

formation Fausses entreprises pour vrais chômeurs

Les entreprises d'entraînement pédagogique sont peu connues en France. Elles reproduisent à l'identique l'organisation des entreprises, sauf qu'elles emploient de vrais chômeurs qu'elles cherchent à rendre opérationnels en leur faisant mimer les gestes du travail.

Branle-bas de combat chez Artefact. Les trente salariés de cette entreprise d'industrie graphique sont sur le pied de guerre. Une société allemande vient de commander dix mille plaquettes de présentation à fournir dans quinze jours. Travailler dans l'urgence, c'est le lot commun de nombre d'entreprises. Sauf qu'ici, rien n'est vraiment réel... hormis les trente-neuf heures par semaine à effectuer par employé et le travail à réaliser. Explication: les deux sociétés concernées sont fictives, pas de stock, rien à vendre ou à acheter: ce sont des entreprises d'entraînement pédagogique (EEP).

«Le concept est simple, explique Pierre Troton, le directeur du réseau des cent trente entreprises pédagogiques de l'Hexagone. Les EEP sont de véritables entreprises dans leur architecture, avec des apprenants placés dans les conditions réelles de travail d'un salarié. Grâce à cette pédagogie inductive, ils acquièrent des savoir-être et savoir-faire en entreprise qui leur permettent de développer leur employabilité.» En clair, une sorte d'auto-école de la conduite salariale où l'on

s'entraîne à mimer les gestes du travail. Sur les «bancs» de ces EEP, on trouve en grande majorité des demandeurs d'emploi, mais aussi des salariés en formation continue, des détenus en quête de réinsertion, voire des jeunes de lycées techniques qui souhaitent se familiariser avec un métier. Marion Merzoug, vingt ans, s'essaie ainsi au métier de concepteur-réalisateur graphique chez Artefact, en balayant toute la communication papier (réalisation de cartes de visite, création d'affiches, de plaquettes, mise en page de magazine, etc.). «On s'y croit vraiment, lance-t-elle. On a les mêmes contraintes

qu'en entreprise, le droit à l'erreur en plus.» Dans ces entreprises fantômes, toutes les fonctions des vraies entreprises sont reconstituées (secrétariat, ressources humaines, commercial, communication, etc.), tandis que les documents «officiels» (chéquiers, factures, etc.) sont des fac-similés fournis par le réseau des entreprises d'entraînement. «Tout est comme dans la vraie vie, souligne Jean-François Pépin, directeur de la formation chez Artefact. Avant d'intégrer l'EEP, les postulants doivent même envoyer des lettres de motivation et passer un entretien d'embauche fictif.» Principe de réalité encore: si ces EEP

fonctionnent entre elles, toutes sont parrainées par de vraies entreprises du même secteur d'activité, qui piochent allégrement dans ce vivier de candidats immédiatement opérationnels.

Une prise en charge par des dispositifs publics

«Nous sommes certes de fausses entreprises, mais nous obtenons de vrais résultats», s'enthousiasme Jean-François Pépin, qui affiche pour les apprenants d'Artefact un taux d'emploi à la sortie de la formation de 70% en prépresse et 100% en offset. Dernière information d'importance, ces formations sont généralement prises intégralement en charge par des dispositifs publics (région, département, ANPE, Union européenne, etc.).

Ces expériences originales et efficaces n'empêchent pas l'État de se désengager en matière de formation. «Concrètement, cela signifie pour nous la fermeture de vingt EEP depuis trois ans», regrette Jean-François Pépin. Une autre forme de confrontation avec le principe de réalité.

Lionel Lévy



Sur les «bancs» des EEP, on trouve certes des demandeurs d'emploi, mais aussi des salariés en formation continue, des détenus en quête de réinsertion et des jeunes de lycées techniques souhaitant se familiariser avec un métier.

Les EEP en bref

- 1875.** Naissance du concept en Allemagne. Développement en France plus d'un siècle plus tard, au début des années quatre-vingt-dix.
- 4500.** Nombre d'entreprises d'entraînement pédagogique dans le monde, dont 3000 en Europe, 800 en Allemagne et 130 en France.
- 4 à 6 mois.** Temps de formation moyen des stagiaires dans les EEP.
- 65%.** Pourcentage moyen des apprenants trouvant un CDD ou un CDI à la sortie de la formation.
- 5000.** Nombre de stagiaires annuels, dont 80% de demandeurs d'emploi.

Stratégies

2, rue Maurice Hartmann - BP 62 - 92133 Issy-les-Moulineaux Cedex. Site: www.strategies.fr. **STANDARD GÉNÉRAL:** 01.46.29.46.29. Pour joindre vos correspondants, composer le 01.46.29 suivi de leur ligne directe. **RÉDACTION:** Fax: 01.46.29.46.09. Directeur de la rédaction: François Kermaol (4769), assisté de Jacqueline Lehericy (4641) et de Magdy Grandidier (4600). Rédacteur en chef: Olivier Mongeau (4669). Secrétaire générale de la rédaction et coordination du site Web: Gaël Olivier-Lacamp (4695). Chef de service: Alain Delcayre (4667), Amaury de Rochebonne (4715). Chef de service Web: Luc Vachez (4757). Grand reporter: Cathy Leitus (4670). Rédacteurs: Pascale Caussat (4673), Alexandre Debouté (4677), Bruno Fraioli (4651), Delphine Le Goff (4666), Lionel Lévy (4671), Delphine Masson (4624), Marie Maudieu (4676), Muriel Signouret (4622). Ont collaboré à ce numéro: Patrick Cappelli et Hélène Foyer. **RÉDACTION TECHNIQUE.** Editrice déléguée et rédactrice en chef technique: Rosine Bondon. Directeur artistique: Julien Josset. Rédacteur en chef technique: Eric Pigeon. Première secrétaire de rédaction: Annaïk Le Moigne. Secrétaire de rédaction-maquetiste: Philippe Bohm. Révision: Véronique Vicuña-Navarro. Premier maquetiste: Olivier Grison. Service photo: Laurent Rutigliano. Conception graphique: Julien Josset. **GUIDES.** Coordinatrice: Valérie de Staël, assistée de Claudine Vion. Maquetiste: Sandrine Loric. **DIFFUSION.** Directrice marketing diffusion: Véronique Brossier. Responsable de la diffusion: Marie-Christine Fournier (4642). Chef des ventes: Marie-Dominique Rossi. **ABONNEMENTS.** France métropolitaine: 1 an Stratégies + Newsletter + 50 consultations gratuites des archives en ligne: 190 €. Stratégies + Newsletter + 2 guides + 150 consultations gratuites des archives en ligne: 240 €. Etranger: nous consulter. Tél.: 02.37.29.69.30. Fax: 02.37.29.69.35. Vente librairie. Par courrier et par téléphone: Stratégies, Service librairie, 28481 Thiron Cedex. Tél.: 02.37.29.69.30. Sur place: Stratégies, Issy-les-Moulineaux, de 9h à 18h. Vente NMPP. AME. N° Vert professionnel: 0800 590 593. **BASE DE DONNÉES.** Responsable: Catherine Simonnet. **RÉGIE PUBLICITAIRE FRANCE.** Directeur commercial et marketing: Cyril Gardère, assisté de Martine Goujon (4711). **MARKETING ANNONCEURS.** Responsable: Marie-Christine Fournier (4642). **PUBLICITÉ.** Directeur de publicité: Pascal Cruzat. Directeurs de clientèle: Emmanuelle Berthelot, Laurence Nicolas, Ludvine Saint-Yves. Responsable publicité en ligne: Arno Pons. Planning et trafic: Sophie Wrzesnisk. Assistante commerciale: Sethi Oustani (4742). **GUIDES.** Chefs de publicité: Fatima

Dabdoubi, Franck Doucet et Meige Rivet. **SERVICE ANNONCES CLASSÉES, OFFRES D'EMPLOI, DEMANDES D'EMPLOI, FREE-LANCE ET FORMATIONS.** Responsable: Jean-François Goasguen (2311). Chef de publicité: Elodie Mérat (4734). **COMMUNICATION EXTERNE ET GRANDS PRIX.** Directrice: Emmanuelle Prache (4613), assistée de Claudette Grelard et de Mathieu Jean-Charles. Grands Prix Stratégies: Marie-Laure Le Mintier (4697) assistée de Cécile Rubben (4660). **ACHATS, FABRICATION ET FINANCE.** Directeur: Joël Jégo. Contrôle de gestion: Catherine Virely. Comptabilité: Patrick Allouche. **ACHATS.** Responsable: Aude Oury. **FABRICATION.** Responsable fabrication RBI: Isabelle Lanfrut. Directeur de fabrication: Bernard Verger. Photogravure: PPD/L Boulogne-Billancourt. Imprimé en France par l'Imprimerie de Compiègne (groupe Morault), avenue Berthelot, 60205 Compiègne. **RESSOURCES HUMAINES.** Directrice: Jacqueline Guessard. Responsable pour Stratégies: Sophie Pierron. **DÉPÔT LEGAL:** septembre 2006. ISSN 0180-6424. N° de commission paritaire: 07107 T 79914.

Le service documentation de Stratégies n'est désormais accessible qu'en ligne. Pour vos recherches et les consultations des articles parus dans l'hebdomadaire veuillez consulter le site www.strategies.fr, rubrique «archives».

STRATÉGIES est édité par la division Presse de Reed Business Information, SA au capital de 4 099 168 €. Président-directeur général: Antoine Duarte. Directeur général de la division Presse: Sandrine Ramponet. Administrateurs: Antoine Duarte, Louis Aigoud, Reed Elsevier France. RC Nanterre B339611956. Directeur de la publication: Antoine Duarte.

L'éditeur décline toute responsabilité en cas de perte, de détérioration ou de non-retour des documents qui lui sont confiés. Il se réserve le droit de refuser toute demande d'insertion sans avoir à motiver son refus. La citation de marques, noms de firmes... est faite sans aucun but publicitaire et ne signifie en aucun cas que les procédés soient tombés dans le domaine public.

Ce numéro contient un encart Comundi «Stratégies et tendances de communication», un encart recto-verso Apple Expo et un encart recto-verso Abonnement à Stratégies.

Reed Business Information PRESSE PAYANTE PRO 2004