



CONSEIL DE DEVELOPPEMENT DU PAYS BASQUE  
IPAR EUSKAL HERRIKO GARAPEN KONTSEILUA

# **ibilBIDE**

## **l'orientation territoriale des jeunes**

### **Étude de faisabilité d'un réseau d'entreprises accueillantes**

- juin 2024 -



RÉGION  
**Nouvelle-  
Aquitaine**

# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE</b> .....	2
<b>INTRODUCTION</b> .....	3
<b>1. MISSION</b> .....	5
1.1. <i>Méthodologie</i> .....	5
1.2. <i>A la rencontre des entreprises</i> .....	6
1.3. <i>Expérimentation de formats de rencontres entre jeunes et entreprises</i> .....	9
<b>2. FAISABILITÉ D'UN RÉSEAU D'ENTREPRISES ACCUEILLANTES</b> .....	12
2.1. <i>S'engager dans un réseau</i> .....	12
2.2. <i>Des petites entreprises sous-représentées</i> .....	13
2.3. <i>Des formats de rencontres plus attractifs que d'autres pour les entreprises</i> .....	14
2.4. <i>Une grande diversité d'initiatives entre jeunes et entreprises</i> .....	17
<b>CONCLUSIONS</b> .....	20

# INTRODUCTION

## L'expérimentation ibilBIDE

Depuis début 2021, le Conseil de développement du Pays Basque (CDPB) porte **l'expérimentation « ibilBIDE » sur l'orientation territoriale des jeunes**, avec le soutien de la Région Nouvelle-Aquitaine et en partenariat avec les autorités académiques. Ce projet réunit l'ensemble des parties prenantes de l'orientation en Pays Basque et place les jeunes au cœur des défis à relever.

En janvier 2021, 180 acteur·rices de l'orientation et de l'insertion en Pays Basque assistaient au lancement du projet à Anglet, à l'occasion d'une conférence inaugurale organisée par le CDPB et la Région.

Cet événement a permis de poser les bases de la réflexion qui s'est poursuivie au sein de la **commission partenariale ibilBIDE**. Cette instance réunit l'ensemble des **acteurs et actrices qui interviennent sur l'orientation en Pays Basque**<sup>1</sup> et pilote le projet ibilBIDE depuis janvier 2021.

Les premiers mois de travail ont été consacrés à **l'établissement d'un diagnostic**, auprès de ces professionnel·les, mais également des jeunes du territoire : près de 150 jeunes de tous profils, tous milieux, toutes formations... ont été interrogé·es sur leurs besoins et leurs attentes.

Trois éléments forts ressortent de ce travail de diagnostic :

- **« le plus important, c'est la pratique professionnelle »** : il faudrait multiplier au maximum les expériences en milieu professionnel pour tou·te·s les élèves, car c'est pour elles et eux autant d'occasions qui leur permettent de se découvrir et d'apprendre autrement, de gagner en estime de soi et d'acquérir au plus tôt les codes du monde professionnel ;
- **« pour s'orienter, il faut savoir qui on est »** : il est nécessaire de faire intervenir la réflexion sur l'orientation très tôt dans le parcours scolaire, et cette réflexion doit absolument impliquer un travail sur soi puisque les jeunes sont les seul·e·s à pouvoir décider de comment qu'ils·elles souhaitent s'orienter ;
- **« on ne nous enseigne pas assez notre territoire ! »**, alors qu'une meilleure connaissance du territoire, de sa culture, de son économie, de son histoire, de sa géographie... est vue comme un véritable atout pour se projeter dans son orientation et défendre son parcours.

Ce diagnostic a permis aux partenaires de définir **quatre objectifs partagés** pour la mise en actions de l'expérimentation ibilBIDE :

---

<sup>1</sup> Région Nouvelle-Aquitaine, Direction des Services Départementaux de l'Education Nationale, CIO de Bayonne Direction diocésaine de l'enseignement catholique (DDEC 64), SEASKA, Enseignement agricole public (Agrocampus 64), Enseignement agricole privé (CNEAP), Université de Pau et des Pays de l'Adour, IUT Bayonne-Pays Basque, Mission Locale Pays Basque, ERIP Pays Basque, CCI Bayonne Pays Basque, Chambre de Métiers et d'Artisanat 64, France Travail, AZIA, Du Pays Basque aux grandes écoles, Biga Bai, APEL, Cité Éducative de Bayonne, French Tech Pays Basque, Unis Cité, Launako, Conseil départemental 64, Communauté d'agglomération Pays Basque...

- **construire plus de ponts** entre le monde scolaire et le monde professionnel ;
- pouvoir **se servir du territoire comme une ressource** pour ses choix d'orientation ;
- permettre aux jeunes d'**apprendre à mieux se connaître** pour mieux s'orienter ;
- **aider les professeur-es principaux-ales à mieux accompagner** les élèves dans leur orientation.

## Le réseau d'entreprises accueillantes : principes de départ

À partir des deux premiers objectifs mentionnés ci-dessus, un groupe-projet s'est constitué, au sein de la commission partenariale ibilBIDE, dans la perspective de **réfléchir à la structuration d'un réseau d'entreprises du territoire** qui pourraient s'engager, durablement, à faciliter l'accès des jeunes au monde professionnel.

Ce groupe est composé de **partenaires volontaires, avec une expertise en la matière** : représentant-es de la CCI Bayonne Pays Basque, de la Chambre de métiers et d'artisanat 64, de l'ERIP Pays Basque et de la Mission locale Pays Basque, du Comité Local École-Entreprises Pays Basque, du service Emploi de la CAPB, de l'enseignement agricole...

Ces partenaires se sont accordé-es sur les principes qui devraient présider à la création d'un tel réseau d'entreprises accueillantes :

- au-delà du fait d'adhérer au projet, les **entreprises devraient véritablement s'engager** à accueillir des jeunes, par exemple en signant une charte ;
- ce réseau devrait être **transdisciplinaire et représentatif du tissu économique réel du Pays Basque**, autant sur la typologie des entreprises, leur localisation que sur la répartition des différents secteurs d'activité ;
- l'initiative devrait permettre de **multiplier et / ou diversifier les formats possibles de rencontres** entre jeunes et entreprises : stages, visites, rencontres de groupes, entretiens individuels... ;
- ce réseau devrait **répondre à la nécessité de « simplifier l'offre »**, sans la complexifier avec un réseau ou un outil qui s'ajouterait à l'existant.

En mai 2023, avec le soutien renouvelé de la Région Nouvelle-Aquitaine, **un chargé de mission a été embauché pour prospecter, structurer et animer** ce réseau, ainsi que pour développer des actions entre jeunes et entreprises. Ce chargé de mission était encadré par la CCI Bayonne Pays Basque (dont l'expertise historique en matière de lien aux entreprises permettait de favoriser la prise de contact) et par le CDPB, en lien avec un comité de pilotage mobilisant les partenaires du groupe projet.

Un point hebdomadaire entre le chargé de mission, la CCI Bayonne Pays Basque et le CDPB permettait de suivre l'avancée de la prospection et d'ajuster celle-ci en fonction des premiers retours du terrain.

# 1. MISSION

## 1.1. Méthodologie

La première étape de la mission a consisté à démarcher un premier cercle qualitatif d'entreprises pour constituer un noyau solide et réactif au cœur du réseau, avec un lien de confiance établi, avant d'envisager l'élargissement du vivier d'entreprises.

Ce noyau de structures « pilotes », devant être représentatif de la diversité du tissu économique territorial (en cohérence avec les principes du réseau), a été envisagé afin de recueillir le point de vue des professionnel·les sur les principes du projet et de co-construire une charte d'engagements qui soit au plus proche de leurs réalités.

### Un premier cercle d'entreprises sélectionné par l'intermédiaire des partenaires

Les entreprises de ce premier noyau ont été **identifiées grâce aux recommandations des partenaires** du groupe projet. Ce cercle s'est ensuite élargi par l'entremise des sociétés rencontrées elles-mêmes : mis-es en confiance, leurs responsables ont ensuite mis en relation le chargé de mission avec d'autres entreprises.

Avec l'expertise de la CCI Bayonne Pays Basque et dans une logique d'optimisation du premier rendez-vous, le chargé de mission a **développé un questionnaire** permettant de récolter un maximum d'informations, aussi bien quantitatives que qualitatives, dès la première rencontre. Ce précieux temps de proximité a ainsi permis de **recueillir efficacement les données utiles pour la mise en opération de ce réseau** : informations générales sur la structure, motivation à s'engager dans le réseau, contacts d'interlocuteur·rices dédié·es le cas échéant, actions existantes, périodes de disponibilité selon le ou les format(s) de rencontre envisagé(s)... tout en **envoyant également aux entreprises un signal positif sur l'aspect « concret » du projet**. En effet, les personnes rencontrées exprimaient clairement une attente d'actions concrètes, et n'auraient accordé ni temps et ni attention à un projet qui leur serait apparu comme étant seulement en phase de réflexion ou de conception.

### Établir un lien de proximité en rencontrant les entreprises dans leur environnement

Après une première prise de contact à l'oral, **les rendez-vous ont été fixés sur le site** des entreprises. Ces entretiens, généralement suivis d'une visite des locaux, permettent de **comprendre au mieux les réalités des professionnel·les**.

Prendre le temps d'échanger avec les responsables d'entreprises rencontré·es dans leur environnement de travail direct est apparu comme **essentiel pour créer rapidement une relation de qualité**, de personne à personne, et a permis d'instaurer un certain rapport de confiance vis-à-vis du projet : les responsables rencontré·es se sentent valorisé·es d'avoir été approché·es pour faire partie du premier cercle du réseau.

La commission partenariale avait, en amont, insisté sur l'importance **d'instaurer un rapport de proximité et de confiance** avec les professionnel·les, pour établir des relations solides et

durables. Il était essentiel, selon eux, « **d’humaniser la démarche** » : les entreprises auraient besoin d’identifier le partenaire avec lequel elle échange.

Ce constat s’est confirmé dès les premiers temps de la mission : en allant rencontrer les responsables d’entreprises directement sur leur lieu de travail, le salarié a pu échanger et convaincre des personnes qui malgré plusieurs relances, n’avaient pas pu être jointes ni par téléphone ni par mail (essentiellement des entreprises de moins de 20 salarié-es, dites TPE) : la pertinence de **solliciter les professionnel-les en direct**, en poussant la porte de leur bureau ou de leur atelier est indubitable, en ce qu’elle contribue à créer un lien de confiance.

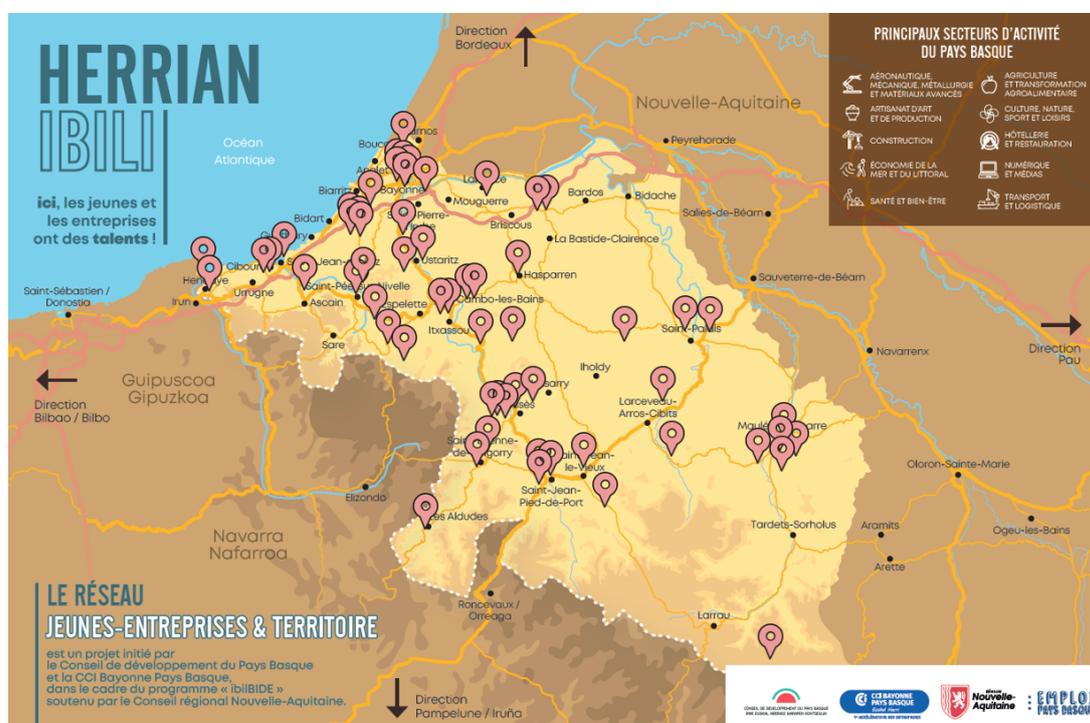
Cette **démarche a été particulièrement appréciée par les TPE** qui ne peuvent accorder que peu de temps aux sollicitations ne concernant pas directement leur cœur d’activité, **ainsi que par les entreprises localisées en Pays Basque intérieur** qui n’ont pas l’habitude d’être approchées pour ce type d’initiatives.

## 1.2. A la rencontre des entreprises

### Des entreprises, de tous secteurs, rencontrées sur l’ensemble du territoire

Le chargé de mission a rencontré, en direct et sur l’ensemble du territoire, **66 entreprises**. Il a également eu des entretiens avec différents responsables de réseaux professionnels, représentant, **en cumulé, un vivier de plus de 1.500 entreprises**.

Les déplacements induits par ces rendez-vous sur le terrain ont ainsi représenté plus de **3.000 kilomètres** parcourus pour le chargé de mission.



Localisation des entreprises rencontrées sur le terrain. Carte créée dans le cadre de ce projet et utilisée pour l’animation d’ateliers de découverte de l’économie du territoire.

Les **entreprises rencontrées** appartiennent aux **secteurs** suivants :

- Aéronautique, mécanique, matériaux avancés : 9 entreprises ;
- Agriculture et transformation agroalimentaire : 18 entreprises ;
- Artisanat d'art et de production : 15 entreprises ;
- Culture, nature, sport et loisirs : 9 entreprises ;
- Construction : 6 entreprises ;
- Numérique, communication et médias : 5 entreprises ;
- Santé et bien-être : 4 entreprises.

Parmi elles, 50 % sont des TPE, 40 % des PME et 10 % des ETI<sup>2</sup>.

À l'échelle du territoire, **96 % des entreprises emploient moins de 10 salarié-es** ; cela représente **un emploi sur deux**<sup>3</sup>. La question de la représentativité du tissu économique réel du Pays Basque est abordée plus bas dans ce rapport (*cf. 2.2 Des petites entreprises sous-représentées*).

**Plus de 80 % des entreprises rencontrées témoignent avoir déjà eu des échanges avec des jeunes sur l'année écoulée**, en stage, visite ou en intervention. Le même ratio d'entreprises se dit être ouvert à de nouvelles rencontres, quel qu'en soit le format.

Alors que des initiatives comme les stages sont déjà bien développés, **les formats permettant de toucher plus de jeunes sur un temps court (visites, interventions) sont de plus en plus plébiscités par les entreprises rencontrées**. Ce point est également développé plus loin dans le présent bilan (*cf. 4.3. Des formats de rencontres plus attractifs que d'autres pour les entreprises*).

Les entreprises rencontrées ont une **réelle conscience de leur responsabilité sociétale** en lien avec le territoire. Les deux tiers de ces entreprises souhaitent d'ailleurs **faire découvrir leurs métiers uniquement pour aider les jeunes à s'orienter** : les responsables de ces structures se disent sensibilisé-es au sujet car elles et eux-mêmes confronté-es à l'orientation de leurs enfants. L'autre tiers des entreprises s'ouvrent aux jeunes car elles sont confrontées à des **difficultés de recrutement ou d'attractivité**. Tous les secteurs d'activité semblent concernés par des difficultés à l'embauche.

Le Pays Basque a la spécificité d'être un territoire plurilingue, où près d'un-e élève sur quatre du territoire est scolarisé-e dans un système immersif ou bilingue basque<sup>4</sup>. Du côté du monde professionnel, il faut souligner que **60 % des entreprises rencontrées sont en mesure d'organiser des rencontres en langue basque**. Toutefois, l'expérimentation ibilBIDE a permis aux acteur-rices de l'enseignement immersif ou bilingue d'**alerter sur le manque de visibilité des opportunités de découverte professionnelle pour les élèves bascophones** : il apparaît donc **essentiel d'intégrer ce point** dans la constitution d'un réseau d'entreprises accueillantes au Pays Basque.

## Les organisations d'entreprises, des maillons clés du lien entre jeunes et entreprises

<sup>2</sup> Très Petites Entreprises, de 0 à 19 salarié-es / Petites et Moyennes Entreprises, de 20 à 249 salarié-es / Entreprises de Taille Intermédiaire, de 250 à 4.999 salarié-es.

<sup>3</sup> CCI BAYONNE PAYS BASQUE, COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION PAYS BASQUE. *Observatoire économique du Pays Basque*. 2019. < [https://entreprendre.communaute-paysbasque.fr/fileadmin/user\\_upload/mediatheque/kiosque/observatoire\\_economique\\_2019-FR.pdf](https://entreprendre.communaute-paysbasque.fr/fileadmin/user_upload/mediatheque/kiosque/observatoire_economique_2019-FR.pdf) >

<sup>4</sup> OFFICE PUBLIC DE LA LANGUE BASQUE. *Système d'indicateurs de la langue basque*. [consulté en janvier 2024]. < <https://www.mintzaira.fr/fr/ressources/systeme-dindicateurs-de-la-langue-basque.html> >

Ce travail de prospection a permis de cartographier une parties des initiatives portées par les réseaux d'entreprises actifs sur le territoire, et notamment l'action structurante menée par les trois centres d'appui :

- **ODACE** en Soule ;
- **INDAR développement** en Basse-Navarre ;
- **ALDATU** en pays de Hasparren.

**Ces centres d'appui et réseaux préexistants ont une très bonne connaissance du terrain** (acteur·rices, dynamiques locales...) **en raison de leur implantation micro-territoriale.** Ils disposent d'**un·e ou plusieurs animateur·rices qui sont des interlocuteur·rices repéré·es** par les entreprises locales ; cela leur permet de bénéficier d'une plus forte légitimité que celle qu'un nouveau réseau à l'échelle du Pays Basque qui serait vu comme une approche descendante, voire « hors sol », pourrait avoir depuis Bayonne.

Pour ces structures, **la découverte des métiers auprès des jeunes est devenu un axe prioritaire** depuis l'après Covid-19, notamment pour faire face aux problématiques de recrutement de leurs entreprises (*cf. 2.4. Une grande diversité d'initiatives entre jeunes et entreprises*) liées, selon les responsables d'entreprises rencontré·es aux difficultés d'accès au logement pour les salarié·es, mais aussi à une mauvaise représentation de leurs métiers auprès des jeunes.

Le chargé de mission a également rencontré des organisations d'entreprises regroupées par secteur d'activité :

- **associations** : AFT Transport et Logistique, Biharko Lurraren Elkartea pour l'agriculture ;
- **syndicats** : Union des Industries et Métiers de la Métallurgie Adour Atlantiques, CPME64 ;
- **clusters** : Pays Basque Digital pour le numérique ;
- **fédérations** : Fédération Française du Bâtiment 64.

Selon les secteurs, rencontrer ces acteur·rices peut être essentiel, et souvent plus pertinent que de prendre contact directement avec les entreprises une par une. Dans le cas du secteur agricole, par exemple (qui représente 24% des emplois sur Garazi-Baigorri et 31% sur Iholdi-Oztibarre<sup>5</sup>), **passer par des réseaux existants permet de toucher un plus grand nombre d'exploitations agricoles, d'augmenter sa légitimité auprès des professionnel·les et de gagner en efficacité dans l'organisation de rencontres.**

Ainsi, l'association Biharko Lurraren Elkartea (BLE), par exemple, rassemble plus de 300 fermes adhérentes et joue déjà un rôle d'intermédiaire entre les établissements scolaires et ses membres ; elle dispose même, à ce titre, de l'agrément national des activités de jeunesse et d'éducation populaire. Sa connaissance du secteur lui permet de solliciter les bon·nes interlocuteur·rices parmi ses membres sans toujours s'adresser aux mêmes fermes, et de pouvoir faire du « sur-mesure » en fonction des attentes des établissements scolaires (localisation, type de production agricole, etc..). L'expérience a permis à BLE de développer des formats de visites « clés en main » simplifiant l'organisation de rencontres, et de préparer leurs membres pour garantir l'intérêt de la visite, autant pour les accueillant·es que pour les jeunes.

---

<sup>5</sup> CCI et CAPB. *Observatoire économique du Pays Basque*. 2021.

Le Pays Basque est d'ores et déjà **maillé par tout un réseau d'acteurs et d'actrices structurés**, qui mènent depuis plusieurs années un **travail de fond** sur le lien entre jeunes et entreprises à leur échelle micro-territoriale (cf. 2.4. *Une grande diversité d'initiatives entre jeunes et entreprises*).

Il apparaît donc important, sinon **crucial de s'appuyer sur leur compétences et savoir-faire en la matière pour renforcer la dynamique déjà à l'œuvre** sur ces territoires ou auprès de ces filières et ainsi permettre d'**asseoir ce réseau d'entreprises accueillantes sur des bases plus solides, plutôt que de monter un projet parallèle** qui ajouterait à l'existant.

### 1.3. Expérimentation de formats de rencontres entre jeunes et entreprises

Toutes les entreprises rencontrées par le chargé de mission se sont dites motivées pour faire découvrir leurs métiers aux jeunes, sans pour autant exprimer une volonté de s'engager formellement (cf. 2.1 *S'engager dans un réseau*).

Durant sa mission, le salarié a eu l'opportunité de tester leur mobilisation sur différentes actions, en les mettant en lien avec d'autres acteur·rices. Ce fut ainsi l'occasion d'expérimenter une coordination autour de ces actions.

#### Les Journées du Patrimoine Économique

Les 24 et 25 novembre 2023, les Journées du Patrimoine Économique des Pyrénées-Atlantiques ont été organisées pour la première fois par la préfecture de Pau, avec le soutien de la CCI Bayonne Pays Basque. La journée « Portes ouvertes » du vendredi 24 novembre était dédiée aux scolaires.

Le chargé de mission a transmis cette information à quinze entreprises du réseau qui lui avaient signalé être intéressées pour faire visiter leurs locaux ou chantiers. Si elles souhaitaient participer à l'événement, les entreprises devaient remplir un formulaire en ligne, avant d'être contactées par les organisateur·rices des Journées du Patrimoine Économique.

Sur ces quinze sociétés, **seule une entreprise du bâtiment de plus de 250 salarié·es**, qui avait par ailleurs **déjà fait le choix de consacrer des moyens humains aux relations avec les jeunes**, s'est inscrite pour accueillir une classe de 3ème.

#### Visite d'une classe de 3ème « prépa-métiers » dans une entreprise de métallurgie

Le nouveau Bureau des entreprises (BDE)<sup>6</sup> d'un lycée professionnel du BAB souhaitait faire découvrir, à ses classes de 3èmes « prépa-métiers », des entreprises qui sortaient des domaines d'activité représentés au sein de l'établissement, et a sollicité le chargé de mission en ce sens. Ce dernier lui a proposé une liste de six entreprises répondant aux critères de l'établissement en termes de secteurs d'activité et de localisation, et c'est avec une ETI de la métallurgie qu'une visite a été programmée.

---

<sup>6</sup> Ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse. [Archive] *Le rôle et les missions du responsable du bureau des entreprises en lycée professionnel*. Septembre 2023 [consulté le 25 avril 2024]. < [www.education.gouv.fr/L-education-nationale-recrute-des-responsables-du-bureaus-des-entreprises-en-lycee-professionnel-378053](http://www.education.gouv.fr/L-education-nationale-recrute-des-responsables-du-bureaus-des-entreprises-en-lycee-professionnel-378053) >

Cette société a été choisie car le lycée a pu **échanger facilement avec une salariée spécifiquement détachée** sur ce genre de projets : dans ce cas comme dans le précédent, **la présence d'une personne dédiée à l'organisation de visites au sein de l'entreprise facilite la mise en œuvre de l'action.**

## Participation d'entreprises aux forums des métiers des collèges privés

Le responsable du BDE d'un lycée professionnel du Pays Basque intérieur, confronté à une diminution du nombre d'inscrit-es dans les formations industrielles de l'établissement, a souhaité faire intervenir des entreprises de ce secteur à ses côtés dans les forums des métiers des collèges privés du territoire, afin de promouvoir les métiers en lien avec les formations. Sollicité par ce responsable du BDE, le chargé de mission a contacté une quinzaine d'entreprises du réseau pour les inviter à participer à ces forums des métiers : parmi elles, seules deux ont répondu favorablement à la demande.

Là encore, ce sont **uniquement des entreprises avec des moyens humains en interne qui se sont engagées** sur cette action.

## Interventions d'entreprises dans le cadre d'ateliers de découverte de l'économie du Pays Basque

Ce travail de terrain auprès des entreprises du territoire a permis de nourrir la construction d'un récit économique, imaginé comme outil à visée pédagogique pour l'animation d'ateliers de découverte de l'économie du Pays Basque (avec la carte *Herrian ibili* - cf. 1.2.).

Plusieurs **formats d'ateliers de découverte de l'économie locale ont été expérimentés** devant différents publics (collégien·nes, lycéen·nes, professeur·es, grand public...), dont un format de présentation qui implique **l'intervention de responsables d'entreprises du réseau.**

Ainsi, lors de la première Nuit de l'orientation<sup>7</sup> organisée par la CCI Bayonne Pays Basque (le 9 novembre 2023), six professionnel·les ont pu prendre la parole devant un public composé de jeunes et de leurs parents, et présenter leurs différents secteurs d'activité, leur entreprise ou encore leur parcours.

Trois rencontres à destination des professeur·es principaux·ales du Pays Basque ont été organisées, en janvier 2024, dans le cadre de l'expérimentation ibilBIDE. À chacune de ces rencontres, un responsable d'entreprise est intervenu dans l'atelier pour s'adresser à ces professeur·es en charge de l'orientation de leurs élèves.

Ce sont, au total, neuf professionnel·les qui sont intervenu·es sur ces ateliers de découverte de l'économie locale ; sur ces neuf, **six représentaient des TPE, une typologie d'entreprises qui est pourtant difficile à mobiliser** (voir les autres actions présentées ci-dessus). Afin de

---

<sup>7</sup> Les Nuits de l'orientation existent sont portées au niveau national par le réseau des CCI. Elles visent à répondre de manière conviviale aux interrogations des jeunes et de leurs familles en ce qui concerne le choix d'un métier et d'un secteur d'activité.

concrétiser leur engagement sur ces actions, **le chargé de mission a consacré du temps à chacun·e** des professionnel·les, **de manière individuelle et personnalisée**, pour préparer avec elles et eux leur intervention : travail sur les contenus de la présentation et des échanges, organisation logistique, etc.

C'est donc ce **travail d'accompagnement individuel** mené par le chargé de mission auprès de chaque représentant·e d'entreprise qui **a permis de mobiliser des TPE**, ce qui montre que cet **enjeu est essentiel pour garantir la réalisation de rencontres** entre jeunes et monde professionnel (*cf. 2.2 Des petites entreprises sous-représentées*), et tout particulièrement pour assurer la construction de ces actions avec les artisan·es et très petites sociétés.

## 2. FAISABILITÉ D'UN RÉSEAU D'ENTREPRISES ACCUEILLANTES

### 2.1. S'engager dans un réseau

L'une des prérogatives de ce réseau était d'assurer un engagement réel des entreprises ; ainsi, au lancement de la mission, était évoquée la question de la création d'un label, accompagné d'une charte signée qui aurait engagé les entreprises.

#### Une adhésion de principe...

La **grande majorité des entreprises rencontrées adhèrent à l'esprit du projet**. Elles partagent le constat exprimé par les jeunes que, pour pouvoir s'orienter, une meilleure connaissance du territoire et de son économie est un véritable atout. De même, l'idée de multiplier les contacts avec le monde professionnel dès le collège, avant les premières échéances d'orientation trouve un véritable écho chez les professionnel·les.

**Les responsables de ces entreprises ont donc conscience d'avoir un rôle à jouer dans l'orientation des jeunes de leur territoire.** Beaucoup le font déjà (80 % des entreprises visitées disent avoir rencontré des jeunes sur l'année écoulée) et seraient motivées pour participer à plus d'actions, sous réserve qu'une personne tierce s'occupe de leur organisation pratique.

#### Mais une vigilance sur la notion d'engagement

L'engagement des entreprises était identifié comme un point de vigilance par les partenaires du groupe projet dès le début de la réflexion autour de ce réseau : « préférer le terme d'adhésion plutôt que d'engagement [...] ne pas demander un engagement juridique mais proposer plutôt une charte de libre adhésion », avaient-ils averti.

Ce point de vigilance s'est confirmé sur le terrain : **la grande majorité des entreprises ne souhaite pas s'engager dans un nouveau réseau**. Une simple mention de leur société, sur une plateforme d'emploi local, en tant qu'entreprise accueillante est même considérée par certain·es comme une forme d'engagement ; ils craignent notamment d'être sursollicités pour des stages de découverte (*cf. 2.3. Des formats de rencontres plus attractifs que d'autres pour les entreprises*). C'est d'autant plus vrai **pour les entreprises qui ont des moyens humains et un temps limités** à consacrer à leurs relations avec les jeunes. Elles ne veulent pas avoir des « obligations » dans un réseau.

**Tout terme évoquant une notion d'engagement inquiète** : une certaine prudence est donc de mise avec l'emploi de mots comme « charte », « adhésion »... lorsque les entreprises sont contactées pour participer à ce réseau.

Même si ces entreprises adhèrent au projet et à ses principes, même si elles se sentent concernées par l'orientation des jeunes, **elles ne considèrent pas le sujet comme « vital »** (terme employé par une responsable RH), d'autant que beaucoup d'entre elles interviennent déjà ponctuellement auprès des jeunes.

Elles disent donc qu'elles pourront **se rendre disponibles** pour intervenir auprès de jeunes **si on les sollicite**. Mais elles n'auront **qu'un temps limité à accorder : celui de leur l'intervention**.

## 2.2 Des petites entreprises sous-représentées

Une autre prérogative de la constitution de ce réseau était sa représentativité : les acteur·rices réuni·es autour du groupe projet avaient posé le fait qu'il faille **penser « un réseau représentatif du tissu économique réel du Pays Basque** en termes de secteur d'activité, secteur géographique, taille d'entreprises ».

Il y avait un point de vigilance important à **ne pas (sur-)représenter les mêmes entreprises ou filières structurées** qui ont les moyens de s'investir auprès des jeunes, et qui bénéficient donc déjà d'une bonne visibilité auprès de ce public.

### Des entreprises qui ont les moyens de s'organiser

La taille de l'entreprise est le premier facteur discriminant : seulement 50 % des entreprises accueillantes que le chargé de mission a pu rencontrer sont des TPE (rappelons que 96% des entreprises du Pays Basque comptent moins de 10 salarié·es).

Ce projet a permis de mettre en lumière qu'il est **beaucoup plus compliqué de prendre contact avec elles et de les mobiliser**. Plusieurs explications peuvent être apportées :

- À partir d'un certain nombre de salarié·es ou d'une certaine ampleur d'activité, les entreprises se dotent d'un **service RH**, et donc de **personnes en interne qui peuvent avoir du temps à consacrer à l'organisation de l'accueil des jeunes**.

Le service RH d'un grand groupe local du BTP dédie ainsi plusieurs personnes de son service aux relations entre ses entreprises et les écoles du territoire, avec comme objectif de multiplier les interventions de ses salarié·es en milieu scolaire (notamment en lien avec les difficultés du secteur).

- **Au-delà des seuls moyens humains, c'est la question des moyens financiers qui est ici prédominante** : « *si le point bloquant est le financement de la visite, nous sommes en mesure de tout payer, bus, etc.* » confie, très concrètement, le responsable RH d'une entreprise industrielle de plus de 250 salarié·e·s, quand des petites entreprises auront plutôt tendance à demander des dédommagement pour leur implication dans des actions en direction des jeunes (cf. ci-dessous).

### Des TPE motivées mais sans moyens

« *Je suis motivée pour accueillir des jeunes en visite, ou même intervenir ponctuellement en classe, mais je n'ai pas le temps de m'en occuper* » explique la cheffe d'une entreprise agroalimentaire de quatre salarié·es.

Ce témoignage illustre un **élément clé à prendre en compte** dans la constitution d'un réseau d'entreprises qui reflète la réalité économique du territoire : **pour les TPE, se rendre disponible pour de telles initiatives apparaît en effet beaucoup plus compliqué**. Les

personnes qui y travaillent sont généralement beaucoup plus polyvalentes (elles assurent plusieurs missions de front) et doivent hiérarchiser leurs actions. **L'accueil des jeunes n'est pas considéré comme prioritaire**, même si les responsables de ces structures s'accordent sur l'importance de pouvoir faire découvrir leurs métiers aux jeunes.

Le responsable RH d'une PME de 45 salarié·e·s confirme ce constat : « *mon entreprise a la **chance d'avoir quelqu'un pour s'en occuper**. Je n'imagine même pas comment le gérant d'une petite entreprise, qui doit s'occuper de la gestion, de la compta, des ventes, de la production etc., se débrouille pour faire de la relation aux écoles. C'est matériellement impossible !* »

Au contraire de ces plus grandes entreprises qui peuvent consacrer des moyens au lien avec les écoles et les jeunes, **les TPE n'ont donc pas les finances nécessaires pour s'investir** dans ces actions. Une entrepreneuse déclare ainsi : « *une demi-journée consacrée à la découverte de mon métier a un coût pour moi, est-il possible d'être dédommagé·e pour ce temps imparti ?* ». Cette demande est revenue plusieurs fois dans les échanges des responsables de petites entreprises avec le chargé de mission et les partenaires ibilBIDE le confirment : « **l'indemnisation des TPE pour le temps d'accueil serait un véritable levier pour les mobiliser** ».

L'un des risques de la constitution d'un réseau d'entreprises serait de tomber dans une certaine facilité en **ne mobilisant que des grosses entreprises**, du fait du temps et des moyens qu'elles allouent déjà au lien avec les jeunes.

Elles ne sont pourtant **pas représentatives du tissu économique du Pays Basque**, et elles bénéficient déjà de plus de visibilité que toutes les TPE plus discrètes qui composent pourtant une part importante de la réalité économique locale. **Il convient donc de prêter particulièrement attention à ce paramètre pour réussir à structurer un réseau qui reflète cette réalité.**

### 2.3. Des formats de rencontres plus attractifs que d'autres pour les entreprises

Une autre prérogative à ce projet de réseau était de pouvoir proposer un éventail large de formats de rencontres entre jeunes et entreprises : stages de courte ou de moyenne durée, accueil de groupes, entretiens en visioconférence, interventions en classe, visites d'entreprises, événements... **Tous ces formats ne sont pas plébiscités de la même manière** par les entreprises, mais des tendances semblent se dessiner.

#### Les stages de découverte : un format de rencontre largement répandu mais qui interroge

Du côté des jeunes et de leurs accompagnant·es, l'intérêt envers un réseau d'entreprises accueillantes est **vif pour de la recherche de stages** (besoin confirmé lors de rencontres avec les professeur·e·s principal·es, et qui devrait considérablement s'accroître avec le nouveau stage obligatoire des élèves de 2nde). Cependant, 80 % des entreprises rencontrées accueillent déjà des stagiaires, et **une majorité d'entre elles ne souhaitent pas en accueillir plus.**

Est mise en cause la **charge ajoutée aux salarié-es encadrant ces stages de découverte, et un questionnement sur l'intérêt réel pour le-la jeune** qui se retrouve dans une position passive. Le responsable RH d'une PME ne mâche pas ses mots sur le sujet : « **le stage de moins de deux semaines est un format bâtarde** : *c'est trop court [pour le jeune] pour savoir si le quotidien lui plaît, ça ne suffit pas [...], et en même temps c'est chiant pour l'entreprise ; tu ne vas pas investir du temps pour lui apprendre parce que dans quinze jours, il n'est plus là !* ».

Pour que ces stages puissent être mieux acceptés et mieux valorisés, la commission partenariale ibilBIDE **insiste sur la nécessité que les jeunes soient préparé-es** à leur immersion, **et que les entreprises soient préparé-es** à les accueillir ; les partenaires suggèrent, par exemple, la possibilité que « les acteurs compétents travaillent sur des grilles de parcours pour les jeunes et les entreprises ». Ils-elles rappellent également que, du côté des jeunes, **l'implication des établissements scolaires et des parents est essentielle**. En ce qui concerne l'accompagnement des entreprises, les partenaires émettent l'hypothèse que les OPCO, avec leur connaissance des secteurs professionnels, pourraient être une ressource pour l'élaboration d'outils de préparation à l'accueil de jeunes.

Les **entreprises sont de plus en plus sollicitées** pour accueillir des stagiaires « découverte » :

- outre le stage obligatoire de 3ème, un nouveau stage est devenu obligatoire en 2nde et les entreprises sont invitées à s'inscrire sur la plateforme 1jeune1solution pour permettre à ces lycéen-nes de trouver un stage,
- la notoriété croissante des Pass'Métiers (dispositif proposé par les chambres consulaires pour effectuer des stages de découverte pendant les vacances scolaires),
- la plateforme « Immersion facilitée » (périodes de mise en situation en milieu professionnel pour les adultes)...

La **superposition de ces dispositifs**, même s'ils ont leurs spécificités, **crée de la confusion pour les entreprises** et peut occasionner un **sentiment de sur-sollicitation**.

**L'accompagnement des entreprises et des jeunes est un enjeu crucial de la réflexion sur les stages de découverte**, identifié de longue date par les acteur-rices de l'orientation réuni-es au sein de la commission partenariale : ils-elles rappellent que là est la clé de temps d'immersion en entreprises qui soient gratifiants pour les deux parties.

Toutefois, les partenaires préconisent d'accompagner en priorité les entreprises qui ont envie de s'engager sans savoir comment procéder (plutôt qu'en faisant « du forcing » auprès d'entreprises qui n'auraient pas envie d'accueillir de stagiaires).

## Les formats permettant de toucher un groupe de jeunes sur un temps court

En cohérence avec les doutes qu'elles expriment sur le format des stages, ainsi qu'avec leurs contraintes de moyens et / ou d'emploi du temps, **beaucoup d'entreprises sont favorables aux initiatives permettant de toucher un groupe de jeunes sur un temps court**, qu'elles trouvent « plus impactantes » : visites d'entreprises, interventions en classe...

Ce responsable RH déjà cité dans la partie précédente déclare : « *si on assume que [ce format de stage] c'est de la découverte, que le but est de montrer, il faudrait favoriser des visites organisées* ». Les cheffes d'entreprises sont **ouvert-es à d'autres initiatives permettant de**

**faire découvrir leurs métiers à plusieurs jeunes sur un temps plus court** – et donc, de gagner « en efficacité » selon leurs critères.

On peut citer les quatre exemples suivants, dont les formats ont été plébiscités par les entreprises lors des entretiens, mais également par les jeunes et / ou d'autres acteur·rices de l'orientation :

#### – Les *speed-dating* parents-élèves

En partant du principe que, parmi les parents d'élèves, il existe une très riche diversité de métiers, les professeur·es des établissements concernés (plus spécifiquement des collèges, dans les cas de figure rencontrés par le chargé de mission) les invitent à venir parler de leur profession aux élèves pendant une ou deux heures de temps de classe.

L'initiative a l'avantage d'être relativement **facile à organiser, même avec un budget limité** : « *le fait que ce soit pendant des heures de cours fait que ce n'est pas vécu comme un contrainte pour les jeunes. Pour nous [professionnel·les], qu'on prenne en journée un créneau pour un réunion ou pour le speed-dating, c'est la même chose. Il suffit juste d'une salle, de tables et d'un minimum d'organisation pour que tout le monde puisse tourner* », explique la cheffe d'une entreprise agroalimentaire y ayant participé.

De plus, **les parents s'avèrent être plus facilement mobilisables** que des professionnel·les sans aucun lien avec l'établissement : iels sont concerné·es par l'orientation de leurs enfants.

Les professionnel·les insistent sur la **qualité des échanges** qui peuvent avoir lieu dans ce cadre plus informel : « [ce speed-dating] *nous permet d'être plus accessible, plus avenant. Les jeunes nous voient comme parents avant chefs d'entreprises, ils se sentent moins intimidé qu'en entreprise derrière un bureau, ils sont dans leur élément, la discussion est beaucoup plus facile* ». **Ce rapport de proximité permet d'incarner et de dédramatiser l'orientation alors que le monde du travail « leur fait plutôt peur ».**

De fait, les *speed dating* ont de très bons retours de la part de tou·tes les parties prenantes : **le format permet d'éveiller les curiosités et de rendre concret, de personnaliser des métiers inconnus**. Fort d'expériences réussies, les établissements concernés renouvellent l'expérience, en élargissant le cercle d'intervenant·es aux proches des familles et à leurs ancien·nes élèves, notamment pour rendre visible des métiers pas ou peu représentés.

#### – Les « packs Orientation » en Soule

Parmi les actions les plus coordonnées et pérennes observées sur le territoire, on trouve les « packs Orientation » portés conjointement par AZIA (association pour les jeunes) et l'ODACE (centre d'appui aux entreprises) en Soule. Depuis 2018, ces deux associations organisent leurs actions d'orientation lors d'**ateliers de pilotage incluant les différentes parties prenantes du territoire**, dont les chef·fe·s d'établissements concerné·es.

D'octobre à février (avant les échéances de choix d'orientation), les deux structures proposent ainsi, aux classes de 4ème et de 3ème de ce territoire, des ateliers autour du Guide

de l'emploi en Soule<sup>8</sup>, des rencontres avec des professionnel·les et des visites d'entreprises. **Alors qu'AZIA intervient en classe pour notamment préparer les jeunes aux visites, l'ODACE prépare quant à elle les entreprises à accueillir au mieux ces visites.** Cette coordination leur permet d'agir en direction des deux publics concernés pour un travail sur-mesure, et les deux associations assurent un suivi qui leur permet d'améliorer leurs actions d'année en année.

#### – Le Rallye des métiers sur le stage de 3e

Le Rallye des métiers est un dispositif permettant à un petit groupe de collégien·nes de visiter, sur la semaine de stage obligatoire, **une entreprise locale par demi-journée** dans différents secteurs d'activité.

Un rallye a ainsi été expérimenté en Basse-Navarre en 2023, auprès de collégien·nes de 3ème n'ayant pas trouvé d'entreprises d'accueil pour leur stage. Cet événement a été porté par INDAR développement (centre local d'appui aux entreprises), et le CREPI Pyrénées (Club régional d'entreprises partenaires/insertion pour l'emploi).

Les retours des entreprises sont positifs : elles ont le sentiment d'avoir **plus d'impact qu'avec un·e seul·e stagiaire**, et le dispositif est considéré comme **moins chronophage** que l'encadrement de cette stagiaire sur une semaine.

#### – La simulation de création d'une mini-entreprise au collège

Une classe de troisième d'un collège de Basse-Navarre s'est engagée dans la **création d'une mini-entreprise en partenariat avec l'association Entreprendre pour apprendre (EPA)**. Chaque élève avait un rôle défini dans l'entreprise en fonction de ses centres d'intérêt : fabrication, comptabilité, vente, communication, etc.

Le projet leur a permis de transformer une idée en produit commercialisé (une lampe) dans les commerces des alentours. Supervisé par des entrepreneur·euses, chef·fes et salarié·e-s d'entreprises du territoire, ce projet sur l'année a permis aux élèves de **développer une orientation plus active, notamment par la prise de responsabilités.**

Les chef·fes d'entreprises rencontrés ayant participé à cette action saluent quant à eux **l'opportunité d'avoir pu intervenir** auprès des jeunes **avec une approche plus concrète du monde de l'entreprise.**

À noter que, hors le *speed-dating*, les dispositifs cités nécessitent du temps d'animation et un budget conséquent pour pouvoir être mis en œuvre.

## 2.4. Une grande diversité d'initiatives entre jeunes et entreprises

---

<sup>8</sup> AZIA. *Le Guide de l'Emploi* [en ligne]. 2018 [consulté en mars 2024]. < <https://azia.xyz/wp-content/uploads/2018/04/azia-guide-mars-2018-internet.pdf> >

**Un écosystème foisonnant d'acteur·rices multiplie les actions et les outils à différentes échelles.** La dynamique semble s'être accélérée après l'épidémie de Covid-19, en réponse notamment aux difficultés de recrutement des entreprises. Le travail mené pendant un an par le chargé de mission a permis de constater que le **panorama n'est plus le même qu'au lancement de l'expérimentation ibilBIDE en 2021.**

Ainsi, des dispositifs gouvernementaux ont été déployés, à l'échelle nationale, sur ce créneau du lien entre jeunes et entreprises. Le dispositif gouvernemental « 1jeune1solution » incite par exemple les entreprises à s'enregistrer pour accueillir des stagiaires de 2<sup>nd</sup>e générale et technologique. Elles sont également incitées à s'inscrire sur la plateforme « Immersion facilitée », pour accueillir plutôt des actif·ves et des jeunes non scolarisé·es cherchant à découvrir le monde professionnel et ses métiers.

Et de **nouvelles initiatives émergent** également au niveau local.

### Du côté du monde scolaire...

Chaque établissement scolaire développe son propre réseau, et tout particulièrement les lycées professionnels qui disposent d'un nouveau BDE depuis la rentrée 2023 et la mise en application de la réforme du lycée professionnel. L'ambition assumée de ces BDE est « d'ouvrir un réseau professionnel aux jeunes qui n'en ont pas et de créer un point d'entrée pour chaque entreprise du territoire »<sup>9</sup>.

Par exemple, le BDE d'un lycée privé situé en Pays Basque intérieur initie une démarche pour **jouer le rôle d'intermédiaire entre les entreprises de son champ d'activité et les collèges privés** souhaitant organiser des interventions de professionnel·les ou des visites. Le constat du professionnel en charge de ce BDE fait écho au diagnostic réalisé dans le cadre de l'expérimentation, qui a motivé la présente étude de faisabilité d'un réseau d'entreprises accueillantes : « nous avons du mal à attirer les collégiens dans nos formations professionnelles. Pour leur donner envie, il n'y a **pas meilleur ambassadeur qu'un professionnel passionné par son métier. Or les entreprises qui veulent aller dans les collèges ne savent pas comment faire, à qui s'adresser.** Nous [le BDE] proposons d'être le maillon manquant dans l'organisation de ces rencontres ».

### Et du côté des entreprises

Beaucoup d'acteur·ices rencontré·es sont membres de groupements d'entreprises : centres d'appui, fédérations, associations, clusters, etc. Ils paient une cotisation à ces groupements dont une des missions principales est devenue, ces dernières années, la promotion des métiers auprès des jeunes.

Ces groupements d'entreprises **multiplient de ce fait les actions en faveur de la découverte des métiers** de leur filière. On peut citer les exemples suivants :

---

<sup>9</sup> Ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse. [Archive] *Le rôle et les missions du responsable du bureau des entreprises en lycée professionnel*. Septembre 2023 [consulté le 25 avril 2024]. < [www.education.gouv.fr/l-education-nationale-recrute-des-responsables-du-bureaus-des-entreprises-en-lycee-professionnel-378053](http://www.education.gouv.fr/l-education-nationale-recrute-des-responsables-du-bureaus-des-entreprises-en-lycee-professionnel-378053) >

- la Fédération du Bâtiment 64 fait intervenir des jeunes entrepreneur·euses dans les collèges du département (1.200 collégien·nes touché·es en 2023) ;
- l’UIMM organise de nombreuses actions à destination des jeunes et des personnes en recherche d’emploi lors de la Semaine de l’industrie (événement annuel à l’initiative du gouvernement) ;
- la French Tech Pays Basque organise depuis 2022 à l’Estia une journée "Mon Innovation, Mon Territoire" à destination notamment des lycéen·nes du Pays Basque ;
- INDAR développement co-organise la Ligue des métiers<sup>10</sup> et le Rallye des métiers...

En plus de mettre en place des actions, toutes **ces têtes de réseaux se positionnent comme intermédiaires** entre leurs entreprises et les jeunes du territoire pour organiser des rencontres. Comme explicité plus haut, ces acteur·rices sont **absolument à prendre en considération dans la structuration et l’animation d’un réseau** (pour leur carnet d’adresses et leur légitimité auprès des entreprises, les moyens qu’elles allouent à ces projets...).

Si la diversité des acteur·rices intervenant sur le segment de la découverte du monde professionnel peut être considérée comme une richesse pour des entreprises qui souhaitent faire découvrir plus largement leurs métiers, cette diversité d’interlocuteur·rices et d’actions contribue à donner une **image complexe de l’écosystème** et peut **apporter de la confusion pour des professionnel·les** qui ont des difficultés à identifier la personne à qui s’adresser. A partir de ce constat, **les acteur·rices de l’orientation identifient le besoin « d’une animation à l’échelle territoriale**, qui intègre les acteurs actifs et légitimes à l’échelle micro-territoriale » : la pertinence d’un réseau d’entreprises accueillantes se mesurerait surtout à sa **capacité à rassembler les réseaux et les acteur·rices existants**.

---

<sup>10</sup> La « Ligue des métiers 64 » est un projet financé par la DDETS Pyrénées-Atlantiques (Direction départementale de l’emploi, du travail et des solidarités). En 2023, plus de 600 collégien·nes de Basse-Navarre ont rencontré, via ce dispositif, des professionnel·les de l’hôtellerie / restauration et du BTP.

## Conclusions

Depuis le lancement de l'expérimentation ibilBIDE et le diagnostic posé par les acteur·rices de la Commission partenariale et les jeunes rencontrés sur tout le territoire du Pays Basque, en 2021, **le paysage de l'orientation a connu des évolutions significatives, notamment sur la question du lien entre jeunes et entreprises**. La découverte des métiers est devenue une priorité, tant pour le monde scolaire que pour le monde de l'entreprise, induisant un accroissement des actions portées, à différentes échelles, par différent·es acteur·rices.

L'étude de faisabilité sur la création d'un réseau d'entreprises accueillantes pour les jeunes, menée au plus près du terrain, **affirme donc la nécessaire évolution de ce type de projets**. En effet, un modèle de nouveau réseau, dans lequel les entreprises s'engageraient sur la base d'une charte, et qui pourrait exister « par lui-même » semble obsolète et inadapté à la réalité des professionnel·les :

- la grande majorité d'entre elleux est **consciente de sa double responsabilité envers les jeunes et envers le territoire**, et beaucoup s'engagent déjà en faveur de la découverte du monde professionnel par les jeunes ;
- cependant, il existe une **véritable disparité de moyens** entre les grosses entreprises ou les secteurs fédérés, qui disposent de services RH ou qui dédient des salarié·es au lien entre jeunes et entreprises, et les petites ou toutes petites entreprises qui n'ont ni le temps, ni les moyens de d'y consacrer beaucoup de temps (pour rappel, au Pays Basque, ces TPE représentent 96 % du tissu économique local) ;
- les professionnel·les déplorent **un écosystème complexe et difficilement lisible**, au sein duquel ils-elles se trouvent confronté·es à une multiplicité d'initiatives et de réseaux, en augmentation constante.

Il convient donc de tenir compte et d'**intégrer à la démarche les acteur·rices qui agissent déjà, souvent à l'échelle micro-territoriale**, pour que les jeunes puissent découvrir le monde professionnel : groupements d'entreprises, centres d'appui, clusters, syndicats, associations locales...

Enfin, il apparaît que le succès d'une rencontre entre jeunes et professionnel·les tient au **travail d'accompagnement de l'un et de l'autre** : analyse des besoins, réflexion sur les personnes à rencontrer et le format de rencontre, préparation de la rencontre elle-même... Les acteur·rices de l'orientation s'accordent sur le fait que **la clé de la réussite d'une action réside dans l'écoute, dans la préparation et dans la coordination** des différent·es parties prenantes du projet.

L'accompagnement **des entreprises dans leur démarche « d'aller vers »** les jeunes, autant que celui **des jeunes et les autres acteur·rices impliqué·es** dans les actions (professeur·es, parents...) semble être l'un des points névralgiques de la pertinence et de l'impact réel, durable, d'un projet de réseau d'entreprises accueillantes.

Une entité qui puisse assurer cet accompagnement, mais plus largement l'intermédiaire et la coordination des actions ayant trait au lien entre jeunes et entreprises, apparaît essentiel pour **garantir également la représentativité de la réalité économique du territoire** au sein du réseau, ainsi qu'une certaine équité dans la découverte du monde professionnel par les jeunes.

Derrière cet enjeu, partagé aussi bien par les professionnel·les que par les acteur·rices de l'orientation, c'est le **rôle structurant d'une animation de proximité qui se dessine**, une animation qui soit ancrée sur son territoire et au sein de son écosystème.

Cette **nécessité d'une l'animation, d'une mise en relation** des différent·es acteur·rices est cruciale pour **favoriser l'interconnaissance** au sein de l'écosystème, **la mutualisation des moyens et la mise en synergie** des actions. Pouvoir réunir et mobiliser les acteur·rices du territoire impliqués·es, à différentes échelles et auprès de différents publics, sur ces questions de lien entre jeunes et entreprises, de découverte du monde professionnel... est la clé pour **répondre aux enjeux liés à l'orientation** des jeunes, mais également **aux enjeux économiques du territoire**.

Un projet de réseau d'entreprises accueillantes apparaît **pérenne à la condition essentielle qu'il soit issu et ancré dans la réalité de son territoire**, et réellement fédérateur de l'ensemble des acteur·rices de l'éco-système local.