mais près de la moitié des jeunes de moins de 20 ans souhaite en créer une

Selon une étude de *The Boson Project* et *BNP Paribas*, menée sur 3200 jeunes, et publiée en 2015, les jeunes de moins de 20 ans ont une vision équivoque de l'entreprise²¹. L'entreprise est peu connue, mais décrite avec des termes très durs qui sont récurrents lors des entretiens menés : « Ils y voient un univers "dur" (adjectif employé par 170 répondants) et "impitoyable" (63), "compliqué" (147), "difficile" (142) et même "ennuyeux" (44), "triste" (7) et "hostile". ».

Paradoxe, les moins de 20 ans sont 47% à envisager de créer son entreprise et 53% voudrait être son propre patron. Paradoxe apparent, puisque pour cette génération qui a vécu (pour les plus âgés), la crise de 2008 à 13 ans, leurs attentes de l'entreprise sont très spécifiques. Il semble donc que cette génération ait pour ambition de bousculer l'entreprise, sinon de créer celle de demain.

« Dans leurs choix, les Z privilégieront, outre l'argent, l'amusement et l'épanouissement. Ils veulent

¹⁹ http://cache.media.education.gouv.fr/file/special_4/73/7/economie_gestion_143737.pdf

²⁰ http://www.brightlemon.com/sites/default/files/old_website_content_unmanaged/field_body/7-hot-social-media-jobs.jpg

²¹ <http://www.challenges.fr/entreprise/20150122.CHA2421/pourquoi-la-generation-z-va-semer-la-zizanie-dans-l-entreprise.html>

3.2.7 Adéquation au projet d'établissement

Notre projet d'établissement a permis de faire émerger des objectifs prioritaires. Comme vu précédemment, la mini-entreprise répond à tous ces objectifs. Vous trouverez en annexe des extraits commentés du projet d'établissement 2015-2018.

4. LES OBJECTIFS DU PROJET ET LE PLANNING PREVU

4.1 Les objectifs du projet

Selon *Entreprendre pour apprendre*, Les objectifs pédagogiques d'une mini entreprise sont :

- « - Développer des savoir-être, des qualités entrepreneuriales (esprit d'équipe, sens de l'organisation, leadership, autonomie ...).
- Développer ses connaissances sur l'entreprise.
- Maîtriser la langue (écrit/oral).
- Développer ses compétences informatiques. »

Objectifs	Mise en œuvre
S'approprier des connaissances et des savoir-faire au programme de PFEG.	Cours et documents présentés aux élèves, qui doivent les utiliser dans le cadre de la mini-entreprise.
Réinvestir des connaissances et des savoir-faire transversaux (s'exprimer à l'oral et à l'écrit...).	Au cours des très nombreuses interactions orales entre élèves, avec les personnes ressources, avec les clients, les fournisseurs, les financiers.
Mettre l'élève en activité. Impliquer l'élève dans un collectif.	Lors de la proposition du projet, la classe a été unanime, malgré les avertissements sur l'implication que cela nécessiterait. Les élèves ont pour le moment été très sérieux, lors des cours, mais aussi lors des activités de groupe où ils avaient plus d'autonomie. Reste à expérimenter l'implication dans des activités hors temps scolaire.
Responsabiliser l'élève de part l'enjeu financier, la nécessité de s'impliquer individuellement et de maintenir une mobilisation collective.	Rappel permanent de l'enjeu financier. Contrôle réciproque avec une place spécifique pour le service comptabilité et finance et la direction générale.
Confronter l'élève aux objectifs de l'entreprise, à la complexité de la gestion d'une entreprise d'un point de vue technique, stratégique, juridique, financier mais surtout humain.	Faire découvrir les activités de l'entreprise à partir des enjeux et des productions concrètes qui y sont réalisées (actions de communication, inventaire des stocks, relation client...). Cela permet d'éviter les décisions prises « au petit bonheur la chance », davantage fondées sur la croyance que la connaissance. Les élèves sont en permanence en travail de groupe, la réussite de leurs actions dépend surtout de leur capacité à mobiliser leurs ressources humaines.
Impliquer l'élève dans la vie du lycée pour lui faire découvrir les structures et acteurs de la vie lycéenne.	La mini-entreprise est une émanation de la Maison des Lycéens, qui impulse la vie associative du lycée. Par ailleurs, les membres de l'équipe éducative constituent à la fois des personnes ressources qui peuvent être mobilisées, mais aussi des parties prenantes qui ont leur mot à dire sur l'activité de l'entreprise.
Intégrer l'élève dans son environnement économique et social.	Les élèves vont devoir observer leur environnement, interagir avec des acteurs du monde économique et social (fournisseurs, clients, CCI, médias...).

Objectifs	Mise en œuvre
Communiquer autour du projet.	Les élèves vont devoir communiquer au sujet de leur projet, en direction des membres de la cité scolaire (élèves et personnels), mais aussi en direction du reste de la population, directement et en mobilisant des médias (presse locale, publication des collectivités territoriales, internet...).
Contribuer à la réflexion de l'élève sur son orientation.	L'élève s'approprie des compétences en science de gestion et en économie, ce qui lui permet de mieux décider de son orientation sur des critères scolaires. Découvrir une fonction de l'entreprise lui permet de se positionner sur un choix de filière et / ou de spécialité. L'élève est amené à échanger avec de nombreuses personnes qui ont ou ont eu des activités très variées. Le partage d'expérience sur les études et le métier, ainsi que l'identification et la projection que la rencontre permet sont très complémentaires du parcours et des personnes ressources « classiques » de l'orientation.
Générer un bénéfice qui atteste de la pertinence de la stratégie de la mini entreprise, qui permet de financer une activité en fin d'année, et qui permette de financer une future mini entreprise.	Le projet mini-entreprise a un budget modeste comparativement à un voyage scolaire ou à un investissement matériel. Toutefois, l'objectif est que les élèves soient rentables car l'entreprise a une finalité marchande. Peut-être pour la première fois de sa vie, l'élève n'est pas en situation de consommation et n'est pas traité comme consommateur, actuel ou potentiel.

4.2 Le planning prévu

Période prévue de réalisation	Étapes du projet
Rentrée scolaire / Vacances d'automne	Chapitre d'introduction à l'économie. Évaluation du cours. Présentation rapide de l'entreprise et de ses fonctions. <i>Brainstroming</i> pour faire émerger quelques produits sur lesquels faire une étude de marché. Recherche de financement. Détermination du statut juridique. Présentation précise des fonctions de l'entreprise. Expression des vœux des élèves en vue d'intégrer une des six fonctions.
Vacances d'automne / Vacances de fin d'année	Cours sur les études de marché. Répartition des élèves en 3 ou 4 groupes. Chaque groupe commence à réaliser une étude de marché. Cours sur la méthodologie du questionnaire et de l'entretien. Évaluation du cours. Cours sur les différentes organisations productives et leurs relations. Évaluation du cours.
Vacances de fin d'année / Vacances d'Hiver	Les études de marché sont terminées et rédigées à l'écrit. Les élèves présentent leurs recherches à l'oral. L'assemblée générale vote le projet retenu. Le travail est réparti direction par direction. La faisabilité du projet est précisée par des études complémentaires chiffrées : <i>business plan</i> . Les précommandes sont lancées. Les commandes aux fournisseurs sont lancées.

Période prévue de réalisation	Étapes du projet
Vacances d'Hiver / Vacances de Printemps	Début de l'activité de production et de commercialisation. Pilottage de l'entreprise : mesure des performances, bilan, action correctrices.
Vacances de printemps / Fin de l'année	Fin de l'activité de production et de commercialisation. Mise en commun des activités menées par chaque direction : les élèves présentent leurs bilans les uns aux autres. Cours pour formaliser les connaissances et savoir-faire essentiels. Évaluation du projet.

5. LES BESOINS DU PROJET

5.1 Besoins non-financiers

La mini-entreprise va mobiliser plusieurs ressources du lycée : salles de classe, CDI, cafétéria des lycéens, réseau et postes informatiques, vidéo-projecteurs, mais aussi matériel de reprographie...

5.2 Besoins financiers

La grande difficulté de ce projet est précisément d'être difficilement chiffrable avant la réalisation de l'étude de marché et du *business plan*. La Maison des Lycéens nous propose un financement de 400€ et nous aurions besoin de 400€ supplémentaires de la part du lycée pour le financement du projet pédagogique : 100€ pour « amorcer la pompe » et 300€ pour servir de marge de manœuvre.

En principe, l'entreprise ne va pas réaliser d'importantes immobilisations et les élèves seront bénévoles. L'essentiel des dépenses réelles sera constitué des consommations intermédiaires, et si des ressources sont mises à disposition de la mini-entreprise (ex : locaux, réfrigérateurs), ce sera comptabilisé par le contrôleur de gestion comme des charges, afin de prendre en compte les frais fixes auxquelles une entreprise normale doit faire face.

C'est pourquoi nous espérons que la mini-entreprise sera au moins à l'équilibre selon son contrôleur de gestion, et donc qu'elle pourra se constituer des réserves pour les années à venir, ou contribuer au financement des projets de la MDL.

6. CONCLUSION

Objet d'observation et d'expérimentation, porte ouverte sur l'environnement scolaire, économique, social de l'élève, la mini-entreprise permet de construire un ensemble de compétences. Elle s'insère parfaitement aux objectifs pédagogiques des PFEG, tels que définis au niveau national, et trouve toute sa pertinence au sein du projet d'établissement de la Cité Scolaire Chamson qui prend en compte les spécificités de notre public.

Nous espérons que l'enthousiasme et la productivité que nous avons pu observer chez les élèves sera constant tout au long du projet. Nous souhaitons aussi que l'ensemble des personnels de la Cité scolaire prenne une part active dans la réussite de la mini-entreprise du lycée.

ANNEXE : LIEN DETAILLE CONNAISSANCES – COMPETENCES - ACTIVITES

Thème	Connaissances	Connaissances du programme	Méthodes
Comment répartir le travail ?			TRT
Comment mener une réunion ?			Fiche de réunion
Comment faire émerger des idées ?			QOOQCP Brainstorming Points + ou - SWOT
Comment mener une recherche d'information ?			Questionnaire Fiche d'entretien Fiche de recherche d'information Opérateurs logiques.
Les organisations productives	L'échange Les fonctions économiques Les secteurs institutionnels Administrations publiques ISBLSM SF SNF Ménages L'organisation d'une entreprise Les rapports de l'entreprise avec les autres secteurs Redistribution Épargne Échange Investissement Consommation finale Consommations intermédiaires Production Production marchande Production non marchande	Échange Parties prenantes internes et externes	Organigramme Organisation fonctionnelle. Répartition des responsabilités.
	Notre entreprise Environnement Parties prenantes Orga interne		Représentation des parties prenantes.
Le marché		Concurrence, Offre, Demande, Prix, Structure de marché	

Thème	Connaissances	Connaissances du programme	Méthodes
La stratégie de notre entreprise. DAS Ressources Création et répartition de valeur Avantage concurrentiel Étude de marché Stratégie de DAS : focalisation, différenciation, domination par les coûts. Diagnostic et SWOT. Marketing mix		Concurrence	Point sur nos ressources Calcul seuil rentabilité Étude de marché Strat prix et SWOT. 4p du plan de marchéage (marketing mix)
Le financement de l'entreprise Les docs comptables simplifiés Le besoin de financement. Les moyens de se financer		Crédit, Taux d'intérêt, Risque de crédit, Endettement.	Compte de Résultat, Bilan, Comptabilité prévisionnelle
Le cadre légal Droit de l'organisation Responsabilité Droit de la concurrence Droit des obligations Droit fiscal.		Droit de la concurrence	Statuts Vote des responsables RDV UFC RDV CCI RDV Maison du Droit.

ANNEXE : LES SIX FONCTIONS DE L'ENTREPRISE QUI CONSTITUENT SIX GROUPES DE TRAVAIL

DIRECTION GENERALE :

Diriger les études de marché, la recherche et le développement.
Déterminer une stratégie d'ensemble.
Représenter l'entreprise.
Coordonner les services et les contrôler.

SERVICE JURIDIQUE :

Le statut juridique de l'entreprise.
Le cadre légal de l'entreprise : droit fiscal, droit des affaires, droit de la consommation, droit de la concurrence, droit social (du travail).

RESSOURCES HUMAINES ET COMMUNICATION INTERNE :

Recruter. Accueillir.
Former.
Animer l'équipe. Organiser le travail.
Contrôler les présences. Payer.
Sanctionner. Licencier.
Transmettre les informations en interne pour informer, motiver, influencer.

COMPTABILITE ET FINANCE :

Tenir une comptabilité de gestion pour diriger l'entreprise.
Tenir une comptabilité prévisionnelle pour éviter de manquer de liquidités.
Tenir une comptabilité légale pour respecter la loi et payer des impôts.
Mettre en place une stratégie de financement.
Trouver des financiers.
Assurer le respect des obligations prises envers les financiers.

PRODUCTION :

Évaluer la rentabilité de la production.
Planifier.
Gérer les achats : Investir. Se fournir en stocks de consommations intermédiaires.
Gérer les stocks de consommations intermédiaires et l'état du capital fixe.
Produire.
Logistique : Gérer le stockage et l'acheminement des produits.
Gestion de la qualité : évaluer la qualité et l'améliorer.

SERVICE COMMERCIAL ET COMMUNICATION EXTERIEURE :

Réaliser les études de marché (identifier les fournisseurs, l'offre, la demande et l'environnement).
Mettre en place une stratégie commerciale (4P)
Trouver des prospects.
Vendre au client.
Fidéliser le client.
Communiquer pour améliorer la notoriété, l'image et provoquer la vente.

OBJECTIF 1 : LA REUSSITE POUR TOUS

1.1 La réussite de tous :

L'accompagnement de la classe de seconde et la mise en place de projets motivants, limitant le décrochage et améliorant l'orientation.

1.2 L'éducation aux valeurs de la République :

Des pratiques pédagogiques qui encouragent l'échange argumenté, au sein des équipes et au sein de la classe.

L'incitation à s'engager dans les structures de la vie lycéenne, en particulier la Maison des Lycéens, qui accueille et finance le projet mini-entreprise.

Le travail sur l'égalité filles / garçons : en France, en 2013, seuls 30% des chefs d'entreprise en France sont des femmes. Mettre filles et garçons en situation de gérer une entreprise dès le lycée permet de lutter contre les stéréotypes de genre.

Travailler d'éducation aux médias, en développant des partenariats avec des tiers pour couvrir médiatiquement le projet.

1.3 Ambition et résultats pour tous :

Utilisation des TICE : les TICE sont utilisées pour coordonner le travail, communiquer des informations, et réaliser des tâches (affiches, comptabilité...).

Le projet "devenir ce qu'on est" : les élèves se mettent dans des situations pour eux inhabituelles, ce qui leur permet de mieux se connaître.

1.4 La vie dans la Cité :

Un travail important sera réalisé au CDI.

Poursuivre et consolider la confiance avec les usagers de l'établissement par une communication régulière sur les projets, ce qui est prévu par de la communication directe ou à travers la médiatisation du projet.

Augmenter l'implication des élèves et leur engagement dans les associations hébergées. La mini-entreprise constitue une vraie porte d'entrée pour la MDL.

Favoriser l'autonomie et l'engagement des élèves dans la mise en œuvre des projets de classe, et pour le moment les élèves ont adhéré au projet.

La mini-entreprise aide à développer le Sentiment d'appartenance à la communauté scolaire.

OBJECTIF 2 : UNE INSERTION PROFESSIONNELLE REUSSIE

2.1 l'éducation a l'orientation au collège et au lycée construire sa poursuite d'étude de manière réfléchie et ambitieuse

Intégrer une perspective « métiers » dans les enseignements en mettant les élèves en situation.

Élargir la vision de tous les élèves sur les perspectives d'insertion professionnelles par l'étude de l'environnement économique en multipliant les contacts avec les professionnels.

Développer l'esprit d'entreprendre et l'ambition sociale en ayant une meilleure connaissance des différentes voies d'accès aux qualifications. Encourager la diversification des parcours d'orientation et toutes les formes de mixité des filières de formation en veillant à favoriser l'égalité filles/garçons.

2.2 L'insertion, la persévérance scolaire, la prévention, la lutte contre le décrochage scolaire

Valorisation des compétences plurielles des élèves pour cultiver l'estime de soi et la motivation, en montrant les efforts, les progrès et les réalisations des élèves.

Favoriser l'implication des élèves dans la cité scolaire, l'engagement contre le décrochage, la persévérance scolaire en insistant sur les interdépendances au sein de la classe et de la mini-entreprise. Travailler sur le sens et la cohérence des enseignements en ancrant l'enseignement de PFEG dans la réalité économique.

OBJECTIF 3 : LE TRAVAIL EN RESEAUX

3.1 Le partenariat

Diversifier le partenariat avec les associations locales et les collectivités locales : CCI, UFC Que Choisir...

Poursuivre le lien avec la presse en assurant la couverture du projet.

Mieux communiquer avec les parents d'élève autour du projet.

3.2 Les réseaux

Développer les liens avec l'enseignement supérieur.

Mettre en place une évaluation du projet.

3.3 La formation des personnels

Autoformation nécessaire pour mener à bien le projet.

PRESENTATION DE LA CITE SCOLAIRE ET DE SON ENVIRONNEMENT

RESULTATS ET ORIENTATION

Les résultats sont globalement en hausse constante :

DNB	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	83.8%	81.5%	62.7%	85.5%	82.5%	84,7%
DNB Pro				21%	59%	71,4%

CFG	2012	2013	2014	2015
IND	100%	100%	80%	73%
SCO	100%	81.8%	100%	75.5%

BAC	2010	2011	2012	2013	2014	2015
BAC L	63%	82%	83%	77%	100%	94,7 %
BAC ES	80%	95%	100%	95%	69%	82,3 %
BAC S	98%	90%	88%	94%	100%	93 %
BAC STMG	90%	80%	84%	89%	92%	100 %
BAC Pro			86%	84%	100%	65 %

Les taux de doubléments baissent fortement, ils sont dans la moyenne académique. Le taux de passage en 2de GT augmente, il est de 64,7 %.

La cité scolaire fait partie de l'expérimentation de l'orientation au choix des familles.

On note, de manière générale une faible ambition des familles et une difficulté majeure à imaginer une poursuite d'études loin du pays viganais.

PARCOURS AVENIR

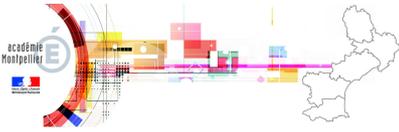
Cité scolaire André Chamson

« Le déclic pour une orientation réussie »

Constats	Objectifs
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manque d'ambition de la part des élèves et de leurs familles ➤ Représentation négative des classes de 3^{ème} Prépa pro et segpa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Augmenter l'ambition des familles, Aider les élèves à oser partir du Vigan, les rendre acteurs de leur projet ➤ Développer le sens de l'engagement et de l'initiative ➤ Approfondir la connaissance du MEP et élaborer le projet personnel ➤ Valoriser l'affectation en 3^{ème} Prépa Pro et segpa ➤ Stabiliser le taux d'affectation en 2 GT ➤ Éviter les sorties prématurée du système scolaire ➤ Construire des lycéens et de futurs adultes autonomes ➤ Intégrer un perspective « métiers » dans les enseignements, utiliser les contenus des enseignements pour développer une culture commune de l'orientation ➤ Faire de l'orientation un objet de travail commun et transdisciplinaire ➤ Faciliter et développer les échanges entre l'Ecole et les acteurs du monde économique par des conventions locales

Niveaux	Objectifs	Actions	Personnels concernés
LP	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner les élèves dans l'orientation choisie - Prendre la mesure de toutes les possibilités dans l'orientation choisie - Oser changer de parcours et explorer les possibilités de « passerelles » - Exploration du post bac Pro - Dépasser les stéréotypes et les représentations liées à la formation en LP - Prévenir le décrochage scolaire 	<ul style="list-style-type: none"> - Entretiens avec la COP - Volet de l'AP - PFMP (22 semaines) 	<p>Direction Enseignants AED COP Tuteurs de stage</p>

Niveaux	Objectifs	Actions	Personnels concernés
Niveau 2de Apprendre à recueillir	<ul style="list-style-type: none"> - Poursuivre la découverte et le fonctionnement du monde économique et professionnel - Développer son sens de l'engagement et de l'initiative - Permettre à l'élève d'élaborer son projet d'orientation scolaire et professionnelle 	<ul style="list-style-type: none"> - Participation aux JIO - Travail sur l'orientation en interdisciplinarité et en AP - Entretiens individuels avec la COP - Intervention de la COP en classe avec PP - Gestion d'APB avec CPE et PP - Stages facultatifs fin juin pour les élèves de 2des - Mettre les projets culturels au service du choix professionnel (Voyages, mobilité géographique, LV..) 	<p>Direction Enseignants AED COP Tuteurs de stage</p>
Niveau 1ère Explorer Se projeter			
Niveau Tle Décider			



Cité scolaire André Chamson
1, Avenue Jean Jaurès
30120 LE VIGAN

PARCOURS CITOYEN

Cité scolaire André Chamson

Le nouveau parcours citoyen est construit de la classe de 6ème à la terminale pour favoriser l'engagement citoyen des élèves en facilitant et en développant leur participation et leurs initiatives dans la vie sociale de la cité scolaire. Il participe à l'acquisition des connaissances et des compétences du socle commun.

Par le parcours citoyen, il s'agit de permettre à tous les élèves de la cité scolaire de se construire une culture morale et civique pour réaliser le projet républicain.

OBJECTIFS

- L'enjeu du parcours citoyen est de stimuler et reconnaître l'engagement des élèves dans des actions concrètes favorisant l'acquisition de l'autonomie, l'aptitude à comprendre le bien-fondé du principe de laïcité et des règles qui régissent les comportements individuels et collectifs favorables au vivre ensemble, la capacité à reconnaître le pluralisme des opinions, et le développement de l'estime de soi et du sentiment d'appartenance à la République.
- L'organisation de ces « temps forts », doivent permettre aux élèves de s'approprier les valeurs de l'École par une expérience/expérimentation concrète. Ces actions donnent aux élèves les moyens « matériels » de s'engager à l'échelle d'une communauté qu'ils connaissent et dans laquelle ils vivent au quotidien. Elles jalonnent le parcours, parallèlement à l'EMC et aux enseignements disciplinaires qui constituent les points ancrages et les lieux de définition de ces valeurs.

Le parcours est :

- Individualisé : tous suivent le même parcours mais pour ce qui est de l'acquisition des compétences les objectifs en sont individualisés ;
- Explicite : les élèves et les familles en connaissent les échéances et les points de passage obligés
- Propose des situations d'apprentissages nombreuses et variées pour prendre en compte les rythmes d'acquisition selon une approche par compétences en s'appuyant sur des tâches complexes ;
- Prend en compte ce qui se fait en dehors de l'école et dans les actions avec les partenaires
- Fait l'objet d'une évaluation des démarches menées.

L'EDUCATION MORALE ET CIVIQUE

Intégrée à toutes les disciplines l'EMC permet aux élèves de comprendre le bien-fondé des règles régissant les comportements individuels et collectifs : la diversité des opinions, les convictions, les modes de vie, le respect des droits et des lois.

Niveau	Objectifs	Domaines	Actions : Temps forts
Au lycée	Devenir un adulte responsable, engagé, soucieux du bien être des autres	Culture de l'engagement Culture de la règle et du droit	Mener des actions solidaires Respecter ses engagements Se sentir membre de la communauté

L'EDUCATION AUX MEDIAS ET A L'INFORMATION LES ENJEUX DU NUMERIQUE

Intégrée à toutes les disciplines, l'EMI permet aux élèves d'apprendre à lire, à décrypter l'information et l'image, à aiguiser leur esprit critique, à se forger une opinion pour exercer une citoyenneté éclairée.

Niveau	Objectifs
Au lycée	Être capable de protéger son identité numérique Distinguer espace privé et espace public sur le Net Se questionner sur les enjeux démocratiques, civiques liés à l'information journalistique et aux réseaux sociaux (Journal lycéen) Concevoir un projet multimédia en prenant en compte les destinataires (Web radio) Être capable de faire preuve d'esprit critique face à l'information et à son traitement. Être capable d'utiliser des outils mobiles de manière raisonnée et responsable

LA PARTICIPATION DES ELEVES A LA VIE SOCIALE DE LA CITE SCOLAIRE

Les élèves sont encouragés à s’engager le plus tôt possible dans la vie sociale de l’établissement et son environnement, dans une association ou auprès de leurs pairs.

Niveau	Objectifs
Pour tous niveaux	Semaine de l’engagement Projets et actions partenaires de développement durable Organisation de temps démocratiques favorisant la représentation et la coopération Engagement de délégués, classe, CVC, CVL, CAVL, MDL, FSE et instances de la cité scolaire Engagement dans le journal de la cité, engagement contre l’homophobie ou le harcèlement, engagement dans un dispositif de médiation ou de tutorat

LE DEBAT DEMOCRATIQUE LA PREPARATION DE LA JOURNEE DEFENSE ET CITOYENNETE

Le débat démocratique et la préparation de la journée défense et citoyenneté permet aux lycéens de mieux anticiper sur cette journée républicaine en étant informé de son déroulement et de ses enjeux

Pour tous les niveaux	Objectifs
Éducation au débat démocratique	<ul style="list-style-type: none"> - Confronter ses jugements à ceux d'autrui dans une discussion. - Être capable de faire vivre la démocratie participative dans mon collège - Identifier et remettre en cause les propos discriminatoires - Être capable de rechercher les critères de validité des jugements moraux - Comprendre l'influence des médias dans la construction de l'opinion et dans le débat public - Développer son aptitude à la réflexion critique pour fonder un jugement - Remettre en cause et modifier ses jugements initiaux après un débat argumenté