

2 février
2007

Charte Phénix



Objectifs

A l'initiative de PricewaterhouseCoopers, et avec l'appui du MEDEF, une charte est signée entre l'Université de Marne-la-Vallée, l'association étudiante TNT – Confédération étudiante et les sept entreprises suivantes : PricewaterhouseCoopers, Renault, AXA, Coca-Cola Entreprise, Siemens, HSBC et Société Générale.

L'opération Phénix consiste à donner une nouvelle perspective professionnelle à des jeunes bien formés dans des filières universitaires prestigieuses (lettres, sciences humaines, sciences), mais qui, parvenus en fin de cursus (bac +5, Master 2), sont confrontés à l'insuffisance ou à l'inadéquation des débouchés professionnels.

Elle ne vise ni à recruter des étudiants en situation d'échec, ni à créer dans les entreprises des collaborateurs à deux vitesses. Bien au contraire, elle entend faire de la diversité des parcours de formation une richesse pour l'entreprise et offrir à chaque jeune une carrière à sa mesure.

C'est une approche citoyenne qui nous fait ainsi considérer que de nombreux jeunes, bien formés dans ces filières universitaires prestigieuses, méritent qu'on leur offre, à l'issue de leur formation, une nouvelle perspective professionnelle.

Cette approche s'inscrit pleinement dans une évolution qui fait aujourd'hui – fort heureusement – l'objet d'un consensus, dont témoignent de multiples initiatives en cours ainsi que le rapport Hetzel récemment remis au gouvernement, selon lequel « les esprits sont mûrs pour un rapprochement entre Université et emploi » et dont la 5e préconisation est de créer « un partenariat universités – employeurs ».

L'Université de Marne-la-Vallée est la première université partenaire. D'autres universités, avec qui des discussions sont en cours, vont s'associer à l'opération.

Durée

Il est convenu entre les sept « entreprises fondatrices » que le projet Phénix 2007 est une opération test s'étendant sur une durée de deux ans (2007/2008).

Néanmoins, cette opération veut s'inscrire dans la durée, et les entreprises signataires pourront s'engager, si le test est positif, à prolonger l'opération au-delà de la durée initialement prévue.

L'opération Phénix est une opération libre qui repose sur la bonne volonté des participants. En cas, notamment, de difficulté économique, de gel des embauches ou de résultats mani-

festement non-concluants de l'opération, ses membres ont la faculté de se retirer du projet à l'issue du premier cycle de recrutement.

Constitution d'une Association

Il est proposé que les sept entreprises fondatrices s'organisent en Association loi 1901 notamment pour favoriser une gestion partenariale du programme en mutualisant les coûts induits pour sa mise en œuvre et son développement : formation, communication, coûts annexes.

Il est entendu que les statuts de l'Association seront préparés dans une seconde étape : les sept entreprises signataires de la charte en seront les membres fondateurs ; elle aura vocation d'accueillir de nouveaux membres ; les universités signataires, les étudiants mandatés par les associations signataires et le MEDEF ont de leur côté vocation à en être membres dans la mesure où leur statut le permettra.

Modalités du recrutement

- Le nombre de postes ouverts à l'opération est librement fixé par chacune des entreprises signataires, et pourra être révisé annuellement.
- Les universités se chargent d'orienter les étudiants vers le dispositif, en fonction de leur projet professionnel. Les étudiants sont alors sélectionnés par les entreprises et recrutés par elles dans le cadre d'un contrat de professionnalisation, sous la forme d'un CDI, en respectant les périodes d'essai prévues par les différentes conventions collectives dont relèvent les entreprises signataires.
- Pour des raisons de qualité de recrutement et de pérennisation de l'opération, les entreprises signataires sont libres de ne pas pourvoir en totalité les postes initialement ouverts à l'opération, notamment si une partie des profils présentés (ou restant, suite à recrutement par d'autres entreprises partenaires) ne correspondaient pas à leurs critères de sélection.
- Puis les universités signataires leur dispensent (de septembre à novembre) un enseignement général de mise à niveau en économie – finances – vie des entreprises, ce programme de formation financé par les entreprises fondatrices ayant fait l'objet d'un accord entre les entreprises et les universités.

Calendrier

La sélection se déroulera durant le deuxième trimestre 2007 et sera validée après le succès en première session du Master 2.

Les recrutements seront effectifs le premier jour de l'enseignement général dispensé par les universités signataires.

Première promotion

La première année est une opération-test, qui vise à atteindre, pour la première promotion Phénix (promotion 2007–2008), un effectif volontairement maîtrisé de 60 à 70 recrutés.

Le rôle des Universités

Les Universités :

- ➔ font connaître aux étudiants ce nouveau débouché professionnel
- ➔ mettent en relation les étudiants et les entreprises
- ➔ dispensent la formation générale de mise à niveau définie étroitement avec les entreprises

Le rôle des associations étudiantes

Les associations étudiantes

- ➔ informent les étudiants sur ce nouveau débouché professionnel
- ➔ veillent au développement et à la pérennité de l'opération
- ➔ contribueront à l'élargissement du panel de partenaires, notamment en région

Le rôle des entreprises

Les entreprises :

- ➔ mettent en place en liaison avec les universités l'information et le processus de choix des étudiants
- ➔ recrutent dès la première année en contrat de professionnalisation (CDI) les étudiants retenus
- ➔ prennent en charge le coût de la formation générale de mise à niveau, au prorata du nombre d'étudiants retenus par entreprise
- ➔ assurent aux jeunes recrutés la formation complémentaire spécifique au métier exercé avec affectation d'un tuteur à chacun

Le rôle du MEDEF (Commission du Dialogue Economique)

La Commission du Dialogue Economique :

- ➔ apporte son soutien à l'opération en contribuant à élargir le panel des entreprises participantes
- ➔ veille au développement et à la pérennité de l'opération

Communication

Les universités partenaires, les sept entreprises fondatrices, le MEDEF et les associations étudiantes s'entendent sur une stratégie générale de communication. Chaque partenaire a par ailleurs toute liberté pour communiquer individuellement sur le programme Phénix, mais s'engage dans cette hypothèse à faire mention de l'ensemble des autres partenaires.

Date : le 2 février 2007

Signataires :

Yves Lichtenberger, Président de l'Université de Marne-la-Vallée

Véronique Morali, Présidente de la commission du Dialogue Economique du MEDEF

Serge Villepelet, Président de PricewaterhouseCoopers

Anne Marion-Bouchacourt, Directrice des Ressources Humaines, Société Générale

Philippe Carli, Président, Siemens France

Gilles Denoyel, Directeur Général Délégué, HSBC France

Serge Morelli, Directeur des Ressources Humaines, AXA France

Thierry Moulonguet, Directeur Général Adjoint, Directeur Financier, Renault

Hubert Patricot, Président, Directeur Général Coca-Cola Entreprise

Jonathan Remoiville et Jean Bernard, Président et co-fondateur de TNT – Confédération étudiante