

#

Appel à contribution

2018



[LA RESPONSABILITE EDUCATIVE DES ENTREPRISES : comment les entreprises pourraient-elles s'engager davantage en faveur des jeunes générations ?]

**ATTENTION – DATE LIMITE DE REPONSE
A L'APPEL AUX CONTRIBUTIONS : le 07/03/2018**

Présentation de VERS LE HAUT

Lancé en 2015 avec l'ambition de nourrir le débat public, les décideurs et les acteurs de l'éducation, VERS LE HAUT est un think tank hors du champ partisan dédié aux jeunes, aux familles et à l'éducation.

VERS LE HAUT associe à sa réflexion des acteurs de terrain, des jeunes et des familles, des experts et des personnalités de la société civile tout en appuyant son travail sur des études et des recherches scientifiques.

VERS LE HAUT diffuse des propositions concrètes afin d'élaborer un projet éducatif adapté aux défis du XXI^e siècle et mobilisant l'ensemble du corps social.

Un regard sur ce qui marche

Créé à l'initiative de plusieurs acteurs engagés en faveur de la jeunesse, VERS LE HAUT s'attache particulièrement à valoriser les expériences de terrain réussies en France, comme à l'étranger.

LES FONDATEURS ET PARTENAIRES



VERS LE HAUT travaille de manière indépendante, dans un esprit de coopération et d'ouverture.

Déjà publiés

- Soyons à la hauteur des espérances de la jeunesse – Novembre 2015
- Vivre grandir construire ensemble - Janvier 2016
- Pas d'éducateur, pas d'éducation ! - Mai 2016
- Éducation : quel 'retour sur investissement' ? - Juin 2016
- Mobilisation générale pour l'éducation ! – Novembre 2016
- École : de l'entre-soi à l'entre-nous – Septembre 2016
- École : de la sélection par l'échec au développement des talents de chacun – Février 2017
- Les 6 chantiers éducatifs du quinquennat – Mai 2017
- Bac : quels enjeux derrière la réforme ? – Juin 2017
- Soutenir les familles, le meilleur investissement social - Juin 2017
- A l'école de la confiance, quelle place pour les parents ? - Août 2017
- Accueil, besoins & espoirs des Mineurs Non Accompagnés - Septembre 2017
- Après le tweet du MEDEF, quelle responsabilité éducative pour les entreprises ? - Septembre 2017
- Tous éducateurs ! Et vous ? Pour une société éducatrice, Bayard Editions- Octobre 2017
- Egalité femmes / hommes : pour une éducation à la relation – décembre 2017
- Les jeunes face à la tentation de « radicalisation » : que faire ? – janvier 2018

Introduction

Il n'y pas si longtemps, parler de responsabilité environnementale des entreprises faisait sourire. Pourtant, sous la pression des activistes environnementaux qui ont su mobiliser l'opinion publique et faire évoluer lentement le cadre juridique national et international, les entreprises se sont astreintes à des évolutions, en vue de diminuer leurs émissions de gaz à effets de serre, leurs atteintes à la biodiversité... Progressivement, le fait de respecter l'environnement est devenu un argument de vente à destination des consommateurs, et même un moyen d'attirer des investisseurs. On est encore très loin du compte : l'urgence écologique impose une transformation profonde de notre système économique, bien au-delà des petits ajustements à la marge. Mais les consciences s'éveillent.

De même, on s'inquiète de plus en plus de l'impact des productions sur la santé, notamment dans l'agroalimentaire : trop salées ? trop grasses ? trop sucrées ?... **Après l'environnement et la santé publique, est-ce que demain, les entreprises prendront également conscience de leur impact sur l'éducation ?**

Nous préparons un rapport sur la « responsabilité éducative des entreprises ». Ce rapport permettra de diffuser des pistes de réflexion et des propositions, appuyées sur des exemples concrets et sur des dispositifs qui font déjà leurs preuves. Nous aimerions notamment proposer des indicateurs pour mesurer cet impact éducatif des entreprises. **Ce rapport sera présenté en avril prochain à l'occasion d'un événement (table-ronde)** permettant de débattre des préconisations avancées et d'échanger sur les expériences mises en valeur.

Dans cette optique, nous sollicitons **des idées, des conseils, des contacts auprès de tous ceux qui veulent et peuvent nous aider. TOUTE CONTRIBUTION EST LA BIENVENUE !**

Cette note est un appel à contributions qui pose rapidement le contexte et la problématique de notre recherche, en présentant des pistes de questionnement, pour ouvrir la réflexion.

Ce que nous attendons de vous : des idées, des expériences, des contacts, des moyens

Nous avons besoin de votre aide pour :

- 1/ préparer ce rapport ;
- 2/ associer des jeunes et des familles à la réflexion ;
- 3/ préparer l'événement.

Nous sommes à la recherche :

- ✓ de bonnes pratiques, de dispositifs innovants qui font leurs preuves ;
- ✓ d'études, de données clés qui mériteraient d'être relayées ;
- ✓ de personnes intéressantes à auditionner, voire à faire intervenir dans le cadre d'un colloque ;
- ✓ d'exemples menés hors de France qui pourraient nous inspirer ;
- ✓ de propositions d'études qui pourraient être intéressantes à lancer sur ce sujet.
- ✓ de suggestions ou de contacts pour faire participer des jeunes et des familles à la réflexion.

N'hésitez surtout pas à nous transmettre vos idées. Même certaines remarques ou conseils qui peuvent vous paraître évidents seront précieuses pour notre réflexion.

Concrètement, comment contribuer ?

- **Vous avez 1 minute** : Diffusez ce document à une personne susceptible de contribuer à notre réflexion.
- **Vous avez 10 à 20 minutes** : Envoyez-nous un mail avec une note, des idées, des contacts, des études...
- **Vous avez 30 à 45 minutes** : Appelez-nous/écrivez-nous pour convenir d'un entretien, par téléphone ou de visu.
- **Vous avez 90 minutes** : Appelez-nous/écrivez-nous pour participer à une ou plusieurs réunions d'un groupe de travail.
- **Vous avez une demi-journée** : Appelez-nous/écrivez-nous et recevez-nous pour nous montrer une expérience terrain, monter un groupe d'échanges avec des acteurs de terrain, des jeunes et des familles...
- **Vous pouvez libérer davantage de temps** : Voyons-nous pour en parler !

Le calendrier

Nous publierons le rapport sur la responsabilité éducative des entreprises en **avril 2018**.

Nous vous remercions de répondre à cet appel à contribution le plus tôt possible, et **au plus tard le 7 mars 2018**.

I. Le constat de départ : des entreprises trop éloignées du champ éducatif

En France, on a eu tendance à renvoyer la responsabilité de l'éducation à la sphère privée (les familles) ou à des professionnels ou experts (l'école). Face à l'ampleur des défis éducatifs, il est vital de reconstituer une alliance éducative mobilisant l'ensemble du corps social. Dans cette alliance éducative, les entreprises ont un rôle à jouer.

Par leur créativité, leur dynamisme, les entreprises peuvent être des acteurs utiles au service de l'éducation.

Elles peuvent aider les jeunes ou bien les pénaliser. Elles peuvent renforcer les chances des plus fragiles ou bien les amoindrir. Qu'elles mettent leurs talents au service de cette responsabilité éducative, et elles seront des alliés puissants.

N'ayons pas peur de leur demander des comptes, au nom des jeunes générations ! Que les biens qu'elles produisent soient vraiment des biens. Que les services qu'elles vendent rendent vraiment service. Qu'elles permettent à leurs salariés d'assumer leurs responsabilités parentales. Qu'elles assument leur mission de formation des jeunes générations et des salariés.

Pourtant, au cours des dernières décennies, un gouffre s'est creusé entre le monde de l'éducation et le monde de l'entreprise. Les entreprises ont été progressivement marginalisées par la puissance publique qui a eu tendance à revendiquer le monopole des questions d'éducation et de formation. Il faut préciser que cela a pu arranger des entreprises, heureuses de se décharger de cette responsabilité et préférant payer des charges supplémentaires (notamment la taxe d'apprentissage), en espérant en retour que l'Education nationale lui fournirait des futurs salariés « prêts à l'emploi ». Cela ne fonctionne pas et les chefs d'entreprise sont les premiers à le dire !

Seulement 20 % des chefs d'entreprises¹ considèrent que l'enseignement que reçoivent les jeunes aujourd'hui à l'école est tout à fait adapté ou plutôt adapté aux réalités du monde du travail actuel.

Ce grand écart entre le système éducatif et le monde du travail est l'une des causes du chômage massif des jeunes en France. Plus généralement, il est aussi une cause de la désorientation de beaucoup de jeunes, même parmi ceux qui réussissent leurs études mais qui ne se sont jamais posé la question de leurs aspirations professionnelles.

¹ OpinionWay pour Vers Le Haut, Baromètre Jeunesse et confiance, novembre 2017

Les employeurs doivent revenir dans le jeu. C'est apparemment le sens de la réforme de l'apprentissage en préparation. Et beaucoup d'entreprises ont intégré cette exigence en s'investissant dans la formation et l'éducation.

Mais la question du lien éducation/entreprise ne se résume pas à la question de la formation des jeunes. La responsabilité éducative des entreprises peut se décliner en plusieurs axes. Il faudrait faire de l'éducation un des piliers de la « **responsabilité sociale des entreprises** » (RSE) – au même titre que l'environnement, alors qu'elle en est aujourd'hui le parent pauvre.

II. La problématique générale

Quelle place pour les entreprises dans l'éducation ?

- **Comment évaluer la responsabilité éducative des entreprises ?**
- **Comment inciter les entreprises à se saisir de leur responsabilité éducative et à s'améliorer dans ce domaine ? (en insistant sur l'incitation, la valorisation des bonnes initiatives, l'enthousiasme, plutôt que sur la sanction, l'amende...)**

Vers Le Haut souhaite proposer la mise en place d'indicateurs de l'impact éducatif des entreprises, afin de faire de la responsabilité éducative un pan de la responsabilité sociétale des entreprises, au même titre que sont évalués leurs engagements en faveur de la protection de l'environnement.

III. Les axes de questionnement

Il ne s'agit pas d'apporter une réponse définitive sur tous les sujets évoqués mais plutôt de réfléchir ensemble sur les sujets prioritaires et de recenser des éléments particulièrement intéressants qui peuvent faire avancer le débat et mobiliser les acteurs concernés.

L'entreprise comme producteur de biens et services

A travers ses biens et services – qu'ils soient ou non directement destinés aux jeunes, l'entreprise peut avoir un impact positif, neutre ou négatif sur l'éducation des jeunes générations.

Comment peut-on l'aider à intégrer cet impact dans sa stratégie, pour inciter les comportements vertueux et les mises en garde éventuelles ? Voire pour prévoir la compensation des externalités négatives, à l'image du principe « pollueur-payeur » dans le champ environnemental ?

Prenons l'exemple du numérique et des médias :

« Lorsque je suis au travail, je me bats pour que les enfants passent le plus de temps possible devant la télévision. Lorsque je rentre à la maison, je me bats pour que mes enfants la regardent le moins possible » révélait un dirigeant d'une grande chaîne de télévision française lors d'une conférence. Et la *Silicon Valley* n'est pas en reste : Steve Jobs, qui interdisait à ses enfants d'utiliser l'iPad ; Bill Gates qui ne donne pas de portable à ses enfants avant 14 ans ; l'ancien vice-président chargé de la croissance de l'audience de *Facebook* Chamath Palihapitiya qui interdit à ses enfants d'utiliser le réseau social ; le dirigeant de *3D Robotics* Chris Anderson qui bannit les écrans des chambres à coucher dans son domicile ...²

Toutes ces situations sont la parfaite illustration du paradoxe selon lequel beaucoup d'acteurs du monde économique promeuvent dans leur vie professionnelle des produits ou services dont ils connaissent pourtant les limites pour leurs propres enfants. Dans un premier mouvement de prise de conscience collective, deux actionnaires de la société *Apple* ont écrit une lettre à la firme au début du mois de janvier 2018, réclamant notamment une étude sur l'influence des smartphones sur les enfants ainsi que des options supplémentaires pour permettre aux parents de restreindre l'utilisation de l'*iPhone* par leurs enfants.

Inversement, certains biens et services contribuent à l'éducation avec un impact positif. Par exemple, de plus en plus d'entreprises du numérique se lancent dans le domaine éducatif, certaines avec d'excellentes idées qui peuvent aider les jeunes à grandir : des applications pour les accompagner dans leur orientation ; des applications d'échanges de bonnes pratiques entre professeurs ; des outils pour renforcer des acquis fragiles ou développer de nouvelles compétences ; des médias qui font découvrir de nouveaux horizons ; des conseils pour mieux accompagner les parents...

² France Info, Bill Gates, Steve Jobs ... Quand les patrons de la *Silicon Valley* interdisent les écrans à leurs enfants, 14 février 2017

- Quelles entreprises réfléchissent et agissent en intégrant l'impact éducatif de leurs biens et services ?
- Quelles actions exemplaires ? Comment compenser les éventuels impacts négatifs (à l'image de certains industriels qui doivent lutter contre l'addiction liée à l'utilisation de leurs produits) ?
- Comment établir une grille d'évaluation de l'impact des biens et services produits par une entreprise sur l'éducation ?
- Le critère permettant de savoir si un employeur ou un salarié d'une entreprise exposerait ses propres enfants à l'utilisation des biens ou services produits par ladite entreprise est-il pertinent ? Comment peut-il être synthétisé ?

L'entreprise comme annonceur

A travers les messages marketing et publicitaires, les annonceurs peuvent également avoir un impact sur l'éducation.

« Sème le désordre. » « Gagne tout. » « Impose tes règles. », affichait un grand équipementier sportif à la rentrée 2015, alors même que le gouvernement introduisait l'enseignement moral et civique à l'école, à la suite des attentats de *Charlie Hebdo* et de *l'Hyper Cacher*.

Beaucoup d'annonceurs ne tiennent aucun compte du fait que leurs messages peuvent toucher des jeunes et influencer leurs représentations.

La responsabilité éducative des entreprises implique de respecter le « droit à l'enfance », le droit des enfants à ne pas être considérés comme des adultes et à ne pas être exposés à des messages qui vont directement à l'encontre des fondamentaux éducatifs et des principes que leurs parents ou enseignants tentent de leur inculquer à la maison et à l'école.

- Quel est l'impact de l'entreprise, à travers ses messages publicitaires et marketing, en matière d'éducation ? Comment l'évaluer ?
- Comment faire entrer ces considérations dans les critères des instances telles que l'autorité de régulation et le jury de déontologie publicitaire ?
- Quelles entreprises/agences de publicité développent des campagnes de communication/marketing avec un souci éducatif, des messages favorables à l'éducation ?

L'entreprise comme employeur et formateur de jeunes

En France, Le chômage des jeunes est très largement lié à un problème de formation. Certaines entreprises s'engagent donc avec volontarisme dans la formation des jeunes.

Plus globalement, la rupture entre le monde de l'éducation et le monde du travail ne facilite pas le discernement des jeunes et des familles sur les questions d'orientation. La méconnaissance du monde de l'entreprise par beaucoup d'acteurs éducatifs pose problème.

- Quels types d'actions facilitent un rapprochement intelligent entre les deux mondes ?
- Quelles entreprises développent des initiatives inspirantes pour mieux intégrer, former et faire grandir les jeunes générations ?
- Comment renforcer les liens entreprises/écoles, sans réduire l'éducation à une approche utilitariste ?
- Quels indicateurs retenir pour mesurer l'engagement d'une entreprise dans la formation initiale et le recrutement des jeunes générations ?
- Comment favoriser au sein de l'entreprise le lien entre les générations (plutôt que le conflit ou l'opposition juniors/seniors) ?

L'entreprise comme moteur de l'ascension sociale

En France, on a tendance à considérer que l'ascension sociale dépend du diplôme et que le destin se joue principalement à l'école. On oublie le rôle que peut jouer le travail et la formation tout au long de la vie. Cela fait peser une pression très lourde sur notre système scolaire et explique la dévalorisation des études courtes ou professionnalisantes, aux yeux des jeunes et des familles.

À la fin des années 1990, Michel Bauer et Bénédicte Bertin-Mouro, pour le compte du CNRS (Centre national de la recherche scientifique) et en lien avec le cabinet de chasseurs de têtes *Heidrick & Struggles*, avaient réalisé une étude relative au parcours des dirigeants des deux cents plus grandes entreprises en France et en Allemagne³.

Cette étude montrait qu'en Allemagne, près de 1 dirigeant sur 4 était entré dans l'entreprise par la voie de l'apprentissage et avait ensuite progressé en interne jusqu'aux plus hautes responsabilités.

De la même façon, en 2015, une étude réalisée auprès des dirigeants des cent plus grandes entreprises dans quatre pays⁴ montrait qu'en France, plus de la moitié des dirigeants étaient

³ CNRS et Heidrick & Struggles, *Les viviers des 200 en France et en RFA*, 1991

⁴ Challenges, *Un chasseur de tête dresse le portrait-robot d'un patron en 2015*, 4 octobre 2015

diplômés de quatre grandes écoles : *Polytechnique*, *HEC* (Ecole des hautes études commerciales de Paris), *l'INSEAD* (Institut européen d'administration des affaires) et *l'ENA* (Ecole nationale d'administration). Aux Etats-Unis ou en Allemagne, ils ne sont respectivement que 28 % et 38 % à avoir suivi des formations de ce type.

« Les entreprises américaines et allemandes mettent en place des programmes, pour suivre et accompagner leurs cadres et les faire progresser dans l'entreprise », avait alors expliqué Sylvain Dehnin, membre du cabinet de chasseurs de tête *Heidrick & Struggles* qui avait commandé cette étude.

Si on est capable demain de faire de l'entreprise le lieu privilégié de l'ascension sociale, si on arrive à montrer que l'entreprise peut offrir des parcours de réussite à tous les jeunes, même à ceux qui ont suivi des formations initiales courtes, on changera en profondeur la vision de l'apprentissage et du système scolaire. On fera de l'entreprise un lieu de croissance humaine, acteur de l'éducation.

- Quels dispositifs permettent de favoriser la formation tout au long de la vie, notamment pour les salariés qui ont des formations initiales courtes ?
- Quelles entreprises proposent des parcours d'ascension pour leurs salariés, notamment ceux qui ont des formations courtes initiales ?
- Quels indicateurs retenir pour évaluer l'entreprise comme moteur de l'ascension sociale ?
 - Le niveau de diplôme initial des salariés et des membres des instances de gouvernance ? Leur ancienneté dans l'entreprise ? Le pourcentage de changements de postes au sein de l'entreprise ? Le niveau de franchissement des échelons entre les non-cadres, les cadres et les cadres supérieurs ? L'évolution des salariés recrutés en apprentissage ?

L'entreprise comme employeur de parents

En 2016, 62% des salariés considéraient que leur entreprise ne faisait pas grand-chose pour les aider dans leur équilibre vie familiale/vie professionnelle⁵. Cette question est un véritable défi pour les parents qui veulent à la fois s'impliquer dans leur travail et dans l'éducation de leurs enfants. 57% des femmes jugent ainsi qu'avoir un enfant les pénalise dans leur carrière et 92% des femmes ont de plus en plus de difficultés à concilier vie privée et vie professionnelle⁶.

⁵ Observatoire de la Parentalité en Entreprise

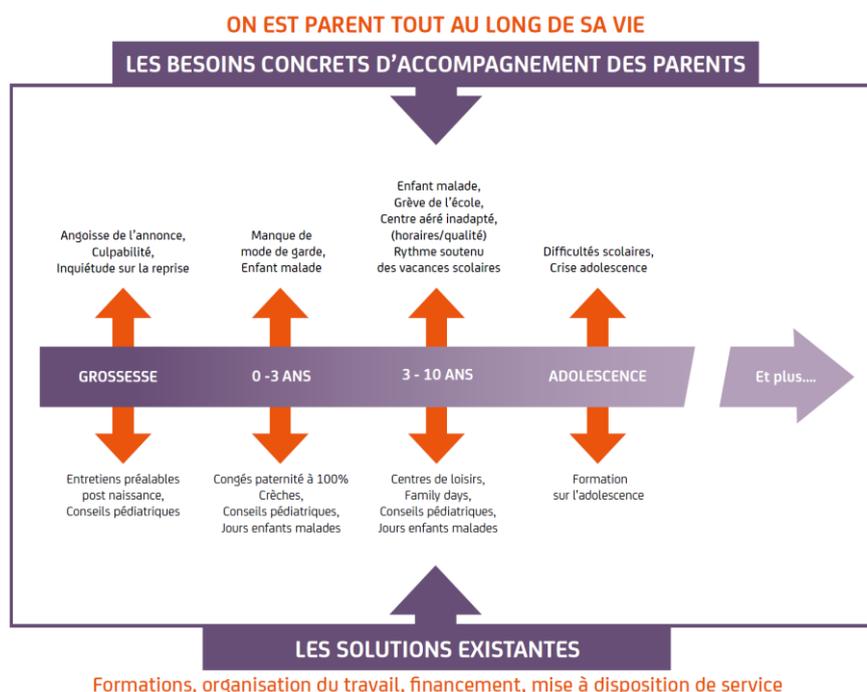
⁶ Sondage Ipsos pour « Elle », avril 2013

Pourtant, un salarié qui arrive à assumer sereinement ses responsabilités parentales est un salarié qui s'investit mieux dans sa vie professionnelle, ce qui rejaillit de façon positive dans la performance globale de l'entreprise. Ainsi, une étude menée en 2005 pour plusieurs grandes entreprises suisses a permis de chiffrer le retour sur investissement de leurs efforts en matière de soutien à la parentalité à 8 %⁷.

C'est dans cette optique que l'*Observatoire de l'équilibre des temps et de la parentalité en entreprise* a rendu publique la « Charte de la Parentalité en Entreprise » en 2008, initiée par L'Oréal, SOS Préma et Jérôme Ballarin (1762 Consultants), qui fixe des objectifs visant à permettre aux parents de mieux concilier leur vie professionnelle et leur vie familiale.

Certaines entreprises développent directement des services auprès de leurs salariés parents : crèches d'entreprises, ateliers pour les enfants pendant les vacances scolaires, mode de garde de dépannage en cas de grève d'école... Dans certaines entreprises, des ateliers de soutien à la parentalité sont même proposés aux salariés, pendant la pause méridienne, avec une sensibilisation à la parentalité bienveillante.

Schéma extrait du Livre blanc « Soutien à la parentalité et performance des entreprises », Filapi/Observatoire de la Parentalité.



⁷ Citée dans le Livre blanc de Filapi, Soutien à la parentalité et performance des entreprises, quel retour sur investissement ?, 2012

- Comment les entreprises peuvent-elles aider leurs salariés à mieux remplir leur responsabilité de parents ?
 - Quels sont les dispositifs/propositions particulièrement efficaces pour aider les salariés à assumer leurs responsabilités parentales ?
- Comment évaluer ces actions ?

L'entreprise comme mécène

Nombre d'entreprises ont recours au mécénat dans le cadre de leur responsabilité sociétale, qu'il s'agisse de dons ou d'un apport de compétences. Quelle place prend l'éducation dans cette démarche de mécénat ? Notamment s'agissant du mécénat de compétences ? Quelles actions sont particulièrement inspirantes ?

Ces questionnements ne sont pas exhaustifs. Ils visent seulement à ouvrir le débat. N'hésitez pas à nous faire part d'autres angles de travail qui vous paraissent importants.

Contact

VERS LE HAUT

18, rue Barbès – 92120 Montrouge
contact@verslehaut.org

Marc Vannesson, délégué général

marc.vannesson@verslehaut.org

01 74 34 62 59 / 06 61 48 68 01

Catherine Ricard, assistante

catherine.ricard@verslehaut.org

01 74 31 62 60