

BUREAU NATIONAL DES ÉTUDIANTS EN ÉCOLE DE MANAGEMENT



**Commission
Diversité Sociale**

BNEM AMBASSADEURS

**UN DISPOSITIF D'OUVERTURE SOCIALE
DÉPLOYÉ AU NATIONAL AVEC UNE
ADAPTATION LOCALE**

RAPPORT – JUIN 2021



Présentation du Bureau National des Étudiants en école de Management et des projets :

Créé en juin 2020 après la rédaction d'une charte commune pour l'égalité entre les femmes et les hommes dans la vie associative, les valeurs du BNEM sont au nombre de trois :

- Représenter l'ensemble des étudiants de la filière école de Management ;
- Prendre des positions sur les grandes problématiques de notre temps ;
- Valoriser la filière « Ecole de Management » en France et à l'étranger.

Les problématiques communes appellent des réponses communes, c'est donc de la diversité des profils qui le compose, que le BNEM tire aujourd'hui son influence et sa capacité à agir. 24 Écoles de Management sont déjà représentées au sein de l'association.



Commission
Diversité Sociale

Témoignage du Responsable de la Commission Diversité Sociale :



Théo DOUEZ

« L'objectif de cette commission est de mettre en place des actions concrètes et efficaces sur la thématique de la diversité sociale. Il s'agit d'un enjeu au cœur de notre société et de notre filière, sur lequel nous nous engageons à travers cinq groupes de travail, qui travaillent respectivement sur le Financement des études, le Handicap, l'Information-Sensibilisation-Mentorat, l'Intégration des Internationaux et d'autres Démarches Solidaires. »

Le dispositif BNEM Ambassadeurs est mené par des étudiants, les BNEM Ambassadeurs, pour répondre aux attentes des lycéens.

La diversité sociale, territoriale et l'égalité des chances sont trois préoccupations majeures. La prise de conscience des déficiences ne suffit pas. Mettre en place des actions concrètes, efficaces et coordonnées avec les parties prenantes est indispensable.

C'est ce que le dispositif BNEM Ambassadeurs propose avec trois missions :

- Informer et sensibiliser sur la filière école de Management,

- Mentorer des lycéens en STMG,

- Mentorer des élèves en situation de handicap de la Seconde à la Terminale pour favoriser le lien entre le secondaire et le supérieur. »

***En éducation, le plus important chez
l'élève est la bonne volonté. Encore
faut-il la semer.***

Louis Deniset

Table des matières

Introduction	9
I - Face aux défis de la diversité sociale et territoriale en École de Management : des facteurs structurels multiples	11
A. La diversité sociale et territoriale en École de Management	11
1. La diversité sociale et territoriale en École de Management, de quoi parlons-nous ?	11
2. La faiblesse de la diversité sociale et territoriale dans les Grandes écoles	12
3. Les mesures mises en place pour favoriser une plus grande diversité sociale dans l'enseignement supérieur	12
4. L'étude du BNEM sur les propositions faites par le rapport Hirsch	14
B. Les différents obstacles impactant la diversité sociale et territoriale en École de Management	14
1. Expliquer le manque de diversité sociale en École de Management par l'origine sociale et le capital financier	14
2. Expliquer le manque de diversité territoriale en École de Management par les handicaps de la ruralité	16
C. Les principaux enjeux qu'une plus grande diversité sociale et territoriale soulève	17
1. L'orientation : un enjeu central	17
2. Lutter contre l'autocensure liée à la peur d'oser et des frais de scolarité en École de Management	18
3. Lutter contre les effets pervers relatifs aux Réseaux d'éducation prioritaire (REP et REP+)	18
4. Lutter contre l'incapacité des élèves à accéder aux Écoles de Management en raison de leur zone d'habitation	19
5. Le recrutement : élargir les voies d'admission à des profils plus variés	21
II - Le dispositif BNEM Ambassadeurs, une stratégie de long terme au service de la sensibilisation et de l'information des étudiants : <i>quelles missions, vision et valeurs ?</i>	22
A. Objectifs stratégiques du dispositif BNEM Ambassadeurs	23
1. Améliorer la confiance en soi et lutter contre l'(auto)censure	23

2. Améliorer la connaissance de soi	23
3. Ouvrir le champ des possibles et faire des choix éclairés	24
4. Préparer aux études supérieures	24
5. Développer la conscience sociétale des étudiants BNEM Ambassadeurs	25
B. Les cibles du dispositif BNEM Ambassadeurs	25
1. La diversité sociale	25
2. La diversité territoriale	26
3. La filière STMG	26
4. Les élèves en situation de handicap	26
C. Les missions du dispositif BNEM Ambassadeurs	27
1. Informer et sensibiliser sur la filière École de Management	28
2. Mentorat avec la filière STMG	29
3. La mise en place d'une plateforme pour construire un réseau bénéficiant aux élèves de STMG mentorés par le dispositif BNEM Ambassadeurs	34
D. Vision du dispositif BNEM Ambassadeurs	34
E. Valeurs du dispositif BNEM Ambassadeurs	35
1. L'égalité des chances comme valeur primordiale du dispositif BNEM Ambassadeurs	35
2. L'inclusion des profils, une volonté du dispositif BNEM Ambassadeurs	36
3. Une information complète et lisible sur les moyens de financement des études en ÉdM	36
F. Une construction collaborative avec les parties prenantes	36
1. Pourquoi construire une collaboration constructive BNEM - Les Cordées de la réussite ?	36
2. Écoles sollicitées pour les missions de mentorat : quelles têtes de cordée ?	37
3. Une collaboration constructive avec les pouvoirs publics	37
4. Acteurs de l'enseignement secondaire : Rectorat-Académie, Chef d'établissement, Psychologue de l'Education Nationale, Conseiller Principal d'Education, Centres d'information et d'orientation, ONISEP	38
5. Les associations nationales impliquées sur les thématiques d'ouverture sociale, d'inclusion et d'égalité des chances	39
6. Les parents d'élèves	39
G. Une Co-construction avec le BNEI pour la mission <i>Information et sensibilisation</i>	39
1. L'objectif d'une co-construction BNEM-BNEI	39
2. La préparation en amont d'une intervention BNEM-BNEI	40
3. Le format d'intervention	41
4. Le nombre d'interventions BNEM-BNEI sur la mission <i>Information et sensibilisation</i>	41

H. La question du handicap : une préoccupation prise en compte par le dispositif BNEM Ambassadeurs avec le mentorat proposé aux ESH de la Seconde à la Terminale	41
1. La réalité des ESH en France	42
2. Les élèves en situation de handicap dans les Grandes écoles	43
a) Le baromètre de la CGE à propos du handicap	43
b) La sensibilisation et la formation au handicap en École de Management	43
3. Les missions du mentorat auprès des élèves en situation de handicap du dispositif BNEM Ambassadeurs	43
a) Guider l'élève dans ses choix d'orientation	43
b) Éviter le décrochage scolaire	44
c) L'accompagner dans ses projets personnels et professionnels	44
d) Instaurer une relation privilégiée avec l'élève mentoré	44
4. La mentorat auprès des élèves en situation de handicap par le dispositif BNEM Ambassadeurs	44
5. La formation des BNEM Ambassadeurs mentors auprès des élèves en situation de handicap	46
6. Le suivi du mentorat auprès des ESH du dispositif BNEM Ambassadeurs	46

III - Nos propositions pour y parvenir : un dispositif progressif et pragmatique **47**

A. Les étudiants en École de Management au cœur du dispositif BNEM Ambassadeurs **47**

B. Les BNEM Ambassadeurs : des étudiants des Écoles de Management représentées au BNEM **48**

1. L'inclusion des profils : une caractéristique des BNEM Ambassadeurs	48
2. La participation des Alumni en tant que BNEM Ambassadeurs	49
3. Effectif du dispositif BNEM Ambassadeurs	49
a) Scénario 1 : un lancement satisfaisant	50
b) Scénario 2 : un lancement très satisfaisant	50
c) Scénario 3 : un lancement exceptionnel	50

C. Comment se déroule la présentation des BNEM Ambassadeurs auprès des lycéens ? **51**

1. Le cadre des interventions	51
2. Les cinq grandes étapes d'une présentation sur la mission <i>Information et Sensibilisation sur la filière École de Management</i>	51

D. Quels outils de présentation utilisés par le dispositif BNEM Ambassadeurs ?	55
1. En amont	55
2. Pendant la présentation	55
3. En aval	55
E. Evaluer le projet en Amont	56
1. Mission d'Information et de Sensibilisation sur la filière École de Management	56
2. Typographie du second degré à l'échelle nationale	56
3. Mission de mentorat avec la filière STMG	58
F. Evaluer le projet en aval	59
1. Quels objectifs ?	59
2. Fréquence d'évaluation du dispositif BNEM Ambassadeurs	59
3. Les critères de suivi et d'évaluation du dispositif BNEM Ambassadeurs	60
4. Indicateurs de suivi et d'évaluation	60
a) Mission d'Information et de Sensibilisation sur la Filière Ecole de Management	61
b) Mission de Mentorat avec la filière STMG	61
5. À savoir	61
G. Piloter le projet	61
1. Processus de recrutement des BNEM Ambassadeurs	61
2. La formation des BNEM Ambassadeurs	63
a) Une formation pour des fondements solides	64
b) Une formation nationale	54
3. L'importance stratégique de la communication pour la réussite du dispositif BNEM Ambassadeurs	66
a) Stratégie de communication en amont pour préparer le lancement du dispositif BNEM Ambassadeurs	66
b) Stratégie de communication, une fois le dispositif lancé pour débiter le recrutement	68
c) Conduite du changement	68
H. Pilotage concernant la représentativité lors des Forums	69
1. Une présence complémentaire pour étendre la portée de l'information et de la sensibilisation	69
2. Pourquoi le combiner avec nos interventions en lycée ?	70
3. Une synergie entre les Antennes locales BNEM et les BNEM Ambassadeurs	70
I. Reconnaissance et valorisation de l'engagement	70
1. Principe de subsidiarité	70

a) Dans le cadre général	70
b) Dans le cadre du dispositif BNEM Ambassadeurs	71
2. Pourquoi ce principe de subsidiarité ?	73
J. La structure du dispositif BNEM Ambassadeurs	73
1. Une synergie avec l'administration des Écoles de Management et les associations au sein de ces dernières	74
2. La structure du dispositif BNEM Ambassadeurs : une coordination nationale	74
3. La structure du dispositif BNEM Ambassadeurs : une adaptation locale	75
K. Suivi projectif avec un horizon temporel sur 3 ans	76
1. Année 1 : Lancement du dispositif avec une intervention sur les forums d'orientation / Dans des lycées dits « pilotes » / Cibler des classes de Première STMG	76
a) Les forums d'orientation	76
b) Lycées dits « pilotes »	77
c) Classes de Première, Voie Technologique filière STMG	78
2. Année 2 : Montée en puissance du dispositif au niveau des interventions dans les lycées avec un maillage plus important / Cibler des classes de Première et de Terminale STMG / Agrément fin d'année 2023	79
a) Continuer à fabriquer le continuum avec la filière STMG avec le basculement de la Première à la Terminale	79
b) Développer le maillage géographique du dispositif BNEM Ambassadeurs en poursuivant le continuum, avec notamment la mission d'Information et Sensibilisation sur la filière École de Management	79
c) Demande d'agrément auprès du MENJS : agrément national des associations éducatives complémentaires de l'enseignement public	80
3. Année 3 : Développement du continuum construit lors de l'Année 1 et 2 / Élargissement du Mentorat aux classes de Troisième / Élaboration d'un dossier pour inscrire le dispositif comme Service public d'égalité des chances	80
Annexe I. Membres du groupe de travail	83
Annexe II. Personnes rencontrées ou auditionnées dans l'élaboration de ce rapport	84

Introduction

Ce rapport a été rédigé par les membres de la Sous-Commission « Information, Sensibilisation et Mentorat », de la Sous-Commission « Handicap » et de la Sous-Commission « Financement des études » au sein de la Commission Diversité Sociale au Bureau National des Étudiants en école de Management (BNEM).

Juin 2021

La Commission Diversité Sociale du BNEM réunit des étudiants de 24 Écoles de Management¹. Pour concevoir ce rapport, le groupe de travail a mené une phase d'audition importante².

Le présent rapport est **le fruit d'un travail collectif de réflexions et de remises en question, en se voulant être force de proposition**. Une remise en question du système « École de Management et Grande École en général » ne favorisant pas la diversité ; une remise en question de nous étudiant, qui trop longtemps, sommes restés détachés de cette problématique en jugeant que ce n'était pas notre rôle d'œuvrer pour une plus grande diversité sociale et territoriale dans l'enseignement supérieur.

Le caractère pluriel des auditions auxquelles le groupe a procédé au sujet des parties prenantes est le témoin de la démarche du dispositif BNEM Ambassadeurs : **une collaboration constructive sous l'égide d'une coordination nationale avec une adaptation locale**.

Aussi, le groupe de travail s'est attelé à ce qui lui semblait essentiel, à la fois au niveau de la légitimité du dispositif BNEM Ambassadeurs et à la réussite de ce dernier : **être complémentaire et non substitutif vis-à-vis des politiques d'ouverture sociale menées** ; déterminer des actions concrètes qui transcendent les oppositions et le paradigme concurrentiel entre acteurs des Écoles de Management. Le souhait d'Informer et de Sensibiliser **en amont sur la filière École de Management, non sur une École en particulier** est l'un des **principes clés du dispositif BNEM**.

Le premier volet du dispositif BNEM Ambassadeurs repose sur la mise en place dans le périmètre des Écoles de Management d'une Mission de Mentorat avec la filière STMG³, par **les étudiants des 24 Écoles : les BNEM Ambassadeurs**. Promouvoir la diversité sociale et territoriale et favoriser le lien entre le secondaire et le supérieur⁴ constituent deux priorités fixées par le dispositif. Ce dernier souhaite participer à la (re)valorisation de cette filière en répondant aux attentes des lycéens. Les lycées implantés dans les ZAC⁵, ZUS⁶, REP⁷/REP+⁸, QPV⁹ et dans les ZRR¹⁰, zones enclavées et isolées sont prioritaires pour bénéficier de ce dispositif. **En théorie, les élèves en STMG bénéficient d'un accompagnement personnalisé en fonction de leurs besoins et d'un accompagnement à**

¹ Voir Annexe I. Membres du groupe de travail.

² Voir Annexe II. Personnes rencontrées ou auditionnées dans l'élaboration de ce rapport.

³ Sciences et Techniques de Management et de Gestion.

⁴ Loi ORE.

⁵ Zone d'Aménagement Concerté.

⁶ Zone Urbaine Sensible.

⁷ Réseaux d'éducation prioritaire.

⁸ Réseaux d'éducation prioritaire.

⁹ Réseaux d'éducation prioritaire renforcés.

¹⁰ Zone de Revitalisation Rurale.

l'orientation qui pourra représenter jusqu'à 54 heures annuelles¹¹. En pratique, cet accompagnement n'est pas mis en place de manière homogène. On observe de fortes disparités.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs souhaite s'inscrire comme un **partenaire des Cordées de la réussite**. Le BNEM, à travers ce dispositif, émet la volonté d'établir un partenariat avec l'État et les politiques publiques menées sur la question d'ouverture sociale et d'égalité des chances dans le domaine de l'Éducation. Notre action s'inscrit dans le dispositif *1 Jeune 1 Mentor*, lancé par l'État afin d'accompagner et impulser le développement du mentorat. **Rejoindre le Collectif Mentorat est un des objectifs du dispositif BNEM Ambassadeurs.**

Le second volet consiste à Informer en amont et Sensibiliser les lycéens¹² sur la filière École de Management. Il intervient dès la Seconde afin de démocratiser l'accès aux Grandes écoles et de favoriser le lien entre le secondaire et le supérieur. À la suite de la réforme du baccalauréat et des ajustements qui en ont découlés, notamment dans les CPGE¹³, les BNEM Ambassadeurs interviennent de manière complémentaire aux professeurs principaux et aux Psychologues de l'Éducation nationale (PsyEn). Le dispositif intervient essentiellement dans les zones délaissées, d'un point de vue social et territorial, pour lutter contre l'autocensure, le déterminisme social et la peur d'oser. Ce second volet est mis en place pour les Établissements du secondaire qui le souhaitent. **Cette mission est d'intérêt général** et répond aux attentes des lycéens, à savoir une information concrète. De plus, la collaboration constructive du dispositif BNEM Ambassadeurs se manifeste sur ce second volet par un partenariat avec le BNEI¹⁴.

Le troisième volet du dispositif repose sur la mise en place d'une Mission de Mentorat auprès des **étudiants en situation de handicap (ESH) dans les « classes ordinaires » de la Seconde à la Terminale**, par les **BNEM Ambassadeurs**. Cette mission s'inscrit comme une **offre de proposition faite par le dispositif BNEM Ambassadeurs**. Il invite les différentes parties prenantes à se coordonner, mutualiser leurs forces afin de garantir un mentorat à travers un **dispositif évalué, structuré et piloté**. Au lycée, les ESH représentent environ 3% des effectifs des classes ordinaires. À l'occasion de la 22ème Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées en 2018, la Conférence des Grandes Écoles (CGE) a publié les résultats de son premier baromètre¹⁵ sur la formation des ESH dans ses Établissements membres. 85,7 % des Écoles mènent des actions de sensibilisation au handicap auprès de leurs étudiants. On **dénombre 1,08 % d'ESH dans ces Établissements**.

Une collaboration constructive, selon les besoins du terrain, est nécessaire et à privilégier. L'objectif se résume en une phrase : « Répondre aux attentes des lycéens. ».

¹¹ Le volume horaire annuel préconisé, à titre indicatif, dédié à l'orientation varie selon la voie de formation et le niveau d'enseignement :

- **12 heures en classe de 4e et 36 heures en classe de 3e ;**
- **54 heures en lycée général et technologique ;**
- au lycée professionnel, l'horaire de « consolidation, accompagnement personnalisé et accompagnement au choix d'orientation » représente de **91 à 101 heures annuelles en CAP et de 84 à 91 heures annuelles en baccalauréat professionnel.**

¹² Voie Générale, Technologique et Professionnelle.

¹³ Fusion des voies ECS et ECE en une voie unique ECG.

¹⁴ Bureau National des Elèves Ingénieurs.

¹⁵ CGE, 1^{er} baromètre handicap dans les établissements d'enseignement supérieur, novembre 2018.

(Données de 116 Grandes écoles, publiques et privées, de tutelles ministérielles différentes avec un slogan :

« Notre #Hanbition : faire réussir TOUTE la jeunesse ! »).

I - Face aux défis de la diversité sociale et territoriale en École de Management : des facteurs structurels multiples

Le dispositif BNEM Ambassadeurs est né de la **volonté d'améliorer la diversité sociale et territoriale dans les Écoles de Management**. Nous souhaitons ainsi donner la possibilité aux élèves du secondaire, issus de la diversité sociale et territoriale, d'obtenir des informations précises et nécessaires afin de faire un choix éclairé pour la suite de leur parcours scolaire.

Cette première partie est consacrée à la définition des différents enjeux et obstacles à la diversité sociale et territoriale dans les grandes écoles en se focalisant sur les Écoles de Management. Ce constat **statistique** et **factuel** de la diversité sociale et territoriale en EM est nécessaire, afin de comprendre l'intérêt du dispositif BNEM Ambassadeurs.

A. La diversité sociale et territoriale en École de Management

Démocratiser l'accès aux grandes écoles et lutter contre l'inégalité des chances sur l'ensemble du territoire sont une priorité de l'agenda « Égalité des chances » du président de la République, afin de « réparer » l'ascenseur social.

1. La diversité sociale et territoriale en École de Management, de quoi parlons-nous ?

La diversité sociale se définit par le fait de permettre à des personnes issues de milieux sociaux différents de se côtoyer ou de cohabiter.

En effet, les Grandes écoles demeurent un lieu de concentration d'étudiants présentant les mêmes caractéristiques sociales, et pour une majorité étant issus des milieux et des familles les plus privilégiés¹⁶.

Il convient également de s'interroger sur les différentes manières par lesquelles des étudiants aux origines sociales modestes font l'objet d'une forme d'exclusion dans l'accès aux formations d'excellence.

Il est pourtant nécessaire de faire en sorte que tous les étudiants, indépendamment de leur origine sociale, puissent y avoir accès.

¹⁶ Étude de l'IPP (Institut des Politiques Publiques dépendant de l'école d'économie de Paris) de Cécile Bonneau, Pauline Charousset, Julien Grenet et Georgia Thebault : Quelle démocratisation des Grandes écoles depuis le milieu des années 2000 ?, Janvier 2021.

Au-delà d'une **action en faveur d'une plus grande diversité sociale**, il est également nécessaire de **favoriser la diversité territoriale**.

La diversité territoriale se définit par la possibilité pour des étudiants, n'habitant pas dans les grandes métropoles ou les principales aires urbaines françaises, de pouvoir intégrer une grande école s'ils le souhaitent.

Plus de **34 965 communes constituent le territoire français, à travers les 101 départements métropolitains et d'outre-mer**.

En grande école, la **diversité territoriale doit signifier la possibilité pour tous les étudiants, à travers toute la France, d'avoir la possibilité d'accéder à ces établissements**.

2. La faiblesse de la diversité sociale et territoriale dans les grandes écoles

Selon leur origine sociale et géographique, les étudiants n'ont pas les mêmes opportunités d'accéder aux grandes écoles. Les chances d'accès sont très fortement déterminées par l'origine sociale des individus. D'après le rapport réalisé par l'Institut des Politiques Publiques (IPP), parmi les élèves qui étaient scolarisés en classe de troisième en 2005-2006, ceux issus de professions et catégories socioprofessionnelles (PCS) très favorisées avaient une probabilité **2,7 fois plus élevée d'accéder à une grande école que les élèves issus de PCS¹⁷ favorisées, 3,9 fois plus élevée que les élèves issus de PCS moyennes et 10 fois plus élevée que les élèves de PCS défavorisées¹⁸**.

Ces inégalités d'accès témoignent du fait que la diversité sociale n'a pas assez progressé ces dix dernières années, et que les grandes écoles sont **restées fermées aux élèves issus de milieux défavorisés**.

Le manque de diversité est aussi territorial. On observe en effet que les **étudiants parisiens et franciliens sont surreprésentés dans les grandes écoles**. Le rapport de l'IPP montre que 8% des étudiants de grandes écoles ont passé leur baccalauréat à Paris même et 22% dans une autre académie d'Île-de-France ; contre respectivement 5% et 17% parmi l'ensemble des étudiants inscrits dans des formations d'enseignement supérieur, de niveau bac+3 à bac+5¹⁹.

Ces inégalités sociales et territoriales sont plus prononcées pour l'accès aux Écoles de Management, aux ENS et aux IEP. Elles sont encore plus importantes lorsqu'on se limite aux 10% des grandes écoles les plus sélectives²⁰.

3. Les mesures mises en place pour favoriser une plus grande diversité sociale dans l'enseignement supérieur

Malgré des **inégalités d'accès qui persistent** et une **démocratisation des Grandes écoles assez lente**, divers dispositifs existent pour promouvoir la diversité sociale dans l'enseignement supérieur et dans les Grandes écoles.

¹⁷ Professions et catégories socioprofessionnelles.

¹⁸ Étude de l'Institut des Politiques Publiques de Cécile Bonneau, Pauline Charousset, Julien Grenet et Georgia Thebault : *Quelle démocratisation des Grandes écoles depuis le milieu des années 2000 ?* Janvier 2021.

¹⁹ Étude de l'Institut des Politiques Publiques de Cécile Bonneau, Pauline Charousset, Julien Grenet et Georgia Thebault : *Quelle démocratisation des Grandes écoles depuis le milieu des années 2000 ?* Janvier 2021.

²⁰ Étude de l'Institut des Politiques Publiques de Cécile Bonneau, Pauline Charousset, Julien Grenet et Georgia Thebault : *Quelle démocratisation des Grandes écoles depuis le milieu des années 2000 ?* Janvier 2021.

Dispositifs	Objectifs	Actions	Public concerné	Chiffres
Les Cordées de la réussite ²¹	Lutter contre l'autocensure. Susciter l'ambition scolaire des élèves.	Accompagnement de la 4^{ème} jusqu'à l'enseignement supérieur : tutorat par des étudiants, dispositifs et actions d'ouverture sociale.	Collégiens, Lycéens.	-575 Cordées sur le territoire : -45% de lycée avec STS/CPGE ; -23% IUT/Universités ; -28% Grandes écoles ; -3265 établissements secondaires encordés - (1/3 des collèges publics).
Article 1 ²²	Accompagnement de jeunes issus de milieux populaires vers leurs réussites. Favoriser la diversité sociale dans l'enseignement supérieur.	Accompagnement des lycéens dans l'orientation : ateliers d'orientations, réseaux solidaires de l'orientation -Ateliers collectifs.	Lycéens avec un accompagnement jusqu'à BAC+5.	-2300 jeunes accompagnés de BAC+1 à BAC+5 ; -200 entreprises partenaires -17000 bénévoles.
Dispositifs proposés par les universités pour favoriser l'accès aux études supérieures. ²³	Aider les lycéens issus de milieux modestes à accéder aux études supérieures au sein des universités.	Accompagnement des élèves : mentorat, cours de soutien, cours de méthodologie.	Lycéens (à partir de la seconde) avec un accompagnement jusqu'à BAC+3.	Plusieurs dispositifs sur le territoire.
Dispositifs proposés pour augmenter l'égalité des chances aux concours d'admissions. ²⁴	Préparation supplémentaire pour l'égalité des chances aux concours d'admissions parallèles.	Accompagnement d'étudiants issus de milieux modestes pour la réussite aux différents concours : cours de méthodologie aux différentes épreuves, préparations aux oraux.	Concerne les étudiants de classes préparatoires.	-Concerne les Grandes Ecoles. -Plusieurs dispositifs de ce type.
Modulations des frais de scolarité des Grandes écoles. ²⁵	Politique de développement social des écoles Elargir l'accès aux formations post-bacs aux plus grands nombres.	Modulation des frais de scolarité selon les revenus du foyer fiscal de l'étudiant. Etudiants boursiers sur critères sociaux sont exemptés de frais de scolarités dans certaines écoles.	Concerne les étudiants de BAC+1 à BAC+5.	-Plusieurs dispositifs de ce type, le calcul de la modulation variant selon les différentes écoles. -Concerne les Grandes écoles.

²¹ Site Les cordées de la réussite, 2020-2021 : les cordées de la réussite évoluent ! , Janvier 2021.

²² Site Article 1, D'un parcours académique à un chemin de réussite, 2021.

²³ Site PSL Université Paris, Excellence, égalité des chances et diversité, 2021 ; Site DAUPHINE, Université Paris – Egalité, diversité, politiques sociales, 2021 ; Site Université Grenoble Alpes, L'accompagnement à la réussite avec les dispositifs Oui- Si, 2021 ; Site Université LYON III, Réussir ses études à Lyon 3, 2021.

²⁴ Site HEC, PREP'HEC, Janvier 2021 ; Site EDHEC, Nos projets | EDHEC Careers, 2020.

²⁵ Site ESSCA – Modulation des frais de scolarités – 2021 ; Site Sciences Po – Calculer ses droits de scolarité – 2021 ; Site La Tribune Occitanie – Toulouse – TBS va moduler ses frais de scolarité en fonction des revenus - Avril 2021.

4. L'étude du BNEM sur les propositions faites par le rapport Hirsch

De plus, parce qu'il nous semblait primordial que les étudiants des Grandes écoles de management soient consultés sur un sujet qui les concerne directement, nous avons diligemment une enquête auprès d'un échantillon représentatif de 2200 étudiants, issus de 24 établissements²⁶. Il ressort de cette enquête un engagement unanime des étudiants dans la promotion de la diversité. Certains outils proposés dans le rapport Hirsch sont très bien accueillis, en particulier ceux agissant en amont des concours permettant de valoriser la filière et de lutter contre l'autocensure. Par exemple, **93.08% des répondants sont favorables à la création d'un service civique « égalité des chances »**. En effet, trop d'élèves pensent encore qu'entreprendre des études supérieures, qui plus est payantes, leur est inenvisageable. **La déconstruction de ces barrières psychologiques, souvent inculquées par l'environnement social, est le premier combat à mener.**

Si l'intérêt pour la filière grande école s'amplifie, celui pour les voies d'accès suivra naturellement. Cela nécessite donc **une action d'envergure en amont dans le processus d'orientation des élèves**. D'autres outils, en particulier **ceux reposants sur le principe de discrimination positive, soulèvent quant à eux la méfiance des étudiants**.

La mise en place de quotas boursier ou encore la bonification artificielle sont perçues comme des mesures plus superficielles que réellement systémiques. Par exemple, **84.28% des répondants de notre étude se sont montrés défavorables à une bonification artificielle en faveur des candidats boursiers et 77.89% pensent que de telles bonifications entraîneraient davantage de discrimination envers ceux qui en auront profité**. Cette tendance est similaire lorsqu'on observe les réponses de la population « boursière », dans laquelle **70.00% des répondants sont défavorables à la mise en place d'une bonification pour les boursiers et 73.13% pensent que cela entraînerait davantage de discrimination à leur égard**. Ainsi, sur la base des conclusions de cette enquête, nous dialoguons désormais avec diverses parties prenantes afin de faire en sorte que la voix des étudiants des Grandes écoles de commerce soit entendue.

B. Les différents obstacles impactant la diversité sociale et territoriale en École de Management

1. Expliquer le manque de diversité sociale en École de Management par l'origine sociale et le capital financier

La base de sélection est étroite, **les élèves ont souvent la même origine sociale, issus de milieux favorisés ou très favorisés, et également la même origine géographique**. En effet, un tiers des élèves admis en grande école ont effectué des études secondaires en Île-de-France²⁷. La probabilité d'accéder à une grande école dépend de nombreux facteurs, dont la localisation et la renommée du lycée ainsi que la filière d'origine. Le recrutement reste inchangé depuis 2005²⁸ malgré la mise en place de

²⁶ BNEM, *Les étudiants alertent sur les mesures de discrimination positive envisagées en école de commerce*, Le Figaro Étudiant, Février 2021

²⁷ Étude de l'Institut des Politiques Publiques. Cécile Bonneau, Pauline Charousset, Julien Grenet et Georgia Thebault, *Grandes écoles : Quelle "ouverture" depuis le milieu des années 2000 ?* Janvier 2021.

²⁸ Étude de l'Institut des Politiques Publiques. Cécile Bonneau, Pauline Charousset, Julien Grenet et Georgia Thebault, *Grandes écoles : Quelle "ouverture" depuis le milieu des années 2000 ?* Janvier 2021.

nombreux dispositifs : développement de l'alternance, facilité d'accès aux crédits bancaires, mis en place de filières réservés aux élèves issus des zones d'éducation prioritaires, création d'une prépa dédiée aux élèves des filières technologiques, accroissement des passerelles afin d'entrer en grande école lorsqu'on n'a pas effectué de classe préparatoire.

Seulement 10 % des étudiants²⁹ en grande école sont issus des milieux les plus défavorisés (ouvriers ou encore sans activité professionnelle). Si nous retrouvons toujours les mêmes catégories sociales en grande école, c'est en partie dû au fait que **l'ambition scolaire dépend de l'influence des camarades de classe, du cercle amical ou encore familial.**

Un enfant dont les parents n'ont pas fait d'études n'aura souvent pas la même qualité d'information sur les études et/ou diplômes par rapport à un enfant dont les parents ont été diplômés. **La Voie Générale restant la première voie d'accès aux classes préparatoires. Les élèves se retrouvent, dès le lycée, devant des choix déterminants pour leur orientation.**

De plus, « École de Management » est souvent synonyme de frais de scolarités onéreux. **Entrer en EM implique de nombreux frais financiers : coût de la mobilité pour la participation aux oraux, frais d'inscriptions aux concours, cours particuliers etc...** L'année scolaire coûte en moyenne entre 12 000 et 17 000 euros dans la plupart des EM.

De plus, il y a d'autres coûts variables à **prendre en compte comme le coût de la vie associative ou encore le loyer, le coût de la vie quotidienne, d'un échange académique etc...** L'alternance reste une solution mais dans la majorité des écoles, tout le cursus n'est pas intégralement réalisable en alternance. De plus, certaines spécialités ou diplômes sont incompatibles avec l'alternance.

Le capital financier joue un rôle fondamental dans l'admission en grande école, frein majeur pour les classes populaires. Les frais de scolarité sont en constante augmentation. En grande école, ces derniers ont crû de 77% en seulement 10 ans³⁰.

La notion de boursier reste floue en grande école. Être boursier sur critères sociaux (CROUS) reste une situation minoritaire en grande école. Sur l'année 2016-2017, seulement 21% des étudiants en Grandes écoles d'ingénieurs étaient boursiers sur critères sociaux et seulement **16% pour les Écoles de Management**, face à 34% pour les étudiants à l'Université (bac +3 à bac +5)³¹. **De plus, la majorité des élèves boursiers sur critères sociaux appartiennent à l'échelon 1 ou l'échelon 0 bis tandis que les échelons maximaux sont très peu présents³².**

La proportion de boursiers est fortement corrélée au classement des écoles. Plus nous nous rapprochons du haut du classement, plus la proportion d'étudiants boursiers diminue. Nous comptons 47% de boursiers à BREST BS, 33% à l'EM Strasbourg et 12% à l'ESSEC³³.

²⁹ Pauline Rouquette : Inégalités sociales, territoriales, diversité, les Grandes écoles françaises un monde d'initiés (Article), Janvier 2021.

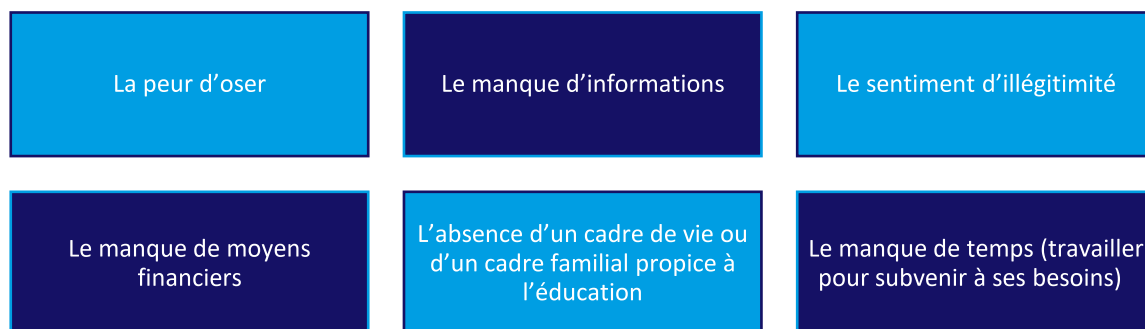
³⁰ Jérémie Joly : Grandes écoles : la folle inflation des frais de scolarité en dix ans, Aout 2020.

³¹ Florine Brière, Grandes écoles de commerce et ascension sociale : un tandem (in)vraisemblable ?, Juillet 2019.

³² Florine Brière : Grandes écoles de commerce et ascension sociale : un tandem (in)vraisemblable ?, Juillet 2019.

³³ Florine Brière : Grandes écoles de commerce et ascension sociale : un tandem (in)vraisemblable ?, Juillet 2019.

Le principe de reproduction sociale a un impact sur la poursuite des études. Il est en effet plus facile de faire de longues études lorsque nos parents, nos proches ou notre cercle amical en font. De nombreuses études statistiques montrent ce principe de reproduction sociale. Nous analysons que **52% des élèves en classes préparatoires ont des parents cadres ou de profession intellectuelle supérieure** tandis qu'il y a **seulement 7% d'enfants d'ouvriers en classes préparatoires**³⁴.



Les classes préparatoires aux grandes écoles, reconnues comme « la voie royale » d'accès aux grandes écoles, ciblent une classe sociale qui a **ses propres codes**. Bourdieu³⁵ montre bien que les **pratiques sociales sont distinctes selon les classes sociales**.

D'après une interview de Paul Pasquali³⁶, chercheur en sociologie au CNRS, on note qu'il est difficile de rentrer en classes préparatoires, mais qu'il est **encore plus compliqué de réussir les concours d'entrée en grande école lorsque l'on est issu d'une famille financièrement « instable »**.

Le principal facteur d'inégalité est **l'héritage culturel transmis par les proches**. On retrouve donc des élèves aux origines sociales favorisées en grande école : « L'inégalité c'est le fait d'être né où il n'est pas non seulement bien vu de lire mais normal de lire, d'aller au théâtre, au musée, ou de parler un français proche de celui enseigné à l'école.³⁷ ».

La « censure sociale » et l'autocensure mettent dans des cases les enfants des classes populaires et participent à l'ancrage des inégalités sociales en grande école. Les grandes écoles ou lycées élitistes n'opèrent pas de grandes transformations durables dans leur mode de sélection.

Autrement dit, « les classes populaires doivent toujours prouver qu'elles sont méritantes et doivent davantage travailler que les classes les plus aisées pour être admises.³⁸ ».

2. Expliquer le manque de diversité territoriale en École de Management par les handicaps de la ruralité

Accéder à une grande école est plus facile lorsqu'on vient de Paris et de la région parisienne. En effet, les élèves parisiens ont une probabilité presque trois fois plus élevée d'accéder à une grande école que les élèves non franciliens. Les classes préparatoires aux grandes écoles sont

³⁴ Laurent Cordonier : L'école, boîte noire de la reproduction sociale Laurent Cordonier, Juillet 2020.

³⁵ Bourdieu, *La distinction. Critique sociale du jugement*, 1979.

³⁶ Interview de Paul Pasquali, Les mobilités sociales, Octobre 2017.

³⁷ Interview de Paul Pasquali, Les mobilités sociales, Octobre 2017

³⁸ Interview de Paul Pasquali, Les mobilités sociales, Octobre 2017.

majoritairement concentrées dans Paris et sa région. Les classes préparatoires aux grandes écoles les plus prestigieuses sont majoritairement en Île-de-France. Certains étudiants sont contraints de déménager et d'engager des frais onéreux pour poursuivre leurs études.

Il devient nécessaire d'avoir un travail étudiant, **réduisant considérablement le temps consacré aux révisions. Les inégalités sont cumulatives, un étudiant défavorisé et vivant loin d'une métropole sera doublement pénalisé.**

Lorsqu'un étudiant vit en zone urbaine, il est plus facile pour lui de pratiquer une activité extrascolaire, comme du sport ou de la musique.

En effet, **en agglomération parisienne, nous trouvons en moyenne 80% d'élèves ayant au moins une activité extrascolaire** tandis que **dans les communes rurales, nous trouvons 68% d'élèves qui pratiquent au moins une activité extrascolaire**³⁹.

Vivre en **Zone de revitalisation rurale (ZRR)** est donc une **forme d'inégalité sociale** car cela a un impact sur l'admission en grande école.

De la faible présence des Écoles de Management à plus faible probabilité de pratiquer une activité extra-scolaire en passant par le petit nombre de classe préparatoire aux grandes écoles, **un fossé se creuse entre les ruraux et les citadins**⁴⁰.

C. Les principaux enjeux qu'une plus grande diversité sociale et territoriale soulève

1. L'orientation : un enjeu central

Pour la majorité des élèves, l'orientation prend toute son importance au lycée. Le lycée est un moment charnière entre le secondaire et le supérieur. Pour cela, l'orientation est un élément à maîtriser. Être bien orienté ainsi qu'être bien informé doit être une norme présente dans tous les lycées. « Aucun jeune ne doit être sans solution », déclare Emmanuel Macron⁴¹.

Selon la pyramide de Maslow⁴², un des besoins les plus importants est **le besoin d'appartenance**. Ainsi, **un élève comprendra toujours mieux s'il est reconnu dans ce qu'il fait et s'il comprend ce qu'il fait**. Les élèves se projettent mieux si **des étudiants, ayant un parcours similaire, leurs présentent les différentes filières envisageables**.

Des anciens élèves pourraient **venir témoigner dans les classes lors de moments consacrés à l'orientation**. La création de Podcasts sur des diplômés et professionnels aux différents parcours (parcours classique et atypique) est un outil pertinent afin d'informer les élèves.

La fluidité et le sentiment d'être « acteur de ce que l'on consomme, non passif » constituent deux caractéristiques plébiscitées par ces derniers.

³⁹ Ariane Azéma, Le déterminisme territorial dans l'avenir des jeunes des zones rurales et des petites villes, Novembre 2019.

⁴⁰ Ariane Azéma, Le déterminisme territorial dans l'avenir des jeunes des zones rurales et des petites villes, Novembre 2019.

⁴¹ Emmanuel Macron : Journée internationale de la jeunesse, le 12 août 2020.

⁴² Abraham Maslow : Pyramide de Maslow, 1940.

2. Lutter contre l'autocensure liée à la peur d'oser et des frais de scolarité en École de Management

Pour éviter le phénomène d'autocensure, c'est tout un travail d'estime de soi qu'il faut essayer de faire⁴³. Les facteurs qui influent sur la dynamique motivationnelle de l'élève sont relatifs à la vie personnelle, à l'école, à la situation socio-économique des parents.

La peur d'oser peut venir d'un manque d'information sur la filière EM et aussi en raison des frais de scolarité élevés par rapport à ceux de l'Université.

Dans un premier temps, il faudrait informer les élèves sur l'intérêt de faire une École de Management, sans oublier les attentes des professeurs en EM (et dans les établissements qui préparent aux admissions en EM), tout en portant un discours motivant. Deuxièmement, les frais de scolarité en EM représentent un véritable obstacle pour les classes populaires et moyennes.

Néanmoins, les étudiants en EM ont différents moyens pour financer leurs études : prêt bancaire, prêt garanti par l'État, bourses versées par les Fondations, possibilité de percevoir une bourse d'étude par leur École⁴⁴...

3. Lutter contre les effets pervers relatifs aux Réseaux d'éducation prioritaire (REP et REP+)

Afin de favoriser une plus grande diversité sociale en École de Management, il est nécessaire d'informer les lycéens et/ou collégiens sur l'existence et l'intérêt de cette filière. Les élèves à informer en priorité sont ceux en Réseaux d'éducation prioritaire (REP, REP+) et des zones ciblées par l'État selon des critères sociaux-économiques. En effet, par définition, ces territoires abritent des familles souvent issues de milieux défavorisés⁴⁵.

En somme, plus de 1,7 millions d'élèves bénéficient des différents dispositifs de l'éducation prioritaire⁴⁶.

On retrouve essentiellement deux Réseaux d'éducation prioritaire, les Réseaux d'éducation prioritaire (REP) et les Réseaux d'éducation prioritaire renforcés (REP+).

Les REP

- Plus mixtes socialement mais rencontrent des difficultés sociales plus significatives que celles des collèges et écoles situés hors de l'éducation prioritaire.

Les REP+

- Ciblent les quartiers ou les secteurs isolés connaissant les plus grandes concentrations de difficultés sociales ayant des incidences fortes sur la réussite scolaire.

⁴³ Interview de Romain Dias, professeur d'Économie et Gestion par le BNEM, 27 Mars 2021.

⁴⁴ Dahvia Ouadia : Faire une école de commerce sans se ruiner, c'est possible, 26 juin 2020.

⁴⁵ Site Eduscol, La politique de l'éducation prioritaire : les réseaux d'éducation prioritaire REP et REP+.

⁴⁶ Site Eduscol, La politique de l'éducation prioritaire : les réseaux d'éducation prioritaire REP et REP+

Afin de classer des établissements scolaires en REP ou REP+, le ministère de l'Éducation nationale s'appuie sur un « **indice social** », composé de quatre paramètres pouvant affecter la réussite scolaire.



Le taux de catégories socio-professionnelles défavorisées



Le taux d'élèves boursiers



Le taux d'élèves résidant dans un QPV
(quartiers prioritaires de la politique de la ville)



Le taux d'élèves ayant redoublé avant la 6e

Malgré la volonté de lutter contre les inégalités sociales et économiques, on dénombre des effets « pervers ».

Premièrement, les dispositifs REP et REP+ ont tendance à étiqueter les élèves et entraîner un processus de discrimination ou d'autocensure. **Le sociologue Pierre Merle⁴⁷ souligne l'effet repoussoir de l'étiquette « éducation prioritaire ». Il constate que certains collégiens essayaient d'éviter les collèges classés « éducation prioritaire ».** De plus, le remplacement des enseignants en REP est devenu un véritable frein à l'efficacité de ce dispositif : **plus d'un tiers des enseignants demande une mutation à la fin de l'année scolaire.**

De l'autre côté, certains, comme A-M Le Pourhiet, dénoncent la création d'une catégorie de profiteurs et assistés, générée par la pratique de la discrimination positive⁴⁸. Par exemple, à partir de 2001, l'IEP de Paris et son directeur R. Descoings ont mis en place des procédures spéciales d'admission à Sciences Po pour les lycéens venant de Zones d'éducation prioritaire (ZEP).

Cependant, des stratégies d'optimisation scolaire se sont mises en place, au détriment des bénéficiaires légitimes.

Mais **la principale critique adressée à ces politiques reste leur efficacité.** Il s'agit d'actions correctives des inégalités, sans intervention sur les mécanismes plus fondamentaux qui les produisent. E. Maurin explique que les **REP n'ont pas réussi à modifier les tendances profondes à la hiérarchisation sociale en France.**

4. Lutter contre l'incapacité des élèves à accéder aux Écoles de Management en raison de leur zone d'habitation

En 2017, 18% des Grandes écoles étaient situées à Paris et jusqu'à 35% des Grandes écoles plus sélectives étaient à Paris ⁴⁹. De même, **la répartition des classes préparatoires aux Grandes écoles (CPGE) sur le territoire français est inégalitaire.**

⁴⁷ Pierre Merle, La ségrégation scolaire, 2012.

⁴⁸ A.M. Le Pourhiet, *Discriminations positives ou injustice ?*, RFDA, 1998.

⁴⁹ Etude de l'IPP de Cécile Bonneau, Pauline Charousset, Julien Grenet et Georgia Thebault : *Quelle démocratisation des Grandes écoles depuis le milieu des années 2000 ?*, Janvier 2021.

Autrement dit, les zones rurales, loin des grandes métropoles, accueillent peu d'École de Management et de CPGE.

L'Etat a créé un dispositif, les **ZRR**⁵⁰, pour identifier les zones rurales fragiles sur le plan socio-économique.

13 902 communes composant 456 intercommunalités sont classées en ZRR. Deux paramètres sont pris en compte pour qu'une commune soit classée ZRR ⁵¹ :

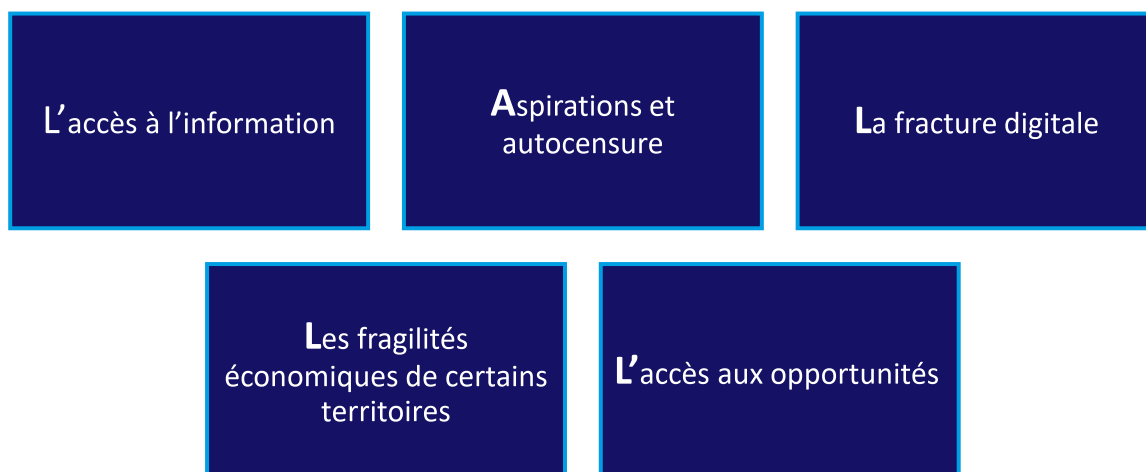
- La densité de population ;
- Le revenu par habitant.

Afin d'être **qualifié de ZRR**, l'Établissement Public de Coopération Intercommunale à fiscalité propre (EPCI) doit avoir une densité de population inférieure ou égale à **63 hab./km²** et un revenu fiscal par unité de consommation médian inférieur ou égal à **19 111 €**.

Les jeunes des zones rurales et des petites villes ne sont pas dans la même situation de départ face à leur avenir que les jeunes des grandes métropoles.

Ils ont accès à **trop peu d'informations, trop peu de moyens de transport, trop peu de réseaux et trop peu d'opportunités.**

Leur **champ des possibles est réduit**. De puissants **mécanismes d'autocensure limitent leurs aspirations**. D'après le rapport de Salomé Berlioux, les différents obstacles auxquels font face les jeunes en zone rurale sont ⁵²:



⁵⁰ Zones de revitalisation rurales.

⁵¹ Site ministère de la Cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales, Zones de revitalisation rurale.

⁵² Salomé Berlioux, Rapport Mission orientation et égalité des chances dans la France des zones rurales et des petites villes, Mars 2020.

Le **dispositif BNEM Ambassadeurs** prend en considération ces préconisations afin de mieux cibler les problématiques auxquelles sont confrontés les élèves en ZRR et ainsi atténuer, au mieux, ce facteur d'inégalité.

Atténuer les obstacles empêchant les jeunes en ZRR d'intégrer une grande école, notamment une École de Management est une des priorités du dispositif et un objectif principal.

5. Le recrutement : élargir les voies d'admission à des profils plus variés

Une autre manière de développer l'ouverture sociale des grandes écoles se situe au niveau des admissions. Même si les Écoles ont longtemps recruté en majorité des étudiants de classes préparatoires économiques (ECE) et scientifiques (ECS), la Voie Technologique (ECT) constitue un vivier croissant de candidats pour les Écoles.

Au-delà des admissions sur concours (ASC), les Écoles ont largement développé les Admissions sur Titre (AST), encore appelées admissions parallèles. Il s'agit de recruter des étudiants venant de formations diverses (BTS, BUT, Licence, Master...), aux profils sociaux plus variés et moins favorisés que les élèves des CPGE.

II - Le dispositif BNEM Ambassadeurs, une stratégie de long terme au service de la sensibilisation et de l'information des étudiants : *quelles missions, vision et valeurs ?*

Le dispositif BNEM Ambassadeurs est élaboré pour répondre à des objectifs stratégiques définis. Il s'agit de proposer aux élèves une expérience leur permettant à la fois d'en **apprendre plus sur eux**, mais aussi sur **les possibilités à la suite de leur parcours de lycéens**. Ouvrir la voie des possibles, améliorer la confiance en soi, informer, sensibiliser et lutter contre l'(auto)censure constituent les principaux objectifs du dispositif.

Par un déploiement progressif et à l'échelle nationale, le dispositif BNEM Ambassadeurs transmet les informations nécessaires à l'orientation, en s'adressant au plus grand nombre de lycéens. Si la construction d'un discours cohérent et répondant aux attentes des lycéens est un élément essentiel, **la définition du public cible l'est tout autant**. Dans un premier temps, **la priorité est donnée aux lycées les plus en difficulté et à certaines filières spécifiques avant d'élargir le dispositif BNEM Ambassadeurs aux autres filières, lycées et publics cibles**.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs s'articule autour de **trois missions**. La première repose sur **l'information et la sensibilisation sur la filière École de Management (EM)**, la seconde passe par un **mentorat avec la filière STMG** et la troisième propose un accompagnement spécifique avec un **mentorat pour les élèves en situation de handicap (ESH)** de la seconde à la terminale dans les classes dites « ordinaires ». Sur ce dernier point, **l'objectif est que les ESH puissent saisir la chance de poursuivre des études tout en étant préparés et informés sur les différentes filières**.

Tout aussi importantes que soient les missions que le dispositif BNEM Ambassadeurs poursuit, celles-ci ne pourraient se poursuivre sans des valeurs auxquelles le dispositif et les BNEM Ambassadeurs sont profondément attachés. Tout d'abord, **le dispositif s'attache à représenter la filière EM, et non une école spécifique**. Les valeurs portées font avant tout référence à **l'égalité des chances, à l'inclusion de tous les profils ainsi qu'à l'information sur les moyens de financement des études**. Ce dernier point reste en effet un des **freins majeurs à la possibilité pour les étudiants d'ouvrir leurs choix vers des cursus en École de Management**.

La construction collaborative avec les parties prenantes est une volonté prégnante pour la co-construction du dispositif BNEM Ambassadeurs. En effet, le dispositif souhaite se greffer en tant que **partenaire aux Cordées de la réussite pour les missions de mentorat**. Des discussions sont en cours afin de trouver les dispositions idéales pour **inscrire sur la durée ce partenariat**. Le lien entre le secondaire et le supérieur étant un des principaux piliers du dispositif BNEM Ambassadeurs, la

collaboration avec les principaux acteurs publics en la matière permet d'informer les lycéens et de leur fournir les informations nécessaires afin d'identifier les sources d'information et d'orientation qui existent.

Le BNEM et le BNEI⁵³ sont en discussion afin de créer un partenariat pour la mission **Information et sensibilisation**. Réunir deux associations et leurs forces respectives permet de mobiliser des éléments de chaque filière et d'apporter des éclairages différents sur le parcours des lycées dans l'enseignement supérieur. Il est important de construire ce partenariat en commun d'autant plus que les missions du dispositif BNEM Ambassadeurs ont pour but de s'étendre à plusieurs filières. Les compétences mobilisables par les deux entités⁵⁴ sont **non-négligeables en termes de valeur ajoutée**.

A. Objectifs stratégiques du dispositif BNEM Ambassadeurs

1. Améliorer la confiance en soi et lutter contre l'(auto)censure

L'origine sociale ou géographique des élèves implique une forme d'(auto)censure lors des choix d'orientation et en particulier dans le choix de filières sélectives. La socialisation familiale et les pratiques scolaires ont un impact conséquent sur l'ouverture des étudiants à certaines filières. Des sociologues, notamment Rolland Viau, ont rappelé **le rôle essentiel de l'image que l'élève se fait de lui-même dans la motivation**⁵⁵.

C'est dans cette perspective que Bernard Charlot⁵⁶ met en avant **l'importance de l'apprenant en tant que sujet**, et non en tant qu'objet. **L'encouragement joue un rôle majeur, afin de donner confiance à l'élève**. Il s'agit d'éviter que l'élève attribue ses réussites et ses échecs à la notion d'intelligence, en tant que **concept inné et immuable**.

C'est ainsi que **le dispositif BNEM Ambassadeurs s'inscrit dans la perspective de redonner la confiance nécessaire aux élèves pour faire des études supérieures**. En effet, si les dispositifs d'accompagnement vers les choix d'études supérieures existent, la **notion de confiance en soi et surtout son déficit est intrinsèquement lié aux exemples de réussites et de succès que les élèves ont autour d'eux**.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs agit en intervenant directement auprès de ces derniers, en leur permettant notamment de rencontrer d'autres étudiants provenant de milieux sociaux similaires au leur (mais pas que) et qui auront des parcours similaires, en atténuant ce manque de confiance, en donnant des exemples concrets et en luttant contre l'autocensure.

2. Améliorer la connaissance de soi

La connaissance de soi fait partie intégrante du processus que le dispositif BNEM Ambassadeurs souhaite mettre en place. En effet, non seulement les élèves doivent pouvoir prendre conscience de

⁵³ Bureau National des Etudiants Ingénieurs.

⁵⁴ Le BNEI et le BNEM.

⁵⁵ Viau, R., 2009. *La motivation en contexte scolaire*. Bruxelles: De Boeck.

⁵⁶ Charlot, B., 2005. *Du rapport au savoir*. Paris: Anthropos.

toutes les possibilités qui leurs sont offertes mais aussi de leurs propres capacités à accéder à ces filières d'excellence.

Il est important d'évoquer **la perception de sa compétence**, théorie mise en avant par Pajaras⁵⁷. Elle correspond à « la perception de soi par laquelle un élève, avant d'entreprendre une activité qui comporte un degré élevé d'incertitude quant à sa réussite, évalue ses capacités à l'accomplir de manière adéquate ».

Une autre manière d'appréhender le problème de la connaissance de soi repose sur **la perception de contrôlabilité**, concept élaboré par R. Viau et R. Louis.⁵⁸ Elle correspond au degré de contrôle exercé par un élève sur une activité et sur la note qui en découlera. De fait, il est nécessaire, pour l'élève, de sentir qu'il a une certaine liberté dans les activités proposées.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs s'attèle à la question de **la confiance en soi des lycéens**. Le mentorat participe à améliorer cette dernière en faisant prendre conscience aux élèves mentorés qu'ils ont la liberté de choisir leur future voie d'étude.

3. Ouvrir le champ des possibles et faire des choix éclairés

L'orientation est un défi lorsque la question d'un passage d'une classe sociale à une autre se pose. Les « transfuges » de classe sont confrontés à des défis bien plus importants que des étudiants disposant de toutes les clés pour suivre des études supérieures. La sociologue Agnès Van Zanten, directrice de recherche à l'Observatoire Sociologique du Changement (OSC) note que **seulement un cinquième des familles, dont les parents n'avaient pas fait d'études au-delà du Bac, discutent de l'orientation au sein du foyer de manière régulière**.

En outre, **si un effet de reproduction sociale se développe, c'est également le fait d'un manque de choix éclairés**. Il est **plus simple de reproduire un schéma familial que de s'en dissocier**.

Lorsque les élèves de milieux favorisés ont toutes les clés pour choisir et ont plus de temps pour le faire, ceux des milieux populaires sont laissés sur « le carreau ».

Le dispositif BNEM Ambassadeurs s'inscrit ainsi comme vecteur d'ouverture sociale et surtout comme un **apport complémentaire pour éclairer le choix des élèves de manière interactive et permettant l'information de tous sur des bases solides**.

4. Préparer aux études supérieures

Le dispositif BNEM Ambassadeurs s'attache à proposer du mentorat aux élèves. Il s'agit tout d'abord d'un mentorat pour les élèves issus de la filière STMG ainsi qu'un mentorat pour les ESH. Cette volonté s'inscrit dans des objectifs qui à long terme ambitionnent d'ouvrir ce mentorat à **d'autres filières ou bien à d'autres profils d'élèves** que ce mentorat pourrait aider.

⁵⁷ Pajares and Johnson, *The Role of Self-Efficacy Beliefs in the Writing Performance of Entering High School Students*. [Place of publication not identified]: Distributed by ERIC Clearinghouse, 1995.

⁵⁸ Viau, Les perceptions de l'élève : sources de sa motivation dans les cours de français. Québec français,(110), 45-47, 1998.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs se veut **pragmatique**. C'est la raison pour laquelle il entend mener **étape par étape la mission de mentorat**.

À terme, il est envisagé de **proposer du mentorat pour les élèves du secondaire issus de milieux moins favorisés ou de milieux enclavés et isolés**.

La volonté de **construire un partenariat** avec les **Cordées de la réussite** s'inscrit pleinement dans cette démarche d'apporter **une aide au plus grand nombre de jeunes**.

Pour entrer sereinement en études supérieures et pour les poursuivre avec des difficultés moindres, **les connaissances requises ne s'arrêtent pas aux connaissances théoriques**

5. Développer la conscience sociétale des étudiants BNEM Ambassadeurs

Le dispositif BNEM Ambassadeurs fonctionne aussi au bénéfice des Ambassadeurs.

En effet, si ces étudiants s'investissent pour d'autres élèves afin de leur permettre d'élargir leur spectre de choix d'orientation, le dispositif apporte également aux Ambassadeurs eux-mêmes. **La rencontre entre les BNEM Ambassadeurs et les élèves développe la conscience sociétale des premiers.**

B. Les cibles du dispositif BNEM Ambassadeurs

Des cibles prioritaires ont été identifiées afin que le dispositif ait l'impact escompté. En effet, ce dernier étant jeune, il est choisi de **se concentrer en priorité sur le public le plus à même d'être touché par les actions du dispositif, pour ensuite l'élargir à d'autres élèves.**

1. La diversité sociale

Les lycées des ZUP⁵⁹, ZAC⁶⁰, ZUS⁶¹, REP⁶², REP+⁶³ et QPV⁶⁴ sont également ciblés, car **les lycéens sont souvent confrontés à un plafond de verre**. L'(auto)censure annihile alors **l'espoir des élèves, même pour ceux ayant du potentiel**.

Les jeunes des quartiers défavorisés sont souvent confrontés à une méconnaissance des codes professionnels, un manque de réseau et à **l'inexistence de tout exemple d'émancipation dans leur entourage**.

Le mentorat permet donc de mettre en contact le jeune avec une personne extérieure, minimisant l'effet de conformisme et de pression sociale exercé par ses pairs.⁶⁵ Selon une étude de l'association

⁵⁹ Zone à urbaniser en priorité.

⁶⁰ Zone d'aménagement concerté.

⁶¹ Zone urbaine sensible.

⁶² Réseau d'éducation prioritaire.

⁶³ Réseau d'éducation prioritaire renforcé.

⁶⁴ Quartier prioritaire de la politique de la ville.

⁶⁵ Héloïse Monnet, Développons le mentorat pour les jeunes des quartiers populaires ! dans Les Cahiers du Développement Social Urbain 2020/1 (N° 71), page 31, 2020.

Article 1, le mentorat des jeunes des quartiers sensibles permet d'accroître de 28% la valeur moyenne du diplôme après son obtention et de 15% le salaire moyen.⁶⁶

Les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV) seront identifiés dans chaque secteur grâce aux données fournies par les différentes académies, qui répertorient les lycées concernés par ces aménagements.

C'est donc un travail d'adaptation locale qui doit être réalisé par l'Antenne locale BNEM de chaque EM afin d'identifier quels seront les établissements à cibler en priorité dans sa zone d'action.

2. La diversité territoriale

Le facteur géographique et territorial est pris en considération par le dispositif BNEM Ambassadeurs. Les lycées ruraux, en ZRR⁶⁷, zones enclavées et isolées sont ciblés. **Souvent très isolés, le manque d'informations mais aussi de perspectives s'avèrent être un réel problème pour ces lycéens ruraux.** Ces derniers n'envisagent pas de mobilité géographique, leur fermant des opportunités et notamment celle de la filière EM.

Les raisons sont souvent dues à une reproduction du schéma familial ou de leur entourage.

3. La filière STMG

La filière STMG est une cible clé. En effet, cette filière, par ses enseignements, permet **une totale continuité du parcours si le lycéen s'oriente vers une EM.** Malheureusement, cette filière est souvent **peu valorisée par les lycéens, les parents d'élèves et même par certains professeurs.** Des représentations sociales autour de la filière STMG induisent **une hiérarchisation des diplômes, plaçant cette dernière en deçà des autres parcours.**

Un nombre conséquent de lycéens s'y retrouvent par défaut, sans réel objectif ou horizon. Une intervention dans ces classes est donc bénéfique, car elle redonne confiance aux lycéens par l'intervention de BNEM Ambassadeurs.

4. Les élèves en situation de handicap

Intégrer les élèves en situation de handicap (ESH) comme cible du dispositif BNEM Ambassadeurs est nécessaire en raison des données d'inclusion de ces derniers dans les grandes écoles. En effet, **88,6% de ces étudiants suivent un cursus universitaire et leur nombre a été multiplié par 5 depuis 2008.**⁶⁸

Selon le Baromètre Handicap 2019⁶⁹ de la CGE, on dénombre 1,55 % d'ESH dans l'enseignement supérieur en 2017-2018. On compte **1,08 % d'ESH dans les Écoles membres de la CGE en 2017-2018 et 1,57% d'ESH en 2018-2019.**

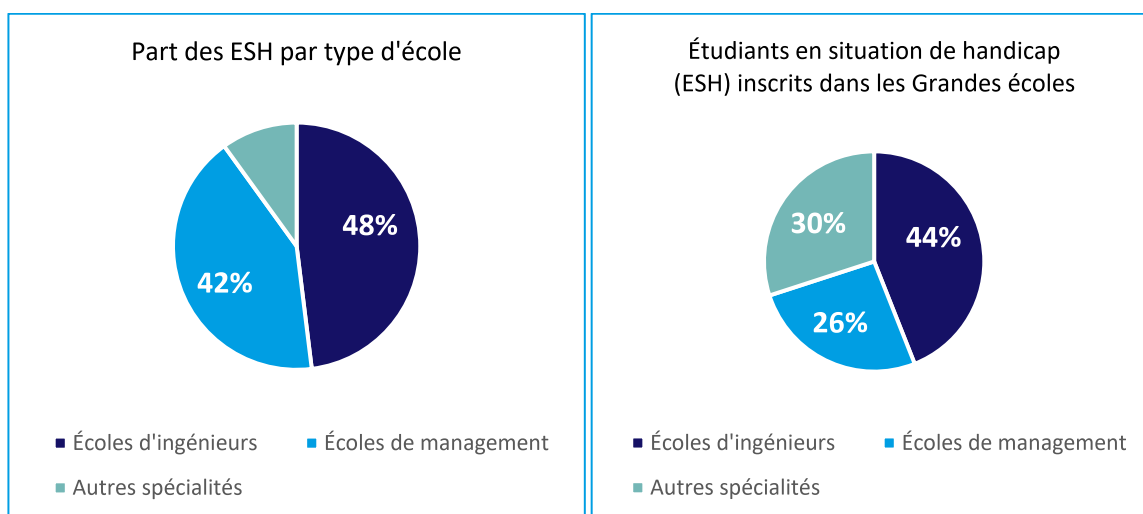
⁶⁶ Enquête d'impact sur l'insertion professionnelle des jeunes mentorés Article 1 six mois après leur diplôme, décembre 2018.

⁶⁷ Zone de revitalisation rurale.

⁶⁸ État de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation en France n°14.

⁶⁹ CGE, Baromètre Handicap 2019, 16 janvier 2020.

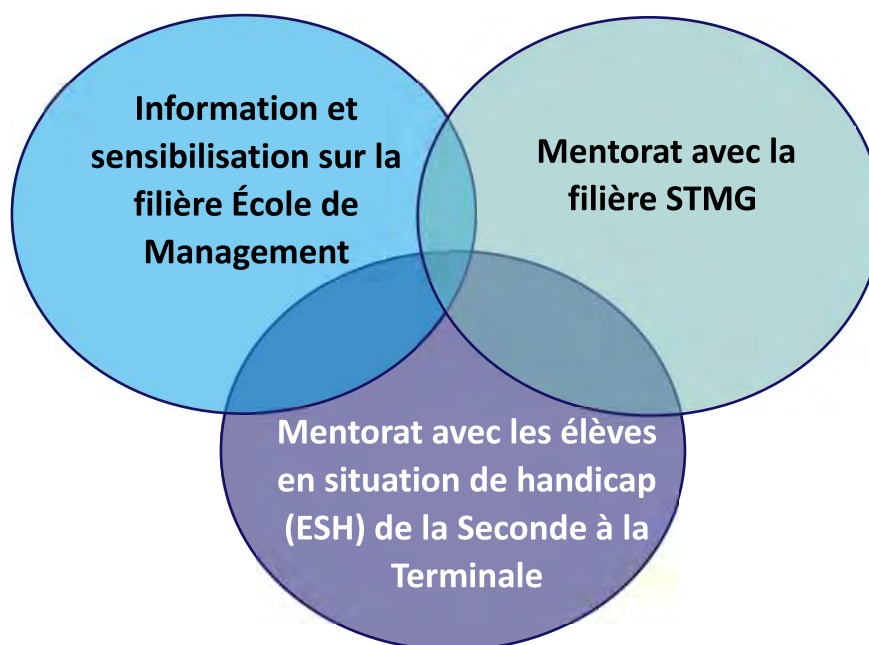
87,10 % des Écoles membres mènent des actions de sensibilisation auprès des étudiants.



C. Les missions du dispositif BNEM Ambassadeurs

L'orientation est une étape fondamentale pour l'élève et aura une influence significative sur la suite du parcours de ce dernier.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs se construit autour de **trois missions** :



Le dispositif BNEM Ambassadeurs partage la définition suivante du mentorat : « *Le mentorat désigne une relation interpersonnelle d'accompagnement et de soutien basée sur l'apprentissage mutuel. Son objectif est de favoriser l'autonomie et le développement de la personne accompagnée en établissant des objectifs qui évoluent et s'adaptent en fonction des besoins spécifiques. Le binôme mentor/mentoré agit au sein d'une structure professionnelle encadrante (formations, suivis,*

évaluation...). Le mentorat est un des piliers d'une société de l'engagement : le mentor ne peut être rétribué : il/elle agit bénévolement ou dans le cadre d'un engagement d'intérêt général type service civique. »⁷⁰

La troisième mission, à savoir **Mentorat avec les élèves en situation de handicap (ESH) de la Seconde à la Terminale**, est une offre de proposition faite par le BNEM, correspondant à la quatrième proposition « Pour une transition efficace entre l'enseignement secondaire et l'enseignement supérieur » du Livre Blanc de la CGE sur le Handicap⁷¹.

Étant donné la complexité relative à la question du handicap, mais également à la spécificité du sujet, la mission de mentorat nécessite des prérogatives.

De plus, elle implique une **construction collaborative avec les parties prenantes présentes**, ainsi qu'un réel effort à mener concernant son implémentation opérationnelle. Pour ces raisons, la proposition faite est ambitieuse mais s'inscrit comme un **dispositif global, adapté et progressif**. La mission de **Mentorat avec les ESH de la Seconde à la Terminale** est développée dans la partie H, intitulée « La question du handicap : une préoccupation prise en compte par le dispositif BNEM Ambassadeurs avec le Mentorat ».

1. Informer et sensibiliser sur la filière École de Management

L'information et la sensibilisation des lycéens sur les études supérieures est une des priorités du dispositif BNEM Ambassadeurs. Nous comptons déployer un certain nombre d'outils visant à sensibiliser particulièrement les jeunes, entrepreneurs et acteurs de demain.

Grâce aux BNEM Ambassadeurs, l'objectif est de présenter la filière **École de Management en répondant aux principales interrogations et attentes des lycéens**.

La finalité **n'est pas de faire la promotion d'une École en particulier, mais transmettre une information aux lycéens pour qu'ils puissent faire un choix en connaissance de cause pour la suite de leurs études dans d'enseignement supérieur** (Postbac).

En déconstruisant les carcans et autres idées reçues sur la filière, le but est d'insuffler aux élèves l'envie de construire un projet d'études qui leur correspond, quel que soit leur profil.

a) Le périmètre de cette mission

La mission *Information et sensibilisation sur la filière École de Management s'adresse aux lycéens, de la Seconde à la Terminale*. En effet, c'est à ce moment que le lycéen s'oriente et fait des choix qui lui ouvriront ou fermeront des voies. De plus, depuis **la réforme du nouveau baccalauréat de 2021, la sélection des spécialités s'avère bien plus délicate pour l'orientation**.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs souhaite mener des interventions auprès de la Voie Générale, Technologique et Professionnelle. Afin de répondre aux attentes des lycéens, mais également des spécificités des trois Voies, chaque présentation en tient compte. Si une intervention se déroule dans une classe de STMG, la structure est adaptée au sujet des voies d'accès pour accéder à la filière ÉdM.

⁷⁰ Définition tirée de l'appel à projets 2021 : Plan de développement du mentorat en France, 2021.

⁷¹ Paru en mai 2021.

b) Quel est l'intérêt de la mission Information et sensibilisation sur la filière École de Management ?

Les grandes écoles sont, avec les prépas CPGE et les admissions parallèles qui y conduisent, le segment principal de l'enseignement supérieur français qui, traditionnellement, sélectionne et forme les futurs acteurs scientifiques, économiques et politiques du pays.

L'objectif de ces interventions est de contribuer à une orientation postbac plus juste, plus confiante et mieux adaptée aux aspirations et au potentiel académique de chaque jeune. Les interventions s'articulent autour de témoignages d'étudiants et d'Alumnis (anciens élèves des Écoles), pour lever les freins à l'orientation, faire découvrir la vie pratique étudiante et **fournir des informations sur le monde professionnel, ses enjeux et ses codes.**

2. Mentorat avec la filière STMG

La filière Sciences et Technologies du Management et de la Gestion (STMG) reste ancrée dans un enseignement technologique par son objet d'étude, par son organisation, par ses enseignements, ainsi que par sa démarche dite « démarche technologique ». **Elle place le management au cœur de la filière.**

a) Pourquoi la filière STMG ?

Les élèves des bac technologiques ne représentent que **5,8% des effectifs des CPGE toutes filières confondues**⁷². Là aussi, l'origine sociale des lycéens explique que ceux des filières technologiques se dirigent peu vers les CPGE. Il faut noter par ailleurs le développement plus récent des **CPGE technologiques commerciales (ECT) ou scientifiques (TSI et TB)**, ainsi que de **la classe d'ATS, qui accueille des élèves issus de BTS et d'IUT.**

Mais l'ouverture des grandes écoles à ces publics, et au-delà leur adaptation une fois le concours réussi, restent des points très largement perfectibles.

Le rapport de l'Institut des Politiques Publiques⁷³ montre que **les élèves de Première et de Terminale de la Voie Technologique sont deux fois moins souvent issus de milieux favorisés (17,7%) que les élèves de Première et Terminale générales (35,9%),** des représentations qui se retrouvent dans les effectifs des CPGE.

Ce rapport note que les enfants des catégories moyennes et défavorisées **ne bénéficient pas de l'ensemble de connaissances pour s'orienter et réussir ces parcours.** Les CPGE Technologiques, et encore plus la classe préparatoire « Adaptation technicien supérieur » pour les élèves ayant obtenu un BTS ou un BUT, restent particulièrement méconnues. **Elles sont pourtant une voie de la diversification sociale des CPGE et donc des grandes écoles.**

Elèves, parents d'élèves, professeurs principaux de matières générales comme de matières technologiques jugent le niveau scolaire attendu des élèves de STMG comme **étant inférieur à celui qui est attendu des élèves qui composent les filières générales.** **De nombreuses représentations sociales existent sur l'ambiance de classe qui règne dans la filière STMG.**

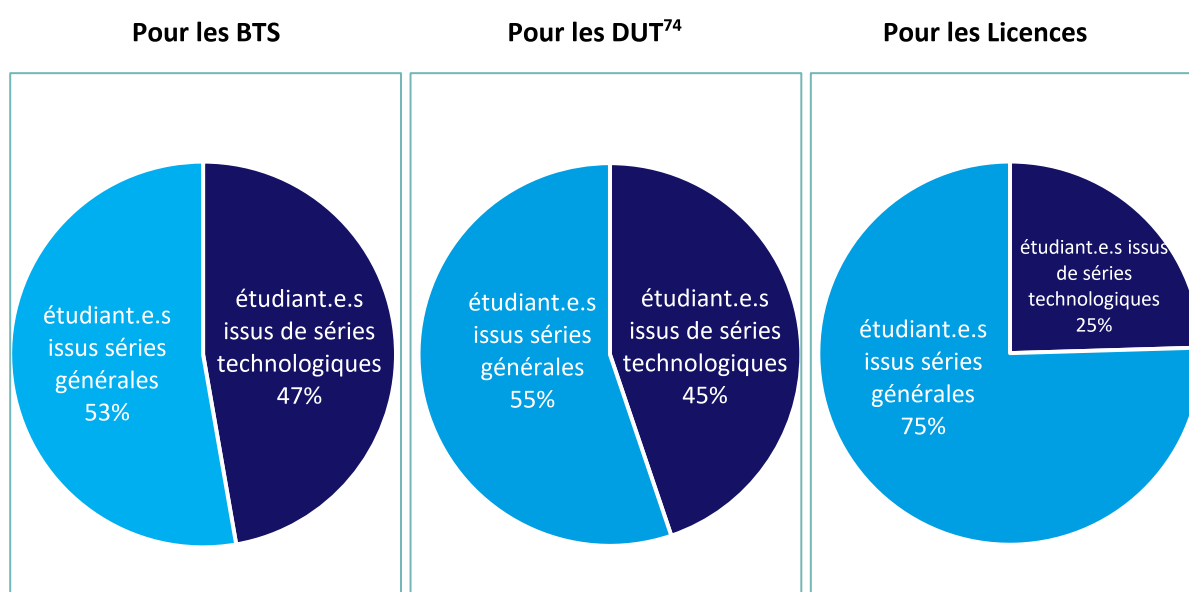
⁷² Selon les chiffres du rapport "MOBIPOP Tech & ATS" de 2019.

⁷³ Etude de l'IPP, Quelle démocratisation des Grandes écoles depuis le milieu des années 2000 ? Janvier 2021.

Ces dernières, affectant **négalement la filière STMG** (un niveau attendu des élèves plus faible que dans les séries générales, une ambiance de classe jugée difficile...) amènent certains acteurs clés de l'orientation des élèves à ne pas recommander cette filière. **Elle est perçue comme la filière dans laquelle se rassemble les élèves dits « en difficulté »**. Pour participer à la motivation d'un élève de STMG, il convient de modifier les représentations qu'il se fait de sa propre filière.

Cette hétérogénéité forte du déterminisme social des parents vis-à-vis de la filière STMG peut provenir, en partie, du **degré d'information des familles à l'égard de cette filière** (en termes de débouchés et de poursuites d'études possibles). Dans le cadre scolaire, **les sources motivationnelles sont très souvent liées à l'autodétermination ou à des perceptions de l'élève, comme celle de sa compétence.**

La réussite scolaire des élèves de STMG



b) L'apport du dispositif BNEM Ambassadeurs à la filière STMG

Le dispositif ne **résout pas l'ensemble des problèmes et des défis rencontrés par cette filière**. Il participe, à son échelle, à la **revalorisation de la filière STMG** d'une part, et **favorise le lien entre le secondaire et le supérieur pour les élèves de STMG** d'autre part.

Pour ce faire, différents outils sont mis en place. Les **possibilités d'orientation offertes** après un bac STMG constituent **un des leviers pour modifier la perception de la filière STMG, et ainsi la revaloriser.**

En outre, l'accompagnement de l'élève par un mentor est bien souvent bénéfique et constructif pour ce dernier en permettant de renforcer ce précieux lien entre secondaire et supérieur, d'un point de vue qualitatif au niveau de l'information, de la sensibilisation et le partage des bonnes pratiques pour y parvenir.

Le dispositif BNEM Ambassadeur aide les élèves de STMG, à savoir **ce qui leur est possible de faire et ce qu'il est susceptible de leur convenir en fonction de leur profil**. Ces efforts particuliers, en matière

⁷⁴ Secteurs de la production et des services cumulés.

d'orientation des élèves de STMG, revalorisent cette filière en montrant aux élèves actuels et futurs qu'il s'agit d'un **baccalauréat offrant des débouchés intéressants**.

Ce que propose le dispositif pour les élèves de la filière STMG

Comprendre comment l'orientation revalorise la filière STMG **ne peut se faire sans la participation active de tous les acteurs de l'orientation**.

À partir de ce constat et des différents rapports faisant état des déficiences, **le BNEM souhaite établir un partenariat avec les instances impliquées sur la question du mentorat**, au niveau associatif et des politiques publiques d'ouverture sociale, d'égalité des chances et de diversité sociale et territoriale.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs **veut s'inscrire comme partenaire des Cordées de la réussite**. Le **BNEM partage leur constat : il est nécessaire de développer le mentorat en se proposant partenaire pour contribuer à cette « montée en puissance »**.

Le dispositif souhaite **devenir partenaire des têtes de cordée dans le dispositif des Cordées de la réussite**.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs se mettra en place par étape. C'est la raison pour laquelle il souhaite intervenir auprès des classes de Première STMG lors de l'année de lancement⁷⁵ puis élargir le dispositif aux classes de Terminale STMG lors de la deuxième année⁷⁶.

Afin de construire et consolider ce continuum avec la filière STMG, les élèves mentorés en classe de Première STMG lors de la première année du dispositif sont ceux accompagnés en Terminale STMG lors de la deuxième année.

c) Fréquence d'interventions auprès des élèves en STMG

En amont, le BNEM s'engage à faire une « **réunion de cadrage** » avec la tête de cordée et les établissements partenaires pour définir les besoins, les objectifs des lycéens concernés par les **séances d'intervention**. Nous voulons donc créer un tableau de bord et de suivi entre le dispositif et les établissements.

Un dispositif adapté et progressif au niveau de la fréquence d'intervention des BNEM Ambassadeurs

- **Pour les élèves de Première**

Nous considérons qu'il faut **une intervention mensuelle pour avoir une réelle efficacité auprès des élèves**. L'objectif est que l'élève considère cet accompagnement comme une opportunité.

Cette fréquence d'intervention a été pensée au cours de la conception du dispositif, notamment par l'audition des parties prenantes, afin **d'éviter que l'élève ne perçoive cet accompagnement comme une sanction**.

De plus, les préoccupations liées à la question de l'orientation dans les études supérieures apparaissent globalement moins importantes en Première qu'en Terminale. L'objectif n'est pas de minorer la fréquence d'intervention mais de concevoir le dispositif pour répondre de manière la plus pertinente aux attentes des lycéens.

⁷⁵ Début d'hiver 2021/début 2022 - Juin 2022.

⁷⁶ Septembre 2022 – Juin 2023.

Dans la partie 4, « *Capacité à former les binômes mentor-mentoré* », mentionnée dans le **cahier des charges pour le projet de mentorat objectif 100 000 mentorés**, il est précisé qu'« ***Après la réunion initiale et sauf clôture anticipée, des séances du binôme mentor / mentoré ont lieu au moins une fois toutes les 6 semaines pendant au moins 6 mois.*** ».

De plus, les préoccupations d'orientation et la projection dans les études supérieures apparaissent globalement moins importantes en Première qu'en Terminale. **L'objectif n'est pas de minorer la fréquence d'intervention, mais de concevoir le dispositif pour répondre de la manière la plus pertinente aux attentes des lycéens.**

La fréquence d'intervention auprès des élèves de Première STMG serait donc de l'ordre d'une **intervention mensuelle** sur la **période de l'année scolaire en Terminale STMG**. Considérant qu'une année scolaire dans le secondaire correspond à 8 mois, cela représente donc **8 interventions sur une année**.

- **Pour les élèves de Terminale**

Nous considérons qu'il faut **une intervention bimensuelle (tous les 15 jours) lors du premier trimestre (de septembre à décembre)** afin d'avoir une réelle efficacité auprès des élèves, notamment avec la **période de Parcoursup**. La fréquence d'intervention est plus importante en raison des besoins et des attentes des lycéens en Terminale. Cela correspond donc à 6 interventions⁷⁷ entre septembre et décembre.

Nous considérons qu'il faut une intervention mensuelle lors du second et du troisième semestre, soit de janvier à juin.

Considérant qu'**une année scolaire dans le secondaire correspond à 8 mois**, cela représente donc **12 interventions⁷⁸ sur une année**.

Le but est d'accompagner les élèves dans leurs projets scolaires, personnels et professionnels. Il faudrait donc que les élèves aient du temps libéré dans leur emploi du temps afin que celui-ci ne se superpose pas à d'autres matières. Le BNEM préconise une intervention de **deux heures en individuel et/ou par petits groupes** (2-3 mentorés par BNEM Ambassadeur). **Le BNEM a également la capacité de proposer un suivi à distance ou en hybride en fonction des besoins des établissements.**

En fin d'année, une réunion bilan est organisée entre les différentes parties prenantes. Cet échange est l'occasion de faire un point sur les objectifs que les établissements ont fixé en début d'année. Après cette réunion, le BNEM réitère les actions qui ont fonctionné auprès des élèves et apporte des nouvelles actions. **L'objectif est de s'améliorer pour répondre au mieux aux attentes des lycéens.**

d) Nature des interventions auprès des classes de Première STMG

Le dispositif BNEM Ambassadeurs se distingue par une capacité à adapter son programme de mentorat en fonction de la demande, et notamment de prioriser les types d'accompagnement les plus recherchés par les jeunes en termes de besoin et de maillage géographique.

⁷⁷ La période de septembre – décembre comprend 4 mois dont 3 mois pleins si l'on enlève les vacances de la Toussaint et les vacances de Noël. Cela représente donc 6 interventions sur cette période.

⁷⁸ 6 interventions de septembre à décembre, 6 interventions de janvier à juin.

Le dispositif est adaptable au niveau opérationnel, à la réalité du terrain et aux attentes des lycéens.

Cet accompagnement a pour principal objectif de guider l'élève dans sa réussite scolaire :

- **Guider l'élève dans ses choix d'orientation** : il faut faire réfléchir l'élève sur toutes les opportunités d'orientation qui s'offrent à lui et l'amener à faire le meilleur choix.
- **Éviter le décrochage scolaire** : prévenir et lutter contre le décrochage scolaire, avoir un suivi individuel avec l'élève, transmettre des méthodes de travail pour que l'élève puisse les reproduire à son niveau, apporter un soutien scolaire si l'élève se retrouve en difficulté dans une matière.
- **L'accompagner dans ses projets personnels et professionnels** : le bien-être de l'élève est au cœur de nos interventions. Il faudra l'aider et l'accompagner sur tous les autres projets qui peuvent lui être bénéfiques comme **la rédaction d'un CV, d'une lettre de motivation** (vœux motivés avec la réforme de Parcoursup) ou une **simulation pour un entretien** (visée professionnelle ou pour candidater dans un établissement du supérieur).

L'accompagnement favorise l'autonomie et le développement des élèves en établissant des objectifs qui évoluent et qui s'adaptent à ses besoins et ses attentes.

Le BNEM Ambassadeur partage « son réseau » à l'élève afin que ce dernier puisse rencontrer des professionnels et des étudiants dans les domaines qui intéressent.

e) Assurer la pérennité du mentorat en dehors de l'intervention en présentiel

Le dispositif met en place des vidéos sur des thèmes divers et variés. Le but est de créer des outils numériques et un espace d'échange en dehors des interventions en présentiel tout en promouvant la poursuite des études supérieures pour les élèves de la filière STMG.

L'objectif est de proposer aux élèves un suivi tout au long de leur année avec des **outils différents, en plus des séances en présentiel et en virtuel.**

Ce travail s'effectue en co-construction avec les différentes têtes de cordée et les partenaires du dispositif BNEM Ambassadeurs.

Des interviews d'étudiants des différentes filières d'études supérieures	• École de Management, • BUT, • Classes préparatoires...
Des vidéos sur l' utilisation d'outils informatiques	• Word, • Excel, • Sur tout ce dont l'élève pourrait avoir besoin pendant son année.
Des vidéos pour aider à la rédaction	• D'un curriculum vitae, • D'une lettre de motivation.
Des interviews de professionnels ayant fait un baccalauréat STMG	• Susciter de l'ambition chez les élèves.

f) Garder le lien avec l'élève en dehors du mentorat en présentiel : en amont et en aval d'une intervention

Nous voulons mettre en place plusieurs points de contact ainsi qu'un suivi à distance afin de **préparer les séances en amont et évaluer la séance en aval lors de l'accompagnement Mentor-Mentoré**. L'élève encadré par le dispositif BNEM Ambassadeurs contacte son mentor via les nouveaux outils pédagogiques (Zoom, Teams, Google Meet...) ou l'intranet de l'établissement⁷⁹.

3. La mise en place d'une plateforme pour construire un réseau bénéficiant aux élèves de STMG mentorés par le dispositif BNEM Ambassadeurs

Le BNEM met en place une plateforme, sous la forme d'un annuaire national, rassemblant l'ensemble des élèves de la filière STMG mentorés avec différentes informations mentionnées telles que :

- Le nom de l'établissement avec sa localisation ;
- La poursuite d'études supérieures envisagée* ;
- Le projet professionnel envisagé* ;
- Les études supérieures que l'élève a finalement entrepris après l'obtention de son baccalauréat.

* (Avant le début du mentorat/En fin de Première STMG/En mars de Terminale STMG)

De plus, chaque BNEM Ambassadeur, participant à la mission de mentorat avec des élèves de la filière STMG, mentionne sur cette plateforme plusieurs indications telles que :

- Son mail ;
- Son téléphone ;
- Son niveau d'études ;
- Son École.

L'objectif de cet outil est d'offrir à **chaque élève mentoré une première étape dans la construction de son réseau pour la suite de son parcours scolaire**. C'est également un moyen de construire, au fil des années, un répertoire qui permet aux élèves mentorés de la filière STMG d'échanger avec des mentors qui auront intégré le monde professionnel.

L'inégalité due à la construction du réseau est réduite pour les élèves bénéficiant du dispositif BNEM Ambassadeurs.

D. Vision du dispositif BNEM Ambassadeurs

Le dispositif BNEM Ambassadeurs est né de la volonté de faire face aux problèmes de représentativité sociale au sein des EM.

Ces problèmes ont été abordés au début de ce rapport, **nous les analysons afin de proposer des solutions**. Ils consistent principalement en un manque de possibilités d'accès à la filière EM pour les

⁷⁹ Environnement Numérique de Travail (ENT).

élèves issus de milieux défavorisés ou qui n'ont pas été suffisamment informés afin de constituer un choix d'orientation éclairé.

La prise de conscience des problèmes qui existent aujourd'hui au sein de la filière EM doit pouvoir mener vers une étape cruciale, **celle de l'action en permettant de démocratiser et de valoriser la diversité au sein de la filière EM.**

La meilleure manière d'agir est de sensibiliser et d'informer. **Le dispositif BNEM Ambassadeurs a un impact positif sur la représentativité au sein des EM.**

Il est nécessaire de **prendre des mesures concrètes et d'agir le plus tôt possible pour obtenir une plus grande diversité sociale et territoriale dans l'enseignement supérieur.**

E. Valeurs du dispositif BNEM Ambassadeurs

Le BNEM est **résolument attaché aux valeurs d'inclusivité, de diversité sociale et territoriale.**

En se voulant à la fois être acteur de **l'égalité des chances, de l'inclusion des profils ainsi que de la pleine information et sensibilisations des étudiants sur le financement des études**, le dispositif BNEM Ambassadeurs a pour but de servir ces valeurs.

Ces trois préoccupations appellent ainsi à des réponses efficaces et concrètes.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs entend représenter la **filière École de Management dans son entièreté, et non une école spécifique.** Les BNEM Ambassadeurs s'attachent à **faire valoir ce principe à travers les différentes missions du dispositif.**

Il est important de souligner que le but du dispositif BNEM Ambassadeurs **reste et restera d'informer, de sensibiliser, de mentorer, et non de recruter.**

1. L'égalité des chances comme valeur primordiale du dispositif BNEM Ambassadeurs

Le dispositif BNEM Ambassadeurs est attaché à **l'égalité des chances.** Pour rappel, celle-ci correspond à **une exigence qui veut que les individus disposent des mêmes chances et ce quel que soit leur statut social ou leur origine sociale.** Appliquée au dispositif, l'égalité des chances prend tout son sens. En effet, le dispositif BNEM Ambassadeurs permet, par son action de sensibilisation, d'informer les élèves et de pallier un déséquilibre d'accès à l'information sur l'orientation.

Par **le mentorat proposé à la filière STMG**, le dispositif prône l'égalité des chances, **indépendamment de la Voie choisie par l'élève.**

Par **le mentorat proposé aux ESH**, le dispositif prône l'égalité des chances, **indépendamment de son profil.**

2. L'inclusion des profils, une volonté du dispositif BNEM Ambassadeurs

Le dispositif BNEM Ambassadeurs s'attache aussi à l'**inclusion des profils**.

L'éducation inclusive repose sur la reconnaissance de la diversité comme étant une richesse favorisant un apprentissage différent et qui enrichit les rapports sociaux. Cette conception de l'éducation suppose une responsabilité collective, dans la mesure où le projet doit être porté par l'ensemble des collaborateurs (enseignants et administratifs). C'est ainsi que **le dispositif BNEM Ambassadeurs tient compte de ces exigences en impliquant les différents acteurs de l'inclusion.**

3. Une information complète et lisible sur les moyens de financement des études en EM

Si l'information sur les possibilités offertes par les EM est nécessaire, elle ne saurait se suffire tant le problème du financement pour le public cible est un critère de premier ordre.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs propose aux lycéens une information complète sur les différents dispositifs de financement des études en EM. **Les récentes annonces de certaines Écoles sur les frais de scolarité sont autant de sujets complexes qu'il conviendra de présenter aux lycéens.**

La modulation des frais de scolarité tend à se démocratiser, certaines Écoles ont déjà fait le choix de suivre cette voie.

F. Une construction collaborative avec les parties prenantes

La **multiplication des programmes d'ouverture sociale** complique l'accès à l'information.

Certains lycées ont plusieurs programmes. Territorialités et localisations jouent beaucoup dans les partenariats des établissements pour ces programmes. **Il faut élargir « à la masse » de manière coordonnée.** Le dispositif BNEM Ambassadeurs suit cette voie.

De plus, beaucoup d'informations sont disponibles mais **les inégalités dans le traitement de l'information (notamment digitale) creusent les écarts.** Il ne s'agit donc pas toujours d'une inégalité d'accès, mais également de compréhension et d'utilisation de ces données.

La note de 2019^{80*} invite à renforcer le lien avec les rectorats, les académies, les conseillers d'orientation, les proviseurs et les principaux.

1. Pourquoi construire une collaboration constructive BNEM - Les Cordées de la réussite ?

Le dispositif BNEM Ambassadeurs souhaite s'inscrire comme **un partenaire des Cordées de la réussite** au niveau des deux missions de mentorat⁸¹.

⁸⁰ Les écoles de Commerce s'engagent dans la diversité sociale, 2019.

⁸¹ Pour les STMG et les ESH.

De plus, la mission d'*Information et sensibilisation sur la filière École de Management* s'inscrit comme une **offre de service** dans le dispositif des Cordées de la réussite pouvant bénéficier à des établissements encordés si ces derniers sont intéressés.

Le but d'une telle collaboration est de **mettre en commun nos savoir-faire afin de proposer aux élèves mentorés un maximum d'outils pour leur avenir**.

Les BNEM Ambassadeurs sont des étudiants issus des Écoles de Management membres du BNEM.

2. Écoles sollicitées pour les missions de mentorat : quelles têtes de cordée ?

Un établissement encordé et des établissements têtes de cordée mettent en place des actions pour donner à chaque élève les moyens de sa réussite dans l'élaboration de son projet d'orientation, quel que soit le parcours envisagé : poursuite d'études dans l'enseignement supérieur ou insertion professionnelle.

Une « **Cordée de la réussite** » repose sur le partenariat entre :

- Une « tête de cordée » qui peut être un établissement d'enseignement supérieur : grandes écoles, universités ou des lycées comportant une CPGE ou une STS (Section de Technicien Supérieur) ;
- Et des établissements dits « encordés » : collèges et lycées de la Voie Générale, Technologique ou Professionnelle qui relèvent plus particulièrement des réseaux d'éducation prioritaire, des quartiers prioritaires de la politique de la ville ou de zones rurales éloignées des métropoles.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs est **complémentaire, et non substitutif aux dispositifs et politiques d'ouverture sociale menés**.

C'est la raison pour laquelle nous voulons mener **une collaboration avec les EM « tête de cordée » afin d'intervenir auprès des classes de STMG des établissements encordés**.

3. Une collaboration constructive avec les pouvoirs publics

Favoriser le lien entre le secondaire et le supérieur constitue un des objectifs principaux du dispositif BNEM Ambassadeurs.

Par conséquent, une **collaboration constructive est nécessaire avec le MESRI, le MENJS⁸², le Secrétaire d'État auprès du MENJS, chargée de la Jeunesse et de l'Engagement, la Ministre déléguée auprès du Premier ministre, chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et de l'Égalité des chances ainsi que les Régions**.

Il est précisé sur le site internet du MENJS : « *Le nouveau partage des compétences État/Région pour une meilleure éducation à l'orientation dès le collège permet de créer les conditions d'une meilleure information des élèves* ».

Afin de mieux ancrer l'information sur les formations et les métiers dans le contexte local, les Régions se voient confier de nouvelles responsabilités qu'elles exercent de façon complémentaire et cohérente avec les actions menées par l'État telles qu' :

⁸² Ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports.

- Un **renforcement de la compétence d'information** : sur les métiers et les formations au service de l'orientation tout au long de la vie.
- Une **mission définie dans un cadre national de référence** qui a vocation à être déclinée au niveau de chaque région académique.
- Une **action concertée au niveau de la région académique** pour la mise en œuvre de l'information.

Au niveau des Régions, **le dispositif BNEM Ambassadeurs souhaite établir des conventions avec chacune d'entre elles lorsque cela est possible.**

Nous sommes **force de proposition, nous nous inscrivons dans la vision des politiques publiques d'information, de sensibilisation et d'orientation.**

Le PIA⁸³ est le témoin de nouvelles formes de collaboration régionale pour l'orientation. Le dispositif BNEM Ambassadeurs a la volonté de faire partie du **Programme d'investissements d'avenir lors de son lancement et à court, moyen et long terme.**

Le dispositif répond notamment aux **points 13, 14, 16, 22, 24 et 26 du rapport Hirsch**, en complète adéquation avec le « **service public d'égalité des chances** » envisagé.

Le BNEM émet la volonté d'établir un partenariat avec l'État et les politiques publiques menées sur la question d'ouverture sociale, d'égalité des chances, de diversité sociale et territoriale dans le domaine de l'Éducation. BNEM Ambassadeurs souhaite **s'inscrire dans le dispositif 1 Jeune 1 Mentor, dispositif** lancé par l'État afin d'accompagner et impulser le développement du mentorat.

4. Acteurs de l'enseignement secondaire : Rectorat-Académie, Chef d'établissement, Psychologue de l'Education Nationale, Conseiller Principal d'Education, Centres d'information et d'orientation, ONISEP

La première mesure de la note ***Les Écoles de Commerce s'engagent dans la diversité sociale***⁸⁴, intitulée : « *Renforcer le dispositif des Cordées de la réussite (et/ou tout autre dispositif similaire) afin d'augmenter le nombre de candidats brillants, mais n'ayant pas les moyens ou le niveau d'information nécessaire, aux classes préparatoires* » montre bel et bien **les déficiences existantes.**

Le dispositif BNEM Ambassadeurs ne prétend pas être le dispositif effaçant l'ensemble des déficiences sur le territoire national mais **un dispositif complémentaire aux actions menées actuellement.**

Dans cette même note, il est précisé d'établir un « *lien accru entre les grandes écoles et les professeurs/conseillers d'orientation des lycées sur l'ensemble du territoire national* », avec une « *Définition de plans d'action bien définis et suivis entre les écoles et les rectorats* ».

Le BNEM et le dispositif BNEM Ambassadeurs accordent une attention particulière à prendre en considération ces différents sujets dans l'élaboration même du dispositif et sa stratégie de fonctionnement.

La coordination, la concertation et la structuration sont trois éléments indissociables si l'on souhaite répondre de manière efficiente, concrète et intelligente à la première mesure de cette note.

⁸³ Programme d'Investissements d'Avenir.

⁸⁴ note rédigée par ESCP Europe, ESSEC Business School et HEC Paris afin de répondre à la lettre du 19 juin 2019 que Mme Frédérique Vidal, ministre de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

5. Les associations nationales impliquées sur les thématiques d'ouverture sociale, d'inclusion et d'égalité des chances

La construction collaborative du dispositif BNEM Ambassadeurs se manifeste à travers les synergies à trouver avec les dispositifs nationaux impliqués traitant de ces thématiques comme l'AFEV, Des Territoires aux Grandes Écoles (DTGE) ou encore Chemins d'avenir.

À terme, **le dispositif entend rejoindre le Collectif Mentorat**⁸⁵.

Les objectifs de cette association sont d'« *élargir l'accès à un mentorat de qualité à travers la France, favoriser l'inscription du mentorat dans les politiques publiques et pouvoir offrir à tous ceux qui le souhaitent de devenir mentor ou d'être mentoré* », objectifs partagés par le dispositif BNEM Ambassadeurs.

6. Les parents d'élèves

Outre le fait que les parents d'élèves soient associés aux procédures d'orientation de leurs enfants, ils jouent également un rôle très important du fait de leur origine sociale et de leurs propres représentations du système scolaire et des filières.

Une attention particulière doit leur être apportée afin de répondre à leurs interrogations, mais également leurs appréhensions.

Informier sur la réalité du financement des études, sur les équivalences proposées en cas d'échec ou de réorientation de l'élève et informer sur l'insertion professionnelle à la sortie des études, notamment au niveau du salaire, constituent trois de nos priorités.

G. Une Co-construction avec le BNEI⁸⁶ pour la mission *Information et sensibilisation*

1. L'objectif d'une co-construction BNEM-BNEI

La mission ***Information et sensibilisation*** intervient essentiellement dans les zones délaissées, d'un point de vue social (ZAC, ZUS, REP/REP+, banlieues, QPV) et territorial (ZRR, zones enclavées et isolées) pour lutter contre l'autocensure, le déterminisme social et la peur d'oser.

Ce volet du dispositif peut être donc être mis en place pour les Établissements du secondaire qui le souhaitent et qui sont intéressés. La mission du dispositif est une **mission d'intérêt général, non de promotion d'une École**⁸⁷ en particulier.

⁸⁵ Depuis septembre 2019, **huit associations** ont décidé de mettre en commun leur énergie pour développer le mentorat en France en créant le **Collectif Mentorat**. Ce regroupement accompagne tous les ans **près de 30 000 jeunes** en difficulté partout en France.

⁸⁶ Bureau National des Etudiants Ingénieurs.

⁸⁷ Ou d'une École d'Ingénieur.

Pour cette mission, une co-construction BNEM-BNEI permettrait à ces deux associations de **mettre en commun leurs forces respectives**.

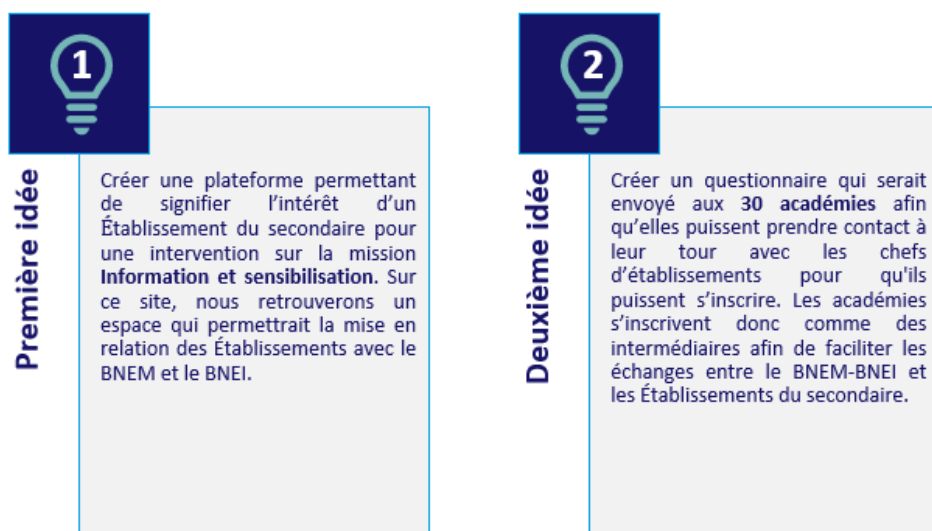
Cette mission se traduirait par des **actions de sensibilisation et d'information conjointes lorsque les conditions sont réunies** (disponibilité mutuelle des ambassadeurs).

En effet, nous constatons des fortes similitudes entre les deux formations telles que la durée, les voies d'accès ainsi que la reconnaissance du diplôme (grande école).

Les profils d'élèves intéressés vont être variés avec une réforme du bac qui abolit la notion de Bac S, Bac ES ou Bac L. Certains peuvent rencontrer des difficultés à savoir ce que leurs spécialités permettent de faire. C'est donc l'occasion de **faire le lien entre le secondaire et le supérieur** afin de **découvrir les deux filières au fil de la présentation**.

Nous voulons « limiter les effets de la désinformation ». Au-delà de ces aspects, cela permettrait aux élèves d'avoir une idée globale des grandes écoles et **non uniquement des Écoles de Management**. Nous voulons proposer aux élèves une vue globale sur les grandes écoles et élargir leurs possibilités d'avenir. L'objectif se résume en une phrase : **« Répondre aux attentes des lycéens. »**.

À l'heure actuelle, nous avons retenu **deux idées clés** :



Avec ces moyens, les établissements du secondaire vont savoir quelles sont les dates disponibles, qui peut intervenir afin de répondre au mieux à leur besoin.

2. La préparation en amont d'une intervention BNEM-BNEI

Chaque Antenne locale BNEM compte des BNEM Ambassadeurs intervenant dans les établissements cibles du dispositif BNEM Ambassadeurs.

Lors d'une intervention, les Ambassadeurs auront à leur disposition des supports de présentation, ainsi qu'un flyer ou une affiche à laisser et les contacts des ambassadeurs pour être recontactés si des élèves sont intéressés.

Avant chaque intervention, les étudiants (**BNEM Ambassadeurs et intervenants du BNEI**) et le **référént de l'établissement** se rencontreront afin de préparer en amont, pour qu'ils puissent au mieux

collaborer avec les besoins des établissements. Cette préparation se fera soit en distanciel, soit en présentiel.

3. Le format d'intervention

Nous voulons que ce moment d'information et d'échange se fasse en présentiel si les conditions sanitaires le permettent. Cependant en cas de nécessité, nous pouvons faire cette présentation à distance.

En ce qui concerne le format de ces interventions, **des discussions sont en cours et se concrétiseront dans les prochains mois avec le BNEI** pour élaborer des supports de présentation.

4. Le nombre d'interventions BNEM-BNEI sur la mission *Information et sensibilisation*

En quelques chiffres, nous souhaitons que le dispositif soit opérationnel **dès le mois de décembre 2021 ou début d'année 2022**. Nous tablons sur un minimum d'**une présentation par mois** pour chaque Antenne locale BNEM, ce qui représente un total de **200 interventions par an⁸⁸** à l'échelle nationale.

H. La question du handicap : une préoccupation prise en compte par le dispositif BNEM Ambassadeurs avec le mentorat proposé aux ESH de la Seconde à la Terminale

À l'instar des élèves en STMG, les élèves en situation de handicap (ESH) sont souvent les **laissés-pour-compte** des missions de mentorat actuelles.

Ces élèves ont besoin d'accompagnement, d'ouverture et d'espoir.

Le mentorat auprès des élèves en situation de handicap est **une mission très complexe à mettre en place**.

C'est pourquoi le BNEM propose aux Écoles de Management de l'aider à soutenir et à impulser cette démarche de mentorat afin de pouvoir la mettre en place dans les meilleures conditions.

En particulier, le mentorat d'ESH au lycée nécessite des partenariats avec les établissements scolaires, les rectorats ainsi qu'une formation des BNEM Ambassadeurs mentors.

Le BNEM est conscient que des dispositifs de mentorat auprès des élèves en situation de handicap existent mais ces dispositifs sont souvent mis en place à l'échelle locale.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs pourrait **compléter les dispositifs déjà existants afin de coordonner des missions de mentorat à une échelle nationale dans une volonté d'égalité territoriale**.

⁸⁸ Une année scolaire correspond à 8 mois. On considère une intervention par mois, par Antenne locale BNEM. On considère 25 Antennes locales BNEM Ambassadeurs pour simplifier. Le BNEM compte 24 représentées au moment où le rapport est publié.

1. La réalité des ESH en France

La loi française définit la notion de handicap ainsi : « Constitue un handicap, au sens de la présente loi, toute limitation d'activité ou restriction de participation à la vie en société subie dans son environnement par une personne en raison d'une altération substantielle, durable ou définitive d'une ou plusieurs fonctions physiques, sensorielles, mentales, cognitives ou psychiques, d'un polyhandicap ou d'un trouble de santé invalidant. »⁸⁹.

Le tableau ci-dessous présente les différents types de handicap au sein des Écoles membres de la CGE :

QUELS TYPES DE HANDICAP ?					
	2018	2019			
Troubles du langage et de la parole (y compris troubles dys sauf dyspraxie)	27,88 %	30,85 %			
Maladies Invalidantes	11,90 %	15,65 %			
Handicap psychique	10,76 %	12,64 %			
Troubles non connus ou autres troubles	13,60 %	11,21 %			
Handicap moteur (dont dyspraxie)	12,12 %	9,08 %			
Handicap cognitif	4,42 %	5,03 %			
Troubles du spectre autistique	2,38 %	4,32 %			
Troubles associés	4,02 %	4,16 %			
Handicap auditif	6,97 %	3,61 %			
Handicap visuel	5,95 %	3,45 %			

Source : CGE, Baromètre Handicap 2019, 16 janvier 2020

En France, on compte près de 12 millions de personnes en situation de handicap⁹⁰, soit environ un Français sur six. **80% des handicaps sont invisibles**⁹¹.

Nous pouvons ajouter que **la totalité de la société est pensée par et pour les personnes valides**. Il semble important de noter qu'en France, 85% des 160 000 ESH du secondaire suivent leur scolarité dans des établissements ordinaires. Ils représentent 3% des élèves du second degré en milieu ordinaire.⁹²

a) Le handicap en études supérieures

Plus particulièrement, au sein de l'enseignement supérieur, **sur les 37 500 étudiants en situation de handicap, 33 200 sont à l'université**⁹³. De surcroît, le nombre d'élèves/étudiants en situation de handicap diminue années après années. Ils sont nombreux à obtenir le brevet des collèges, **moins nombreux à décrocher le baccalauréat, encore moins à conclure leur Licence ; peu à terminer leur Master, et très peu à achever leur doctorat**.

⁸⁹ Définition de l'article 114 de la loi n°2005-102 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.

⁹⁰ Chiffres de l'INSEE en 2016, pour tous types de handicaps confondus selon APF France Handicap.

⁹¹ Chiffres de la Caisse d'Allocations Familiales en 2018.

⁹² Chiffres du ministère de l'Éducation nationale, de la jeunesse et des sports en 2019.

⁹³ Chiffres du ministère de l'Enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation sur l'année scolaire 2019-2020 en France métropolitaine et départements d'outre-mer.

b) Le handicap dans l'emploi

En France, le Code du Travail interdit toute discrimination à l'embauche⁹⁴. En particulier, les individus en situation de handicap doivent être traité de façon égalitaire sur le marché du travail. Depuis la loi du 10 juillet 1987 en faveur de l'emploi des travailleurs handicapés, **les entreprises de plus de 20 salariés sont dans l'obligation d'employer au moins 6% de travailleurs handicapés**. Dans le cas contraire, elles doivent verser une contribution annuelle à l'Association de Gestion du Fonds pour l'Insertion Professionnelle des Personnes Handicapées⁹⁵.

2. Les élèves en situation de handicap dans les grandes écoles

a) Le baromètre de la CGE à propos du handicap

Les étudiants en situation de handicap représentent 1.57%⁹⁶ des étudiants dans les écoles de la CGE pour l'année scolaire 2018-2019 comparé à 1.08% pour l'année scolaire précédente (2017-2018).

Dans tous les domaines confondus des grandes écoles, nous pouvons dénombrer **300 à 400 étudiants en situation de handicap**. Il semble bon de préciser que le tiers des handicaps sont des handicaps du langage ou de la parole (dits "dys").

En École de Management, les ESH ont représenté 1.22% des effectifs pour l'année scolaire 2018/2019.

De plus, 26% des ESH inscrits dans les grandes écoles, le sont en École de Management. Conformément à la situation classique, leur nombre décroît chaque année et ils sont faiblement présents au niveau des Masters et des Doctorats. Plus positivement, **87.10% des Écoles appartenant à la CGE mènent des actions de sensibilisation auprès des étudiants.**

b) La sensibilisation et la formation au handicap en École de Management

Les EM souhaitent accueillir plus de diversité en leur sein pour représenter au mieux la société. Elles ont une volonté, pour la plupart récente, de sensibiliser et de former les futurs managers à la problématique du handicap. En complément du baromètre de la CGE, il est important de proposer aux **ESH de réelles actions, des aménagements adaptés et des accompagnements personnalisés** pour qu'ils puissent prendre conscience de leur capacité et de leurs possibilités.

3. Les missions du mentorat auprès des élèves en situation de handicap du dispositif BNEM Ambassadeurs

a) Guider l'élève dans ses choix d'orientation

Il faut informer l'élève sur toutes les opportunités d'orientation qui s'offrent à lui tout en l'amenant à faire le meilleur choix pour son futur. Son choix d'orientation pourra intervenir s'il se sent capable de poursuivre et s'il a confiance en lui.

⁹⁴ Article L1132-1 du Code du Travail.

⁹⁵ AGEFIPH.

⁹⁶ CGE, Baromètre Handicap 2019, 16 janvier 2020.

b) Éviter le décrochage scolaire

Les interventions doivent prévenir, afin de lutter contre le décrochage scolaire, en apportant un suivi individuel avec l'élève mentoré et en étant disponible même en dehors des jours d'intervention. Le dispositif évite aux ESH de ne pas se décourager à la fin du lycée. **Le dispositif BNEM Ambassadeurs leur permettrait de se projeter dans les études supérieures.**

c) L'accompagner dans ses projets personnels et professionnels

Le bien-être de l'élève est au cœur de nos interventions. Il faudra l'aider et l'accompagner sur tous les autres projets qui peuvent lui être bénéfiques.

L'élève mentoré peut être aidé pour la rédaction d'un CV, d'une lettre de motivation (vœux motivés avec la réforme de Parcoursup) ou une simulation pour un entretien (visée professionnelle ou pour candidater dans un établissement du supérieur).

d) Instaurer une relation privilégiée avec l'élève mentoré

Les BNEM Ambassadeurs mentors sont à l'écoute des problèmes de l'élève mentoré, de ses questionnements et le conseille au mieux sur l'ensemble des sujets portant à l'orientation entre le secondaire et le supérieur.

4. La mentorat auprès des élèves en situation de handicap par le dispositif BNEM Ambassadeurs

Le dispositif BNEM Ambassadeurs auprès des ESH souhaite débuter début d'hiver 2021 - début 2022. Les BNEM Ambassadeurs interviennent auprès des **ESH dans des classes dites « ordinaires »**.

Les BNEM Ambassadeurs sont des étudiants des 24 Écoles de Management représentées au BNEM. **Les Ambassadeurs mentors auront un engagement au sein du dispositif pour une durée minimum d'un an⁹⁷.** Le dispositif BNEM Ambassadeurs **accompagne individuellement chaque ESH mentoré, un mentor sera associé avec un seul ESH.**

Le mentorat est proposé à des ESH de la Seconde à la Terminale. Plus précisément, le mentorat auprès des ESH se tiendra à une fréquence de deux heures mensuelles durant l'année de Seconde et de Première ; de deux heures toutes les deux semaines pour le premier trimestre⁹⁸ de Terminale et de deux heures mensuelles pour les deux autres trimestres.

Cela représente donc **8 interventions par an pour les élèves de Seconde et de Première ; 12 interventions pour les élèves de Terminale.**

En fonction des préférences de chaque ESH, les heures de mentorat ont lieu en présentiel ou en distanciel. Le présentiel permet la création d'un vrai lien entre le mentoré et le mentor au sein de son lieu d'enseignement. Néanmoins, grâce à des plateformes telles que Microsoft Teams, Google Meet ou Skype, **le distanciel présente une option préférable pour accéder aux zones rurales ou plus difficiles d'accès.**

⁹⁷ Une année scolaire correspond à 8 mois pleins.

⁹⁸ De septembre à décembre.

Pour respecter au mieux ses besoins, **l'organisation des heures de mentorat s'effectuera en fonction de chaque ESH.**

Les temps de mentorat dépendent de divers facteurs tels que le niveau de fatigue de l'ESH, sa disponibilité en péri-scolaire et l'organisation parentale de la semaine. Ainsi, le mentorat peut avoir lieu après les cours, à la pause méridienne ou le mercredi après-midi par exemple. Les interventions se tiendront dans des classes ou des pièces isolées.

Le dispositif du BNEM de mentorat auprès des ESH reposera sur le soutien de différentes parties prenantes.

Les agréments départementaux et régionaux	• Pour intervenir au sein des lycées.
Les académies et les rectorats	• Dont dépendent les lycées où le dispositif interviendra.
Les Écoles de Management	• Afin de promouvoir le dispositif auprès de ses étudiants.
Les professionnels de toutes les structures en relation avec les lycéens handicapés	• Les professeurs, les proviseurs, les conseillers d'orientation, les associations lycéennes, les accompagnant d'élève en situation de handicap.
Les associations comme la Fédé 100% Handinamique	• Anciennement la Fédération Étudiante pour une Dynamique Études et Emploi avec un Handicap).

Le BNEM souhaite également mettre en place des vidéos sur des thèmes divers et variés :

Des interviews d'étudiants des différentes filières d'études supérieures	• École de management, • BUT, • Classes préparatoires...
Des vidéos sur l'utilisation d'outils informatiques	• Word, • Excel, • Sur tout ce dont l'élève pourrait avoir besoin pendant son année.
Des vidéos pour aider à la rédaction	• D'un curriculum vitae, • D'une lettre de motivation.
Des interviews de professionnels en situation de handicap	• Susciter de l'ambition chez les ESH.

5. La formation des BNEM Ambassadeurs mentors auprès des élèves en situation de handicap

Afin de préparer les BNEM Ambassadeurs mentors à leurs interventions et pour qu'ils se sentent légitimes à intervenir auprès des ESH, **le BNEM entend créer une formation de sensibilisation au handicap.**

Lors d'un entretien avec des coordinatrices du pôle « accompagnement dans les études » de la Fédé 100% Handinamique, **le BNEM a exposé l'objectif d'une formation des mentors pour agir auprès des ESH.**

Chaque intervenant du dispositif **Par-delà le Handicap, Avancer et Réussir des Etudes Supérieures (PHARES)** suit environ 18h de formation (théorique, pratique, collaborative et participative) avant d'agir auprès de personnes en situation de handicap. **Le dispositif BNEM Ambassadeurs proposerait une formation similaire en se coordonnant avec les membres de PHARES.**

Le cœur de la formation que le BNEM souhaite créer portera sur la façon d'aider et de travailler auprès des ESH. Cette formation appréhende le handicap dans son ensemble, en brisant les stéréotypes et aborde les particularités des différents types de handicap (sensoriel, mental ou physique).

Pour légitimer la formation du BNEM ainsi que la mission de mentorat auprès des ESH, **le BNEM souhaite faire appel à plusieurs intervenants extérieurs et spécialisés sur ces sujets.**

Un partenariat avec la Fédé 100% Handinamique suit cette logique. Ce partenariat permettrait aux BNEM Ambassadeurs mentors d'obtenir une formation professionnelle et reconnue pour intervenir auprès des ESH dans le cadre du dispositif BNEM Ambassadeurs. **La mission proposée par ce dernier s'inscrirait comme un module dans les actions menées par la Fédé 100% Handinamique.**

6. Le suivi du mentorat auprès des ESH du dispositif BNEM Ambassadeurs

Lors de la première année du dispositif⁹⁹, une évaluation en interne est effectuée tous les trois mois pour accompagner au mieux le lancement de cette mission de mentorat.

Les années suivantes, le dispositif BNEM Ambassadeurs sera soumis à une évaluation tous les six mois afin de mesurer son utilité, ses effets ainsi que ses apports.

Tout au long du déroulement du dispositif BNEM Ambassadeurs auprès des ESH, **le BNEM veille à conserver une proximité avec les mentors afin de les suivre et de les soutenir lors de leurs actions de mentorat.**

Afin d'évaluer au mieux le dispositif BNEM Ambassadeurs auprès des ESH, nous avons sélectionné des indicateurs de suivi. Ces derniers peuvent être amenés à changer lorsque le dispositif sera lancé définitivement.

⁹⁹ Début d'hiver 2021 - début 2022.

III - Nos propositions pour y parvenir : un dispositif progressif et pragmatique

Après avoir dressé le constat¹⁰⁰ et fait part de la stratégie¹⁰¹, il est nécessaire d'expliquer comment nous souhaitons passer de la stratégie à la mise en place. Le rapport¹⁰² de l'UPS souligne l'importance d' « engager l'ensemble des étudiants des grandes écoles dans la réussite des lycéens ». Il précise qu' « *un engagement collectif sans précédent est indispensable pour renforcer les actions existantes et développer de nouvelles initiatives au cœur des territoires.*¹⁰³ ».

La nécessité d'avoir un engagement collectif **pour assurer un essaimage sur l'ensemble du territoire français n'est pas souhaitable mais indispensable.**

Le dispositif BNEM Ambassadeurs est caractérisé par **une coordination nationale¹⁰⁴ avec une adaptation locale**, correspondant aux Antennes locales BNEM dans chaque École. Mettre en place ce dispositif est l'expression d'une relation gagnant-gagnant entre les différentes parties prenantes impliquées dans le dispositif : **favoriser le lien entre le secondaire et le supérieur, avoir un dispositif national coordonné, évalué et piloté.**

La politique d'égalité des chances et de promotion de la diversité dans l'enseignement supérieur aboutira à des changements perceptibles et concrets uniquement si les mesures sont coordonnées et structurées.

A. Les étudiants en École de Management au cœur du dispositif BNEM Ambassadeurs

L'implication des étudiants a **trois** objectifs complémentaires :

1. Favoriser **un lien de proximité** entre les BNEM Ambassadeurs et les lycéens pour établir une relation fondée sur la confiance, l'entraide et l'écoute.

Le **profil des Ambassadeurs et des élèves ne doit pas être déconnecté**. Un lien géographique et scolaire serait idéal, **afin que les lycéens puissent s'identifier : « Et si c'était moi demain, le BNEM Ambassadeur. »**.

¹⁰⁰ Partie I.

¹⁰¹ Partie II.

¹⁰² L'Union des Professeurs de classes préparatoires Scientifiques, Rapport « Classe préparatoires et Grandes écoles : 14 mesures en faveur de la diversité sociale et de l'égalité des chances », Octobre 2020.

¹⁰³ *Pour parvenir à cette démultiplication, les étudiants des Grandes écoles, qui bénéficient à plein d'un système de formation de qualité, doivent pouvoir jouer à leur tour un rôle de premier plan au service de la société et plus particulièrement dans l'accompagnement des publics défavorisés. Déclinée en rencontres ponctuelles (interventions en classe, journées portes ouvertes) ou régulières dans le cadre de dispositifs plus ambitieux (tutorat, vulgarisation scientifique), l'intervention auprès du public scolaire pourrait être valorisée par les Grandes écoles et s'inscrire dans le projet d'étude des étudiants. Une validation de cette action, par l'attribution de crédits ECTS, participerait à la reconnaissance de l'engagement étudiant préconisée par le BNEI, la CDEFI et la CTI8 et assurerait un essaimage sur l'ensemble du territoire français. ».*

¹⁰⁴ À travers les 24 Ecoles représentées au BNEM.

Pour la mission de mentorat, le dispositif prend en compte les caractéristiques du mentor et du mentoré pour effectuer le « **Matching** » comme les centres d'intérêts, la disponibilité, la personnalité, les préférences exprimées du mentor et du mentoré, les objectifs ou les expériences antérieures.

2. Développer une **capacité d'identification** et de **projection** chez les lycéens afin d'éteindre progressivement le déterminisme social, la peur d'oser, l'autocensure et ouvrir le champ des possibles : « **Les études dans l'enseignement supérieur, c'est possible. Regardez mon parcours et où je suis maintenant.** ».
3. **Construire et poursuivre la conscience sociétale** des étudiants en École de Management concernant l'ouverture sociale et l'égalité des chances.
Le moyen le plus pertinent pour y parvenir ne doit pas s'arrêter à la théorie, c'est **la pratique qui donne des résultats et qui permet de mesurer l'évolution** d'un tel objectif.
En étant BNEM Ambassadeur, un étudiant développe sa conscience sociétale à travers les interventions effectuées, le mentorat et l'accompagnement.

Les BNEM Ambassadeurs ne sont pas recrutés sur des critères techniques mais grâce à des compétences sociales : ouverture, disponibilité, adaptabilité, responsabilité, empathie et affirmation de soi.

B. Les BNEM Ambassadeurs : des étudiants des Écoles de Management représentées au BNEM

1. L'inclusion des profils : une caractéristique des BNEM Ambassadeurs

Les BNEM Ambassadeurs sont des **étudiants** venant des différentes Écoles de Management à travers la France et membres du BNEM.

Le BNEM rassemble à ce jour 24 Écoles de Management présentes à la CGE et à **la Conférence des directeurs des écoles françaises de management (Cdefm)**.

L'une des caractéristiques du dispositif est de garder une continuité entre les actions menées et les étudiants en École de Management.

C'est la raison pour laquelle le dispositif s'attache à promouvoir l'inclusion des profils au sein des BNEM Ambassadeurs.

Celle-ci se retrouve à la fois en termes de diversité sociale, territoriale mais également à travers la diversité des parcours et des programmes qu'ont suivi les Ambassadeurs (CPGE, STMG, Admissions Parallèles). En effet, peu importe le programme dans lequel l'étudiant suit son cursus scolaire, celui-ci peut prendre part au dispositif.



La pluralité des parcours des étudiants doit représenter la pluralité des programmes disponibles au sein des Écoles de Management : programmes post bac tels que les BIB¹⁰⁵ ou BBA¹⁰⁶, ou encore des programmes disponibles après un bac+2/3 tels que le PGE¹⁰⁷ ou les MS¹⁰⁸.

Les BNEM Ambassadeurs font partie de leur Antenne locale BNEM. En prenant part au dispositif, l'étudiant devient membre actif du BNEM et s'engage à promouvoir les valeurs de celui-ci en acceptant son règlement¹⁰⁹.

2. La participation des Alumni en tant que BNEM Ambassadeurs

Le dispositif BNEM Ambassadeurs prend en compte les spécificités et les avantages stratégiques d'une École de Management, notamment le réseau des Alumni de chaque École.

Le dispositif capitalise sur les synergies possibles en proposant aux Alumni volontaires des 24 Écoles de Management de réaliser l'une ou deux des trois missions du dispositif BNEM Ambassadeurs :

- Information et sensibilisation sur la filière École de Management ;
- Mentorat avec la filière STMG ;
- Mentorat avec les élèves en situation d'handicap (ESH) de la Seconde à la Terminale.

La participation des Alumni constitue une idée proposée par le dispositif BNEM Ambassadeurs. Les modalités de participation seront à déterminer si l'idée est retenue et implémentable.

¹⁰⁵ Bachelor en Business Administration.

¹⁰⁶ Bachelor en Business Administration.

¹⁰⁷ Programme Grande Ecole.

¹⁰⁸ Masters Spécialisés.

¹⁰⁹ Voir Annexe III. Règlement.

3. Effectif du dispositif BNEM Ambassadeurs

Le dispositif BNEM souhaite être opérationnel fin novembre – début décembre 2021. L'effectif du dispositif se base sur des prévisions et des projections. Nous avons pris comme point de départ la donnée suivante :

- **Une École de Management compte 5 000 étudiants. ***

Comme en témoignent les déclarations du Président de la République¹¹⁰, les études menées par les instances de recherche avec notamment l'Étude de l'IPP¹¹¹ ou encore le rapport Hirsch¹¹², la thématique de la diversité sociale, de l'égalité des chances et la démocratisation de l'accès aux grandes écoles **n'est plus à l'étape de la prise de conscience mais à l'étape de l'action. Ce contexte social, cette prise de conscience progressive et cette volonté d'agir doivent donner envie à des étudiants en École de Management de s'investir.** Le caractère associatif du BNEM constitue un **attrait supplémentaire pour convaincre des étudiants de rejoindre ce dispositif.** À propos de l'effectif des BNEM Ambassadeurs, nous avons émis trois scénarios. Les données chiffrées correspondent aux recrutements réalisés lors du lancement¹¹³.

a) Scénario 1 : un lancement satisfaisant

Nous tablons sur un effectif minimum de **15 BNEM Ambassadeurs** au sein de chacune des 24 Écoles présentes au sein du BNEM. Cet effectif représente donc un minimum de **360 BNEM Ambassadeurs** à l'échelle nationale.

15 BNEM Ambassadeurs représentent **0,3% des étudiants*** par École.

b) Scénario 2 : un lancement très satisfaisant

Nous tablons sur un effectif minimum de **25 BNEM Ambassadeurs** au sein de chacune des 24 Écoles présentes au sein du BNEM. Cet effectif représente donc un minimum de **600 BNEM Ambassadeurs** à l'échelle nationale et une portée significative en termes de maillage géographique.

25 BNEM Ambassadeurs représentent **0,5% des étudiants*** par École.

c) Scénario 3 : un lancement exceptionnel

Nous tablons sur un effectif minimum de **30 BNEM Ambassadeurs** au sein de chacune des 24 Écoles présentes au sein du BNEM. Cet effectif représente donc un minimum de **720 BNEM Ambassadeurs** à l'échelle nationale.

30 BNEM Ambassadeurs représentent **0,6% des étudiants*** par École.

¹¹⁰ « Ce que je veux, c'est que chaque jeune qui en a besoin puisse avoir un mentor. Et aussi qu'on offre la possibilité à des cadres en entreprise, à des jeunes qui ont déjà une expérience, d'aider d'autres jeunes, de leur faire confiance, de les accompagner, de leur apporter leur propre exemple de vie », Emmanuel Macron, le 1er mars 2021 lors d'une visite dans un centre de formation aux métiers industriels.

¹¹¹ Cécile Bonneau, Pauline Charousset, Julien Grenet et Georgia Thebault, Quelle démocratisation des Grandes écoles depuis le milieu des années 2000 ? Rapport IPP n°30, Janvier 2021

¹¹² Rapport « Diversité sociale et territoriale dans l'enseignement supérieur » présidé par Martin Hirsch à Frédérique Vidal, communiqué - 1ère publication : 10.12.2020

¹¹³ De septembre à début novembre 2021.

C. Comment se déroule la présentation des BNEM Ambassadeurs auprès des lycéens ?

1. Le cadre des interventions

Les interventions des BNEM Ambassadeurs peuvent prendre plusieurs formes. Il s'agit avant tout d'informer et de sensibiliser sur **la filière École de Management auprès des lycéens** (et collégiens par la suite) **qui n'ont pas accès directement à l'information, en raison notamment de leur environnement social ou de leur situation géographique.**

Plusieurs scénarii peuvent être développés :

1 classe	Seconde, Première ou Terminale par 2 Ambassadeurs : 1h de présentation (possibilité de faire plusieurs classes (au nombre de 3) sur ½ journée d'intervention).
1 conférence	Seconde, Première ou Terminale par 3 Ambassadeurs : 1h30 de présentation (possibilité de faire 2 interventions (1 par niveau) sur ½ journée de mobilisation).
1 conférence	Par 3 Ambassadeurs Avec un mélange des niveaux notamment pour des lycées situés en zone rurale et dont le nombre de classes de seconde, première et terminale est peu important.

Ces trois scénarios se font en présentiel dans la mesure du possible ou en distanciel si l'EPL¹¹⁴ en émet la volonté. Dans ce dernier cas, une réunion est fixée en amont afin de préparer au mieux l'intervention et de régler les détails techniques demandés pour une intervention en visioconférence.

Il est intéressant de privilégier les plus petits comités (environ 40 personnes) pour une plus grande proximité avec les élèves. Le dispositif BNEM Ambassadeurs souhaite **faire découvrir la filière et sensibiliser les jeunes à cette dernière.**

2. Les cinq grandes étapes d'une présentation sur la mission *Information et Sensibilisation* sur la filière École de Management

Le contenu de la présentation des BNEM Ambassadeurs auprès des lycéens se décompose en **cinq points.**

¹¹⁴ Établissement public local d'enseignement. Un EPLE est un établissement scolaire d'enseignement secondaire. Il peut être un collège ; un lycée d'enseignement général et technologique (LGT) ; un lycée professionnel (LP) ; un lycées polyvalent, éventuellement avec le label « lycée des métiers » ; un établissement régional d'enseignement adapté (EREA) ou une école régionale du premier degré (ERPD).

a) Chaque BNEM Ambassadeur se présente et résume son parcours scolaire.

Chaque BNEM Ambassadeur se présente. Il résume rapidement son parcours depuis l'obtention de son Bac jusqu'à sa vie en École.

Il évoque son intégration, le cursus suivi, d'éventuelles expériences à l'étranger et ses stages. Il peut également parler de son rôle au sein des associations afin de mettre en avant la pluralité des parcours et l'ensemble des offres proposées en École.

b) Quelles sont les différentes voies d'accès et les nombreux débouchés après une École de Management ?

Les voies d'accès aux EM sont nombreuses :

- **Après le Baccalauréat**

Les EM proposent une **entrée directement après l'obtention du Baccalauréat**. Il est alors possible d'opter pour trois types de parcours, en 3, 4 ou 5 ans.

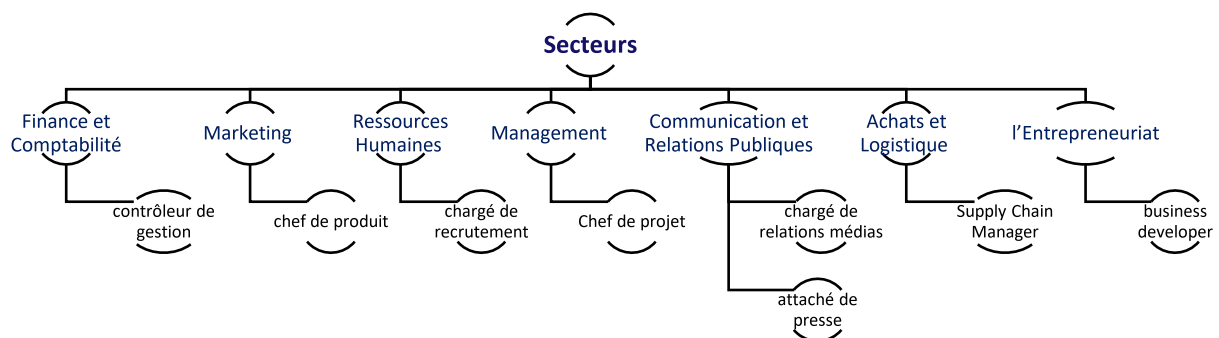
- **Après une Classe préparatoire aux grandes écoles (CPGE)**

Les EM proposent un **Programme Grande École (PGE)** qui s'effectue après 2 ans de CPGE et le passage des Concours BCE et/ou ECRICOME. Ces concours sont payants (gratuits ou prix réduit pour les boursiers).

- **Par l'intermédiaire des Admissions Parallèles**

Les admissions parallèles permettent **d'intégrer une École de Management après un Bac+2, un Bac+3, un Bac+4 ou même plus**. Ces admissions sont accompagnées d'un concours. Tout d'abord, Passerelle 1, Tremplin 1, Accès et Ambitions sont des concours accessibles après un Bac+2. Après un Bac+3 ou plus, les concours disponibles sont Passerelle 2, Tremplin 2, Accès et Ambitions. Ces concours sont payants (gratuits ou prix réduit pour les boursiers).

Quant aux débouchés après une École de Management, ils sont variés. Un des avantages est la **diversité des spécialisations** qui sont proposées tout au long des différents cursus :



c) Information et sensibilisation sur le financement des études

Pendant les présentations, il est important de faire un point sur les **diverses méthodes de financement en École de Management**. Une multitude de solutions sont aujourd'hui mises en place pour permettre aux étudiants de financer leurs études dans ces grandes écoles françaises. Cette partie s'appuie notamment sur la **fiche CGE « Financer ses études supérieures »**.¹¹⁵

- **Prêts bancaires**

Il est possible d'emprunter de l'argent auprès d'une banque pour pouvoir financer ses années d'études. Également, **certaines Écoles mettent en place des partenariats avec des établissements bancaires afin de proposer aux étudiants des prêts avec des taux préférentiels**.

- **L'alternance**

De nombreux cursus sont proposés en alternance par les Écoles de Management. Ce parcours permet d'acquérir une première longue expérience pratique dans le monde du travail tout en continuant à développer ses compétences théoriques lors des semaines de cours. **L'alternance permet aux étudiants de bénéficier également d'une rémunération et de ne pas se préoccuper des frais de scolarité qui sont pris en charge intégralement par l'entreprise**.

- **Aides régionales et nationales**

Les étudiants, selon différents critères comme l'éloignement du domicile familial ou encore les revenus des parents, peuvent bénéficier d'une **bourse du CROUS sur critères sociaux**. Les régions mettent également à disposition des étudiants des aides financières, évaluées selon plusieurs critères.

- **Bourses externes liées à la mobilité**

Enfin, si les étudiants optent pour un échange à l'étranger, ils peuvent bénéficier d'aides comme ERASMUS +. Ces bourses sont attribuées selon différents critères d'éligibilité et conditionnées selon les différents pays européens.

- **Aides directement proposées par les EM**

Certaines Écoles proposent des bourses soumises à des critères sociaux et académiques. Il est aussi possible d'obtenir un remboursement partiel des frais de scolarité. Des Écoles délivrent des **bourses d'excellence** réservées aux élèves les plus méritants.

- **Jobs étudiants**

Certains cursus ou parcours en EM permettent d'avoir un emploi étudiant. Cette expérience a un double avantage, une première expérience professionnelle qui peut être valorisée sur le CV et une aide financière pour les frais de scolarité et la vie en École.

Certaines associations dans les EM travaillent en étroite collaboration avec des entreprises et proposent donc des missions rémunérées aux étudiants volontaires.

¹¹⁵ Des discussions ont déjà été menées avec la CGE pour réfléchir sur la coordination à mener sur ce sujet. L'objectif est d'établir une construction collaborative entre la CGE et le BNEM pour lever l'autocensure et les craintes liées à la question du financement des études.

d) Les opportunités et avantages en EM

On peut définir trois axes primordiaux en EM :

- **Excellence académique**

Les EM disposent d'une **reconnaissance à l'échelle nationale et internationale grâce à des accréditations, des classements et des palmarès**. Elles sont réputées pour leur formation d'excellence, leur qualité pédagogique et la diversité des outils proposés pour construire son parcours professionnel.

L'international constitue une valeur ajoutée pour toutes les EM. Ces dernières ont développé de nombreux partenariats avec des Universités partout dans le monde. Plusieurs parcours sont proposés. Une expérience à l'international est un plus sur le CV, ainsi que pour découvrir une autre forme de management. Il est possible d'effectuer une expérience sur six mois, un an, voire plus.

- **Vie associative**

Les associations en EM permettent de développer de nombreuses compétences et sont **l'expression pratique des outils théoriques développés pendant les cours**. La vie associative est riche. Il existe de nombreux types d'association, des professionnalisantes, des événementielles ou encore des artistiques.

Dès la première année, les étudiants peuvent prendre des responsabilités et les conserver ou progresser au sein de l'association. Ces expériences constituent des éléments clés et permettent d'avoir une première expérience professionnalisante qui peut être valorisée lors des recherches de stages.

- **Opportunités professionnelles avec les stages, l'apprentissage et l'alternance**

Les EM mettent à disposition des étudiants des **sites de gestion de carrière ainsi que des annuaires ou groupes d'Alumni afin de leur permettre d'échanger avec des anciens diplômés et des entreprises de nombreux secteurs**.

Les opportunités professionnelles sont nombreuses. Elles permettent de construire son parcours et son projet professionnels.

Tout d'abord, nous pouvons évoquer **les stages**. Ces derniers sont obligatoires afin de valider son année et d'obtenir à la fin de ses études son diplôme. Les EM mettent en place des plateformes, des forums de recrutement et des ateliers ayant pour thème le CV, la lettre de motivation ou encore s'entraîner aux entretiens de recrutement.

Pour découvrir davantage le monde du travail, développer ses compétences au sein d'entreprises, organisations ou encore mener un projet, il est possible d'effectuer **une année de césure**. Cette année peut se décomposer en plusieurs périodes afin d'effectuer plusieurs stages, créer son entreprise, ou partir à l'étranger. Selon les EM, cette année de césure se réalise, soit en année civile, soit en année scolaire.

L'alternance constitue également une opportunité professionnelle en EM. Le rythme et les modalités de l'alternance (entreprise à l'étranger par exemple) sont propres à chaque École. **Il s'agit d'un**

mélange entre la théorie et la pratique avec le suivi des cours dispensés par l'école combiné avec un travail en entreprise. Ce parcours nécessite un projet professionnel plutôt clair. Le rythme est soutenu et demande motivation et organisation. Il existe **plusieurs types de contrats**.

On a tout d'abord, **le contrat d'apprentissage**. C'est un contrat de travail dont l'étudiant a le statut de salarié à part entière.

Le contrat de professionnalisation est également un contrat de travail ; il est symbolisé par l'acquisition d'une qualification.

Enfin, **le contrat de partenariat** fait que l'étudiant garde son statut étudiant mais n'est pas forcément rémunéré.

e) Foire aux questions et échanges avec les lycéens

Enfin, une partie « Foire aux questions » est prévue afin de **répondre aux différentes attentes et interrogations des lycéens**.

Les questions pourront porter sur un ensemble de sujets, de l'intégration en École à la vie associative, les aides financières ou encore les parcours.

D. Quels outils de présentation utilisés par le dispositif BNEM Ambassadeurs ?

1. En amont

Sur le site internet du BNEM, un manuel numérique est mis à disposition, présentant la filière École de Management.

Notre objectif est de sensibiliser les lycéens et les étudiants en quête d'informations, mais également **les professeurs et les conseillers d'orientation** en pouvant à leur tour informer et sensibiliser leurs élèves.

2. Pendant la présentation

À chaque intervention, un diaporama est présenté. **Un support visuel semble plus que nécessaire pour soutenir le discours.** De plus, le dispositif BNEM Ambassadeurs souhaite donner aux lycéens des prospectus informatifs ainsi qu'une ou plusieurs affiches dans leur établissement.

3. En aval

Pour cela, le dispositif BNEM Ambassadeurs utilisera les réseaux sociaux, qui sont également le moyen le plus utilisé par notre génération. La première étape repose sur **la création de contenu à travers le compte Instagram du BNEM, où nous répondrons directement à leurs questions.** De plus, grâce à ce compte, nous organiserons **des événements en direct¹¹⁶, favorisant une interaction.** Nous réaliserons de courtes vidéos¹¹⁷, un support permettant de répondre aux questions par catégorie.

¹¹⁶ « Live ».

¹¹⁷ « Reels ».

De plus, nous souhaitons créer des groupes WhatsApp par Antenne locale BNEM avec les BNEM Ambassadeurs et les lycéens souhaitant intégrer ce groupe¹¹⁸ en respectant les règles du RGPD. **Cela favorise la création d'un lien renforcé, notamment au niveau du mentorat.**

E. Evaluer le projet en Amont

1. Mission d'Information et de Sensibilisation sur la filière École de Management

Cette mission s'adresse aux LPO¹¹⁹, aux LGT¹²⁰ et aux LP¹²¹ de la Seconde à la Terminale. Il ne s'agit en **aucun cas de faire la promotion d'une École en particulier, mais présenter la filière EM** en répondant aux attentes des lycéens avec un point de vue objectif au niveau du traitement et de la transmission de l'information.

Par niveau (Seconde, Première, Terminale), on compte au niveau national un effectif d'environ **700 000 lycéens**.

2. Typographie du second degré à l'échelle nationale¹²²

Près de deux tiers des lycées sont des LEGT¹²³. Parmi ces derniers, **33,9 %** sont des **LPO**.

Au total, **56,9 %** des lycées proposent des formations professionnelles (LP et LPO), avec toutefois des disparités¹²⁴.

78 EREA¹²⁵ publics couvrent l'ensemble des académies de France métropolitaine, excepté l'académie de Nice¹²⁶.

Au niveau national, **trois établissements du second degré sur dix relèvent du secteur privé**.¹²⁷

Pour les LP, la taille moyenne par secteur varie encore plus que pour les collèges : **416 élèves pour les LP publics** et **154 élèves pour le privé**. Près d'un LP privé sur deux compte **moins de 100 élèves**.

En LEGT, l'effectif moyen est de **1 067 élèves pour le secteur public** et **437 élèves pour le secteur privé**. En 2018-2019, le **nombre moyen d'ordinateurs pour 100 élèves** est de **43,9 dans les LEGT** et **62,0 dans les LP**.

Service assez récent, les **plateformes d'apprentissage** sont proposées par **44% des LEGT**.

Pour les LEGT, la proportion moyenne d'élèves absenteïstes s'élève à 6,8% pour l'année scolaire 2017-2018 contre 18,3 % pour les LP.

¹¹⁸ En respectant les exigences du RGPD.

¹¹⁹ Lycée Polyvalent.

¹²⁰ Lycées d'enseignement Général et Technologique.

¹²¹ Lycées Professionnels.

¹²² Source : MENJ-MESRI-DEPP (2018).

¹²³ Lycées d'enseignement Général et Technologique.

¹²⁴ À titre d'exemple, un lycée sur trois à Paris contre sept sur dix dans les académies de Besançon, Dijon et Montpellier et dans les DOM.

¹²⁵ Établissements Régionaux d'Enseignement Adapté.

¹²⁶ Les académies de Versailles et de Lille disposent chacune de plus de cinq EREA.

¹²⁷ Leur poids est compris entre 45% et 47% dans les académies de Nantes, de Rennes et de Paris.

a) Les réseaux d'éducation prioritaire renforcés : REP+

À la rentrée 2018, **363 collèges publics** sont en REP+ en France métropolitaine et dans les DOM. Ils scolarisent **7,1% des collégiens** du secteur public¹²⁸.

Leur répartition n'est pas homogène sur le territoire¹²⁹. **Dans les DOM, 32,9 % des collèges sont en REP+ contre 5,7 % en France métropolitaine**¹³⁰.

Les collèges en REP+ se caractérisent par la **concentration des élèves de milieu défavorisé**.

Plus de neuf collèges en REP+ sur dix accueillent au moins 60 % d'élèves d'origine sociale défavorisée contre seulement 4% des collèges du public hors éducation prioritaire.

Les collégiens des REP+ sont d'origine sociale défavorisée : près de trois quarts d'entre eux (74,3%) ont des parents ouvriers ou inactifs, contre 37,8% dans les établissements publics hors éducation prioritaire.

De plus, **15,3% des élèves de sixième qui entrent dans un collège REP+ sont en retard en sixième contre 6,4% hors éducation prioritaire.**

b) Les réseaux d'éducation prioritaire : REP

À la rentrée 2018, **731 collèges publics** sont en REP en France métropolitaine et dans les DOM¹³¹. Ils scolarisent **14,2% des collégiens** du secteur public, soit **372 600 élèves**¹³².

La part des écoliers en REP est **inférieure à 5% dans cinq académies**¹³³ et **supérieure à 20% dans trois autres**¹³⁴.

Les collèges REP se caractérisent par la **concentration des élèves de milieu défavorisé**.

Ainsi, un collège REP sur deux accueille au moins **60% d'élèves d'origine sociale défavorisée** contre **seulement 4% des collèges publics hors éducation prioritaire.**

Les **collégiens des REP** sont d'origine sociale défavorisée : **six d'entre eux sur dix** ont des parents ouvriers ou inactifs contre **37,8% dans les établissements publics hors éducation prioritaire.**

De plus, **10,6% des élèves de sixième entrant dans un collège REP** sont en retard en sixième contre **6,4% hors éducation prioritaire.**

¹²⁸ 186 000 élèves.

¹²⁹ En France métropolitaine, la part des collégiens en REP+ oscille entre 0,4% pour l'académie de Dijon et 13,7% pour celle d'Aix-Marseille.

¹³⁰ La part des collégiens en REP+ varie entre 4,4% en Guadeloupe et **95,3% en Guyane où tous les collèges publics sauf un sont en REP+ depuis la rentrée 2016.**

¹³¹ Dans les DOM, 28,3% des collèges sont en REP contre 13,2% en France métropolitaine.

¹³² En France métropolitaine, la part des collégiens en REP oscille entre 5,9% pour l'académie de Caen et 44,3% pour la Corse.

¹³³ Clermont-Ferrand, Poitiers, Nice, Toulouse et Besançon.

¹³⁴ Créteil, Paris et Corse.

c) Les élèves habitant dans un quartier prioritaire : QP

À la rentrée 2017, **9,4 % des élèves scolarisés dans un établissement public ou privé du second degré** en France métropolitaine et dans les DOM¹³⁵ **résident dans un QP**¹³⁶.

Dans le secteur public, **11% des collégiens résident dans un QP ; 4,5 % dans le secteur privé.**

Les collégiens des QP sont très massivement d'origine sociale défavorisée : parmi ceux qui sont scolarisés dans le secteur public, **63% ont des parents ouvriers ou inactifs** (36% dans le privé) ; cette part est **de 27% pour les collégiens du secteur public résidant hors QP** (14% dans le privé).

De même, le retard scolaire est plus important pour les élèves habitant dans un QP : **18% des élèves des collèges publics habitant dans un QP** sont en retard à l'entrée en sixième contre **9% des élèves des collèges publics n'habitant pas dans un QP.**

Plus de six collégiens sur dix résidant en QP sont scolarisés dans un collège relevant de l'éducation prioritaire. À l'inverse, **un peu plus d'un collégien sur dix n'habitant pas dans un QP est scolarisé en éducation prioritaire.**

Dans une large mesure, l'éducation prioritaire et les zones de la politique de la ville se recoupent.

3. Mission de mentorat avec la filière STMG

Les chiffres montrent que la filière STMG a vu grimper ses effectifs de l'ordre de 0,5 % entre 2018 et 2019. Certains parlent déjà d'hypertrophie **de la filière STMG.**

Cette hausse n'est pas **nécessairement liée à une augmentation de son attractivité, mais pourrait être due à une plus grande sélectivité à l'entrée en filière générale.**

En théorie, les élèves bénéficient d'un accompagnement personnalisé en fonction de leurs besoins et d'un accompagnement à l'orientation qui pourra représenter jusqu'à 54 heures annuelles.

Un nombre significatif de bacheliers STMG se tournent vers un BTS¹³⁷ (2 ans) ou un BUT¹³⁸ (Diplôme en 3 ans¹³⁹) en lien avec les spécialités de Terminale. **Un tiers des bacheliers STMG s'inscrivent en**

¹³⁵ Hors Mayotte.

¹³⁶ Les académies de Créteil et de La Réunion scolarisent plus de 20% d'élèves habitant dans un QP; la Guyane plus de 50%. À l'inverse, huit académies, situées majoritairement au Centre et à l'Ouest scolarisent moins de 5% d'élèves habitant dans un QP.

¹³⁷ **Brevet de Technicien Supérieur**

Quatre bacheliers STMG sur dix s'orientent en BTS, en lycée ou en école, en formation à temps plein ou en alternance. La polyvalence de leur bac leur donne accès à une quinzaine de spécialités de BTS, dans la continuité ou la complémentarité des spécialités choisies en terminale. L'accès à ces formations se fait principalement en fonction de la qualité du dossier scolaire.

¹³⁸ **Bachelor Universitaire de Technologie**

Une dizaine de spécialités de BUT proposent des enseignements dans la continuité de ce bac. La sélection s'appuie sur la qualité du dossier scolaire présenté.

¹³⁹ Ancien DUT depuis la rentrée 2021.

licence à l'université (3 ans), nécessitant un bon niveau dans les matières générales, une certaine autonomie et une bonne capacité rédactionnelle.

Les élèves ayant un bon dossier scolaire peuvent entrer en classe préparatoire économique et commerciale technologique, dite « ECT » (2 ans).

Il est également possible d'entrer directement dans certaines Écoles de tourisme ou d'hôtellerie, ou encore de préparer un DE (Diplôme d'État) dans une École paramédicale ou sociale (2 à 5 ans d'études).

F. Evaluer le projet en aval

1. Quels objectifs ?

L'évaluation remplit **trois objectifs : connaître pour objectiver, connaître pour expliquer et connaître pour APPRENDRE.**

Le premier objectif répond à **une préoccupation de vérification des objectifs.** C'est une mesure d'impact, obtenu par la comparaison de l'adéquation ou de l'inadéquation des résultats de l'expérimentation et des finalités visées par les expérimentateurs.

Le second objectif permet **d'apporter des pistes explicatives aux résultats obtenus.** L'évaluation doit permettre de connaître les bénéfices de ce dispositif pour le lycéen mentoré, sur l'orientation dans l'enseignement supérieur et l'insertion de ce dernier sur le marché de travail.

Le troisième objectif contribue à **perfectionner le dispositif au fur et à mesure de son implémentation.**

2. Fréquence d'évaluation du dispositif BNEM Ambassadeurs

Une évaluation du dispositif BNEM Ambassadeurs aura lieu **tous les six mois** afin de mesurer son utilité, ses effets et ses apports.

Les audits¹⁴⁰ permettront de mener des opérations correctrices, développer ce qui marche et travailler sur ce qui ne marche pas. Le dispositif se distingue par une **montée en puissance.**

Pour **la première année du dispositif¹⁴¹,** une évaluation sera effectuée **tous les trois mois** pour accompagner au mieux le lancement du dispositif. Cette évaluation sera réalisée en interne **mais également en externe.**

Il est nécessaire de travailler avec des instances d'évaluation afin de mesurer les actions du dispositif BNEM Ambassadeurs.

¹⁴⁰Menés en interne par une Sous-Commission du BNEM.

¹⁴¹À partir de fin novembre - début décembre 2021 jusqu'à juillet 2022.

Comme le souligne Julien Grenet¹⁴², il existe « un foisonnement d'initiatives locales, parcellaires sans réelles coordination nationale et rarement évaluées. ».

Le BNEM souhaite **ne pas reproduire les erreurs et les manquements liés à la question de l'évaluation en menant une approche constructive.**

Des premières discussions ont été entamées pour faire le pont avec des chercheurs mais le BNEM est ouvert à la discussion pour mener un travail de co-construction avec les Écoles.

3. Les critères de suivi et d'évaluation du dispositif BNEM Ambassadeurs

Le suivi et l'évaluation du dispositif s'appuient sur **cinq critères** :

1. La **pertinence** apprécie l'adéquation des objectifs de la politique par rapport aux problématiques et enjeux identifiés sur un territoire ;
2. La **cohérence interne** apprécie les moyens mis en œuvre pour atteindre les objectifs définis ;
3. La **cohérence externe** analyse les relations (synergies, complémentarités, contradictions) entre les différentes politiques susceptibles d'interagir sur un même territoire ;
4. L'**efficience** apprécie les coûts et moyens investis pour les réalisations et les résultats obtenus ;
5. L'**efficacité** analyse les réalisations et les résultats obtenus au regard des objectifs initialement fixés. Elle nécessite en particulier d'étudier le niveau de mise en œuvre des actions prévues et les moyens mobilisés pour cette mise en œuvre.

Cela suppose que **les acteurs consolident régulièrement les données qualitatives et quantitatives.**

Afin de recueillir l'avis des lycéens et des BNEM Ambassadeurs, un questionnaire de satisfaction sera proposé.

4. Indicateurs de suivi et d'évaluation

L'analyse (pilotage, ajustements et rétro-correction) mesure une situation ou une tendance, à un instant donné et/ou dans un espace donné. **Un indicateur doit rendre compte de façon concise des phénomènes complexes et les rendre compréhensibles.** Les indicateurs mentionnés dans cette partie constituent le corps principal des outils pour évaluer le dispositif BNEM Ambassadeurs. L'évaluation distingue la mission ***d'Information et de sensibilisation sur la filière École de Management*** et la mission ***de Mentorat avec la filière STMG.***

¹⁴² Rapport "Quelle démocratisation des Grandes écoles depuis le milieu des années 2000 ?" , IPP, Janvier 2021.

a) Mission d'Information et de Sensibilisation sur la Filière Ecole de Management

Une liste des indicateurs mesurés est déterminée au sein d'une Antenne locale BNEM Ambassadeurs.

À l'échelle nationale

Le dispositif prend l'ensemble des critères mentionnés à l'échelle d'une Antenne locale BNEM Ambassadeurs, mais en regroupant les données des 24 Antennes locales BNEM Ambassadeurs.

Un indicateur est mesuré à l'échelle nationale, à savoir le *Nombre d'intervention au sein d'un Salon de l'Orientation*.

b) Mission de Mentorat avec la filière STMG

Une liste des indicateurs mesurés est déterminée au sein d'une Antenne locale BNEM Ambassadeurs.

À l'échelle nationale

Le dispositif prend l'ensemble des critères mentionnés à l'échelle d'une Antenne locale BNEM Ambassadeurs mais en regroupant les données des 24 Antennes locales BNEM Ambassadeurs.

5. À savoir

Concernant la sélection des lycées, il serait idéal de procéder à un **tirage au sort au départ pour les lycées dans lesquels on souhaite intervenir, le reste constituant un groupe témoin**. On peut ainsi avoir des **comparatifs entre des lycées rep+ ou ruraux et des lycées « témoins »**. Le dispositif pourrait demander, par la suite, à une équipe de chercheurs de stratifier par région ou ville en comparant avec le groupe témoin.

Le retour sur le programme l'Oréal est intéressant. L'évaluation a permis de voir que **l'intervention en terminale S était plus bénéfique pour l'élève et produisait plus de résultats qu'en intervenant en seconde**. Réfléchir à cibler les élèves pour lesquels il y a des chances et qui ont le potentiel semble apparaître comme un levier à ne pas laisser de côté.

L'évaluation du dispositif est nécessaire. Le **fonds d'expérimentation pour la jeunesse**¹⁴³ finance les évaluations des programmes type Talence et se chargent de trouver des équipes de chercheurs.

Le coût est de l'ordre de plusieurs centaines de milliers d'euros.

G. Piloter le projet

1. Processus de recrutement des BNEM Ambassadeurs

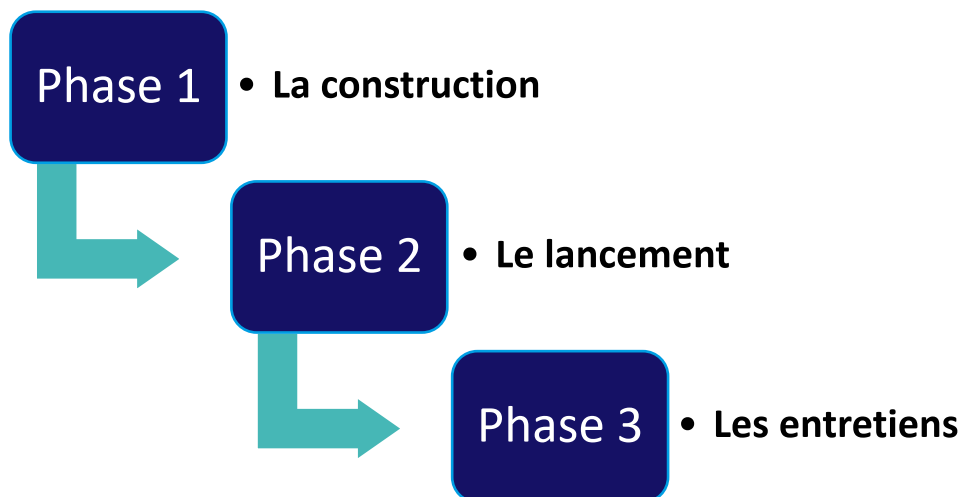
Tout notre plan d'action, nos projections et nos aspirations seraient réduites à néant si nous n'avions pas la capacité de piloter le projet, de recruter, de former et de communiquer avec les forces vives, à savoir les BNEM Ambassadeurs.

¹⁴³ Mis en place par l'article 25 de la loi n° 2008-1249 du 1er décembre 2008, le Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse a pour objet de financer des programmes expérimentaux visant à favoriser la réussite scolaire des élèves, à contribuer à l'égalité des chances et à améliorer l'insertion sociale et professionnelle durable des jeunes de moins de vingt-cinq ans.

a) Les bases du processus de recrutement

La première année, il est important de mettre en place un processus de recrutement adapté à la conjecture du lancement du dispositif. Les étudiants en École de Management ne connaissent pas encore le dispositif. Il est donc essentiel pour la bonne conduite du recrutement de mettre en place un schéma juste qui s'appuie sur les *soft skills* et la motivation. **La phase de recrutement débute fin septembre et se termine fin octobre.**

Pour parvenir au minimum de 15 BNEM Ambassadeurs par Antenne locale BNEM, le recrutement se déroulera en **trois phases** :



Phase 1 : LA CONSTRUCTION

La phase de construction correspond au moment où les recruteurs prennent leur poste et que les équipes de recrutement se forment dans chacune des 24 Écoles actuellement membres du BNEM.

Dans ces équipes, on distingue les futurs responsables d'Antenne locale BNEM Ambassadeurs qui ont participé à la rédaction du rapport et, dans une logique de continuité avec ce qui a déjà été mené par le BNEM, **les représentants au CA du BNEM de chaque École.**

L'équipe sera constituée au **minimum de deux personnes** et focalisera ses efforts dans un premier temps sur les campus français de l'École à laquelle elle appartient, ayant la plus grande concentration d'étudiants.

Phase 2 : LE LANCEMENT

En collaboration étroite avec le Pôle Communication du BNEM, le lancement est une étape charnière et décisive pour la réussite du recrutement des BNEM Ambassadeurs.

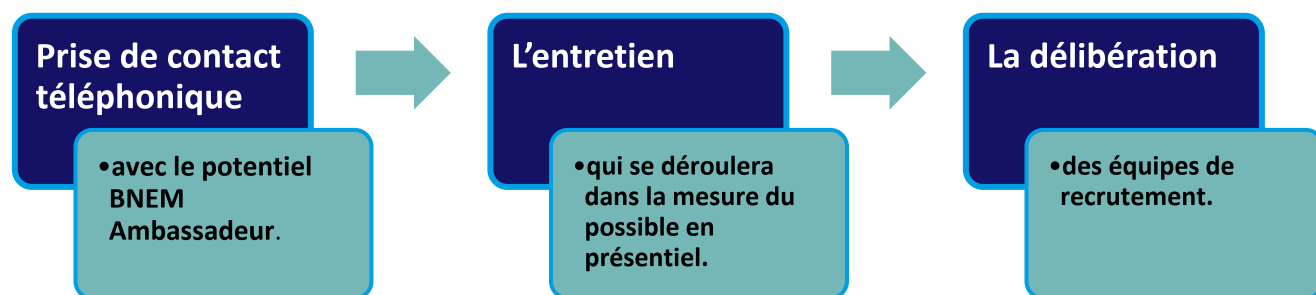
Pour cela, le BNEM agit à la fois à l'échelle nationale et à l'échelle locale afin que les étudiants en EM aient connaissance du dispositif et qu'ils aient envie de s'y engager **pour une durée minimale d'une année scolaire**¹⁴⁴.

¹⁴⁴ Une année scolaire correspondant à 8 mois.

Il ne s'agira pas d'un simple mailing, mais d'une **véritable campagne de communication coordonnée et représentative de nos ambitions**. Elle débute mi-septembre, afin de se juxtaposer avec le planning de rentrée scolaire pour l'année 2021-2022.

Phase 3 : LES ENTRETIENS

La phase des entretiens est découpée en trois étapes :



Cette **troisième étape** prendra environ **une semaine**, car bien que le recrutement s'effectue essentiellement sur des compétences sociales¹⁴⁵, il est important de vérifier certains éléments tels que le casier judiciaire des personnes intéressées par les missions du dispositif.

b) Evolution du processus de recrutement

Il est important, dès le fondement, de prendre en compte le fait que **la conjoncture va évoluer** au fur et à mesure des années pour ne pas **risquer de tomber dans l'immobilisme**.

Il faut donc prendre des dispositions réfléchies et fondées sur des retours humains, notamment ceux des responsables d'Antenne, et chiffré concernant les choix effectués.

À partir des observations et de l'analyse des données récoltées et mises à jour chaque année, le processus de renouvellement des effectifs évoluera afin de **rester performant et efficient** sans jamais se détourner de l'idée qu'il faut favoriser la diversité des profils motivés.

2. La formation des BNEM Ambassadeurs

Avant de mettre en place les actions sur le terrain, il est fondamental de former ceux, qui à cette étape, ne sont encore que « **des étudiants de la filière EM engagés** » dans le dispositif **BNEM Ambassadeurs**. Étudiants qui pour bon nombre n'ont jamais connu le statut de mentor ou d'ambassadeur. **La phase de formation des BNEM Ambassadeurs se déroule au cours du mois de novembre 2021.**

¹⁴⁵ Les BNEM Ambassadeurs ne sont pas recrutés sur des critères de compétence techniques mais sociales : ouverture, disponibilité, adaptabilité, responsabilité, empathie et affirmation de soi.

a) Une formation pour des fondements solides

Il est obligatoire pour devenir BNEM Ambassadeur d'avoir participé à chaque étape de la formation de manière active afin d'en tirer le maximum d'éléments nécessaires à la concrétisation de la mission. La formation devra donc répondre aux attentes et besoins des futurs BNEM Ambassadeurs.

Elle proposera les outils adéquats afin qu'une fois sur le terrain, ils **puissent aisément mettre en pratique et transmettre leurs savoir-être et savoir-faire**.

b) Une formation nationale

L'un des objectifs de la formation étant de **forger une base commune à tous**, le BNEM fait le choix de privilégier **une formation nationale à distance**.

Avec ce format, il sera pour nous plus aisé de réunir tous les futurs BNEM Ambassadeurs en un seul lieu, bien que dématérialisé, ce qui nous accordera une flexibilité unique tout en évitant les coûts liés au présentiel.

Une formation nationale à distance est aussi **l'occasion de créer un événement qui fédère le réseau d'Antenne locale et d'unir chaque entité par des valeurs communes** telles que la transmission, le respect d'autrui et de soi-même ou encore l'engagement.

Pour ce faire, la formation s'organisera **en trois parties** afin d'atteindre les objectifs, à N+1, associés aux trois missions¹⁴⁶ du dispositif. Du point de vue du BNEM Ambassadeur, **la formation ira du général au particulier, formant à la fois sur l'identité en tant que membre actif du BNEM, en insistant sur la singularité du statut de BNEM Ambassadeur**.



Partie 1 : découverte et connexion à l'environnement du BNEM Ambassadeur

Cette étape débute par une présentation générale du BNEM, des cinq Commissions qui y sont rattachées tout en précisant l'action de chacune. **Un point important concernera les règles et l'éthique du BNEM.**

¹⁴⁶ Information et sensibilisation sur la Filière Ecole de Management ; Mentorat avec la Filière STMG ; Mentorat avec les élèves en situation de handicap (ESH) de la Seconde à la Terminale.

Au travers de mises en situation et de brainstorming, l'objectif de cette étape est de créer un premier contact et d'intégrer les futurs BNEM Ambassadeurs dans le dispositif en leur donnant la parole et en les incitant à échanger entre eux.

Au terme de cette phase, les bases de la vision du dispositif devront être posées dans les esprits. C'est aussi à ce moment qu'ils signeront le règlement intérieur du BNEM¹⁴⁷. Cela fera d'eux des membres actifs du BNEM.

Partie 2 : acquisition de nouvelles connaissances et transferts de compétences

À cette étape du parcours de formation, l'étudiant recruté se rapproche du statut de BNEM Ambassadeur, mais doit encore être formé sur les spécificités de sa mission.

La formation comprendra donc **trois volets**.

Le premier s'adresse à tous et concerne l'information et la sensibilisation, le second s'adressant uniquement aux futurs mentors de la filière STMG et enfin le troisième, spécifique au mentorat pour les ESH.

Dans l'intention de mener cette étape dans les meilleures conditions, elle sera divisée en modules auxquels un certain nombre de compétences seront rattachées.

Pour apporter les nouvelles connaissances et transmettre les compétences indispensables à un BNEM Ambassadeur, nous allons faire appel à **des intervenants extérieurs** reconnus dans leur domaine.

À la fin de cette étape et, s'ils acceptent les conditions liées à la charte du BNEM Ambassadeur, ils seront officiellement BNEM Ambassadeurs.

Partie 3 : l'appropriation

Le temps de l'appropriation est propre à chacun, mais doit être réalisé entre la fin de la formation et le début des missions.

L'objectif est que chaque BNEM Ambassadeur puisse s'approprier les notions, parfois nouvelles, qu'il aura reçu dans un temps restreint.

Pour les accompagner, un livret constitué de document dit « repères » et de QCM sur les notions devant être maîtrisées est mis à leur disposition sous un format papier et numérique.

Au travers des différents groupes de discussion, les BNEM Ambassadeurs peuvent échanger et poser des questions en lien avec les événements qu'ils auront vécu.

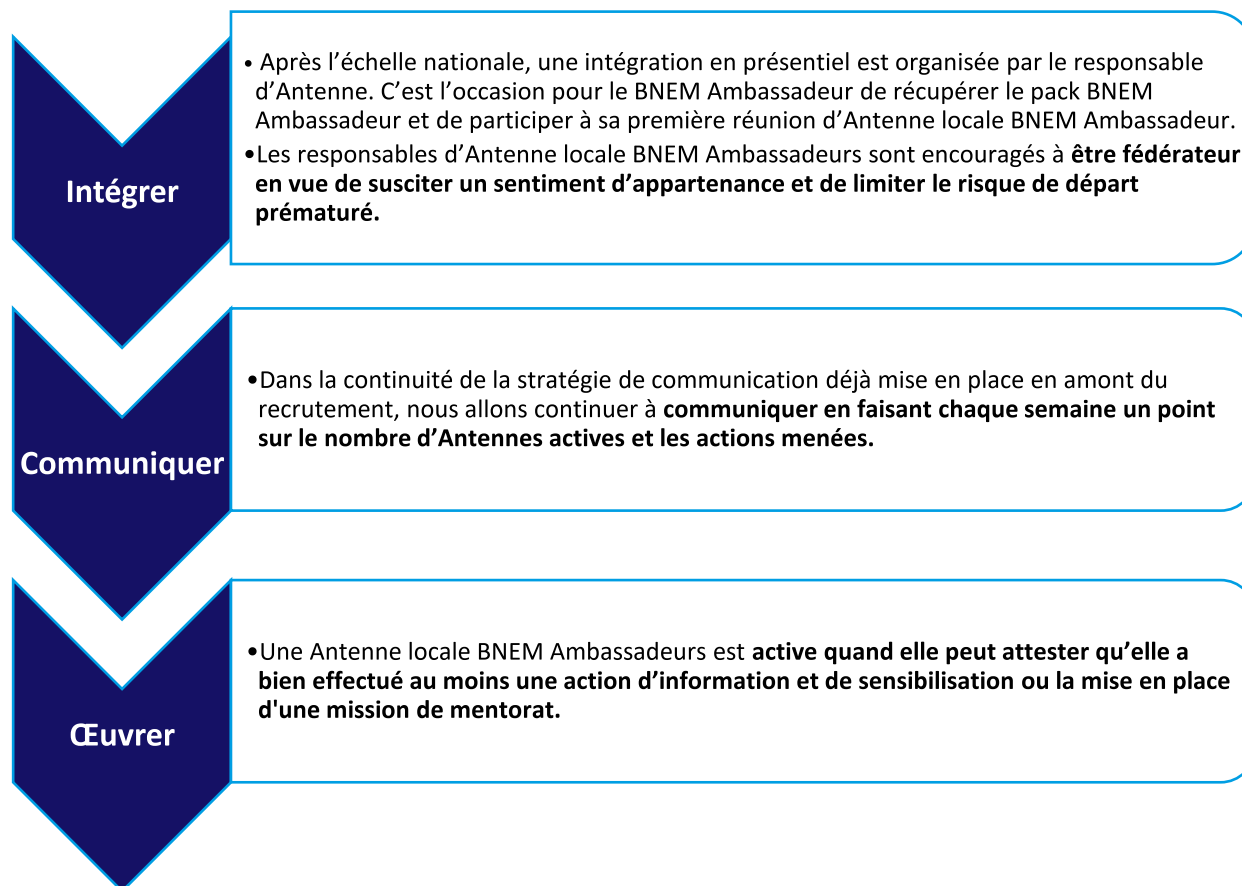
c) L'activation des Antennes locales BNEM Ambassadeurs

Après que les BNEM Ambassadeurs soient recrutés et formés, il est possible d'intervenir dans les lycées.

¹⁴⁷ Voir Annexe V. Règlement.

Cela débute par « **l'activation** » des **Antennes locales BNEM Ambassadeurs** au sein des Antennes locales du BNEM. Elle a lieu à **la fin de la deuxième phase de formation** et en parallèle de la phase trois qui, rappelons-le, s'effectue en autonomie.

Mis à l'agenda, cette phase commence début décembre 2021 et s'achève fin janvier 2022. Afin d'uniformiser à l'échelle nationale le processus, l'activation d'une antenne s'appuiera sur **trois piliers** :



3. L'importance stratégique de la communication pour la réussite du dispositif BNEM Ambassadeurs

a) Stratégie de communication en amont pour préparer le lancement du dispositif BNEM Ambassadeurs

Présentation générale auprès des étudiants en École de Management

Le dispositif, composé de trois missions¹⁴⁸, **doit intégralement être représenté à chaque étape du processus de communication.**

¹⁴⁸ Information et sensibilisation sur la filière École de Management ; Mentorat avec la filière STMG ; Mentorat avec les élèves en situation de handicap (ESH) de la seconde à la terminale.

Dans un premier temps, de manière « online », le dispositif doit être **largement diffusé à l'ensemble des membres du BNEM pouvant eux-mêmes devenir BNEM Ambassadeurs.**

À partir de septembre 2021, une campagne de communication est mise en place sur les réseaux sociaux du BNEM tels que Facebook, Instagram et LinkedIn. **De plus, le BNEM sollicite les 24 Écoles pour diffuser les supports de communication et/ou faciliter la transmission de ces derniers afin que les étudiants (nouveaux et déjà présents) aient connaissance de ce nouveau dispositif.**

En parallèle de la campagne effectuée sur les réseaux sociaux, une campagne d'e-mailing est mise en place.

À la rentrée en septembre 2021, le dispositif BNEM Ambassadeurs sollicite les réseaux de ses 24 EM pour lui permettre de réaliser cette campagne.

Le premier mail comporte une proposition quant à la souscription d'une nouvelle newsletter générée pour le dispositif BNEM Ambassadeurs. Par la suite, les courriels auront pour principal objectif **le recrutement.**

De plus, nous comptons sur des dispositifs tels que Mister Prépa, Business School, Planète GE et **les Écoles de Management pour relayer nos communications sur leurs supports** ¹⁴⁹.

Dans un second temps, de manière « physique », le dispositif est mis en avant entre **mi-septembre et début octobre.**

Il est important d'étendre la diffusion d'information sur le lancement du dispositif BNEM Ambassadeurs sur un créneau – en fonction de la volonté des 24 Écoles de Management – **à travers une présentation en amphithéâtre (ou à défaut selon le contexte sanitaire en visioconférence).**

Enfin, avec **les Antennes locales BNEM déjà implantées dans les Écoles de Management, le BNEM souhaite faire partie intégrante des événements tels que le forum des associations avec un stand.**

Les étudiants seront sensibles à des dispositifs différents comme celui que propose le BNEM, à savoir un **dispositif national fédérateur.**

Les associations existantes agissent à un niveau souvent local ; **le dispositif BNEM Ambassadeurs ajoute cette dimension à l'échelle en s'appuyant sur le maillage des 24 EM.**

Présentation générale auprès du secondaire

La première étape fondamentale repose sur l'envoi auprès des rectorats et académies des informations quant au lancement du dispositif BNEM Ambassadeurs au travers d'une note précise. Celle-ci sera accompagnée **d'un support visuel** (affiche du dispositif BNEM Ambassadeurs) destinée à être diffusée au sein des différents Établissements du secondaire.

Cette dernière doit être paraphée par les chefs d'établissement d'EM, gage de crédibilité et de légitimité.

¹⁴⁹ À travers des stories, des courriels ou bien même des publications et articles de blog.

L'envoi de ces documents est prévu à partir de la rentrée scolaire 2021, entre fin août et fin septembre.

Par le biais des réseaux sociaux, notamment de la page nationale Facebook BNEM et du compte Instagram BNEM, des publications leur seront également dédiées afin de ne pas mettre une distance entre le dispositif et ces derniers.

b) Stratégie de communication, une fois le dispositif lancé pour débiter le recrutement

Premièrement, le lancement du recrutement se fera de manière digitale.

Parallèlement, **l'ouverture progressive des pages nationales BNEM Ambassadeurs incluant Facebook et Instagram**, ainsi qu'une rubrique au sein du site officiel du BNEM, marquera le lancement officiel du dispositif du point de vue de la communication.

Elle reprend les codes initialement utilisés sur les comptes principaux du BNEM afin d'assurer un lien durable.

À terme, **le dispositif pourrait voir naître des pages BNEM Ambassadeurs par académie afin de rendre les actualités plus accessibles et moins confuses.**

Les stories pourront prendre la forme de quiz simples sur des thèmes tels que la culture générale, des informations insolites en lien avec le cadre pédagogique ou encore des points sur l'actualité.

Au fur et à mesure des actions du dispositif, la page BNEM Ambassadeurs présentera des témoignages d'élèves mentorés.

Sous chaque publication et en biographie de la page BNEM Ambassadeurs, il est important de laisser un questionnaire pour postuler au dispositif si un étudiant souhaite devenir un BNEM Ambassadeurs. De plus, il est indispensable de laisser une adresse électronique sur laquelle les lycéens pourront poser leurs questions sur des sujets comme l'orientation ou la filière École de Management.

Sur LinkedIn, **des missions pourront être créées afin que les étudiants en EM puissent directement y postuler.**

Enfin, dans les EM partenaires, **le dispositif demandera aux Ambassadeurs déjà en place un partage sur les pages d'entraide des Écoles et autres groupes incluant les promotions actuelles et les Alumni.**

Il est également envisagé de contacter les étudiants étrangers restant huit mois minimums dans leur campus français. Cela leur permettrait de dispenser des cours en langues, telles que l'anglais ou l'allemand dans les lycées.

c) Conduite du changement

Assurer la pérennité du dispositif les années suivantes

Des forums BNEM Ambassadeurs verront le jour à minima une fois par semestre à l'échelle nationale. Des événements par École seront proposés afin de toucher l'ensemble des promotions et inviter les lycéens à y participer pour une journée en immersion en EM.

De plus, le dispositif est présent sur des salons étudiants afin d'assurer sa communication auprès **des EM qui ne sont pas encore partenaires, mais surtout auprès de lycéens en quête de leur orientation.**

Des parutions d'articles, de témoignages seront proposées sur le site du BNEM et sur d'autres médias intéressés par ce type de contenu. **Des certificats « mentors » peuvent voir le jour afin de prouver l'engagement de l'étudiant à la fin de sa mission au sein du dispositif.**

Enfin, proposer une newsletter fréquente afin de mettre en avant les bienfaits, les savoir-faire, les savoir-être et **les chiffres clés atteints grâce au dispositif depuis sa création** constitue des actions de communication pour assurer la pérennité du dispositif en interne et en externe. Cette communication se fait sur les réseaux sociaux du BNEM.

Maintien de la communication en interne avec les BNEM Ambassadeurs

L'appartenance à un groupe, à une association est et sera le lien le plus fort entre ces étudiants BNEM Ambassadeurs. Cela passe par différents facteurs comme des pulls, un groupe privé sur Facebook, lieu de communication privilégié entre eux.

La finalité serait également qu'il puisse être organisé des événements comme des séminaires par Grande Région une ou deux fois par an ainsi qu'un séminaire national une fois par an.

L'objectif est de créer un réseau BNEM Ambassadeurs qui s'accroît au fil des années de son implémentation en France.

H. Pilotage concernant la représentativité lors des Forums

1. Une présence complémentaire pour étendre la portée de l'information et de la sensibilisation

Les Forums dédiés à l'orientation sont des rendez-vous incontournables pour les élèves du secondaire et du supérieur. Lors de ces événements, les institutions défendent avant tout l'intérêt de leur École et peuvent « **laisser sous silence** » **des points importants comme les frais de scolarité, les accréditations, les possibilités existantes dans les autres Écoles ainsi que les différents moyens pour les intégrer.** Il est pertinent de mettre en place un stand en mesure d'informer les étudiants de **manière objective**, de **centraliser les informations** et d'expliquer dans son ensemble le fonctionnement des EM. Dans les faits, un stand BNEM est divisé en trois sous-catégories :

**La première
représentera les
ambassadeurs issus des
programmes postbac.**

**La deuxième, ceux qui
étudient dans un
programme post-prépa.**

**La dernière, les
étudiants qui sont rentrés
dans les EM par
l'intermédiaire des
concours passerelle.**

La signification des accréditations données aux Écoles sera expliquée avec la distinction des Écoles dont le diplôme est reconnu par l'État des autres. Les formations que l'on retrouve dans les Écoles,

les débouchés, les salaires à la sortie sont mentionnés, ainsi que les moyens de financement des études. De plus, un support résumant ces points sera mis à disposition des étudiants et des parents.

Le BNEM entend être présent sur un grand nombre de Salons. Nous pouvons retenir déjà quelques Forums « clés » : notamment le **Salon de l'Étudiant** qui se déroule dans une cinquantaine de villes (Nantes, Paris, Le Havre...) en organisant notamment des Salons dédiés aux grandes écoles, le **Salon du lycéen et de l'étudiant** (dans différentes métropoles), le **Salon Studyràma de l'Orientalion** (présent dans 55 villes en France).

2. Pourquoi le combiner avec nos interventions en lycée ?

Les interventions en lycée sont plus ciblées et cherchent principalement à éviter l'autocensure de certains élèves. Le stand bénéficie à l'ensemble des lycéens, mais aussi aux étudiants du supérieur. Les personnes rencontrées lors des forums pourront ensuite facilement contacter les BNEM Ambassadeurs sur les réseaux sociaux¹⁵⁰, **offrant un suivi de l'information**.

3. Une synergie entre les Antennes locales BNEM et les BNEM Ambassadeurs

Intervenir sur des salons offre une possibilité de renforcer les liens entre les différentes Antennes locales BNEM. En effet, l'intervention sur ce type d'événement est **l'occasion pour les BNEM Ambassadeurs venant de différentes Écoles d'animer ensemble le stand BNEM Ambassadeurs**.

En pratique, cela peut se traduire par une intervention de 3 binômes paritaires, venant de trois Écoles différentes¹⁵¹. Ces derniers informent et sensibilisent sur la filière École de Management les élèves et les parents se rendant au Forum.

I. Reconnaissance et valorisation de l'engagement

L'engagement étudiant qu'il soit associatif, solidaire ou civique favorise **l'acquisition de compétences, de savoirs et d'aptitudes contribuant à l'épanouissement personnel, à la formation citoyenne et à une meilleure insertion professionnelle**.

C'est un moyen très concret de développer des compétences additionnelles à la formation qui pourront être valorisées à l'occasion d'une demande de stage, d'une poursuite d'études, d'une mobilité ou d'une insertion professionnelle.

1. Principe de subsidiarité

a) Dans le cadre général

La signification et la finalité générale du principe de subsidiarité résident dans **l'octroi d'un certain degré d'indépendance à une autorité subordonnée vis-à-vis d'une autorité de niveau supérieur, notamment d'une autorité locale envers le pouvoir national**.

¹⁵⁰ Voir Communication...

¹⁵¹ Ceci est un exemple, non une modalité arrêtée.

Le partage des compétences entre les divers échelons de pouvoir s'opère, principe qui constitue le fondement institutionnel des États à structure fédérale.

b) Dans le cadre du dispositif BNEM Ambassadeurs

Appliqué au cadre du dispositif, **le principe de subsidiarité sert de critère régulateur dans la reconnaissance de l'engagement en étant BNEM Ambassadeur.**

Il exclut **l'intervention arbitraire du BNEM** vis-à-vis du choix opéré par chaque École. La reconnaissance de l'engagement peut être réglementée de manière efficace par les Écoles au niveau de leur niveau central, soit l'administration sous respect de la règle suivante :

« Une École souhaitant faire partie du dispositif BNEM Ambassadeurs s'engage auprès du BNEM à choisir comment elle décide de reconnaître l'engagement d'un étudiant BNEM Ambassadeur parmi les quatre propositions détaillées ci-après. Ces quatre possibilités sont cumulatives entre elles si l'École le souhaite. ».

Valorisation de l'engagement par l'octroi d'une bonification sur la moyenne de l'étudiant.e (barème défini en interne par l'ÉdM)

L'octroi de crédits ECTS supplémentaires

Proposer la possibilité d'un parcours aménagé pour un BNEM Ambassadeur impliqué.e dans une mission de mentorat

Absences justifiées lors des interventions dans les lycées ou sur les forums d'orientation

1. Valorisation de l'engagement par l'octroi d'une bonification sur la moyenne de l'étudiant (barème défini en interne par l'EM)

Elle se déroule en deux étapes :

La demande d'acceptation dans le dispositif.

Le rapport d'auto-évaluation et le bilan d'engagement.

En cas d'avis favorable émis par la commission de l'École, la démarche d'engagement en vue de sa reconnaissance par l'École de Management peut être poursuivie.

Toutefois, **cette première étape ne garantit en aucun cas le résultat de l'évaluation ultérieure**. En cas d'avis négatif, les motifs sont indiqués par écrit à l'étudiant.

Modalités d'évaluation

Lorsque le dossier est complet, il est examiné par la commission de l'engagement étudiant propre à chaque École ou un organisme similaire qui se réunit en fin d'année académique.

Si nécessaire, les membres peuvent entendre l'étudiant pour obtenir les compléments utiles à leur évaluation.

Après examen des documents complétés, la commission décide de l'étendue de la validation, sous forme d'un bonus de points, selon **cinq critères d'évaluation** :

1 - Les compétences, les connaissances et les aptitudes personnelles acquises ou développées par le biais de l'engagement

2 - Les bénéfices au profit des missions du dispositif

3 - L'atteinte des objectifs

4 - L'implication effective et durable de l'étudiant

5 - La qualité de la réflexion sur cet engagement

2. L'octroi de crédits ECTS supplémentaires

Le fait d'être impliqué dans le dispositif est reconnu par l'EM comme une composante ou la composante d'un électif déjà existant ou en lien avec la question d'ouverture sociale, d'égalité des chances ou de domaines en lien avec ces aspirations.

Chaque École est **libre d'adapter l'intégration de cet engagement dans sa structure pédagogique**. L'octroi de crédits ECTS est obtenu par l'étudiant, sous réserve des exigences satisfaites et des conditions remplies.

À titre d'exemple, cela peut se matérialiser à travers un suivi, un rapport à remettre, des bilans de compétences ou encore un oral. La périodicité des livrables à remettre et de l'évaluation de l'engagement sont décidées en interne au sein de chaque École.

3. Proposer la possibilité d'un parcours aménagé pour un BNEM Ambassadeur impliqué dans une mission de mentorat

En fonction de l'investissement et des échéances prévues dans le cadre du dispositif avec la filière STMG ou des ESH, l'École où l'étudiant est inscrit, est libre de proposer la possibilité d'un parcours aménagé.

L'étude du BNEM¹⁵² montre que 81,5% des étudiants interrogés sont pour la création d'un cursus flexible en EM. Si l'on rentre dans les détails, 81% des étudiants boursiers (pour 14%, c'est déjà le cas) sont favorables et 82% pour les étudiants non-boursiers (pour 12%, c'est déjà le cas).

4. Absences justifiées lors des interventions dans les lycées ou sur les forums d'orientation

Sauf en présence d'une date de partiels ou d'une date donnant lieu à une note (oral individuel, présentation de groupe, mid-term, partiel...), **l'École s'engage à considérer une intervention dans des lycées ou sur les forums d'orientation comme une absence justifiée.**

2. Pourquoi ce principe de subsidiarité ?

Premièrement, chaque École a sa politique sur la reconnaissance de l'engagement et/ou de la vie associative. Le dispositif est piloté avec une coordination nationale.

Vouloir imposer un modèle de reconnaissance de l'engagement en tant que BNEM Ambassadeur est contre-productif et illégitime. Avec un souci d'équité vis-à-vis des étudiants déjà impliqués dans une association, le choix de laisser les Écoles décider **constitue la solution pour satisfaire l'ensemble des parties prenantes.**

J. La structure du dispositif BNEM Ambassadeurs

Le dispositif BNEM Ambassadeurs a deux caractéristiques majeures. **Il s'agit d'un dispositif avec une coordination nationale et une adaptation locale.**

Ce dispositif est complémentaire, non substitutif aux actions déjà menées par les pouvoirs publics et les EM. **La construction collaborative ne s'arrête pas aux paroles, elle s'exprime par des faits.**

¹⁵² Les étudiants alertent sur les mesures de discrimination positive envisagées en école de commerce, Le Figaro étudiant, février 2021.

1. Une synergie avec l'administration des Écoles de Management et les associations au sein de ces dernières

Le manque de synergie à l'heure actuelle porte préjudice aux EM mais également aux élèves du secondaire.

Le dispositif porté par le BNEM nécessite l'implication des différentes parties prenantes, en dépassant le **cadre de la coopération**, et en s'inscrivant dans le **cadre d'une mission d'intérêt général**.

La place prépondérante des associations ne nécessite plus à être démontrée en EM. Le dispositif entend se coordonner avec **les associations impliquées sur les questions d'ouverture sociale, d'égalité des chances et de handicap**. Le dispositif s'appuie sur les Antennes locales du BNEM pour faciliter cette co-construction avec le corps associatif.

2. La structure du dispositif BNEM Ambassadeurs : une coordination nationale

Selon une étude de l'INSEE parue en 2016, 90% des start-ups en France échouent. **La faute, le plus souvent, à leurs dirigeants.**

Avoir des objectifs est nécessaire, mais ne se suffit pas à lui-même. **La détermination de la structuration est une étape indispensable.**

Le BNEM propose une structuration du dispositif afin de ne pas perdre de vue les objectifs explicités dans la partie II et de **faciliter la liaison entre le cadre multiscale de l'enseignement scolaire en France et le cadre du dispositif BNEM Ambassadeurs.**

a) Organigramme du dispositif à l'échelle nationale

Chaque membre de l'organigramme est un membre actif du BNEM.

Le dispositif BNEM Ambassadeurs sera réparti en **trois pôles** :

1. **Pôle Information et Sensibilisation sur la filière École de Management ;**
2. **Pôle Mentorat et Accompagnement de la filière STMG ;**
3. **Pôle Mentorat Handicap.**

En fonction du nombre de BNEM Ambassadeurs, mais également de la demande des établissements du secondaire, une répartition est effectuée au sein de chaque Antenne locale BNEM Ambassadeurs.

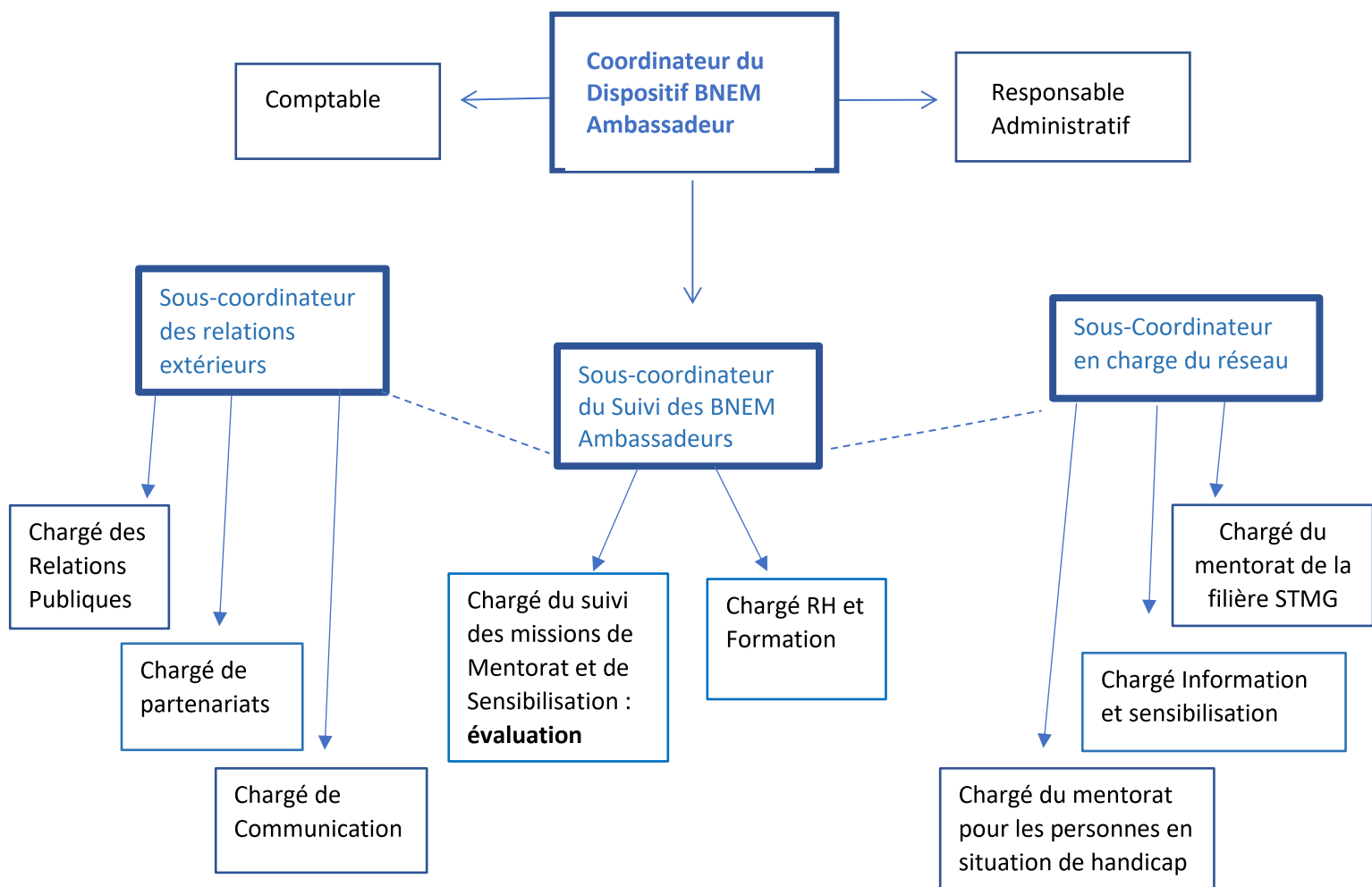
De plus, un BNEM Ambassadeur, **sous réserve de sa prise d'engagement, peut être présent au sein de deux pôles.**

Ainsi, un BNEM Ambassadeur peut intégrer le pôle *Information et Sensibilisation sur la filière École de Management* et le *Pôle Mentorat et Accompagnement de la Filière STMG*.

Le pilotage global comprend entre 30 et 40 personnes :

- les 24 Responsables de chaque Antenne locale BNEM Ambassadeurs
- les 14 personnes chargées de la coordination nationale.

Organigramme du dispositif à l'échelle nationale

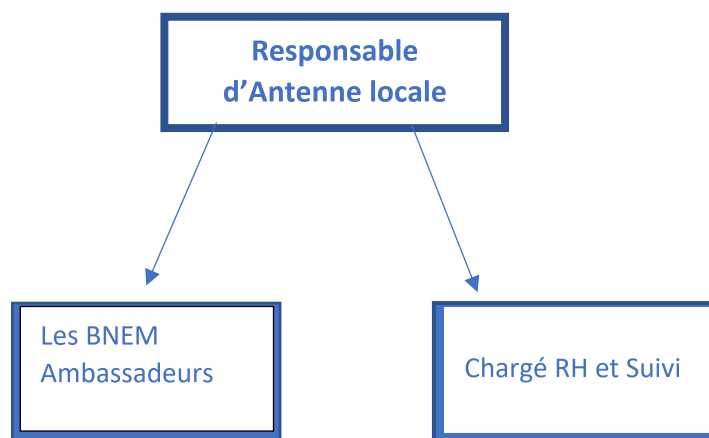


3. La structure du dispositif BNEM Ambassadeurs : une adaptation locale

Le dispositif s'articule et fonctionne avec une adaptation locale. **Le BNEM représente 24 EM, constituant 24 Antennes locales BNEM Ambassadeurs présentes au sein des Antennes locales BNEM.**

a) Le dispositif à l'échelle locale

Organigramme du dispositif à l'échelle locale



L'objectif est de **garder un lien entre l'échelle locale et l'échelle nationale afin de proposer un dispositif coordonné, piloté et structuré**. Des actions correctrices seront mises en place lorsque cela sera nécessaire avec un temps d'adaptation pour la mise en place du dispositif au sein de chaque École.

L'ensemble des informations seront accessibles et regroupées sur **une plateforme liée à un usage interne** pour permettre une lisibilité, mais également une transparence totale en termes de fonctionnement. **Le BNEM compte également sur un soutien de ces acteurs afin de favoriser la mise en place de ce dispositif au sein des 24 Écoles.**

K. Suivi projectif avec un horizon temporel sur 3 ans

Un plan stratégique nécessite d'avoir une vision à moyen-long terme. Il est important d'adopter un point de vue ambitieux tout en ayant conscience des difficultés rencontrées lorsque le dispositif est mis en place.

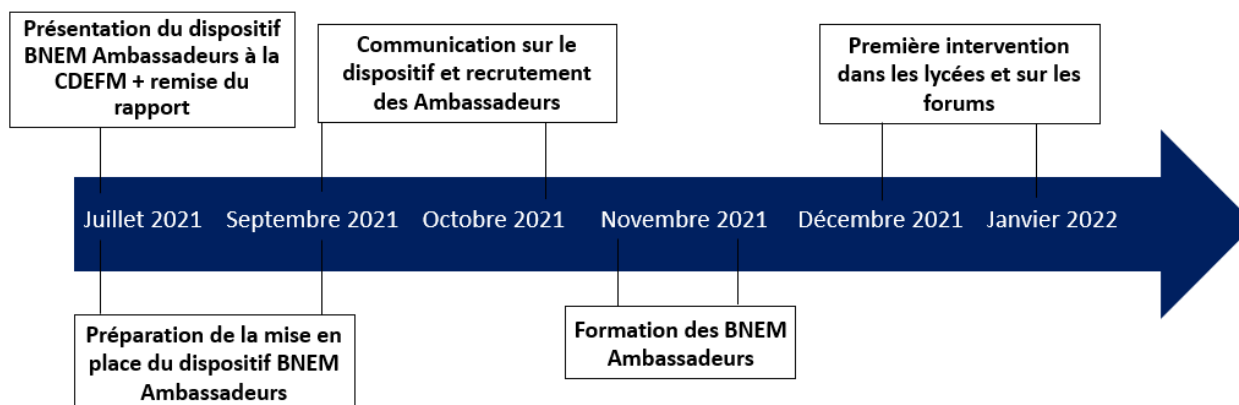
C'est la raison pour laquelle le suivi projectif proposé est le témoin d'une « montée en puissance » afin de pouvoir **fabriquer un continuum**.

L'aspect multiscalaire permet d'éviter un **dispositif parcellaire, caractéristique que l'on retrouve bien trop souvent dans les actions menées**.

Nous portons notre action sur les points de tension, c'est-à-dire là où les déficiences¹⁵³ sont présentes. Le plan prévisionnel s'inscrit de l'Année 1, correspondant au lancement du dispositif BNEM Ambassadeurs à l'Année 3. Il est nécessaire de piloter et d'évaluer le dispositif, c'est pourquoi, tous les ans, **un plan prévisionnel sera effectué sur trois ans** afin de prendre en considération la « réalité

¹⁵³ Voir la partie sur les déficiences actuelles.

du terrain », **mettre en place des actions correctrices ou confirmer les objectifs pour l'année suivante avec une attention particulière : se remettre en question pour répondre aux attentes des lycéens.**



1. Année 1 : Lancement du dispositif avec une intervention sur les forums d'orientation / Dans des lycées dits « pilotes » / Cibler des classes de Première STMG

a) Les forums d'orientation

Comme expliqué dans la partie *III-J. Pilotage*, l'intervention sur des forums/salons d'orientation est légitime, mais surtout pertinente pour la première année du dispositif BNEM Ambassadeurs.

L'objectif est triple et complémentaire :

1. Favoriser le lien entre le secondaire et le supérieur.
2. Répondre aux attentes des lycéens lorsqu'ils participent à ce type d'événement : Informer et Sensibiliser les lycéés sur la filière « École de Management », non recruter des lycéens. Répondre également aux questions des parents.
3. Permettre au dispositif BNEM Ambassadeurs de se faire connaître à l'échelle nationale auprès des lycéens, des parties prenantes chargées de l'orientation et poursuivre **la construction du continuum du dispositif.**

b) Lycées dits « pilotes »

La cible prioritaire du dispositif est en réalité une cible double : **la diversité sociale et la diversité territoriale.**

La partie *II-E* et la partie *III-H* montrent l'importance **d'être en concertation avec les parties prenantes**, mais également la **nécessité de mener une collaboration constructive avec ces dernières.**

Le BNEM a conscience de l'importance de structurer, dès son lancement, le dispositif pour assurer son développement et sa pérennité.

Pour intervenir dans des lycées, l'enjeu de l'accessibilité pour le dispositif BNEM Ambassadeurs dans ces établissements est connu et reconnu. C'est la raison pour laquelle **le dispositif interviendra également dans des lycées dits « pilotes » pour l'Année 1**, soit 2021-2022. Par « pilotes », on entend des lycées dans lesquels des étudiants en EM ont suivi leur cursus scolaire.

Le lien créé avec les équipes pédagogiques offre une accessibilité plus facile pour intervenir dans ces lycées. Toutefois, nous souhaitons apporter un point de vigilance. Le dispositif interviendra à la marge dans des lycées de « centre-ville », car l'**Information et la sensibilisation** sur l'orientation y est souvent effectuée dans de bonnes conditions.

c) Classes de Première, Voie Technologique filière STMG

Pourquoi cibler le Bac Technologique et plus particulièrement la filière STMG ?

Un chiffre montre combien la filière STMG est une voie importante dans la Voie Technologique. **54 % des étudiants du Bac Technologique sont des STMG.**

Dans la partie II-B, nous avons montré que la filière STMG devait être revalorisée à sa juste valeur. **Très souvent, le choix de faire un Bac STMG est un choix par défaut.**

Avec le dispositif BNEM Ambassadeurs, nous souhaitons **apporter notre contribution à la revalorisation de cette filière à travers trois actions : l'Information, le Mentorat et l'Accompagnement.**

Comment le dispositif BNEM Ambassadeurs se structure pour la filière STMG ?

L'Année 1 correspond à la date de lancement du dispositif BNEM Ambassadeurs. En suivant cette logique et avec un souci permanent d'œuvrer à l'ouverture sociale, l'égalité des chances et la revalorisation de la filière STMG, nous souhaitons intervenir dans des classes de **Première STMG.**

Pour l'année 2021-2022, notre objectif est de parrainer **un minimum de trois Lycées, soit trois classes de Première STMG par Antenne locale BNEM Ambassadeurs.**

Le BNEM réunit 25¹⁵⁴ ÉdM, ce qui fait un minimum de 75 Lycées, soit 75 classes de Première STMG.

Il ne faut pas privilégier la quantité, mais la qualité, en commençant à « fabriquer le continuum » sur lequel le dispositif s'appuiera pour accroître sa portée mais aussi sa légitimité les années suivantes.

Sur un effectif de 15 BNEM Ambassadeurs par école, nous estimons à 10 BNEM Ambassadeurs impliqués sur la mission de mentorat auprès de la filière STMG. Considérant qu'un **BNEM Ambassadeur mentore 2 à 3 jeunes**, cela représente un **potentiel de 20 à 30 élèves mentorés** par Antenne locale BNEM Ambassadeurs.

A l'échelle nationale, cela représente un minimum **de 250 BNEM Ambassadeurs Mentors**, soit entre **500 et 750 élèves mentorés.**

¹⁵⁴ 24 EM sont représentées au BNEM. On considère 25 EM pour faciliter la lisibilité des chiffres.

2. Année 2 : Montée en puissance du dispositif au niveau des interventions dans les lycées avec un maillage plus important / Cibler des classes de Première et de Terminale STMG / Agrément fin d'année 2023

a) Continuer à fabriquer le continuum avec la filière STMG avec le basculement de la Première à la Terminale

L'Année 2, soit août 2022 - juillet 2023 comprend le **basculement de la Première à la Terminale pour les 75 classes STMG accompagnées lors de l'Année 1 du dispositif. Ce dernier encadrera 75 classes de Première STMG afin de continuer à fabriquer ce continuum.**

Le BNEM réunit 25¹⁵⁵ EDM, ce qui fait un minimum de 75 Lycées, soit 75 classes de Première STMG et 75 classes de Terminale STMG.

Pour l'Année 2, **notre objectif est de parrainer un minimum de trois Lycées, soit trois classes de Première STMG et trois classes de Terminale STMG par Antenne locale BNEM Ambassadeurs.**

Sur un effectif de **30 BNEM Ambassadeurs par École**, nous estimons à 20 BNEM Ambassadeurs impliqués sur la mission de mentorat auprès de la filière STMG.

Considérant qu'un **BNEM Ambassadeur mentore 2 à 3 jeunes**, cela représente un potentiel de **40 à 60 élèves mentorés par Antenne BNEM Ambassadeurs.**

A l'échelle nationale, cela représente **un minimum de 500 BNEM Ambassadeurs Mentors**, soit entre **1000 et 1500 élèves mentorés.**

b) Développer le maillage géographique du dispositif BNEM Ambassadeurs en poursuivant le continuum, avec notamment la mission d'Information et Sensibilisation sur la filière École de Management

La dimension macro du BNEM permet une coordination nationale avec une adaptation locale.

Aussi grand que soit le développement d'un dispositif, il se **construit toujours sur une suite de petits pas en avant.**

C'est la raison pour laquelle, nous envisageons une montée en puissance du dispositif, pour donner suite à son développement lors de l'Année 1.

Nous augmentons le maillage géographique du dispositif afin de combler les zones délaissées.

De plus, l'Année 1 assoit notre légitimité vis-à-vis des parties prenantes, facilite l'accessibilité dans les établissements scolaires et accroît le nombre de lycéens informés et sensibilisés sur la filière École de Management.

¹⁵⁵ 24 EM sont représentées au BNEM. On considère 25 EM pour faciliter la lisibilité des chiffres.

c) Demande d'agrément auprès du MENJS : agrément national des associations éducatives complémentaires de l'enseignement public

Demande d'agrément auprès du MENJS

Les associations qui proposent des activités éducatives complémentaires aux enseignements dans le respect des projets d'école et d'établissement peuvent demander l'agrément du ministère chargé de l'Éducation nationale. Il existe deux niveaux d'agrément : national et académique. L'obtention de l'agrément n'est ni une condition préalable ni une garantie à l'obtention d'une subvention du ministère de l'éducation nationale.

Le BNEM candidate à un agrément national car le dispositif BNEM Ambassadeurs a vocation à couvrir l'ensemble du territoire national et son action s'exerce dans un nombre significatif d'académie.

Les associations qui sollicitent l'agrément d'une autorité de l'Etat doivent préalablement satisfaire aux critères du tronc commun d'agrément en répondant à un objet d'intérêt général, en présentant un mode de fonctionnement démocratique et en respectant des règles de nature à garantir la transparence financière. Le BNEM répond favorablement à ces critères.

Procédure

L'agrément est **accordé pour une durée de cinq ans. Il est renouvelable.**

Les dossiers sont étudiés par le **Conseil national des associations éducatives complémentaires de l'enseignement public, le CNAECP**, une instance consultative qui formule un avis. L'agrément du ministère de l'éducation nationale n'est pas juridiquement nécessaire pour les interventions en établissements mais il apparaît comme **souhaitable et utile pour permettre au BNEM d'entretenir des relations constructives et approfondies avec les responsables de l'éducation nationale** à ses différents échelons.

Obtenir l'agrément pour le dispositif BNEM Ambassadeurs constitue un objectif stratégique pour le BNEM. C'est pourquoi nous souhaitons présenter un dossier à la fin de l'année scolaire 2022-2023.

3. Année 3 : Développement du continuum construit lors de l'Année 1 et 2 / Élargissement du Mentorat aux classes de Troisième / Élaboration d'un dossier pour inscrire le dispositif comme Service public d'égalité des chances

a) Élargissement du Mentorat aux classes de Troisième

La diversité sociale et la diversité territoriale sont nécessaires pour permettre la démocratisation dans l'enseignement supérieur, **agir en amont n'est pas souhaitable mais indispensable.**

La montée en puissance du dispositif BNEM Ambassadeurs, d'un point de vue qualitatif et quantitatif, lors des deux premières années sur le terrain permettra lors de l'Année 3¹⁵⁶ d'élargir le dispositif aux classes de Troisième.

Sur un effectif de **45 BNEM Ambassadeurs par École**, nous estimons à **30 BNEM Ambassadeurs** impliqués sur la mission de mentorat auprès de la filière STMG.

Considérant qu'un **BNEM Ambassadeur mentore 2 à 3 jeunes**, cela représente un potentiel de **60 à 90 élèves mentorés par Antenne BNEM Ambassadeurs**.

A l'échelle nationale, cela représente un minimum de **750 BNEM Ambassadeurs Mentors**, soit entre **1500 et 2250 élèves mentorés**.

Le nombre d'élèves mentorés en classe de Troisième sera à déterminer à la fin de l'Année 1. Nous tablons sur **3 classes de Troisième accompagnées par Antenne locale BNEM Ambassadeurs**.

b) Inscrire le dispositif comme Service public d'égalité des chances

En réponse au Rapport Hirsch¹⁵⁷, le **BNEM prend compte des propositions présentes**.

De plus, BNEM Ambassadeurs est **une proposition concrète à la troisième voie abordée du point 24 du rapport Hirsch¹⁵⁸**.

Favoriser le lien entre le secondaire et le supérieur, avoir un dispositif national coordonné, évalué et piloté et permettre aux étudiants ambassadeurs d'avoir une contribution financière repose sur une relation gagnant-gagnant.

¹⁵⁶ Août 2023 - juillet 2024.

¹⁵⁷ Diversité sociale et territoriale dans l'enseignement supérieur.

¹⁵⁸ À savoir « participer au service public de l'égalité des chances en fournissant des heures d'accompagnement pour les élèves plus jeunes. Cette participation pourrait prendre la forme du salariat, mais aussi celle d'un service civique adapté aux étudiants – dans sa durée globale comme dans le nombre d'heures qui serait demandé aux étudiants ».

INDEX DES ACRONYMES

BNEM – Bureau National des Etudiants en école de Management
BTS – Brevet de Technicien Supérieur
BUT – Bachelor Universitaire de Technologie
Cdefm – Conférence des directeurs des écoles françaises de management
CGE – Conférence des Grandes Écoles
EM – École de Management
EPLÉ – Établissement public local d'enseignement
EREA – Établissements Régionaux d'Enseignement Adapté
ESH – Élève en Situation de Handicap
LEGT – Lycées d'Enseignement Généraux et Technologiques
LP – Lycée Professionnel
LPO – Lycée Polyvalent
PIA – Programme d'investissements d'avenir
QP – Quartier Prioritaire
QPV – Quartier Prioritaire de la politique de la Ville
REP – Réseau d'Education Prioritaire
REP+ – Réseau d'Education Prioritaire Renforcé
STMG – Sciences et Technologies du Management et de la Gestion
ZAC – Zone d'Aménagement Concerté
ZUS – Zone Urbaine Sensible
ZRR – Zone de Revitalisation Rurale

Annexe I. Membres du groupe de travail

- **Théo DOUEZ**, Responsable de la Commission *Diversité Sociale* du BNEM ;
- **Manon COPLLOT**, Co-responsable de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Inès LATIFOU**, Co-responsable de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Anne-Laure BERNADINE**, Membre de la Sous-commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Lôan BAILLIEUL-AUTHOUART**, Membre de la Sous-Commission *Informations, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Nicolas PARADA**, Membre de la Sous-Commission *Informations, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Théodore GASCH**, Membre de la Sous-commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Pauline Teillet**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Anne-Claire Daaboul**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Wassym NAIT OUBIHI**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Maxime LESCURE**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Sophia FODIL**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Mattéo BERGER**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Théo CAILLARD-GIRARDOT**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Dany Leroux**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Ludivine JORDAN**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Mathis Denjean**, Membre de la Sous-Commission *Information, Sensibilisation et Mentorat* ;
- **Justine MONTI**, Co-responsable de la Sous-Commission *Handicap* ;
- **Morgane LAMOULLER**, Co-responsable de la Sous-Commission *Handicap* ;
- **Katell BOURGAIN**, Membre de la Sous-Commission *Handicap* ;
- **Orphée ORSOT**, Membre de la Sous-Commission *Handicap* ;

Ainsi que :

- **Séverin KOZSUL**, Responsable de la Commission *Étude, Recherche et Analyse* du BNEM ;
- **Margaux KAEMMERLEN**, Responsable de la *Sous-Commission Enquêtes (Commission Etude, Recherche et Analyse)* du BNEM.

Annexe II. Personnes rencontrées ou auditionnées dans l'élaboration de ce rapport

Le BNEM remercie toutes les personnes rencontrées ou auditionnées dans l'élaboration de ce rapport.

- **Les 24 Écoles de Management représentées au Bureau National des étudiants en École de Management (BNEM)**, représentées par le référent Diversité-Inclusion-Handicap de chaque École ;
- **Chantal DARDELET**, Directrice du Centre Égalité des chances de l'ESSEC, animatrice du groupe Ouverture sociale (GOS) de la CGE ;
- **Alice GUILHON**, Présidente du Chapitre des Écoles de Management ;
- **Isabelle HUAULT**, Présidente du Directoire et Directrice Générale de l'EM Lyon BS ;
- **Stéphanie LAVIGNE**, Directrice Générale de TBS Education ;
- **Anne Rivière**, Directrice PGE de TBS Education ;
- **Rachel-Marie PRADEILLES-DUVAL**, Cheffe de service de l'instruction publique et de l'action pédagogique à la Direction générale de l'enseignement scolaire (Dgesco) ;
- **Romain DIAS**, Auteur d'un Mémoire intitulé « Comment l'orientation peut-elle être un outil pour revaloriser la perception de la filière STMG et la motivation des élèves? », Professeur certifié d'économie-gestion ;
- **Benoît COQULLE**, Membre du cabinet de Sarah El Haïry, Secrétaire d'État chargée de la Jeunesse et de l'Engagement auprès du ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports (MENJS) ;
- **Julien SOREAU**, Responsable Groupe Handicap de la CGE ;
- **Patricia OMARI**, Chargée de mission « Cordées de la Réussite », service Orientation et Formations Supérieures, Région Île-de-France ;
- **Corinne PASCO**, Référente académique « Cordées de la réussite » de Paris ;
- **Patrice BAUDEVIN**, Référent académique « Cordées de la réussite » de Paris, Vice-doyen des inspecteurs ;
- **Laurent BERTRAND**, Référent académique « Cordées de la réussite » de Besançon ;
- **Kebir DGAYGUI**, Référent académique « Cordées de la réussite » de Créteil ;
- **Gérald MOËNNER**, Adjoint à la Cheffe de division DIVE, Chef du bureau DIVE 2 de l'académie de Rennes ;
- **Erika COGNE**, Directrice Générale d'Institut Télémaque et trésorière de Collectif Mentorat ;
- **BNEI** (Bureau National des Élèves Ingénieurs) ;
- **Bixente Etcheçaharreta**, Président DTGE (Des Territoires aux Grandes Écoles) ;
- **Laura CHUPIN**, Responsable partenariats chez Chemins d'Avenir ;
- **Eunice LUNETTA-MANGADO**, Directrice des programmes Association de la fondation étudiante pour la ville (AFEV) ;
- **Aurélié GOIN**, Présidente de l'ESA (Entraide Scolaire Amicale) ;
- **Christian GRAPIN**, Président de Tremplin Handicap ;
- **Johanna LEGRU**, Déléguée à la Mixité, la Diversité Sociale & le Handicap à Télécom Paris ;
- **Chloé BŒUF et Cannelle GARCIA**, Chargées de missions élèves chez Arpejeh ;
- **Clotilde MARSEAULT**, chargée de mission vie étudiante et vie de campus au sein de la Conférence des Présidents d'Université (CPU) ;

Autres auditions réalisées :

- **Agnès VAN ZANTEN**, Sociologue de l'éducation et directrice de recherche au CNRS française, membre de l'Observatoire sociologique du changement (OSC) ;
- **Marie DURU-BELLAT**, chercheuse à l'Observatoire sociologique du changement (OSC) ;
- **Pierre MATHIOT**, Directeur de l'Institut d'études politiques (IEP) de Lille, chargé d'une mission sur la réforme du lycée et du baccalauréat par le ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse en 2017 ;
- **Julien GRENET** Directeur de recherche au CNRS, Professeur associé à l'École d'économie de Paris et Directeur adjoint de l'Institut des Politiques Publiques (IPP) ;
- **Marie LARSONNEAU**, Cheffe de projets et partenariats à l'Association Française des Managers de la Diversité (AFMD) ;
- **Ellen THOMPSON**, Cheffe de la Mission de l'orientation du scolaire vers le supérieur ;
- **Anne Rivière**, Directrice PGE de TBS Education ;
- **Sylvie JEAN**, Directrice PGE de l'EM Lyon BS ;
- **Krista FINSTAD-MILLION**, Référente Égalité F/H ICN Business School, Chaire PRME Chapitre France-Benelux ;
- **Frédérique ALEXANDRE-BAILLY**, Directrice générale de l'Office national d'information sur les enseignements et les professions (ONISEP) ;
- **Eléonore TEMPIER**, Référente académique (Toulouse) des Cordées de la réussite ;
- **Délégation régionale académique à l'information et l'orientation (Normandie)** , représentée par Madame Puppini DRAIO et Madame PERRES, Responsable des Cordées de la réussite de l'académie de Normandie ;
- **Julien DUPONT**, membre d'Article 1 ;
- **Gaspard de VEYRAC**, Président de Toi aussi ;
- **Mickaël PROS**, Président de l'Union des professeurs de classes préparatoires scientifiques (UPS), représenté par Gael BENABOU.

