



GUIDE | MARKETING

# Bien utiliser une Junior-Entreprise

Motivées et disposant de nombreux atouts, ces associations de consultants en herbe ne demandent qu'à être mises à l'épreuve.

**S**ept millions d'euros. C'est le chiffre d'affaires engendré chaque année par les Junior-Entreprises (JE). En 2009, ces 145 associations étudiantes ont mené pas moins de 2 000 missions pour le compte de grands groupes, mais aussi – c'est moins connu – pour des créateurs d'en-

treprise, des collectivités ou des PME. En fait, recourir à leurs services est une solution intéressante pour ceux qui veulent réaliser à moindres frais leurs études de marché, de faisabilité, etc. Les « juniors » ne manquent pas d'atouts : adossées à des établissements d'enseignement supérieur, elles bénéficient du soutien pédagogique des professeurs et d'un large vivier d'étudiants. Sur le plan de la motivation et de l'engagement, ces consultants en herbe n'ont rien à envier aux professionnels. Ils ont même un avantage sur eux : leur statut d'étudiant leur permet parfois d'attendrir un interlocuteur et d'obtenir un rendez-vous là où un auditeur confirmé se casserait les dents.

**Critères.** Reste à choisir le bon partenaire. Domaines de compétences, implantation géographique sont autant d'éléments recensés par le site de la Confédération nationale des Junior-Entreprises ([www.junior-entreprises.com](http://www.junior-entreprises.com)) pour aider leurs clients. La réputation des universités ou des écoles qui abritent les JE ne doit pas être le seul critère de choix : la CNJE audite chaque année ses membres et garantit un standard de qualité. Une vingtaine de JE détient une certification qualité Afaq ou ISO 9001.

En revanche, l'avant-projet proposé sera déterminant. Il comprend en général le mon-



## ESCadrille lauréat du Label commercial 2010

C'est la Junior-Entreprise de l'école de commerce de Toulouse, ESCadrille, qui a remporté le label commercial de la CNJE. Le jury – dont faisait partie Management – a récompensé une mission réalisée en cinq semaines pour le compte d'une société spécialisée dans la centrifugation à haute température (un procédé permettant de valoriser les déchets pétroliers). Dans ce laps de temps très court, la JE a dû recenser les sites pollués en France et au Moyen-Orient, estimer la quantité de résidus potentiellement recyclables et évaluer les chiffres d'affaires que générerait une telle activité.

tant forfaitaire de la prestation (entre 80 et 280 euros HT par jour-étude-homme, soit huit heures de travail effectué), le nombre d'étudiants mobilisés ainsi que la méthodologie envisagée, qui doit s'adapter à chaque problématique.

**Points réguliers.** Une fois la Junior-Entreprise engagée, il faut savoir qu'elle pourra éventuellement sous-traiter une partie du projet à une autre, au positionnement complémentaire. Répondant à la demande de Somfy, qui souhaitait commercialiser une alarme incluant un service de télésurveillance, Azur Junior Conseil

(devenu Skema Conseil à Lille et Nice) a ainsi fait appel à trois autres JE de la région parisienne pour mener des entretiens auprès de clients de grandes surfaces de bricolage.

En cours de mission, l'entreprise cliente ne doit pas hésiter à imposer des points réguliers sur l'avancement de l'étude. Et à se montrer souple (dans la limite de quelques semaines) sur la date de rendu afin que les étudiants – qui ne se consacrent pas à plein temps au projet – ne soient pas tentés de bâcler le travail. ■

**Propos recueillis par Gaëlle Ginibrière**



**Par Olivier Fournier**  
Président de la Confédération nationale des Junior-Entreprises (CNJE)

PHOTOS : ALAIN ECORZA POUR MANAGEMENT - PLANPICTURE