

# BAPTÊME DU FEU DANS UNE JUNIOR-ENTREPRISE

Tarifs imbattables pour missions pointues : rattachées aux grandes écoles, ces structures connaissent un succès grandissant auprès des entreprises. Et permettent aux étudiants qui y travaillent de se constituer un CV en or.

**D**ANS UNE SALLE CLAIRE à la décoration sobre, meublée de quelques bureaux et de confortables fauteuils, on s'active. Un jeune homme répond à une proposition commerciale reçue sur le site Internet, un autre téléphone à un client, une chargée de communication travaille sur la plaquette de

la société. Ici, on discute cahier des charges, missions, budget, recrutement. Pourtant, nous ne sommes pas dans une PME traditionnelle, mais dans une Junior-Entreprise (JE). Ces structures, qui effectuent des missions d'études et de conseil, connaissent un énorme succès. Parce qu'elles rendent service à la fois aux entreprises clientes et aux élèves. Un véritable *deal* gagnant-gagnant.

Avec 2152 études réalisées en 2008,

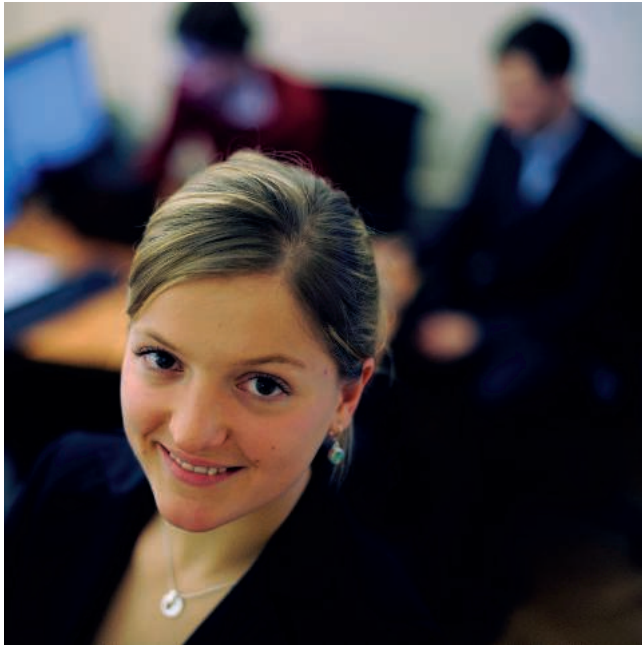
représentant un chiffre d'affaires cumulé de 7,8 millions d'euros, et 20 000 étudiants adhérents, les 140 Junior-Entreprises de France ne chôment pas. Lancé en 1967 à l'Essec, le concept est simple : une JE est une association loi 1901 gérée par des étudiants. Elle réalise des travaux commandités par des sociétés ou des administrations. Moyennant facturation, bien sûr. Une facture généralement peu élevée, dont 60 % environ sont reversés aux étudiants missionnés et 40 % alloués aux frais de fonctionnement. Ici, on ne réalise pas de bénéfices. Pourtant la main-d'œuvre est de qualité : au minimum bac + 3 (c'est-à-dire, avec les années de prépa, au moins en première année de grande école). Les prestations doivent correspondre au domaine de compétences de l'établissement. « L'objectif initial est de mettre en pratique les connaissances acquises en cours et de se familiariser avec le monde du travail, explique David Markson, président de Junior Essec. On est loin du bachotage des classes préparatoires. »

L'intérêt pour les entreprises ? Employer des étudiants quasi diplômés à des tarifs très compétitifs. En effet, les JE peuvent facturer leurs missions à des prix défiant toute concurrence grâce à un statut dérogatoire en matière de charges sociales et à leur absence de marge. Mais on ne joue pas avec les prix : encadrés par la Confédération nationale des Junior-Entreprises (CNJE), ils tournent autour de 230 euros hors taxes pour une journée d'étude. La réalisation d'un site Internet pourra ainsi

## LES 10 MEILLEURES JUNIORS DE FRANCE

Nom (école)	Chiffre d'affaires 2008	Président	Clients prestigieux
HEC Junior Conseil	734 000 € (2007)	Nabil Sebti	L'Oréal, Unilever, Cegetel, Michelin
Marketing Méditerranée (Euromed-Marseille)	370 000 €	Pierre-Edouard Berion	Veolia, Universal, Sodexo, Novartis
Junior Isep	200 000 €	Alexandre Tavernier	TF1, Orange, BNP Paribas
Edhec Junior Etudes	160 000 €	Thomas Roset	KPMG, Altran, Microsoft, SNCF
Aquitaine Marketing Services (BEM)	150 000 €	Thibault Desticourt	Renault, Mercedes-Benz, Publicis, EDF-Suez
Your (ISC-Paris)	150 000 €	Mounia Bekkat	Danone, Stade de France, Best Western
Junior Supélec Stratégie	130 000 €	Etienne Sanquer	Areva, General Electric, Fortis
Diese (Ensie)	120 000 € (2006)	Chéma Triki	Thales, Air France, Yves Rocher
Etic Insa Technologies (Insa-Lyon)	100 000 €	José de Oliveira	Air liquide, Alcatel, le CNRS, Hewlett-Packard
Junior Escem Conseil	55 000 € (2007)	Benjamin Leys	EDF, Mutualité française, Futuroscope

Ces dix structures ont été les demi-finalistes (sur 140 candidates) du prix d'Excellence des Junior-Entreprises 2008 remporté par Junior Isep. Nous les avons classées par ordre décroissant, en fonction de leur chiffre d'affaires.



JÉRÔME CHATIN

**ALEXANDRA MULLIEZ**, présidente de Junior Consulting-Sciences Po

## « Avec douze étudiants, nous réalisons 96 000 euros de chiffre d'affaires »

**Dynamique jeune femme de 22 ans, Alexandra Mulliez a pris une année de césure pour se consacrer à la présidence de Junior Consulting-Sciences Po, créé en 1980.** C'est le goût d'entreprendre qui motive cette future juriste – elle intégrera le sélectif master 2 de droit des affaires de Sciences Po en septembre. « Avec douze étudiants, on réalise 96 000 euros de chiffres d'affaire ! » s'enthousiasme-t-elle. La Junior bénéficie d'un réel atout pour approcher le secteur pu-

blic : « Un conseil général nous confiera volontiers une étude de faisabilité, car nous avons une bonne connaissance des arcanes administratifs. » Autre domaine de compétences, le pôle développement durable, créé il y a un an. Même si elle a parfois « l'impression d'émettre un nombre considérable de propositions commerciales pour ne décrocher finalement qu'une vingtaine de missions par an », elle croit en cette Junior, « véhicule d'un Sciences Po, moins orienté ENA, et plus ouvert à l'entrepreneuriat ».

être facturée entre 2 000 et 8 000 euros, le haut de cette fourchette étant exigé pour les outils complexes avec vente en ligne. Une JE peut aussi être sollicitée pour des grands projets, comme ce système d'apprentissage sur ordinateur facturé 20 000 euros, qui a demandé un an et demi de travail à des étudiants en informatique. Les entreprises se prêtent au jeu. Elles forment une clientèle composée à 40 % de PME et à 30 % de grands groupes. A leurs côtés on trouve des administrations, des collectivités locales, voire des écoles. « Pour 4 500 euros, la Junior de l'Isep nous a développé, il y a un an, un logiciel personnalisé, confie Xavier Desmet, directeur des Petits Bilingues, un organisme d'enseignement de l'anglais pour enfants. Il m'aurait été facturé au moins 5 000 euros par des pros, sans être sur mesure. En outre, je suis toujours en relation avec le développeur principal, cela fait partie de la prestation. »

**L**ÉGERS OU LOURDS, tous les projets répondent à des exigences très strictes en termes de qualité et de déontologie. Des administrateurs de JE, formés par la CNJE en collaboration avec le cabinet KPMG, visitent chaque structure et réalisent des mini-audits des processus, des cahiers des

charges et des comptes. A tel point qu'une association peu rigoureuse peut perdre le droit d'utiliser la marque Junior-Entreprise. Et une mission est refusée si elle n'offre pas de plus-value pédagogique ou ne correspond pas aux domaines enseignés dans l'école. D'où la naissance de partenariats entre Juniors pour étendre leur offre, comme celui conclu entre l'ESC-Lille et Polytechnique. Main dans la main, l'étudiant d'école de commerce réalise l'étude de marché et le

“ Pour 4 500 euros, la Junior de l'Isep nous a développé un logiciel d'apprentissage personnalisé. ”

*Xavier Desmet, directeur des Petits Bilingues, un organisme d'enseignement de l'anglais pour enfants.*

futur ingénieur crée le site Web, pour le même client.

L'adaptation aux besoins des entreprises devient ainsi un atout clef des Juniors. Elles apparaissent maintenant dans des cursus spécialisés comme la pharmacie, l'ingénierie culturelle avec l'Ecole du Louvre, ou la technologie des biomolécules avec l'Ecole supérieure de technologie des biomolécules de Bor-

deaux. Les facs s'y mettent aussi. On compte déjà une douzaine de JE dans les universités, contre 40 dans les écoles de commerce et 80 dans les écoles d'ingénieurs. « Nous délivrons des conseils aux collectivités en aménagement et urbanisme, des diagnostics urbains territoriaux », explique Halima Rhaoui, présidente de Site et Espaces, la Junior-Entreprise de l'Institut d'urbanisme et d'aménagement de la Sorbonne.

Du côté des étudiants, la Junior-Entreprise est un tremplin pour accumuler de l'expérience et préparer son insertion dans la vie active. D'où une rude sélection à l'entrée de ces associations pour qui veut devenir consultant. « Nous déconseillons la fonction à ceux qui recherchent simplement un job alimentaire, prévient Alexandra Mulliez, présidente de la Junior de Sciences Po. Nous choisissons les étudiants sur CV et après entretien, pour juger de leur motivation et observer leur façon de se présenter devant le client. » Car la vie professionnelle est un révélateur impitoyable. « Leurs compétences techniques étaient excellentes, reconnaît Xavier Desmet, le patron des Petits ➤➤

» Bilingues, mais un des étudiants aurait dû soigner sa communication... » Frédéric Aumont, de Bouygues Construction, dresse un bilan mitigé de la mise en place d'un programme par la Junior de l'Isep. « Le premier consultant a interrompu sa mission, d'où un an de retard sur le planning. Mais le résultat final s'est révélé bon. »

Les places de permanent sont encore plus chères. Les « entretiens d'embauche » s'enchaînent pour devenir chef de projet en première année et manager les consultants, a fortiori pour devenir administrateur et responsable d'un pôle (présidence, communication, informatique, ressources humaines...) en deuxième année. L'atout indispensable étant d'avoir des capacités managériales et un profil commercial (exactement comme un associé dans un cabinet de

conseil), et de ne pas compter son temps. Lorsqu'il était président de la Junior de l'ESC-Rennes, Gilles Mitteau y a consacré trois à cinq heures par jour en dehors de ses cours, et une partie de ses samedis. Tout cela pour toucher 3 000 euros

**“ Etre président d'une JE est une fonction très responsabilisante, qui exige énormément de rigueur.”**

*Germain Terreaux, président de Junior Essec en 2002, aujourd'hui consultant chez OliverWyman.*

en deux ans sur des missions, sachant que le poste de président est bénévole. « Mais du côté des grandes écoles parisiennes, un membre du bureau peut gagner l'équivalent d'un vrai salaire – jusqu'à 30 000 ou

40 000 euros –, en s'octroyant les missions qui ont la plus forte valeur ajoutée », confie un ancien de l'Essec. D'autant que ces écoles n'hésitent pas à aménager le temps de travail de leurs élèves : leur activité associative devenant du mi-temps, voire du trois quarts de temps, et pouvant remplacer des cours.

La rémunération n'est donc pas toujours proportionnelle à l'investissement, mais la ligne sur le curriculum vitae vaut de l'or. Montrer à un recruteur qu'on a déjà coaché des équipes de 10 à 30 personnes avec un chiffre d'affaires pouvant s'élever à des centaines de millions d'euros valorise aisément. « Ce sont des fonctions extrêmement responsabilisantes, affirme Germain Terreaux, »

**L'ÉCOLE GLOBALE**  
ESC RENNES SCHOOL OF BUSINESS

IBPM - INTERNATIONAL BACHELOR PROGRAMME IN MANAGEMENT  
PROGRAMME GRANDE ÉCOLE  
8 MASTERS INTERNATIONAUX  
PROGRAMME DOCTORAL PH.D.  
EXECUTIVE MBA

1/3 D'ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX

80 % DE PROFESSEURS ÉTRANGERS

140 UNIVERSITÉS PARTENAIRES

www.esc-rennes.fr

EFMD EPAS ACCREDITED

ESC RENNES

**Ingénieur généraliste** choisissez votre domaine

www.eseo.fr

Informatique  
Électronique  
Télécoms  
Réseaux  
Systèmes embarqués  
BioMédical  
Management International

NOUVEAU bi-diplôme ESEO ES5CA

▷ 90% d'embauche en moins de 2 mois  
 ▷ 4200 ingénieurs dans 1400 entreprises  
 ▷ 40 bi-diplômes internationaux  
 ▷ 50 ans d'expérience

ANGERS  
DIJON  
PARIS  
SHANGHAI

G R O U P E  
**ESEO**

ADMISSIONS :  
- Bac S, STI, STL  
- CPGE SPE DUT  
RESEAU FESIC

WWW.ESEO.FR



JÉRÔME CHATIN

**SOPHIE DAVID**

Intersport, cliente de Junior Essec Conseil

**« La prestation a été parfaite. Je regrette juste le relationnel, un peu trop rigide »**

Sophie David, 46 ans, travaille notamment sur des projets décisionnels et d'analyse de l'information pour l'enseigne d'articles de sports Intersport. En 2007, elle a demandé aux étudiants de Junior Essec Conseil d'étoffer la base de données interne des magasins de la coopérative, pour améliorer leur segmentation. Un travail d'un an et demi facturé 17 000 euros hors taxes. Elle avoue avoir été agréablement surprise : « Je m'attendais à des profils ayant

davantage la grosse tête et j'ai pu compter sur la disponibilité des étudiants. Malgré un changement d'année scolaire et de consultants, le turnover a été bien géré. » Seul bémol, pour cette chaleureuse mère de trois enfants, eux-mêmes étudiants : « Un certain manque de convivialité dans les relations. Moi qui ai l'habitude d'appeler par leur prénom les prestataires et les dirigeants de l'entreprise, j'ai été étonnée. » Son unique conseil à ces étudiants : travailler leur relationnel, un peu trop rigide.

Il y a des petits signes qui en disent long ... La FESIC c'est plus que l'addition de 26 000 élèves, 5 500 diplômés chaque année, 110 000 anciens, c'est le réseau de 27 grandes écoles dans lequel ingénieurs, managers, cadres responsables et autonomes sont formés pour répondre aux défis économiques d'aujourd'hui et de demain.

Intégrer une grande école de la FESIC, c'est choisir un réseau puissant.

réseau **FESIC** grandes écoles ingénieurs • management

[www.fesic.org](http://www.fesic.org)

- CPE Lyon
- ECAM Lyon
- EI PURPAN Toulouse
- EPMI Cergy-Pontoise
- ESA Angers
- ESAIP Angers, Grasse
- ESCOM Compiègne
- ESEO Angers, Dijon, Paris
- HEI Lille
- ICAM Lille
- ICAM Nantes
- ICAM Toulouse
- ISA Lille
- ISARA-Lyon
- ISEN Brest
- ISEN Lille
- ISEN Toulon
- ISEP Paris
- LASALLE Beauvais
- LOUIS de BROGLIE Rennes
- EDHEC Lille, Nice
- EPSCI Cergy-Pontoise
- ESPEME Lille, Nice
- ESSCA Angers, Paris, Budapest
- ESSEC Paris, Singapour
- IESEG Lille, Paris
- ISIT Paris

UNIVERSITÉ DE TECHNOLOGIE DE COMPIÈGNE

**UTC**

devenez ce que vous choisirez d'être

ingénieur master docteur

tchat video 16/17 mai [www.utc.fr](http://www.utc.fr)

acoustique qualité éco-technologie

environnement simulation design

informatique réseaux

transports innovants complexité

bio-matériaux bio-technologie

systèmes conception mécanique

énergie procédés

agro-industrie modélisation

ingénieur UTC

un parcours sur mesure en lien avec l'évolution de mon projet professionnel

l'entreprise et l'international (stages, recherche, échanges) dans le quotidien de la formation

entrée à tous les niveaux

- ◆ bac s
- ◆ math sup
- ◆ pcm 1
- ◆ cpge
- ◆ L1, L2, L3, scientifiques

contact : [com-pub@utc.fr](mailto:com-pub@utc.fr)

donnons un sens à l'innovation

UTC Formation

## LES ASSOCIATIONS D'ÉLÈVES S'AFFICHENT SUR LES GRANDS RÉSEAUX DU WEB

➤ président de Junior Essec en 2002, devenu consultant chez Oliver Wyman. Il faut être capable d'agir dans l'urgence malgré la contrainte des cours, pour respecter les délais du client. Le maître mot ? La rigueur. Vous êtes le vendeur et le producteur de missions à plusieurs dizaines de milliers d'euros ! »

Catherine de Verdière, vice-présidente de Syntec Conseil en recrutement, confirme cet intérêt des entreprises : « Si le passage par une Junior-Entreprise figure sur le CV d'un étudiant, nous interrogeons ce dernier pour savoir à quel point il s'y est investi, s'il était membre du bureau ou seulement consultant. » A KPMG et Altran, partenaires de la CNJE, les Junior-Entreprises sont un vivier de recrutement potentiel. Chez L'Oréal, on va chercher les « bons produits » dans les rassemblements de JE : « J'ai embauché un étudiant de l'Edhec lors d'un congrès de la CNJE », indique Véronique Dusser, directrice du recrutement de la division produits de luxe du groupe.

**A**NCIENNE SECRÉTAIRE GÉNÉRALE de la Junior-Entreprise d'Euro-med, Laurie Coutelot a décroché l'année dernière un stage de conseil en marketing de six mois chez Nielsen : « L'impact de la JE sur mon parcours a été énorme, confirme-t-elle. Après quatre mois de stage, j'ai accepté une proposition de CDI. Dans les deux mois, on me confiait la gestion de clients. » Prudence, tempère toutefois Charles Daulon du Laurens, ancien de la Junior de Sciences Po-Paris : « Une expérience en JE ne sera jamais décisive. Elle passe toujours après la qualité des stages et la nature du diplôme. » Pas question donc de présenter un CV trop pauvre en stages, indispensables pour convaincre un futur employeur qu'on a compris les codes et les contraintes d'une entreprise.

Deux autres points assombrissent aussi légèrement le tableau. Les Junior-Entreprises sont encore très dépendantes du prestige de leur école, indépendamment de leur qualité propre. De sorte que malgré tous les efforts des petites structures pour se faire connaître, les missions vont en priorité aux JE des grandes écoles. Ces dernières n'ont quasiment pas besoin de démarcher le client. Il existe en particu-

**Trois mille membres. C'est la barre que vient de franchir le Groupe LinkedIn de l'ESCP-EAP.** Suivant l'exemple des universités américaines, l'École supérieure de commerce de Paris fédère désormais son réseau d'anciens élèves sur Viadeo et LinkedIn, deux sites qui font office de « Facebook pro » : l'utilisateur s'inscrit, saisit son parcours professionnel, son cursus universitaire, son curriculum vitae s'il le désire, puis il développe son réseau en se connectant à ses amis ou à ses contacts en entreprise. Les cabinets de recrutement ont d'ailleurs très rapidement compris l'intérêt de ces carnets d'adresses en ligne, qu'ils utilisent quotidiennement dans leurs recherches de profils.

### 4 300 HEC sur LinkedIn

Pour autant, les grandes écoles ont tardé à appréhender le bénéfice qu'elles pouvaient tirer de ces réseaux en ligne interactifs. Facebook restait trop ludique et les réseaux socioprofessionnels comme Xing, Viadeo ou LinkedIn

semblaient des concurrents menaçants pour les associations d'anciens élèves. En effet, quelle est la valeur ajoutée d'une association d'anciens pour laquelle l'inscription est payante, si tous les étudiants peuvent organiser gratuitement leur propre réseau d'anciens sur Internet ? Finalement, comprenant qu'il était préférable d'accompagner une tendance inéluctable que de s'en tenir à l'écart, les associations ont pris le train du Web 2.0 en marche. La plupart des grandes écoles de commerce et d'ingénieurs ont déjà leur propre groupe en ligne sur LinkedIn ou Viadeo. Celui d'HEC fédère ainsi 4 300 membres sur LinkedIn. Si les réseaux français sont encore loin derrière les américains en nombre d'adhérents, ils rattrapent leur retard.

Benjamin Hoguet, étudiant en deuxième année et gestionnaire du groupe LinkedIn pour le compte de l'association des anciens de l'ESCP-EAP, le confirme : « Depuis que les perspectives d'embauches ne sont plus aussi roses, les

inscriptions sont nombreuses. Ces temps-ci, je reçois environ soixante-dix demandes par semaine. »

### Créer son carnet d'adresses

« Le problème, c'est que beaucoup d'étudiants ou de jeunes diplômés attendent d'en avoir besoin immédiatement pour s'inscrire. D'autres pensent qu'il suffit de créer un compte pour être contacté par les recruteurs, poursuit Benjamin Hoguet. Or il faut environ deux mois pour se constituer un véritable carnet d'adresses sur LinkedIn. Mon travail consiste aussi à accompagner les membres pour qu'ils découvrent et exploitent les possibilités qu'offre cet outil. Grâce à ces groupes, tous les diplômés peuvent, par exemple, apporter leur contribution sans nécessairement être membres actifs de l'association des anciens de l'ESCP-EAP. »

**Nicolas Combalbert**

lier deux poids deux mesures entre les structures des écoles de commerce et celles des universités. C'est pourquoi la CNJE cherche à promouvoir un profil Junior-Entreprise qui serait indépendant des établissements et de leur classement. « Des petites écoles ont des structures excellentes, avec des prestations comparables à celles de grandes écoles », soutient Charles Bret, président de la CNJE.

L'autre écueil se trouve au sein même des écoles, où les Junior-Entreprises sont très souvent stigmatisées par une majorité des élèves. « Intellos » en écoles scientifiques, « fils à papa » ou « requins » dans les écoles de commerce... les préjugés sur le profil des membres de ces associations sont tenaces. Donnant ainsi un excellent avant-goût du panier de crabes qu'est la vie professionnelle. ● **Gaëlle Fleitour**