

# Les mini-entreprises Sabine Gans

**Les entreprises d'élèves, ci-après désignées mini-entreprises, ne présentent pas seulement des occasions de développer des compétences économiques dans un contexte réel orienté vers l'action, mais aussi une possibilité pour les élèves de s'engager en dehors de l'école à travers des offres au sein de la communauté et de la société.**

Les projets menés par les élèves au sein de mini-entreprises représentent une tradition dans de nombreuses écoles. Ils sont généralement associés à l'économie, à l'«entrepreneuriat» et à l'éducation économique et sont souvent rattachés aux matières correspondantes. Les élèves développent leurs propres idées commerciales, les réalisent et agissent sur un marché réel.

## Apprendre la démocratie à travers les projets des mini-entreprises ?

L'apprentissage de la démocratie passe donc par l'étude de thèmes économiques, mais aussi par l'action économique elle-même. Dans une entreprise d'élèves, cela peut consister par exemple à comparer les différentes formes d'entreprises, à utiliser des techniques de créativité pour stimuler la formation d'opinion ou encore à voter l'utilisation du capital. Les expériences et les compétences ainsi acquises sont transposables et applicables à d'autres processus de formation démocratique de l'opinion et de la volonté. Les entreprises d'élèves organisées selon le principe de la coopérative s'y prêtent particulièrement.

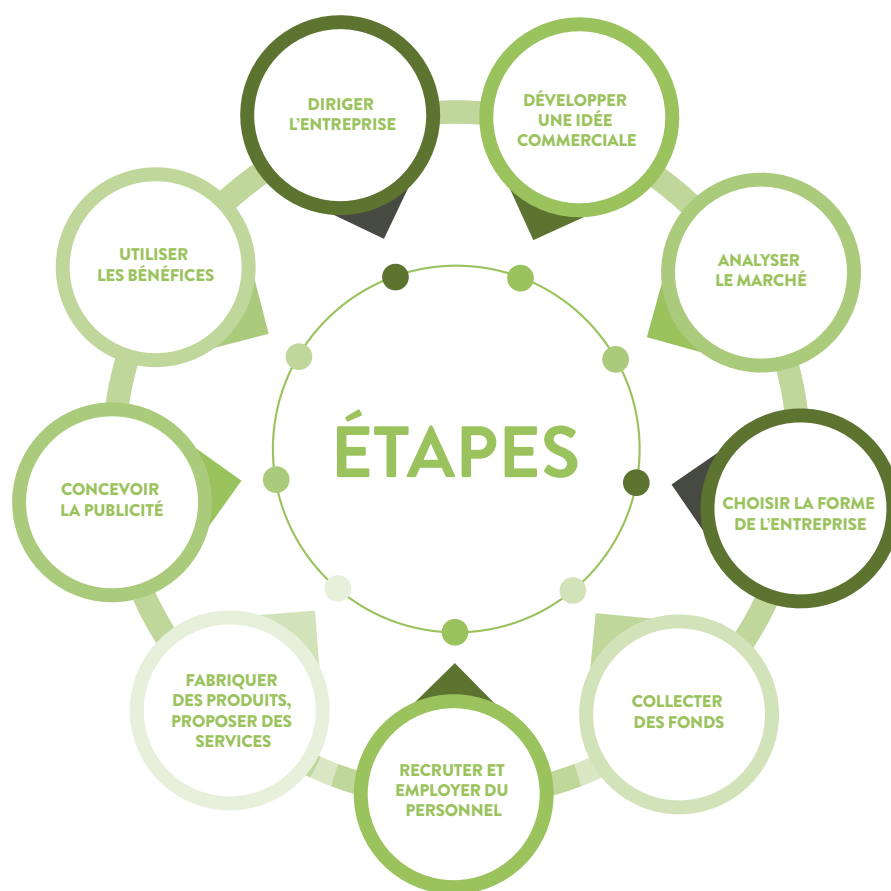
Fondamentalement, il convient de noter que dans le canon des objectifs entrepreneuriaux, il ne faut pas partir du principe d'une primauté de la participation. Les considérations économiques et la responsabilité envers les investisseurs ou les bailleurs de fonds ont souvent la priorité. La participation des collaborateurs se déroule au sein d'organes et de structures définies, qui ne peuvent pas non plus s'affranchir de ces considérations. Ainsi,

les employé·e·s ont largement contribué à la survie des entreprises en renonçant par exemple à leur salaire ou à travers d'autres concessions, et ce, pas uniquement pendant la crise du Coronavirus.

## Opportunité d'ouverture de l'école

Les projets d'élèves invitent l'école à s'ouvrir. Dans le cadre de la recherche d'idées commerciales, on observe l'es-

pace économique régional : une analyse de marché, des études de faisabilité et l'organisation de visites offrent des possibilités de prise de contact avec des entreprises, mais aussi avec des client·e·s potentiel·le·s. Ceux·elles-ci formulent des souhaits et des besoins et offrent ainsi un aperçu des situations de vie et des besoins. Cela ouvre le dialogue avec différents groupes sociaux : des générations



Étapes d'une entreprise d'élèves



## LISTE DE VERIFICATION Mini-entreprises

### Objectif

Les élèves prennent des décisions économiques durables et dûment argumentées. Ils·Elles travaillent de manière participative et profitent des opportunités d'engagement social, civique et personnel.

### Groupe cible

Élèves de tous les niveaux de classe

### Durée

Dans l'idéal, au moins un an pour les projets à long terme, mais un projet plus court est également possible, par exemple l'organisation d'une vente pendant la récréation, etc.

### Déroulement

- ✓ Planification et constitution : trouver une idée commerciale, formuler les objectifs de l'entreprise, obtenir des capitaux, prévoir le personnel
- ✓ Production et vente : fabriquer des produits, proposer des services, planifier et réaliser des actions de vente
- ✓ Comptabilisation des paiements : payer les factures, utiliser les bénéfices

### Conseil

Même pour un projet à court terme tel qu'une vente pendant la récréation, il est possible de respecter les étapes présentées. Peut-être que le désir de soutenir une initiative d'utilité publique ou autre est à l'origine du projet. Dans ce cas, il est possible de mettre l'accent sur l'aspect correspondant (p. ex., utilisation des bénéfices pour une production la moins coûteuse possible).

différentes, des habitant·e·s de différents lieux et quartiers ou des personnes issues de différents milieux sociaux. Le développement de nouveaux produits ne doit donc pas uniquement prendre en compte la perspective de l'entreprise ; ce sont plutôt des questions d'ordre structurel ou les lacunes constatées dans l'offre locale qui devraient alimenter les réflexions sur les innovations et les nouvelles idées com-

merciales. L'échange avec les comités et les élu·e·s locaux·ales permet d'identifier les possibilités de participation et invite les élèves à s'engager personnellement.

Au-delà de l'idée commerciale, la forme et la structure de l'entreprise ont aussi leur importance. Une SARL limite la responsabilité - et donc la responsabilité de l'entreprise - en cas d'échec, tan-

dis qu'une société de capitaux rend des comptes avant tout aux actionnaires et aux investisseurs. Les coopératives, en revanche, sont davantage guidées par des principes de solidarité ou de communauté. Elles sont souvent créées lorsque l'on souhaite, par exemple, assurer un approvisionnement local par l'intermédiaire d'un magasin de village ou commercialiser collectivement des produits laitiers en tant qu'agriculteurs. On peut également observer cela dans les écoles.

C'est justement dans la phase de constitution, mais aussi tout au long de l'activité de l'entreprise des élèves, que de nombreuses concertations et formations d'opinion sont nécessaires. On peut ici avoir recours à des techniques de créativité et à des formes de travail coopératives.

Les résultats sont traités de manière démocratique : les idées sont placées sur un pied d'égalité et discutées ultérieurement. Il n'y a pas d'« ordre ». Le travail réalisé au sein des mini-entreprises favorise l'apprentissage autonome et orienté vers l'action. Il peut offrir une vision globale de l'économie et une multitude d'occasions de coopération. Les élèves agissent dans la réalité tout en étant accompagné·e·s par des enseignant·e·s et intégré·e·s dans un projet scolaire. Celui-ci est placé sous la primauté de la pédagogie.

### Sabine Gans

est collaboratrice du département Didactique des sciences sociales de l'université de Trèves et enseignante dans une Realschule plus. En tant que conseillère en éducation économique, elle s'engage pour une éducation socio-économique critique et mène des recherches sur les représentations des enseignant·e·s dans le contexte d'un travail en mini-entreprise.

SITUATION	QUESTIONS DIRECTRICES	OPPORTUNITÉS D'ACTION PARTICIPATIVE ET ENGAGÉE
Développer une idée commerciale	Comment la vie économique doit-elle être organisée ?	Utiliser des techniques de créativité
Analyser le marché	Existe-t-il des lacunes dans l'offre locale ?	Apprendre à connaître les processus de décision politiques et communaux et les élu-e-s locaux-ales, s'engager dans des comités et des fonctions.
Choisir la forme de l'entreprise		Etablir des services d'aide ou des systèmes de soutien
Collecter des fonds	Des investissements durables sont-ils possibles ?	Se procurer des informations Peser les opinions, prendre des décisions Communiquer et présenter les résultats
Recruter et employer du personnel	Comment les droits et les intérêts des collaborateur-ric-e-s peuvent-ils être préservés ?	Négocier les salaires et les traitements Mener les discussions de manière constructive en cas de conflit
Fabriquer des produits, proposer des services	Est-il possible de produire à la fois de manière durable et à moindre coût ?	Décider de l'utilisation des moyens de production Envisager des produits durables et régionaux Prendre en compte ou introduire des projets d'économie de partage, par ex. des bourses d'échange
Concevoir la publicité	Comment atteindre le plus grand nombre de personnes possible ?	Informar sur les nouvelles offres de services et de produits
Utiliser les bénéfices	Comment faire le bien, soutenir des causes importantes ?	Formuler et pondérer ses propres objectifs d'entreprise Mener les discussions de manière constructive en cas de conflit
Diriger l'entreprise	Comment les conflits peuvent-ils être résolus ? À quel niveau faut-il prendre des responsabilités ?	

## Matériel pratique

### ↓ APERÇU : LES MINI-ENTREPRISES SE METTENT EN RÉSEAU ET S'ENGAGENT

De l'idée à la gestion d'une entreprise – un aperçu de toutes les étapes.

### ↓ QUESTIONNAIRE D'EXPLORATION : NOTRE SITE SCOLAIRE

La réalisation d'une idée commerciale doit être précédée d'une analyse de marché. Celle-ci permet d'avoir un aperçu de la structure des entreprises locales. Quelles sont les offres existantes ? Quels secteurs, services ou produits manquent à l'appel ? Quelle est la situation de la concurrence ?

Le questionnaire d'exploration aide à connaître son propre environnement régional, afin de tirer ensuite les conséquences des observations et des enquêtes pour sa propre activité d'entrepreneur-e. Différentes perspectives sont ici envisageables (entrepreneur-e-s, client-e-s de différents groupes d'âge, décideurs communaux, etc.

### ↓ FICHE D'ÉVALUATION/FEUILLE DE ROUTE : NOUS PRENONS DES DÉCISIONS

À l'aide des étapes de travail, les élèves peuvent verbaliser leurs observations, les classer et les hiérarchiser. Ils-Elles en discutent en petits groupes, en tirent les conséquences et établissent une feuille de route pour leur propre entreprise.



La version complète  
du matériel sur  
[www.mateneen.eu](http://www.mateneen.eu)

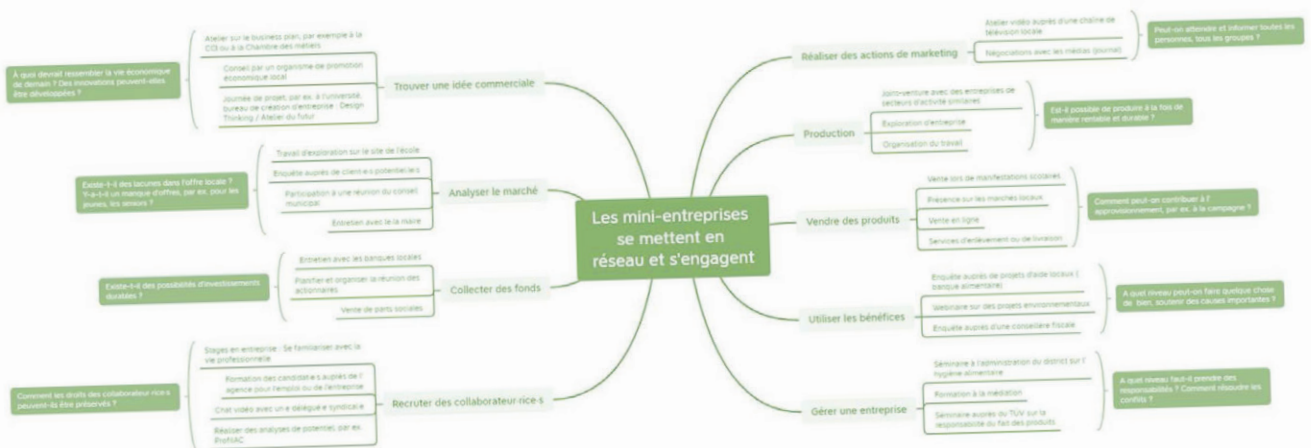
# MATÉRIEL PRATIQUE

## Aperçu : Les mini-entreprises se mettent en réseau et s'engagent

mateneen | Ouvrir l'école et la relier au monde | Matériel pratique | Les mini-entreprises se mettent en réseau et s'engagent



### Aperçu : Les mini-entreprises se mettent en réseau et s'engagent



Université de Trèves | Zentrum für politisch Bildung | Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse | CC-BY



## MATÉRIEL PRATIQUE

### Aperçu : Questionnaire d'exploration, Fiche d'évaluation/Feuille de route

