



HEVs

haute école valaisanne
hochschule wallis



HEVs2

haute école valaisanne
hochschule wallis

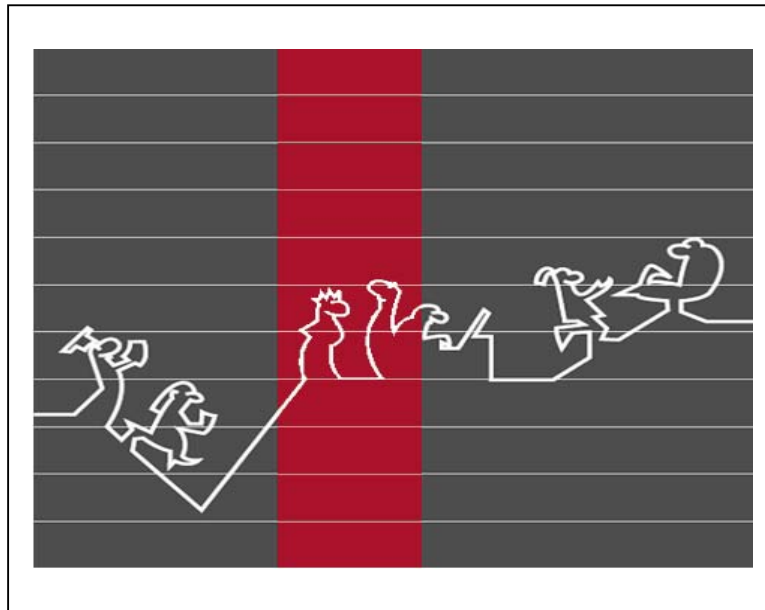
Filière économie d'entreprise

Diplôme 2006 / 2007

Etudiante : Nadia Henchoz

Professeur : Francis Pont

Etude de faisabilité et plan d'action pour la mise en place d'un service de placement propre à la Haute Ecole Valaisanne



www.hevs.ch

Henchoz Nadia
HEVs, décembre 2006

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz

TABLE DES MATIERES

1. RESUME	5
2. INTRODUCTION	6
2.1. IDEE	6
2.2. OBJECTIFS DU TRAVAIL DE DIPLOME	6
2.3. METHODOLOGIE	7
3. ANALYSE DU MARCHÉ	9
3.1. APERÇU DU MARCHÉ DU SERVICE DE PLACEMENT	9
3.2. MARCHÉ DE L'EMPLOI	9
3.2.1. MARCHÉ SUISSE DE L'EMPLOI	10
3.2.2. MARCHÉ VALAISAN DE L'EMPLOI	12
3.3. MARCHÉ DE L'EMPLOI DES JEUNES DU DEGRÉ TERTIAIRE	14
3.3.1. L'ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE DES ÉTUDIANTS	14
3.3.2. LE PASSAGE DES ÉTUDES À LA VIE ACTIVE	17
3.4. ÉTUDE DE MARCHÉ	20
3.4.1. ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTUDIANTS	20
3.4.1.1. METHODOLOGIE	20
3.4.1.2. ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE	21
3.4.1.3. POSTULAT DE DÉPART	23
3.4.1.4. CONCLUSIONS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTUDIANTS DE L'HEVS	24
3.4.2. ENQUÊTE AUPRÈS DES ENTREPRISES	34
3.4.2.1. METHODOLOGIE	34
3.4.2.2. ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE	36
3.4.2.3. CONCLUSIONS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES ENTREPRISES	37
3.5. LES SERVICES DE PLACEMENT ÉTUDIANTINS	46
3.6. BENCHMARK DE SERVICES DE PLACEMENT ÉTUDIANTINS	48
3.7. APERÇU DE LA CLIENTÈLE CIBLE	61
3.8. CONCURRENCE	62
3.9. DIAGNOSTIQUE DE L'ANALYSE DU MARCHÉ	65
4. PLAN D'ACTION	68
4.1. PRESTATIONS PRINCIPALES OFFERTES	68
4.1.1. LA MISE EN RELATION DES DIFFÉRENTS ACTEURS	69
4.1.1.1. LA BOURSE AUX STAGES / MANDATS	70
4.1.1.2. LA BOURSE AUX TRAVAUX DE DIPLOME	72
4.1.1.3. LA BOURSE AUX JOBS D'ÉTUDIANT	73
4.1.2. LA RECHERCHE DE PARTIES CONTRACTANTES ET LA PRÉSELECTION AUTOMATIQUE DES CV D'ÉTUDIANTS	76
4.2. PRESTATIONS ANNEXES OFFERTES	76
4.2.1. LA PRÉSENTATION D'ENTREPRISES	77
4.2.2. LA MISE À DISPOSITION DE DOSSIERS UTILES AUX UTILISATEURS	78
4.2.3. SELON LA STRUCTURE CHOISIE : LE CONSEIL AUX ENTREPRISES	78
4.2.4. LA SYNDICATION DES OFFRES DE B2S	79
4.3. PROCESSUS DE LA PLATEFORME INTERNET	80
4.3.1. PROCESSUS DE L'ESPACE ENTREPRISE / EMPLOYEUR PRIVÉ	80

4.3.2.	PROCESSUS DE L'ESPACE ETUDIANT	81
4.4.	CONCRETISATION SUR LE MARCHE	82
4.4.1.	STRATEGIE	82
4.4.2.	POSITIONNEMENT	83
4.4.3.	SEGMENTATION DU MARCHE	83
4.4.4.	PLAN D'ACTION MARKETING	84
4.4.4.1.	SITE INTERNET	84
4.4.4.2.	ACTIONS EXTERNES	90
4.4.4.3.	ACTIONS INTERNES	96
4.5.	LOCALISATION	97
4.6.	ORGANISATION	97
4.6.1.	ORGANISATION DU SERVICE DE PLACEMENT	97
4.6.2.	PERSONNEL DU SERVICE DE PLACEMENT	100
4.6.3.	TACHES PRINCIPALES ASSUMÉES PAR LE PERSONNEL	101
4.7.	POLITIQUE DE PRIX	102
<u>5.</u>	<u>GESTION FINANCIERE</u>	<u>106</u>
5.1.	COMPTES DE RESULTAT PREVISIONNEL	106
<u>6.</u>	<u>FINANCEMENT</u>	<u>113</u>
<u>7.</u>	<u>EVALUATION DES RISQUES</u>	<u>114</u>
7.1.	RISQUES EXTERNES	114
7.2.	RISQUES INTERNES	116
<u>8.</u>	<u>DEVELOPPEMENT FUTUR ENVISAGEABLE</u>	<u>118</u>
8.1.	BUREAU DES STAGES	118
8.2.	ORIENTATION INDIVIDUALISEE DE L'ETUDIANT	118
8.3.	LA BOURSE AUX PREMIERS EMPLOIS POUR DIPLOMES	118
8.4.	SYSTEME DE CONTROLE ET DE QUALITE DE L'INSERTION PROFESSIONNELLE	119
<u>9.</u>	<u>RECOMMANDATIONS</u>	<u>120</u>
<u>10.</u>	<u>REMERCIEMENTS</u>	<u>122</u>
<u>11.</u>	<u>ABREVIATIONS</u>	<u>123</u>
<u>12.</u>	<u>SOURCES D'INFORMATIONS</u>	<u>124</u>
<u>13.</u>	<u>ANNEXES</u>	<u>128</u>
13.1.	QUESTIONNAIRES DE L'ETUDE DE MARCHE	128
13.2.	LISTE DES ENTREPRISES QUESTIONNEES POUR L'ETUDE DE MARCHE	148
13.3.	COMMUNIQUE DE PRESSE DE LA HES-SO	152
13.4.	FICHES DES ENTRETIENS POUR LE BENCHMARK	153
13.5.	PROPOSITION DE PARTENARIAT DE BUSINESS2SCHOOL	169

14. DIVERS	170
14.1. ATTESTATION	170
14.2. PLANIFICATION DU PROJET	171

1. RESUME

Selon une enquête de l'Office Fédéral de la Statistique, 74 % des étudiants des HES exercent des activités rémunérées durant leurs études. Forte de ce constat et dans le cadre d'un travail de diplôme, la Haute Ecole Valaisanne souhaite étudier la faisabilité d'une mise en place d'un service de placement. La mission serait de faciliter la mise en contact entre ses étudiants et les entreprises du tissu économique valaisan afin de favoriser la conclusion d'un contrat de stage, d'un travail de diplôme ou d'un emploi annexe aux études. Pour ce faire, l'HEVs a confié à une de ses étudiantes, l'étude de faisabilité du projet et la présentation de structures de placement adéquates aux milieux académique et professionnel.

Afin d'apporter un plan d'action concret, il a d'abord été nécessaire d'analyser le marché à travers une enquête réalisée auprès des étudiants de l'HEVs et des entreprises valaisannes. Il en ressort que 90 % des personnes en formation et 71% des entreprises souhaitent bénéficier d'une aide au placement.

Dans le paysage universitaire, chaque établissement dispose d'un service d'aide au placement ou à l'orientation professionnelle. Au vu du succès de ces services, il paraît opportun que les HES développent leur propre politique d'intégration professionnelle des étudiants. Grâce aux rencontres avec des responsables de bureaux de placement, il a été possible de constater que le marché est porteur et d'inventorier de nombreux renseignements utiles à la création du service.

Le plan d'action imaginé présente les prestations utiles aux parties concernées, l'organisation du service ainsi que sa concrétisation sur le marché.

Afin de présenter des solutions concrètes, trois scénarios vraisemblables ont été développés. Ils sont accompagnés de leur financement respectif et nécessaire.

Enfin, les recommandations présentées dans ce travail préconisent à l'HEVs d'identifier sa propre politique d'insertion professionnelle, de définir les stratégies à appliquer et de nommer un comité responsable de la création du service de placement et de la surveillance de la qualité des mesures prises.

2. INTRODUCTION

2.1. Idée

La transition entre les études et la vie active est une période charnière dans la vie des étudiants. Il est important de bien s'y préparer afin de faciliter l'entrée sur le marché du travail. Selon une enquête de l'Office Fédéral de la Statistique auprès des étudiants issus d'une HES, un étudiant sur quatre exerce une activité rémunérée durant ses études. Forte de ce constat et dans le cadre d'un travail de diplôme, l'HEVs souhaite étudier la faisabilité d'une mise en place d'un service de placement. Ce projet permettrait à l'établissement de mettre en contact les étudiants de l'HEVs et les entreprises du tissu économique valaisan afin de faciliter la conclusion d'un contrat de stage, de travail de diplôme ou d'un emploi annexe.

Il a ainsi été convenu que ce présent rapport présenterait uniquement les possibilités d'emploi et de prestations offertes pendant les études. En effet, l'acquisition d'expériences durant la formation de l'étudiant est désormais essentielle et décisive au moment d'entrer dans la vie active. En outre, l'activité rémunérée permet de subvenir aux dépenses courantes et aux frais d'écologie. Elle est une seconde source de revenu après celle des parents.

Actuellement, l'HEVs n'a pas encore défini une politique d'insertion professionnelle pour ses étudiants. C'est pourquoi ce travail de diplôme doit la renseigner sur les possibilités qui lui sont offertes, sur ce qui est entrepris dans les hautes écoles au niveau romand et sur l'intérêt porté par les étudiants de l'établissement et les entreprises valaisannes pour ce type de service.

2.2. Objectifs du travail de diplôme

Les objectifs du travail de diplôme sont d'une part d'étudier la faisabilité de la création d'un service de placement propre à la Haute Ecole Valaisanne par le biais d'une étude de marché, d'un benchmark des bureaux de placement estudiantins et de l'analyse du marché. D'autre part, de présenter des possibilités adéquates et propices à répondre aux besoins de l'HEVs par le biais d'un plan d'action tout en évaluant les risques potentiels.

2.3. Méthodologie

La méthodologie que j'ai suivie tout au long de ces trois mois peut se découper en trois parties distinctes : la première est l'analyse du marché, la seconde l'élaboration d'un plan d'action et la troisième partie concerne mes recommandations.

J'ai choisi de développer le point « Analyse du marché » de la manière suivante :

- 1) Recherche d'informations sur le sujet par le biais de livres, de journaux étudiants et de quotidiens, de site Internet, d'émissions de radio et de télévision ainsi que par le biais de personnes qualifiées dans le domaine.
- 2) Analyse du marché de l'emploi et plus particulièrement des activités rémunérées des étudiants du degré tertiaire.
- 3) Réalisation de deux études de marché auprès des étudiants de la Haute Ecole Valaisanne et d'un échantillon d'entreprises du tissu économique valaisan. (le détail de la méthodologie se trouve aux points 3.4.1.2 et 3.4.2.1)
- 4) Réalisation d'un benchmark permettant de comparer et d'évaluer quatre services de placement étudiants existants (le détail de la méthodologie se trouve au point 3.6)
- 5) Analyse de la concurrence sur le marché valaisan de l'emploi des jeunes étudiants
- 6) Diagnostic de l'analyse du marché afin d'établir la faisabilité d'un service de placement propre à la Haute Ecole Valaisanne et d'évaluer quelles prestations conviendraient à toutes les personnes concernées.

Concernant le plan d'action, je l'ai découpé en sept parties différentes qui sont : les prestations principales, les prestations annexes, les processus de la plateforme, la concrétisation sur le marché, la localisation, l'organisation du service et enfin la politique de prix.

Afin de concrétiser ce plan d'action et de l'évaluer financièrement, j'ai imaginé trois scénarios vraisemblables accompagnés de leur compte de résultats prévisionnel ainsi que du financement nécessaire à la création d'un tel service.

Enfin, il m'a semblé important de présenter le développement futur envisageable pour le service de placement au cas où le plan d'action imaginé susciterait l'intérêt de la

direction de l'HEVs et ceci en identifiant les risques potentiels auxquels ce nouveau service pourrait être exposé.

Ce travail de diplôme se termine en guise de conclusion sur mes recommandations à la direction.

N.b. Concernant les sources utilisées et citées dans le rapport, le détail se trouve à la fin du travail de diplôme, sous le point « Sources d'informations ».

3. ANALYSE DU MARCHÉ

3.1. Aperçu du marché du service de placement

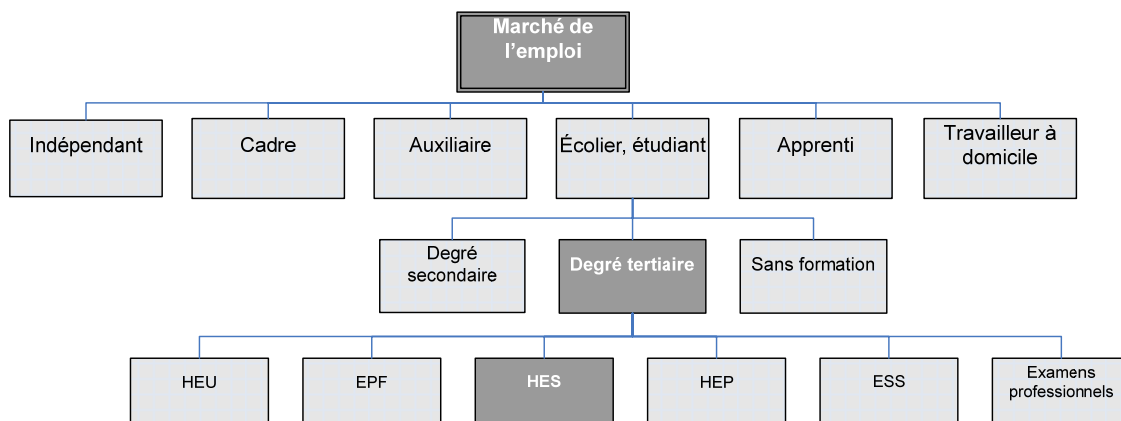
Le service de placement se positionnerait principalement sur le marché du service de placement étudiantin, marché fortement exploité par les universités. Parallèlement, le service de placement évoluerait sur le marché de l'emploi des jeunes HES. Les prestations offertes s'adresseraient donc en priorité à un marché local, à savoir les étudiants de la Haute Ecole Valaisanne, les entreprises du tissu économique valaisan et les privés résidant en Valais.

3.2. Marché de l'emploi

Afin d'analyser le marché de l'emploi consciencieusement, je l'ai divisé en trois parties distinctes :

- ∂ Le marché Suisse et Valaisan de l'emploi
- ∂ Le marché de l'emploi des jeunes du degré tertiaire
- ∂ Le marché de l'emploi des jeunes issus d'une HES
(Cette partie a été intégrée dans le postulat de l'enquête auprès des étudiants de l'HEVs)

Je pars ainsi d'une description globale de l'emploi qui nous permet d'avoir une vue d'ensemble sur l'état actuel du marché du travail pour ensuite me concentrer sur le marché cible de l'emploi des étudiants issus d'une HES.

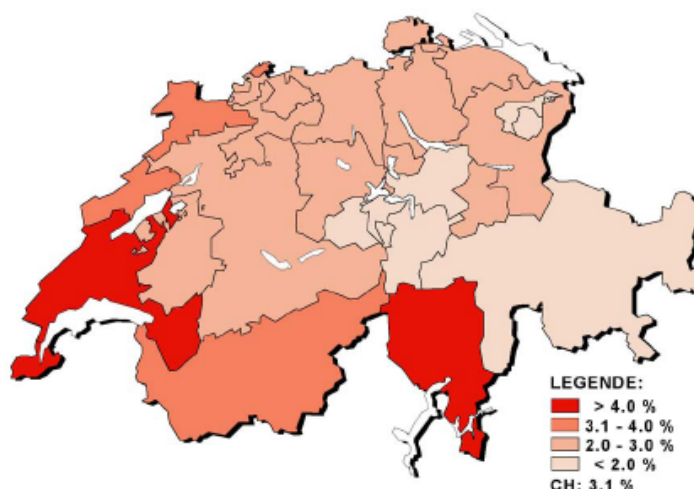


3.2.1. Marché Suisse de l'emploi^a

Pour le quatrième trimestre de l'année 2006, tous les indicateurs sont au vert et nous confirment la reprise du marché suisse de l'emploi. Depuis cinq trimestres consécutifs, le nombre d'actifs occupés et les places vacantes ont progressé. Cette amélioration devrait d'ailleurs continuer et s'intensifier au trimestre prochain.

Au 2^{ème} trimestre 2006, le taux d'actifs occupés de la Suisse a passé de 77,2 à 77,9% chez les 15-64 ans, soit 4,051 millions de personnes actives occupées. Le taux de chômage est quant à lui resté stable se fixant à 3,1% au 4^{ème} trimestre de l'année 2006. Il a augmenté principalement dans les cantons dont l'économie est particulièrement saisonnière (Valais, Grisons, Berne, Tessin).

Taux de chômage par canton, octobre 2006



Source : SECO, La situation du marché du travail en octobre 2006, Documentation de presse, p.14

Selon la statistique de l'emploi (STATEM), la croissance a surtout été observée dans le secteur secondaire (+12'100 actifs occupés). Les domaines « Instruments médicaux/précision, horlogerie » (+4'000) et « Industrie chimique » (+ 3'400) ont fortement concouru à la hausse de l'emploi. Au niveau du secteur tertiaire, la croissance est restée timide. Les divisions « Commerce de détail, réparation d'articles domestiques » et « Administration publique, défense, sécurité sociale » ont enregistré à elles seules des pertes à hauteur

^a Sources :
- SECO, La situation sur le marché du travail en octobre 2006, Documentation de presse
- OFS, Vie active et rémunération du travail, Enquête Suisse sur la population active 2006
- OFS, Vie active et rémunération du travail, Le baromètre de l'emploi au 2^{ème} trimestre 2006

de 16'200 emplois (respectivement -12'000 et -4'200). Ces pertes ont été compensées, entre autre, par l'augmentation du nombre d'emplois des secteurs « Hôtellerie et restauration » (+6'100) et « Santé et activités sociales » (+5'700).

L'Etude Manpower sur les Perspectives d'Emploi pour le 4^{ème} trimestre 2006 révèle que 14% des employeurs interrogés en Suisse prévoient une hausse de leurs effectifs au prochain trimestre alors que 6% évoquent une diminution dans leur recrutement de nouvelle main d'œuvre. Parmi l'échantillon représentatif de 752 employeurs suisses, 80% ne prévoient aucun changement. Ainsi, la prévision nette d'emploi totalise 8% pour le 4^{ème} trimestre 2006, ce qui devance les perspectives de recrutement du trimestre correspondant en 2005 de 5 points.

	Augmentation	Diminution	Aucun changement	Ne sait pas	Prévision Nette d'emploi
4 ^{ème} trim. 2006	14 %	6 %	80 %	0 %	+8 %
3 ^{ème} trim. 2006	10 %	5 %	82 %	3 %	+5 %
2 ^{ème} trim. 2006	14 %	5 %	74 %	7 %	+9 %
1 ^{er} trim. 2006	10 %	8 %	79 %	3 %	+2 %
4 ^{ème} trim. 2005	8 %	5 %	86 %	1 %	+3 %
3 ^{ème} trim. 2005	6 %	6 %	85 %	3 %	0 %

Source : Etude Manpower sur les Perspectives d'Emploi Suisse du quatrième trimestre 2006^b

Les régions qui ont connu la plus forte croissance de l'emploi sont par ordre d'importance, la Suisse centrale (+5'900), la Région lémanique (+5'400), la Suisse du Nord-Ouest (+4'700) et le Tessin (+1'600). Seule la Suisse orientale a connu une décroissance à hauteur de -5'000 emplois.

Concernant l'emploi des jeunes, la situation s'est redressée. L'amélioration a été constatée entre le 2^{ème} trimestre 2005 et le 2^{ème} trimestre 2006 en augmentant de 6,8% le nombre de jeunes actifs occupés âgés de 15 à 24 ans. La croissance a été autant effective dans les activités à plein temps (+19'000) que dans les activités au taux d'occupation inférieur à 50% (+15'000). Cette amélioration a permis au taux de sans-emploi des jeunes de 15 à 24 ans de reculer à 7,7%.

^b La «Prévision Nette d'Emploi» est obtenue en soustrayant au pourcentage d'employeurs anticipant une hausse de l'emploi total dans leur entreprise, le pourcentage de ceux anticipant une diminution au cours du prochain trimestre. Le résultat de ce calcul constitue la Prévision Nette d'Emploi.

Finalement, contrairement au plein temps, le travail à temps partiel a fait un bond de +3,6% par rapport à 2005 contre 1,2% pour le plein temps. En ce qui concerne les conditions de travail, le travail du soir, de nuit et le travail sur appel ont progressé en 2006. Les secteurs les plus touchés sont les branches « Hôtellerie, restauration », « Santé et activités sociales » et « Transports et communications ».

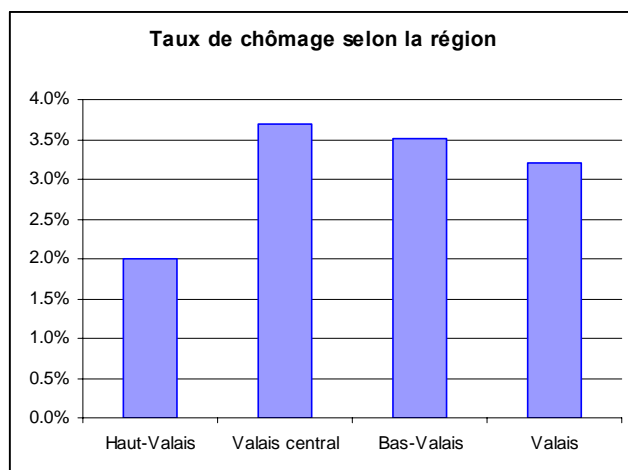
3.2.2. Marché Valaisan de l'emploi^c

Au 31 octobre 2006, le taux de chômage valaisan s'est situé au-dessus de la moyenne nationale. Par rapport à septembre 2006, il a augmenté de 0,4 point pour se fixer à 3,2%, soit 0,1 point au-dessus du taux de chômage de la Suisse. Cette hausse purement saisonnière s'est retrouvée principalement dans la branche de l'hôtellerie et de la restauration (+374 chômeurs). Cela s'explique par le fait qu'en octobre nous étions dans une période d'entre-saison. En effet, à la même période de l'année passée, le taux de chômage du Valais se situait à 3,7%, soit un recul de 0,5 point pour l'année 2006.

Au début du 4^{ème} trimestre 2006, le canton du Valais comptait 4'356 chômeurs qui étaient inscrits auprès des offices régionaux de placement, soit 733 de moins qu'en 2005 à la même période.

Si nous comparons les mois de septembre et octobre, le nombre de chômeurs a fortement augmenté dans les trois régions valaisannes. Dans une plus grande mesure, le Haut-Valais a enregistré une hausse de +75% de chômeurs, mais il faut toutefois noter que cet accroissement reste à nouveau essentiellement saisonnier et a été ressenti uniquement dans les grandes régions touristiques mettant un terme à la saison estivale.

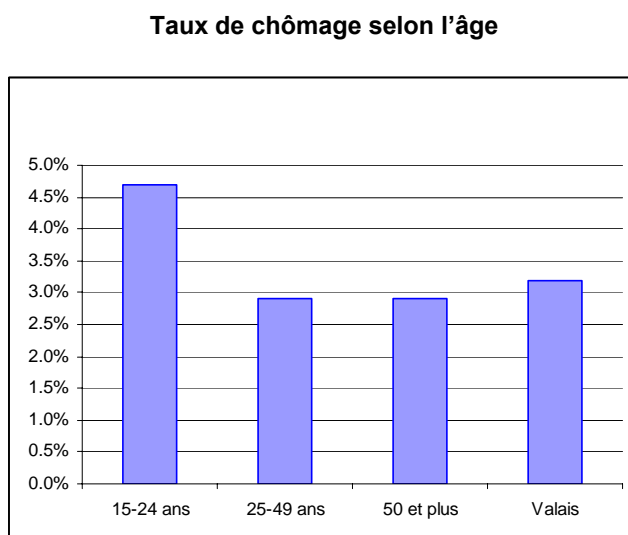
^c Source : Canton du Valais, La situation sur le marché du travail en Valais en Octobre 2006



Les branches économiques qui ont été le plus fortement touchées par la hausse du chômage sont respectivement « l'hôtellerie, restauration » (+374), « le commerce de détail, réparation d'articles domestiques » (+47) et « l'agriculture » (+24).

Néanmoins, le nombre de chômeurs dans les domaines précités reste inférieur à celui de l'année 2005, soit 16% de moins dans « l'hôtellerie, restauration », 48% de moins dans « l'agriculture » et 20% de moins dans le « commerce de détail, réparation d'articles domestiques ».

Quant à la situation de l'emploi des jeunes, celle-ci s'est améliorée par rapport à l'année dernière puisque le nombre de chômeurs de 15-24 ans a diminué de 134 entre octobre 2005 et octobre 2006. Dans les détails, le nombre de jeunes sortants d'une école de degré secondaire ou tertiaire et inscrits au chômage a diminué de 22 par rapport au mois précédent et de 20 par rapport à octobre 2005.



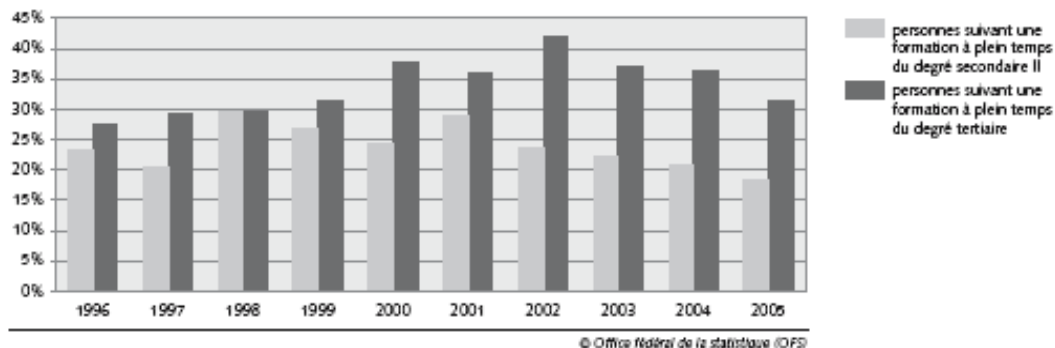
3.3. Marché de l'emploi des jeunes du degré tertiaire

3.3.1. L'activité professionnelle des étudiants^d

La situation actuelle sur le marché de l'emploi des jeunes diplômés veut que ceux-ci acquièrent plusieurs expériences professionnelles durant leurs études afin d'accélérer leur employabilité.

Ainsi, un étudiant à plein temps sur quatre travaille parallèlement à ses études. Cela représente au niveau de la population active occupée en Suisse, un taux équivalant à 1,3%. Selon l'étude sur les activités professionnelles des élèves et des étudiants de l'Office Fédéral de la Statistique, il y aurait une corrélation entre l'évolution conjoncturelle et les activités professionnelles des étudiants : durant les années 1996 à 1998, l'économie Suisse a souffert d'un ralentissement économique et conjointement, le taux des jeunes actifs occupés ne s'est élevé qu'à 25,2%. A partir de 2001, lors de la relance de l'économie Suisse, le taux des jeunes actifs a augmenté de 6,3 points soit à 31,5%. En 2005, ce taux a rechuté pour se stabiliser à 24,4%.

Evolution de la part d'actifs occupés parmi les personnes suivant une formation à plein temps, selon le type de formation, en pour cent, ESPA 1996–2005



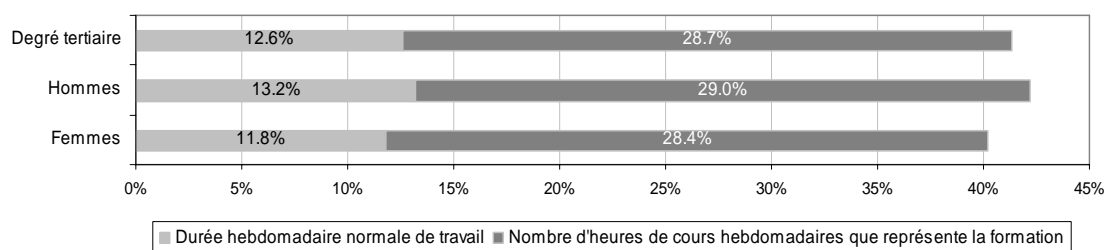
Source : Office fédéral de la statistique (OFS)

Actuellement, la population des jeunes en formation fait état d'une situation de sous-emploi. En effet, l'offre d'emploi ne satisfait pas pleinement la demande des étudiants : 26,6% de ceux-ci souhaiteraient travailler davantage et quasiment la moitié de la population des jeunes non actifs apprécieraient d'exercer une activité rémunérée si une offre intéressante se présentait à eux ou si les circonstances étaient différentes.

^d Source : OFS, L'activité professionnelle des élèves et des étudiants, Une étude basée sur les résultats de l'enquête suisse sur la population active 1996–2005

La difficulté pour ces jeunes actifs occupés est de composer avec une formation réclamant une assistance ponctuelle aux cours en même temps que des travaux personnels à effectuer en dehors du temps de formation. Ainsi, le temps alloué à l'exercice d'une activité professionnelle se limite en moyenne à 10,8 heures par semaine. En cumulant les heures consacrées à l'activité lucrative et les heures de cours, on comptabilise 41,2 heures d'activités scolaires et professionnelles par semaine pour les étudiants du degré tertiaire.

Durée hebdomadaire consacrée à l'activité professionnelle et durée hebdomadaire de la formation, personnes actives occupées en formation à plein temps par sexe et type de formation, en heures, ESPA 2005



Avec une formation chargée et des horaires de cours fixes du lundi au vendredi, il n'est pas surprenant que le 60 % des étudiants en formation à plein temps, soient contraints d'exercer une activité professionnelle selon des horaires atypiques. En effet, bon nombre ont choisi de travailler durant le week-end (4 étudiants sur 10), le soir ou même durant la nuit.

Cette aptitude des étudiants à travailler en dehors des horaires habituels est source d'un grand intérêt pour les entreprises dans les secteurs de la restauration, de l'hôtellerie et du commerce de détail.

L'Office Fédéral de la Statistique nous met toutefois en garde et nous incite à prêter une attention particulière aux contraintes légales. En voici un extrait : « *La révision partielle de la loi sur le travail en 1998 a facilité l'accès aux activités s'effectuant hors des horaires conventionnels avec notamment l'introduction du travail du soir entre 20h00 et 23h00, l'activité dominicale continue à être très réglementée (interdiction de principe avec dérogation)* ».

Ces dispositions légales mettent selon nul doute un frein à l'offre de travail proposée par les employeurs ; sans cette interdiction, il est fort possible que de nouveaux postes pour étudiants s'ouvraient et permettraient une diminution de leur sous-emploi.

Les secteurs les plus prisés dans l'exercice d'une activité lucrative chez les étudiants sont essentiellement situés dans le secteur tertiaire. On retrouve en premier lieu les branches « enseignement » (16,7%) et « commerce et réparation » (14,4%), suivi du domaine « autres services collectif et personnels » (12%) et du domaine « hôtellerie et restauration » (10,1%).

Selon l'enquête que j'ai réalisée auprès des étudiants de l'HEVs, il apparaît clairement que dans la région valaisanne, le secteur de l'hôtellerie et de la restauration se hisse à la première place du classement. Cela s'explique du fait que le canton du Valais vit essentiellement du tourisme grâce à ses nombreuses stations de ski et stations thermales.

Quant à la faible sollicitation du secteur secondaire pour le travail des étudiants, on l'explique par le fait que les missions temporaires y sont peu courantes.

A partir de ces conclusions, on peut présenter deux constats :

- ∂ Les étudiants exerçant une activité parallèle à leur formation dans des secteurs n'ayant aucun lien avec leur domaine d'étude et ne nécessitant pas de grandes compétences (hôtellerie, commerce, services domestiques), sont motivés essentiellement par des raisons pécuniaires qui leur permettent de financer leurs besoins quotidiens et leurs loisirs.
- ∂ Les étudiants exerçant une activité parallèle à leur formation dans des secteurs susceptibles d'être en lien avec leur domaine d'étude et nécessitant certaines compétences, sont non seulement motivés par l'acquisition d'une expérience mais aussi par la création d'un carnet d'adresse. En effet, actuellement, la recherche d'un travail passe de plus en plus par le réseau social qui s'établit dès les premières années d'études supérieures.

A cet effet, l'Office Fédéral de la Statistique nous indique que des études ont été menées sur l'influence de l'expérience professionnelle durant les études sur la transition à la vie active après la formation. Selon celles-ci, les étudiants qui ont travaillé dans un secteur analogue à leur filière d'étude ont non seulement plus de chance de trouver rapidement un emploi un an après la fin de leurs études mais aussi de prétendre à un salaire plus élevé.

Enfin, le revenu moyen brut de la population estudiantine du degré tertiaire s'élevait à 800 francs par mois pour le 2^{ème} semestre 2006, ce qui constitue pour l'employeur une main-d'œuvre financièrement avantageuse.

3.3.2. Le passage des études à la vie active^e

Il est intéressant d'analyser la problématique des jeunes lors de leur passage des études à la vie active. Cela nous permet de déterminer dans quelle mesure des activités lucratives pendant la période de formation pourraient solutionner le problème d'intégration professionnelle.

Ci-dessous un extrait du communiqué de presse de l'Office Fédéral de la Statistique sur la situation sociale des étudiants fraîchement diplômés :

« La reprise économique des deux dernières années a facilité l'accès des personnes fraîchement diplômées d'une haute école au marché du travail. Selon une enquête réalisée en 2005 par l'Office fédéral de la statistique auprès des nouveaux diplômés, le taux de sans-emploi des diplômés des hautes écoles spécialisées interrogés est inférieur à celui des personnes ayant pris part à l'enquête similaire de 2003. Le taux de sans-emploi de 8,1% en 2003, une année après la fin des études, a chuté pour s'établir à 4,3% en 2005. Ce taux a donc reculé de - 3,8 points. La situation des diplômés des hautes écoles spécialisées s'est donc améliorée, une évolution en partie attribuable à une meilleure conjoncture économique dans le secteur secondaire et dans les domaines de l'informatique et des assurances du secteur tertiaire.

Toutefois, il n'en demeure pas moins qu'il n'est pas aisé de trouver un emploi approprié après les études. Selon le type de haute école, le lieu de travail et la branche étudiée, il est plus ou moins difficile de trouver un emploi correspondant aux qualifications acquises. Six mois après la fin de leurs études, 56% des diplômés des hautes écoles spécialisées occupaient un emploi qualifié. Il reste que la part des personnes n'ayant pas encore accédé à une activité professionnelle conforme à leur formation est relativement élevée (environ 39% pour les HES) ».

Ainsi, l'évolution conjoncturelle a une réelle influence sur le niveau du chômage des jeunes. Lors d'un ralentissement économique, ils sont fortement affectés par la crise économique et

^e Sources : - OFS, Les diplômés d'une haute école un an après la fin de leurs études, Le passage des études à la vie professionnelle
- Observatoire Romand et Tessinois de l'Emploi, Etude sur la population en recherche d'emploi, « Chômage et âge »

lors d'une croissance économique, le taux de chômage baisse rapidement pour se retrouver dans la moyenne.

Le chômage des jeunes touche davantage la Suisse romande que la Suisse alémanique. Ceci n'a rien de surprenant car depuis 1950, le taux de chômage des jeunes romands n'a cessé de devancer celui des jeunes alémaniques.

En se basant sur les informations récoltées par l'Observatoire Romand et Tessinois de l'Emploi, on peut conclure que les facteurs favorisant le chômage des jeunes diplômés sont le manque d'expérience, un réseau de relations inexistant et la responsabilité sociale des employeurs qui privilégient les engagements de personnes avec, par exemple, des charges familiales.

A noter que le taux de chômage des jeunes est singulièrement influencé par la période de transition entre le monde de la formation et celui du travail. Ainsi, chaque année, il augmente brusquement entre juillet et octobre.

Le tableau ci-dessous présente le taux de demandeurs d'emploi selon l'âge et le niveau de qualification des individus. Ainsi, on constate que d'un ordre général les jeunes ont un taux de demande d'emploi supérieur à la moyenne générale. Toutefois, si on se penche uniquement sur le taux de demandeurs d'emploi selon le niveau de qualification, **les jeunes issus d'une formation tertiaire ont plus de facilité à trouver un emploi que leurs congénères.**

Taux de demandeurs d'emploi par classe d'âge et niveau de formation

	Sans formation	Niveau secondaire	Niveau tertiaire	Moyenne
15 à 19 ans	5.3 %	11.6 %	-	6.0 %
20 à 29 ans	18.6 %	7.5 %	6.7 %	9.6 %
30 à 54 ans	11.1 %	5.9 %	4.8 %	6.9 %

Source : Plasta, octobre 2004 ; remarqué dans l'étude sur la population en recherche d'emploi « Chômage et âge » de l'Observatoire Romand et Tessinois de l'Emploi, p. 6

La description des principales causes du chômage des jeunes

Les caractéristiques décrites ci-après, ont été démontrées par diverses études tant au niveau international que national. Celles-ci peuvent s'apparenter aux problèmes que rencontrent les étudiants lors de la recherche d'un stage qualifiant ou d'un emploi demandant des qualifications plus élevées.

Le manque d'expérience

Le manque d'expérience est le principal argument évoqué par les entreprises pour expliquer leur refus d'engager un jeune. Du point de vue d'un employeur, engager un jeune sans passé professionnel constitue un investissement supplémentaire en terme de mise au courant et de formation initiale au sein de l'entreprise et représente également un risque accru. En effet, le recruteur n'a pas toujours les moyens de détecter dans le CV ou d'obtenir auprès d'un ancien employeur, les éléments garantissant que le jeune a bel et bien les atouts nécessaires pour satisfaire aux exigences du poste.

Un réseau de relations inexistant

Aujourd'hui, la principale source d'offres d'emploi est constituée par les réseaux de relations. Malheureusement, c'est là que le bas blesse chez les jeunes demandeurs d'emploi qui, généralement, ne peuvent pas prétendre au même réseau de contacts que se sont créés les salariés plus expérimentés au long de leur carrière. Or, un carnet d'adresse professionnel peut être essentiel pour décrocher une activité lucrative, notamment pour accéder au marché de l'emploi caché ainsi que lorsque la conjoncture est morose et que les places de travail se font rares.

La responsabilité sociale des employeurs

Les causes principales du chômage des jeunes ne sont pas seulement liées à la problématique de l'insertion professionnelle mais aussi à la probabilité qu'un jeune diplômé a de perdre son travail en cas de mauvaise conjoncture ou de mauvaise marche des affaires. Généralement, la conscience sociale des employeurs veut que ces derniers assurent prioritairement les postes des employés plus expérimentés et qui ont souvent une famille à charge. Les jeunes, plus flexibles et plus mobiles, en font ainsi les frais.

3.4. Etude de marché

3.4.1. Enquête auprès des étudiants

Afin de s'assurer de la nécessité d'un service de placement au sein de l'HEVs et d'orienter plus précisément les démarches à entreprendre, il est indispensable de connaître l'intérêt que porte les étudiants de l'école à un tel projet et de connaître leurs besoins ainsi que leur situation professionnelle.

3.4.1.1. Méthodologie

La population de l'étude de marché se compose des étudiants de l'HEVs dans les domaines de l'Economie & Services et des Sciences de l'Ingénieur. Ainsi, cinq filières sont concernées par cette enquête. Il s'agit notamment des filières :

- ∂ Economie d'entreprise HES
- ∂ Informatique de gestion HES
- ∂ Systèmes industriels HES
- ∂ Technologie du vivant HES
- ∂ Ecole Suisse du Tourisme EST

Après discussion avec Monsieur Yves Rey, j'ai décidé de ne pas enquêter dans le domaine Santé / Social, leur cursus et organisation étant différents. Il va de soi que si ce projet de création d'un service de placement devait aboutir, ce domaine d'étude aurait bien évidemment accès aux prestations d'un tel service.

La répartition du nombre d'étudiants qui ont été interrogés lors de cette enquête est résumée dans le tableau suivant :

	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	Diplômant	Σ
Economie d'entreprise	100	77	70	17	57	321
Informatique de gestion	18	25	45	15	23	126
Ecole Suisse du Tourisme	122	115	125	-	-	362
Systèmes industriels	54	60	51	-	24	189
Technologie du vivant	50	69	45	-	23	187
Σ	344	346	336	32	127	1185

Source : HEVs Sierre

Sur les 1185 étudiants interrogés dans les domaines Economie & Services et Sciences de l'Ingénieur, 392 étudiants francophones et 67 étudiants germanophones ont répondu au questionnaire on-line entre le 23 et le 28 octobre 2006. Le taux de réponse net se situe à environ 39%. Cela démontre l'intérêt des étudiants pour un service qui les concerne particulièrement et permet d'obtenir une base de données d'une bonne qualité.

Taux de réponse net par filière (selon le nombre total d'étudiants dans chaque filière) :

- ∂ 36 % en Economie d'entreprise HES
- ∂ 43 % en Informatique de gestion HES
- ∂ 37 % en Tourisme EST
- ∂ 34 % en Services industriels HES
- ∂ 45 % en Technologie du vivant HES

Vue d'ensemble des différents caractères sociodémographiques des étudiants ayant répondu à l'enquête :

Sexe	Etudiants HEVS
Femmes	51 %
Hommes	49%
Age	Etudiants HEVS
Jusqu'à 20 ans	5 %
21-25 ans	83 %
26-30 ans	11 %
31-35 ans	1 %
Plus de 35 ans	-

Type de formation	Etudiants HEVS
Plein temps	85 %
Emploi / Temps partiel	15 %
Filières	Etudiants HEVS
Economie d'entreprise	25 %
Informatique de gestion	12 %
Tourisme	29 %
Services industriels	14 %
Technologie du vivant	19 %

3.4.1.2. Elaboration du questionnaire

Le questionnaire^f se subdivise en quatre parties distinctes :

- ∂ Formation (questions 1 à 3)
- ∂ Activités rémunérées pendant les études (questions 4 à 9)
- ∂ Service de placement pour les étudiants de la HEVs (questions 10 à 17)
- ∂ Données personnelles (questions 18 à 19)

^f Le questionnaire se trouve dans les annexes

Questions sur la « Formation » :

Ces questions ont été intentionnellement mises au début du questionnaire. En effet, cela me permettait de vérifier lors de l'extraction des données, si toutes les filières et toutes les classes avaient été touchées lors de l'envoi par e-mail du questionnaire on-line et ceci afin de me maintenir dans l'échantillon cible.

Questions sur les « Activités rémunérées pendant les études » :

Ces questions permettent de déterminer plus précisément la nature, la durée, les raisons, la recherche et le secteur des activités rémunérées exercées par les étudiants durant leur formation. A noter que seuls les étudiants à plein temps ont répondu à cette série de questions. Le but était de rendre la population étudiée comparable étant donné que les étudiants en emploi et à temps partiel exercent une activité lucrative répondant aux exigences de la formation en cours d'emploi.

Questions sur le « Service de placement pour les étudiants de l'HEVs » :

Ces questions nous renseignent sur l'intérêt et les besoins des étudiants pour un service de placement étudiantin. Elles concernent notamment les prestations offertes, la structure d'un tel service et la rémunération des opérations effectuées.

Questions sur les « Données personnelles » :

Ces questions nous permettent de connaître les caractéristiques sociodémographiques des étudiants interrogés et de les utiliser lors d'analyses croisées afin de vérifier le postulat de départ.

3.4.1.3. Postulat de départ

Marché de l'emploi des jeunes issus d'une HES

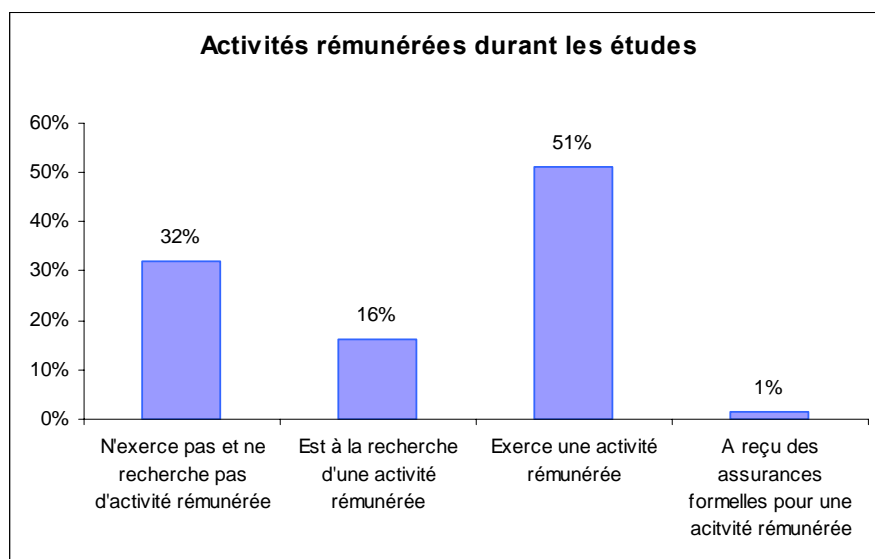
Grâce à une enquête réalisée par l'Office Fédéral de la Statistique auprès des étudiants issus d'une HES, nous pouvons définir un postulat de départ. Ce dernier permettra de déterminer si les résultats obtenus lors de l'enquête auprès des étudiants, correspondent aux conclusions de l'OFS. Le postulat se base uniquement sur les activités rémunérées des étudiants HES à plein temps et sur leurs caractéristiques. A noter que les données de la présente hypothèse sont issues et reprises de l'enquête sur « La situation sociale des étudiants en 2005⁹ » :

- ∂ Actuellement, 74% des étudiants HES exercent des activités rémunérées durant les études (statistiques prenant en compte uniquement les étudiants HES à plein temps). Parmi ces étudiants, un sur deux travaille régulièrement.*
- ∂ L'exercice d'une activité rémunérée tend à augmenter avec l'âge. Autrement dit, les étudiants plus jeunes exercent une activité rémunérée en particulier pendant les vacances. En revanche, les plus âgés travaillent de manière accrue également pendant les périodes de cours.*
- ∂ Les stratégies de recherche d'emploi principalement usitées sont les candidatures spontanées, les réponses à des annonces parues dans les journaux et les relations personnelles. Un autre moyen faisant son chemin est la recherche d'emploi sur Internet.*
- ∂ En ce qui concerne les stratégies de recherche d'emploi déterminantes à l'obtention d'un emploi, ce sont les réponses aux offres d'emploi, les candidatures spontanées et le recours aux relations personnelles qui obtiennent le plus de suffrages. De nombreux nouveaux diplômés ou étudiants sont en outre directement sollicités par les employeurs.*

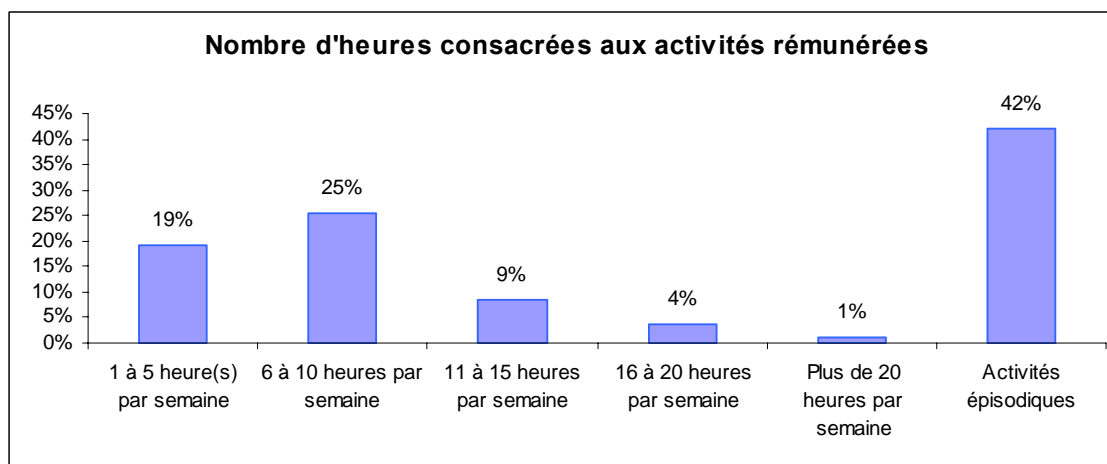
⁹ Source : OFS, Situation sociale des étudiant-e-s 2005, Premiers résultats de l'enquête menée auprès des Étudiant-e-s des hautes écoles suisse

3.4.1.4. Conclusions de l'enquête auprès des étudiants de l'HEVs

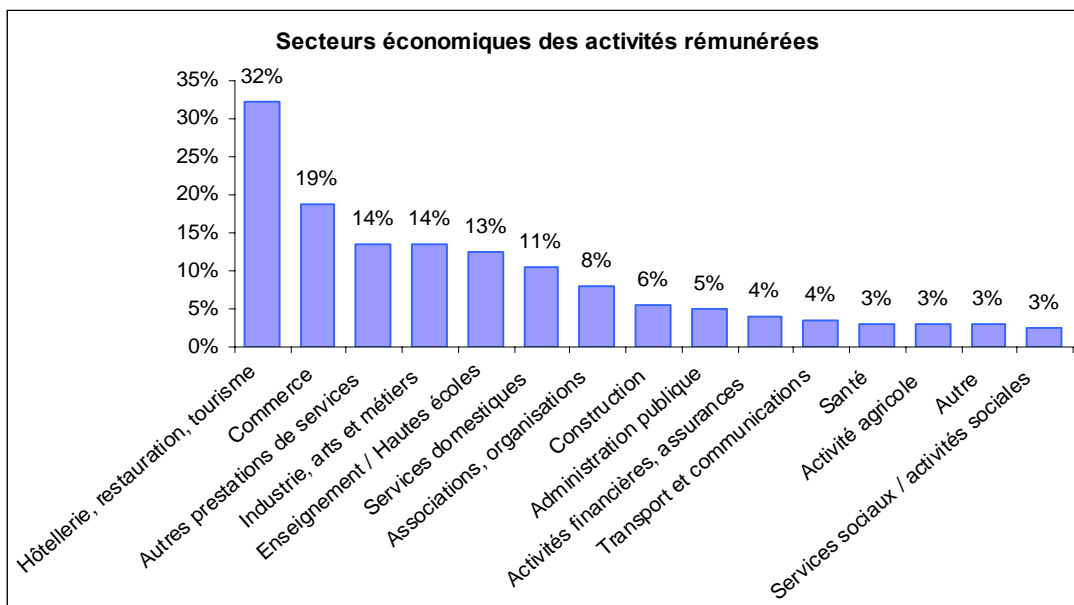
Questions sur les « Activités rémunérées pendant les études » :



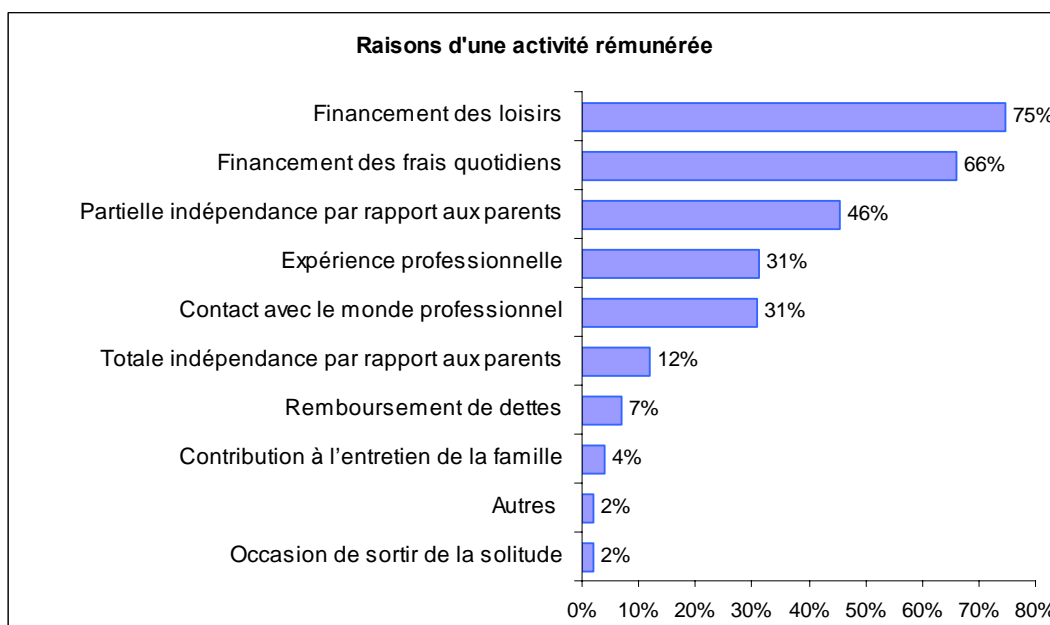
Nous remarquons que 68 % des étudiants de l'HEVs suivant une formation à plein temps, exercent ou souhaitent exercer une activité rémunérée à côté de leurs études. Cela rejoint plus ou moins l'hypothèse de départ de l'Office Fédéral de la Statistique qui prévoit un taux brut de 74 % pour les étudiants de toutes les filières confondues des HES.



Parmi le 51 % des personnes exerçant une activité rémunérée, environ une personne sur deux travaille régulièrement, ce qui vérifie les résultats obtenus par l'OFS. Le nombre d'heures consacrées à l'exercice d'une activité lucrative se situe essentiellement entre une demi-journée et une journée par semaine. Les vacances semestrielles ou congés durant l'année restent une seconde option pour les étudiants désirant travailler durant leur temps libre.



On remarque clairement sur ce graphique que le secteur le plus prisé est celui de l'« Hôtellerie, restauration, tourisme ». Cela s'explique par la présence marquée de la filière tourisme et par l'importance de ce domaine dans le canton du Valais avec notamment une présence élevée de la restauration et des emplois saisonniers dans les stations de ski. A noter que les secteurs « Commerce », « Autres prestations de services », « Industrie », « Enseignement » et « Services domestiques » se taillent une belle part dans les activités annexes des étudiants.



Parmi les étudiants ayant répondu à l'enquête, 75 % estiment que leur activité rémunérée sert avant tout à financer leurs loisirs. Or, si ce critère se situe à la première place, il est très

souvent accompagné de la raison « Financement des besoins ». En effet, 66 % des étudiants estiment que leur emploi permet de subvenir à leurs besoins quotidiens tels que le paiement des frais d'études, du loyer, de la nourriture et de leurs déplacements. A remarquer que l'acquisition d'expériences professionnelles passe au second plan.

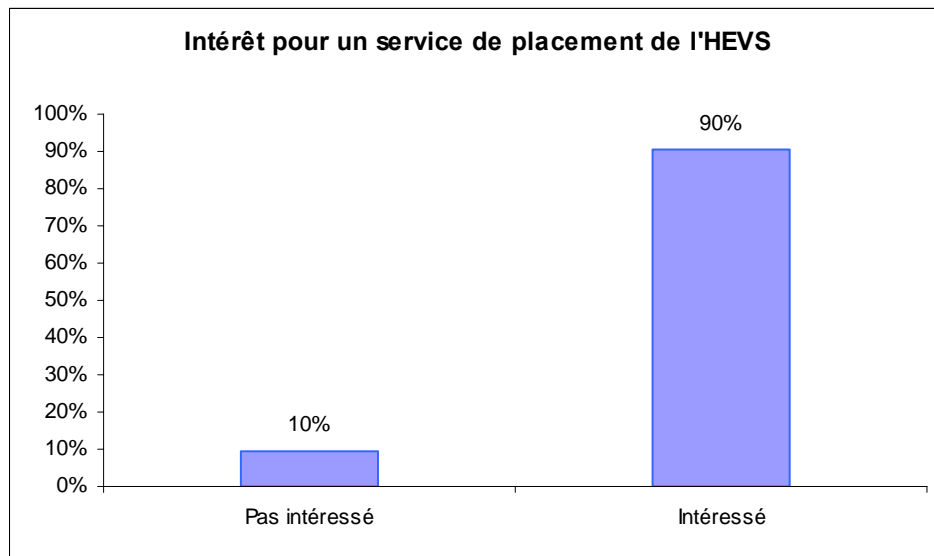


Cette question a été posée aux étudiants exerçant une activité rémunérée, à ceux ayant obtenu des assurances formelles pour un emploi et aux étudiants à la recherche d'une activité lucrative. Il ressort très clairement que la nette majorité des étudiants, recherchent une activité parallèle à leur formation par le biais de relations personnelles (parenté, amis, connaissances) et par l'envoi d'offres spontanées. Bien que la recherche sur Internet obtienne un bon suffrage (42 %), on remarque que la consultation du site Internet de l'HEVs n'arrive qu'à un maigre 5 %. Cela démontre que les prestations actuelles offertes par le site Internet ne suscitent pas un grand intérêt auprès des étudiants. En effet, les prestations proposées sont relativement sommaires.

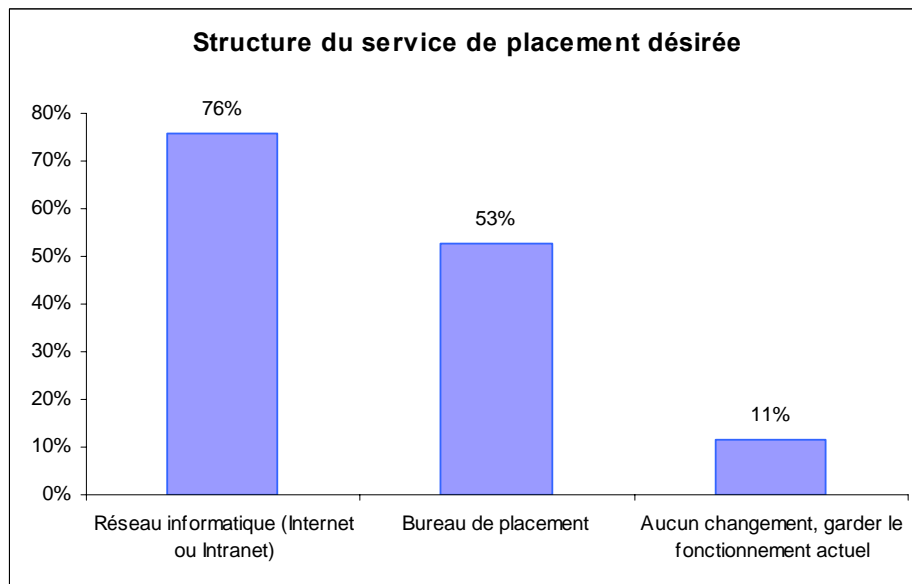


Selon les personnes exerçant une activité rémunérée, la stratégie de recherche d'emploi la plus prometteuse reste sans surprise le recours au réseau de connaissances, suivi d'assez prêt de l'envoi d'offres spontanées. Cela suit la logique des critères précités.

Questions sur le « Service de placement pour les étudiants de l'HEVs »

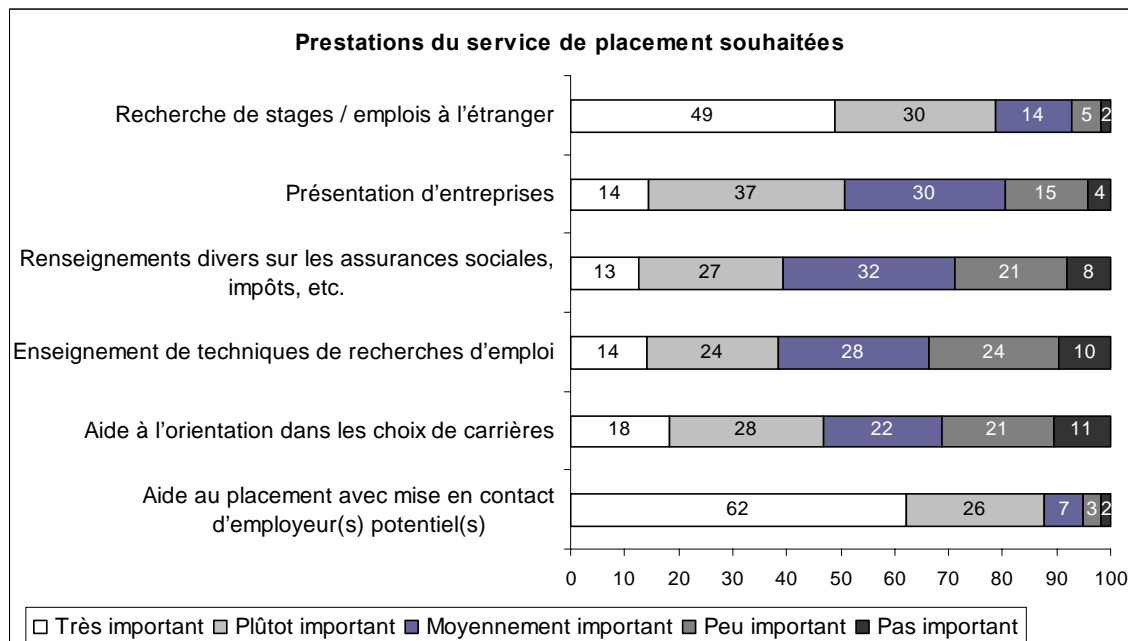


Grâce à cette question, l'HEVs peut constater l'écrasante majorité des réponses positives quant à l'intérêt pour la création d'un service de placement de l'école. Cela nous conforte dans l'idée que la majorité des étudiants sont soit concernés par leur insertion professionnelle, soit ressentent le besoin d'exercer une activité rémunérée pour financer leurs besoins quotidiens, tout en étant aidé par une structure destinée au placement.

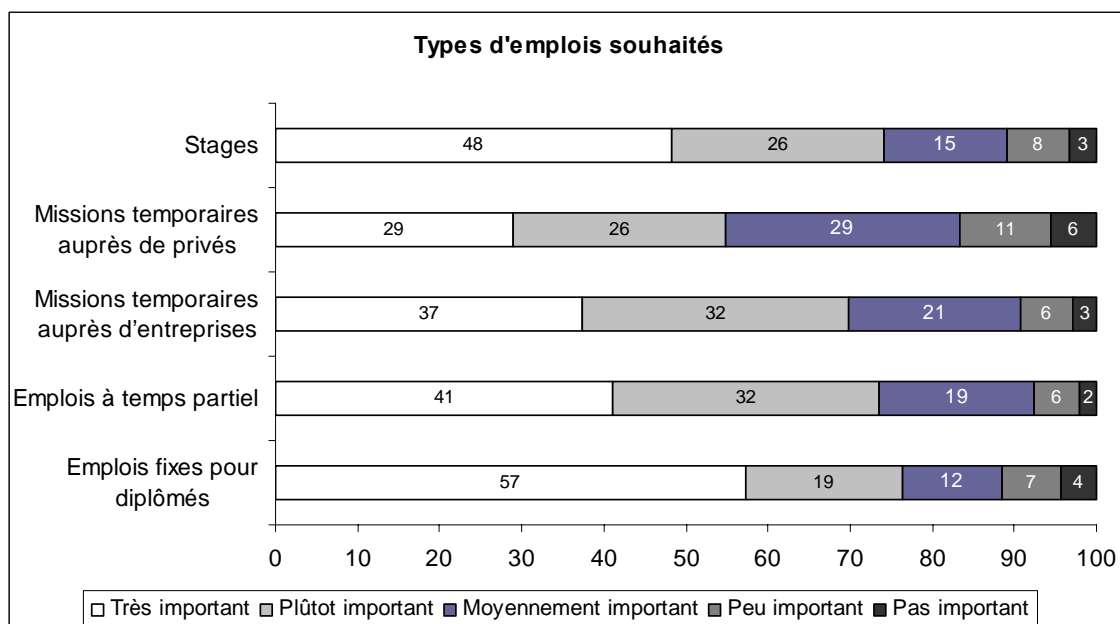


La structure préférée des étudiants est la plateforme informatique mettant en relation les étudiants et les entreprises. Selon les différents bureaux de placement des universités, cette interface est aujourd'hui primordiale. Un des avantages est qu'elle coïncide avec la politique

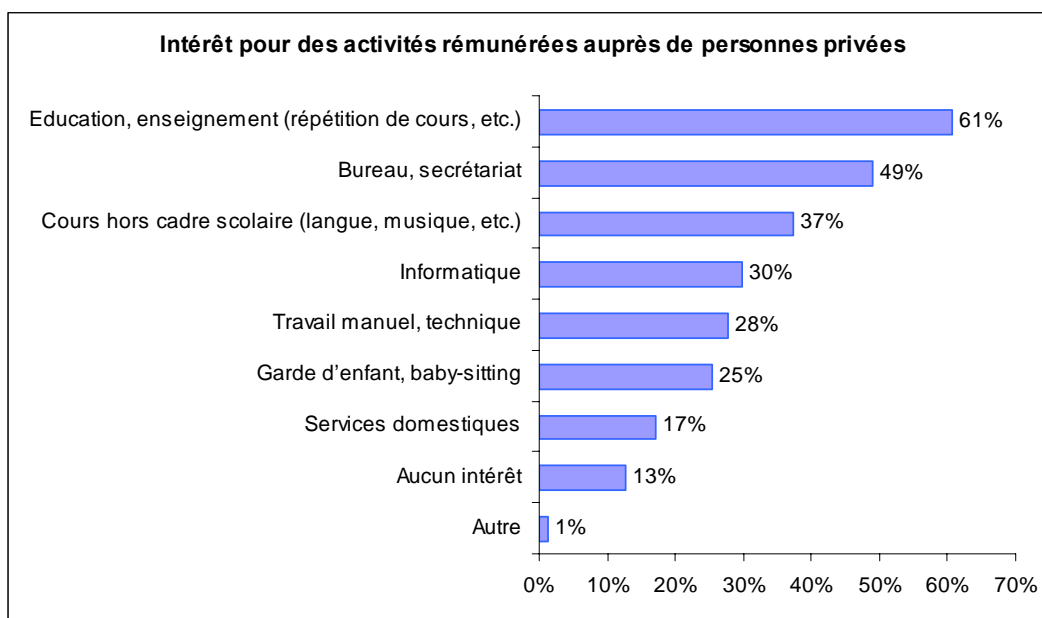
de l'HEVs pour l'utilisation des outils de la technologie de l'information et de la communication. A noter que le bureau de placement n'est pas en reste puisqu'il obtient 53 % des suffrages. Au vu des résultats, on peut en conclure que de nombreuses personnes sont intéressées à une double structure.



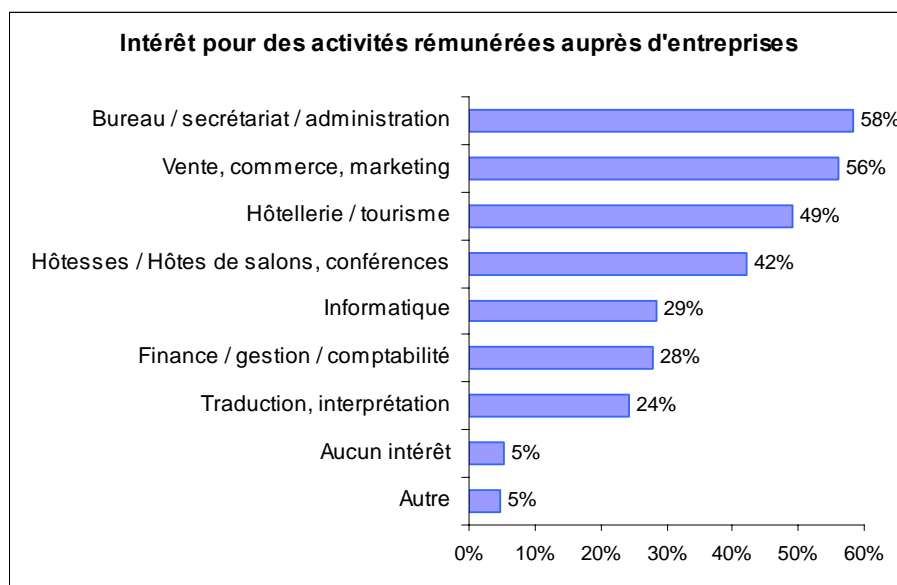
Nous constatons que l'aide au placement ainsi que l'aide à la recherche de stages à l'étranger suscitent le plus d'intérêt auprès des étudiants avec presque 90% des suffrages pour le premier et environ 80% pour le deuxième. La prestation « présentation d'entreprises » éveille l'intérêt d'un étudiant sur deux ce qui n'est non négligeable pour l'HEVs car cela lui permettrait d'être une vitrine de promotion auprès des entreprises de la région. Contrairement aux universitaires, l'aide à l'orientation dans les choix de carrières et l'enseignement de techniques de recherche d'emploi ne suscitent pas un si grand intérêt auprès des étudiants de l'HEVs. Cela est dû notamment au fait qu'avant de commencer une formation HES, les étudiants étaient déjà au bénéfice d'une expérience professionnelle et se sont pour la plupart déjà imaginés un plan de carrière.



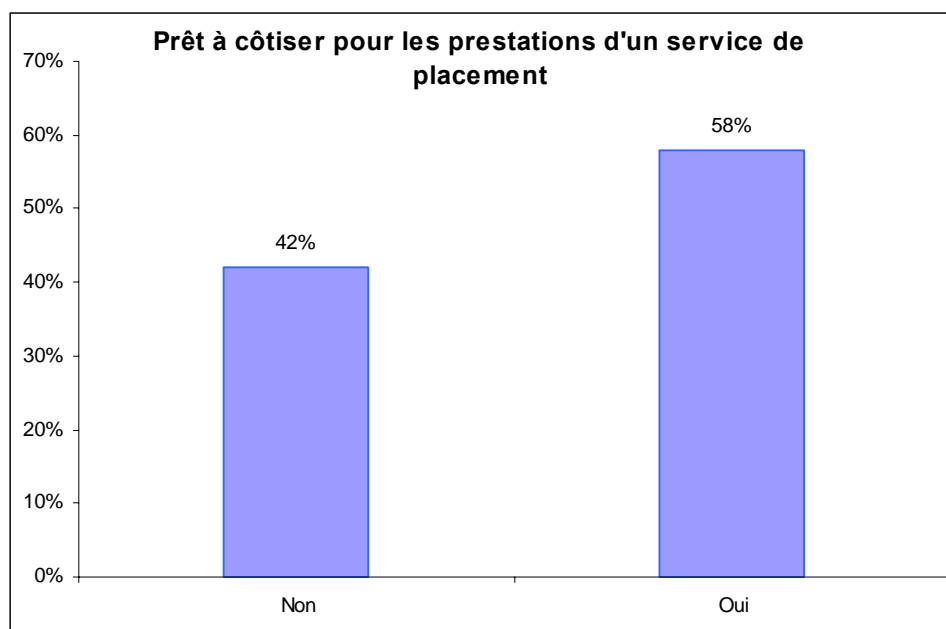
Rappelons que dans mon travail de diplôme, je dois étudier la faisabilité de la création d'un service de placement offrant des activités lucratives parallèles à la formation des étudiants. Ainsi, selon cette exigence, je m'intéresse essentiellement aux stages, aux emplois à temps partiel et aux missions d'ordres temporaires. Dans ses trois classes d'emploi, on constate un grand intérêt chez les étudiants pour les stages et les emplois à temps partiel avec respectivement 74 % et 73 % d'intérêt. Les missions temporaires obtiennent toutefois un bon résultat avec 69 % d'intérêt pour celles effectuées auprès d'entreprises et 55 % pour celles effectuées auprès de privés. A noter que les emplois fixes pour diplômés se taillent une belle part des résultats, puisque 76 % des étudiants souhaitent obtenir une aide dans ce domaine. Si l'HEVs décide de mettre sur pied un service de placement pour les étudiants, il est fortement conseillé de prendre en compte ce résultat dans le développement du service.



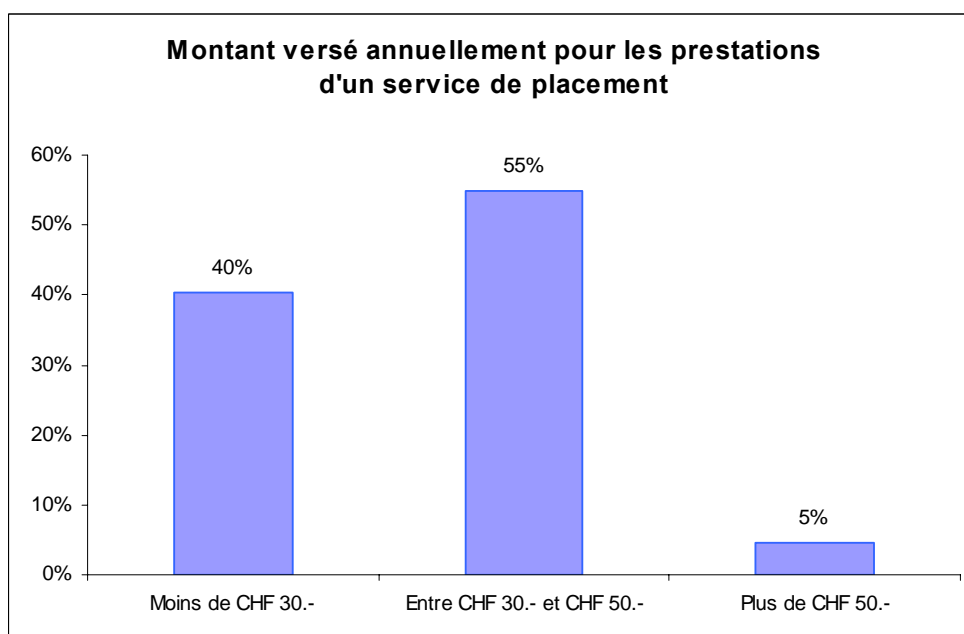
Parmi les activités rémunérées auprès de personnes privées, les répétitions de cours et l'enseignement dans le cadre scolaire obtiennent plus de la moitié des suffrages (61 %). La correspondance et le secrétariat personnel, les cours hors cadre scolaire, l'installation de matériel, logiciel et les cours d'informatique suscitent également un intérêt certain auprès des jeunes. Seulement 13% des étudiants n'y trouvent aucun intérêt.



Parmi les activités rémunérées auprès des entreprises, les secteurs administratif et commercial arrivent en tête de classement avec respectivement 58 % et 56 % des suffrages. L'hôtellerie les suit de près avec 49% d'intérêt, tandis que seulement 5 % des étudiants n'y voient aucun intérêt.

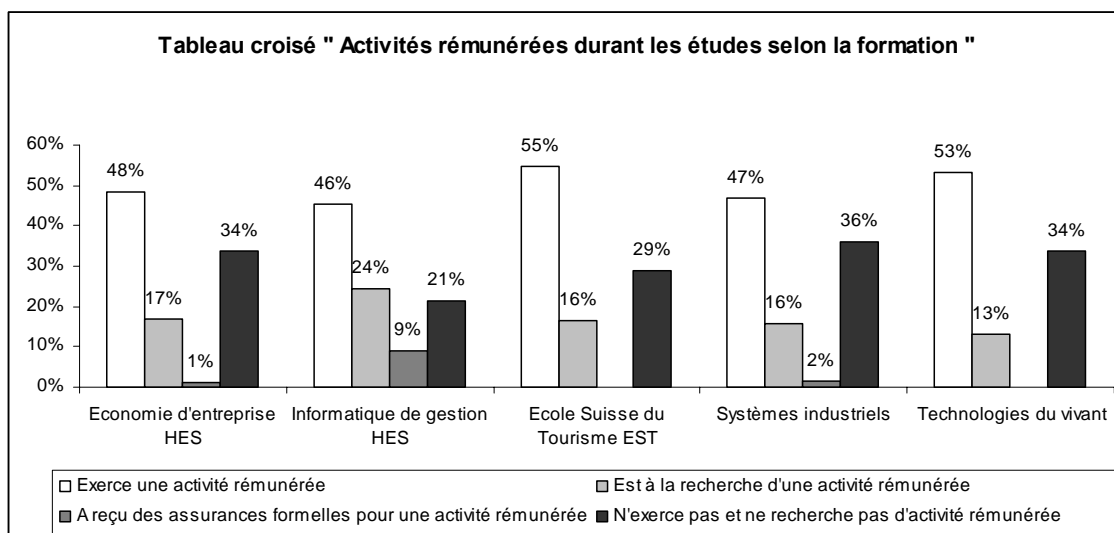


Cette question interroge les étudiants sur leur volonté de cotiser les prestations offertes par le service de placement à condition que la cotisation soit incluse dans les frais d'études facturés en début d'année scolaire. Il est intéressant de savoir que près de 60 % des étudiants sont disposés à accepter cette condition.

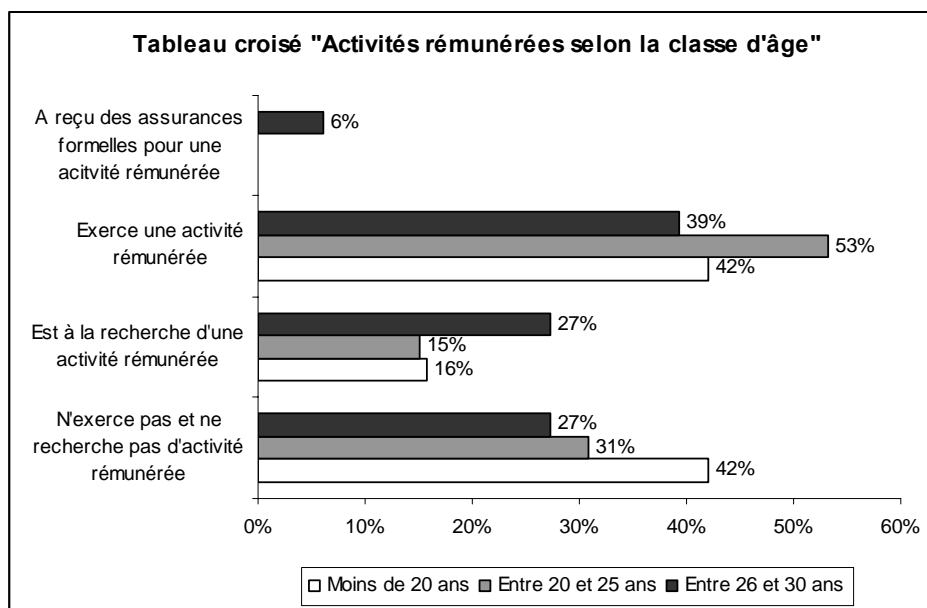


Sur les étudiants prêts à cotiser pour le service de placement, 55 % seraient disposés à verser une contribution entre 30 et 50 francs et 40 % opteraient pour un montant inférieur à 30 francs.

Analyse des KHI² :



En croisant les activités rémunérées durant les études et la formation de l'étudiant, on remarque qu'il n'y a pas de grandes différences entre les filières d'étude si ce n'est un fort intérêt pour les étudiants en informatique avec 79% d'intérêt.



Si on additionne les pourcentages des personnes exerçant, ayant reçu des assurances formelles ou recherchant une activité rémunérée, on constate que ce sont les étudiants âgés de plus de 26 ans qui sont le plus intéressés à l'exercice d'une activité rémunérée (72%). L'explication est que bien souvent les étudiants plus âgés vivent indépendamment de leurs parents et ne bénéficient plus de leur aide financière contrairement aux plus jeunes.

3.4.2. Enquête auprès des entreprises

Afin de s'assurer de la participation et de l'intérêt des entreprises pour un service de placement de l'HEVs et dans l'optique d'orienter plus précisément les démarches à entreprendre, une enquête a été réalisée auprès de 125 entreprises de la région valaisanne.

3.4.2.1. Méthodologie

La population cible de l'étude de marché se compose des entreprises du tissu économique valaisan, susceptibles d'engager des étudiants dans les domaines de l'Economie & Services et des Sciences de l'Ingénieur. Pour le domaine « Economie & Services », la recherche d'entreprises s'est basée principalement sur la filière « Economie d'entreprise », cette dernière étant représentative de l'ensemble de la division.

L'échantillon observé a comme particularité de recenser essentiellement des entreprises qui ont déjà été en contact avec l'HEVs soit par le biais d'un mandat, soit par l'engagement d'un étudiant ou d'un diplômé. Cette alternative permet de déterminer si les entreprises ayant déjà collaboré avec l'HEVs, ont été satisfaites des prestations rendues et si elles souhaitent, de ce fait, renouveler la collaboration. Ce procédé permet également d'estimer si les capacités professionnelles des étudiants ou des diplômés de l'HEVs répondent aux exigences des entreprises.

Il faut toutefois préciser que la présente enquête permet uniquement de dégager des tendances. En effet, en l'espace de seulement trois mois, il était difficile de réaliser une enquête quantitative. De ce fait, le choix de l'échantillon s'est fait d'une manière empirique.

L'extraction de la population cible s'est faite auprès de quatre sources d'informations distinctes :

- ∂ Les bases de données de l'HEVs de Sion
- ∂ Les classeurs «Semaines d'activités des étudiants en économie d'entreprise» de l'HEVs de Sierre
- ∂ Le site « www.hevs.ch », rubrique « Emploi »
- ∂ La liste des membres de la Chambre Valaisanne du Commerce et de l'Industrie

Les bases de données de l'HEVs de Sion

Ces bases de données fournies par le secrétariat de l'HEVs de Sion, m'ont permis d'avoir accès à la majorité des entreprises ayant collaboré avec l'école dans le domaine « Sciences de l'Ingénieur ».

Les classeurs « Semaines d'activités des étudiants en Economie d'entreprise »

Ces classeurs recèlent toutes les attestations de stage des étudiants en économie d'entreprise. Ainsi, il m'a été possible de relever les sociétés qui avaient déjà engagé des étudiants dans le cadre de ces semaines d'activités.

Le site « www.hevs.ch », rubrique « Emploi »

De manière analogue, j'ai relevé un échantillon d'entreprises qui avait fait la démarche de poster une offre d'emploi sur le site Internet de l'HEVs afin d'engager un étudiant ou un diplômé de l'école.

La liste des membres de la Chambre Valaisanne du Commerce et de l'Industrie

Cette liste m'a permis de compléter mon public cible par des entreprises actives sur le marché valaisan, n'ayant eu à ma connaissance aucun contact avec l'HEVs.

Sur les 125 entreprises interrogées, 4 entreprises Haut-Valaisannes, 20 entreprises du Valais central et 10 entreprises Bas-Valaisannes ont répondu au questionnaire on-line entre le 2 et le 10 novembre 2006. Le taux de réponse brut se situe à 27,2% et le taux de réponse net (entreprises ayant répondu à l'enquête) atteint les 22,4%.

Pour une enquête on-line, ce taux est réjouissant : les taux moyens habituels atteignent rarement plus de 5 à 10%.

Ci-dessous, le nombre de questionnaires en ligne soumis aux entreprises :

	Haut-Valais	Valais central	Bas-Valais	Σ
Entreprises	25	68	32	125

Vue d'ensemble des différentes caractéristiques des entreprises ayant répondu à l'enquête

Secteurs d'activité	Entreprises de l'enquête	Forme juridique	Entreprises de l'enquête
Industrie, arts et métiers	32 %	SA	71 %
Activités financières, assurances	18 %	SàRL	11 %
Autres prestations de services	14 %	Association	11 %
Santé	11 %	Raison Individuelle	4 %
Administration publique	7 %	Fondation	4 %
Tourisme, hôtellerie, restauration	4 %	Nombre d'employés	
Construction	4 %	1 à 9 employé(s)	32 %
Autres	11 %	10 à 49 employés	11 %
Autres secteurs cités une fois		50 à 249 employés	32 %
Informatique		Plus de 249 employés	25 %
Marchand de matériaux		Situation	
Médias, distribution, impression		Haut-Valais	7 %
Télé réseau, Internet VoIP		Valais Central	61 %
		Bas-Valais	32 %

3.4.2.2. Elaboration du questionnaire

Le questionnaire^h se subdivise en trois parties distinctes :

- ∂ Recherche d'étudiants / de diplômés (questions 1 à 9)
- ∂ Service de placement de l'HEVs (questions 10 à 15)
- ∂ Caractéristiques de l'entreprise (questions 16 à 19)

Questions sur la « Recherche d'étudiants / de diplômés » :

Cette partie nous permet de connaître les besoins, les attentes et les exigences des entreprises envers les étudiants de la Haute Ecole Valaisanne.

Les quatre premières questions permettent de déterminer si les entreprises échantillonnées ont déjà engagé un étudiant ou un diplômé de la Haute Ecole Valaisanne et si elles prévoient de réitérer dans les trois prochaines années à venir. Les questions 5 à 7 nous renseignent sur les types d'emploi et les filières qui intéressent les responsables du recrutement ainsi

^h Le questionnaire se trouve dans les annexes

que la fréquence à laquelle ils souhaitent faire appel à des étudiants ou des diplômés. Enfin, les deux derniers sujets abordent la stratégie de recherche d'emploi utilisée par les entreprises et l'importance qu'elles accordent à des critères tels que les diplômes, les connaissances linguistiques ou encore les pré-expériences professionnelles des étudiants.

Questions sur le « Service de placement de l'HEVs » :

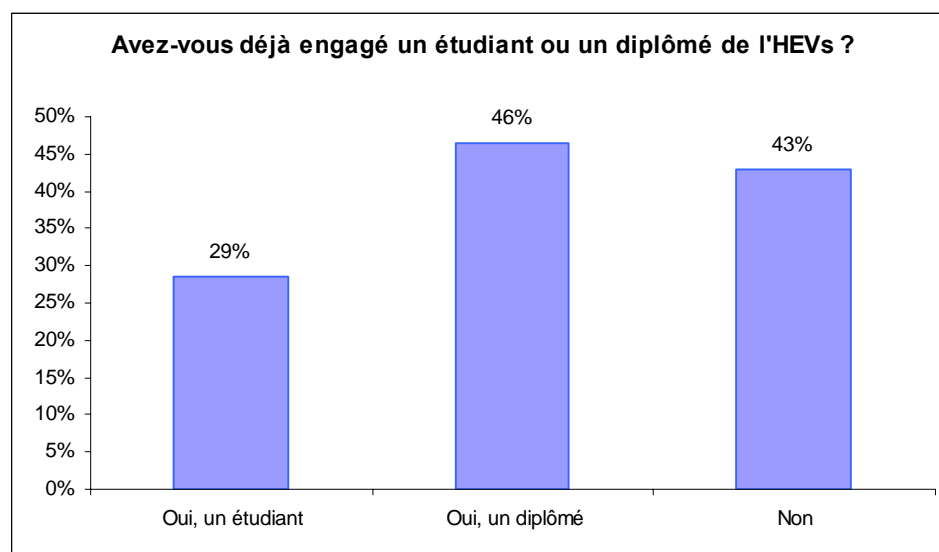
Ces questions nous informent sur l'intérêt des entreprises valaisannes pour un service de placement étudiant géré par l'HEVs. Les sujets abordés permettent notamment de déterminer quelles prestations offertes espèrent-elles recevoir et quelle rémunération sont-elles prêtes à verser pour les opérations effectuées.

Questions sur les « Caractéristiques de l'entreprise » :

Ces questions nous permettent d'établir les caractéristiques des entreprises interrogées et de les utiliser lors d'analyses croisées.

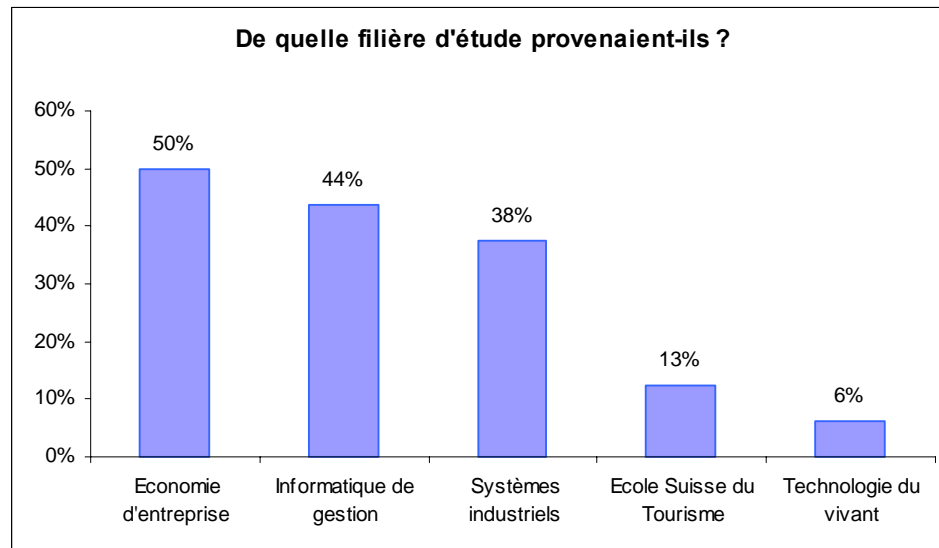
3.4.2.3. Conclusions de l'enquête auprès des entreprises

Questions sur la « Recherche d'étudiants / de diplômés » :

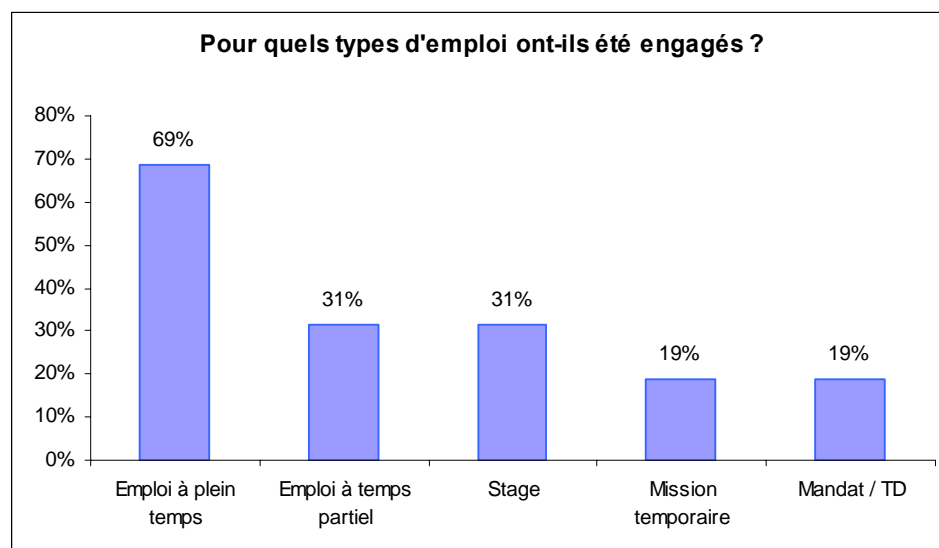


Comme expliqué dans la méthodologie, la majorité des entreprises interrogées ont déjà collaboré avec l'HEVs pour un mandat ou pour l'embauche d'un étudiant ou d'un diplômé.

Ainsi, il n'est pas surprenant de constater que 57% des entreprises ont déjà engagé un étudiant, un diplômé ou les deux catégories.

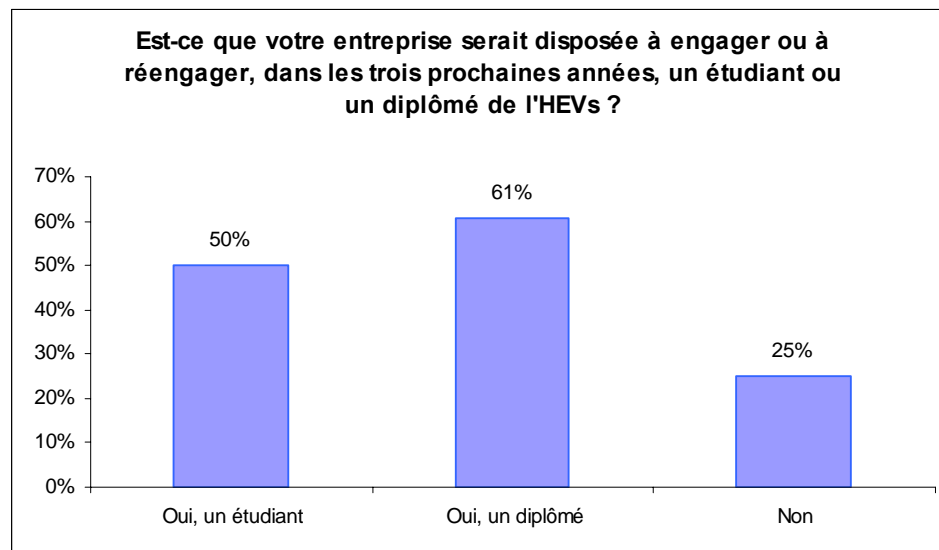


Comme l'échantillonnage s'est fait intentionnellement auprès d'industries et de sociétés de services, il n'est pas sans surprise de retrouver les filières « Economie d'entreprises » et « Systèmes Industriels » dans le haut de classement. En revanche, on peut remarquer que la filière « Informatique de gestion » occupe une place importante dans ces entreprises et se niche à la 2^{ème} place avec 44% des suffrages.



Sur les entreprises qui ont recruté un étudiant ou un diplômé, l'emploi à temps plein a été plébiscité à raison de 69% et la formule de l'emploi à temps partiel ou du stage, à raison de

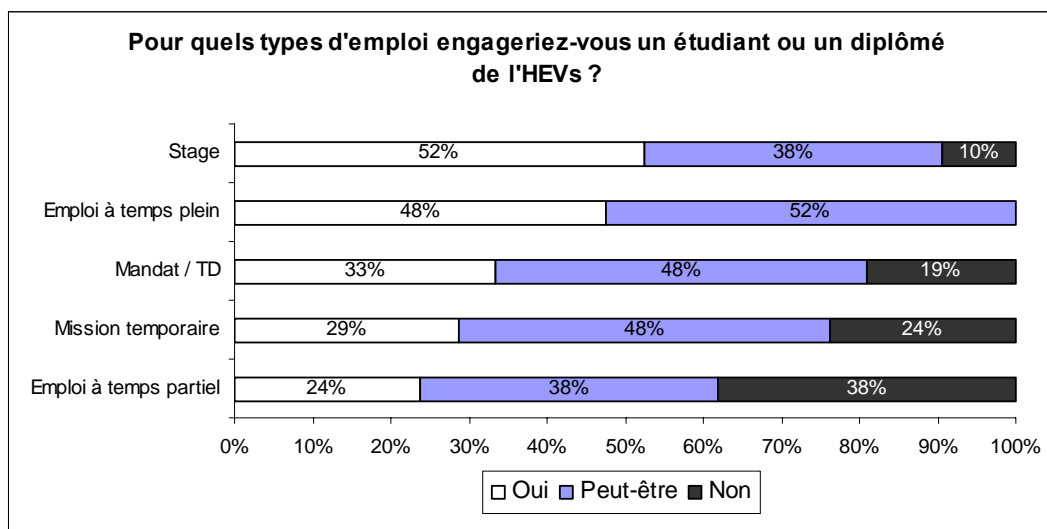
31%. Bien entendu ces résultats ne donnent qu'une tendance de la situation sur le marché et ne sont pas à 100% représentatifs.



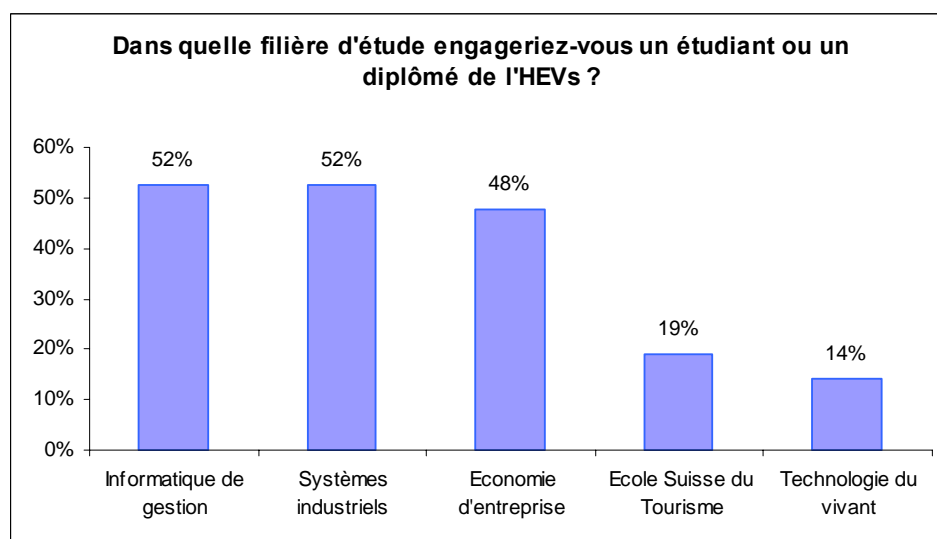
75% des entreprises souhaitent engager ou réengager un jeune issu de la Haute Ecole Valaisanne. Ce résultat net tend à prouver que les entreprises s'intéressent au service des étudiants ou des diplômés. De plus et selon les résultats de l'enquête, la demande connaît une croissance puisque par rapport au premier graphique de l'étude auprès des entreprises qui ont déjà engagé des jeunes (page 37), la demande augmente d'environ 15 à 20%.



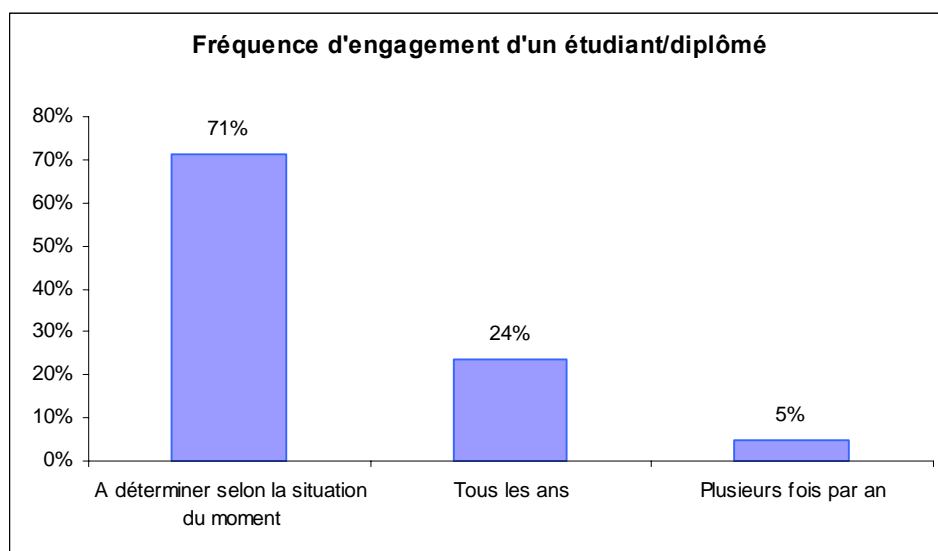
Au vu de la disparité des réponses, il est difficile de faire ressortir une raison précise quant au souhait des entreprises de ne pas engager ou réengager un jeune de l'HEVs.



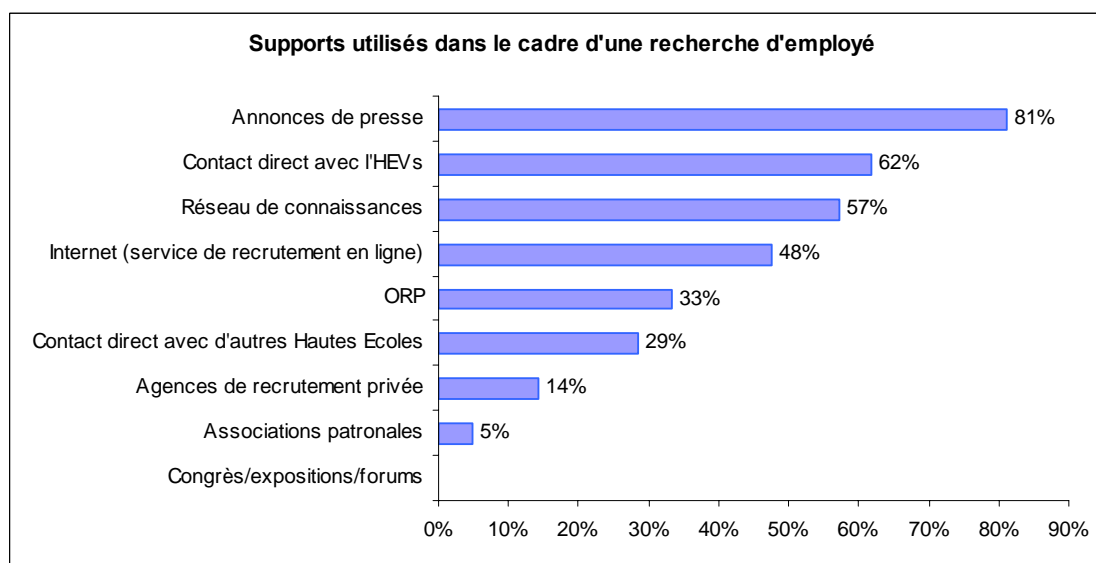
Les options stage et emploi à temps plein remportent le plus de suffrages, respectivement 52% et 48%. Cela s'explique par le fait que le stage permet d'employer des gens qualifiés à moindres coûts et de vérifier leurs profils au vu d'un engagement à plein temps. Quant aux emplois pour diplômés, leur succès découle du fait que les formations offertes par l'HEVs sont orientées sur la pratique et présentent un avantage au niveau de l'employabilité des diplômés. Cependant, les entreprises restent tout de même ouvertes aux autres prestations. Ainsi, la mise en place d'un service de placement permettrait de développer l'attrait pour ces autres types d'emploi.



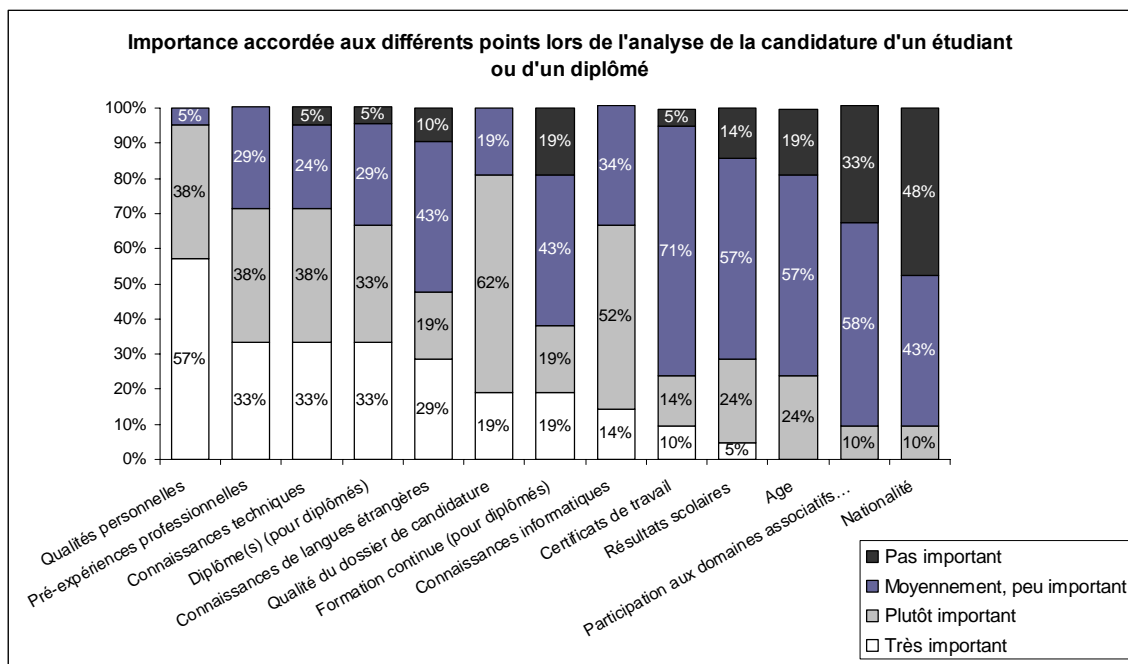
On peut remarquer que la filière « Informatique de gestion », touchée ces dernières années par la crise, repart sur les chapeaux de roue puisque la moitié des entreprises (52%) seraient intéressées à engager ou à réengager un informaticien.



Pour la majorité, l'engagement d'étudiants se détermine selon la situation de l'entreprise et du type d'emploi voulu. Dans ce sens, la prospection du service de placement permettrait probablement d'accélérer le processus de recrutement des entreprises et de rendre visible aux yeux de celles-ci, une main d'œuvre qualifiée et bon marché sur le marché valaisan de l'emploi.

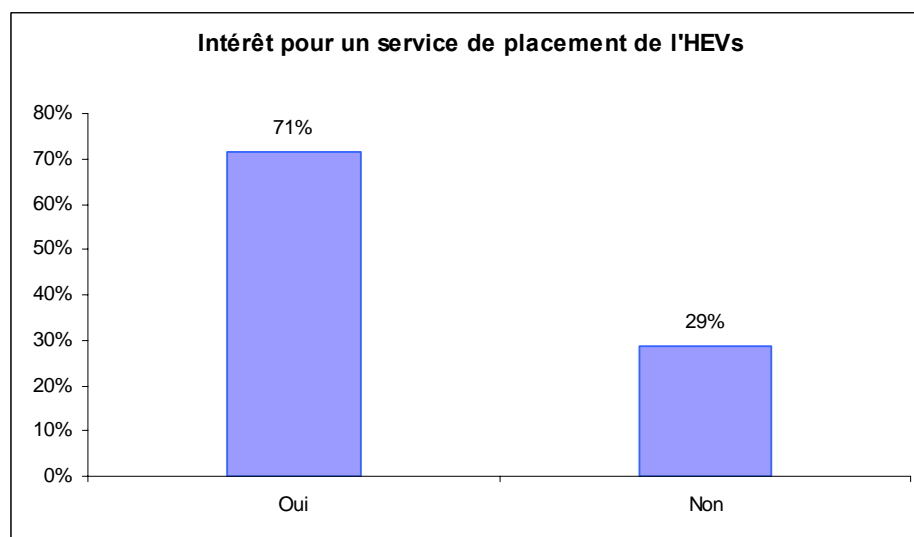


Le fait que 81% des entreprises utilisent les annonces de presse comme support dans le cadre de leur recherche d'employés, démontre qu'il n'y a actuellement pas de réelle concurrence sur le marché du placement des étudiants ou des diplômés. De plus, on constate sur ce graphique que la collaboration entreprise – HEVs porte ces fruits puisque 62% font la démarche de contacter l'école si besoin est.

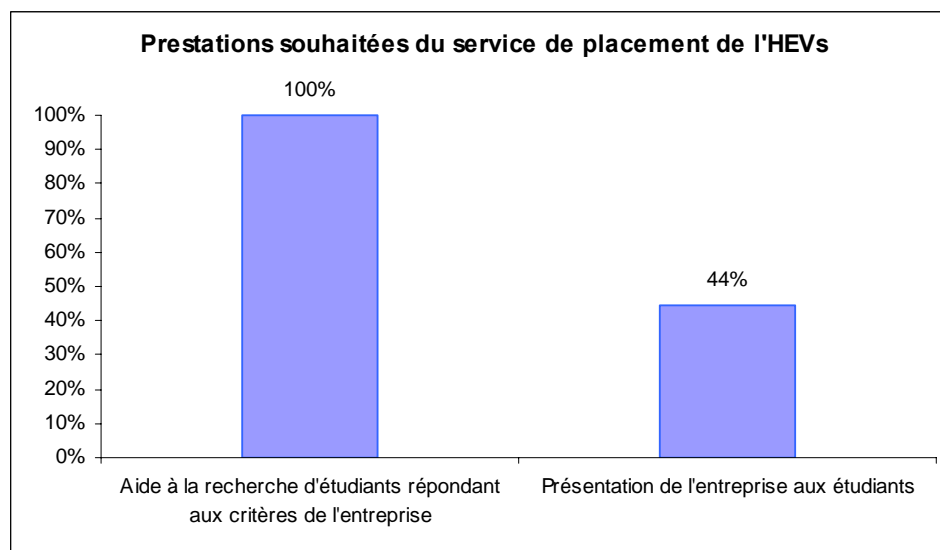


Les critères mentionnés comme les plus importants sont par ordre d'importance : les qualités personnelles, les pré-expériences professionnelles des étudiants, les connaissances techniques (notamment pour les industries) les connaissances informatiques mais également la qualité du dossier de candidature

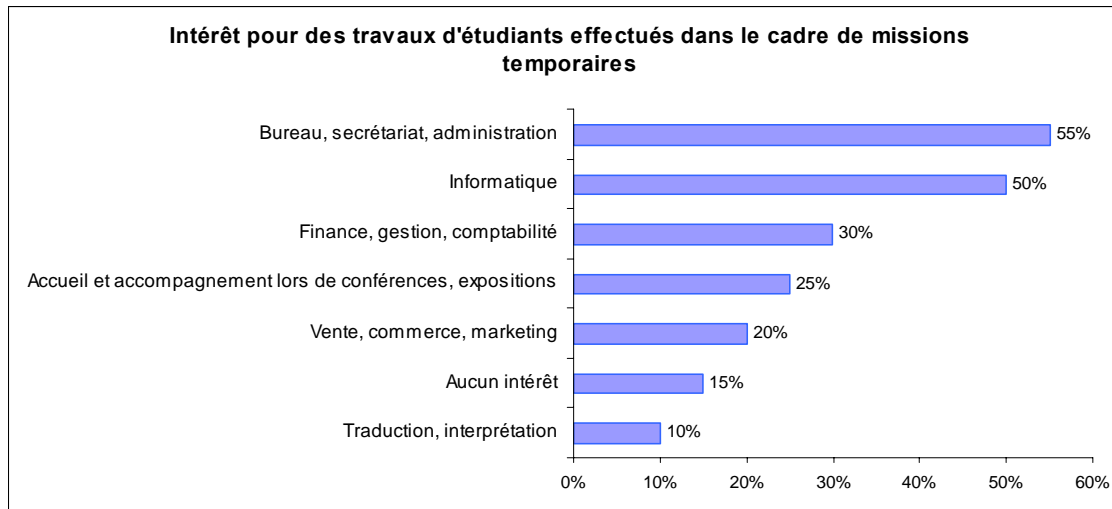
Questions sur le « Service de placement de l'HEVs » :



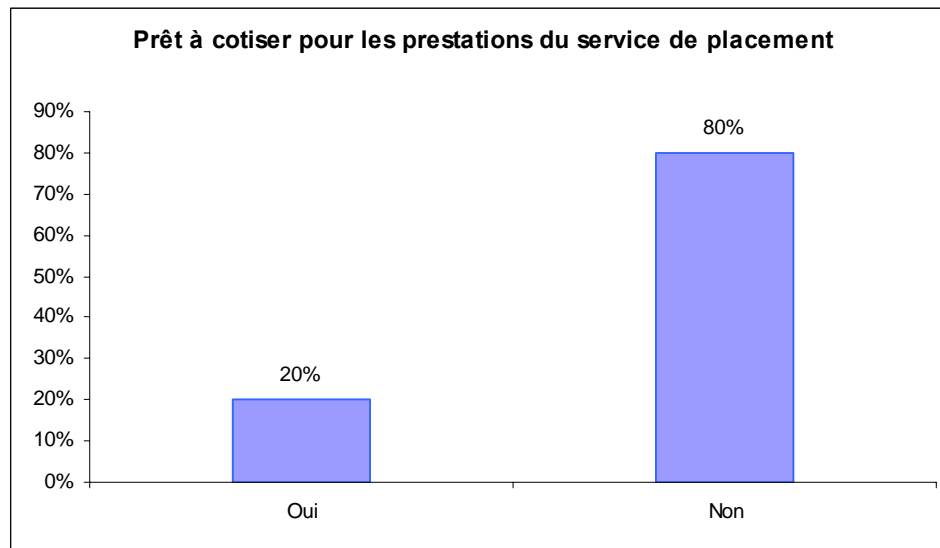
Cette forte plébiscitation encourage dans la création d'un service de placement puisque 71% des entreprises interrogées s'intéressent à une telle démarche. Cette tendance marquée laisse supposer qu'elle pourrait se vérifier dans une enquête quantitative.



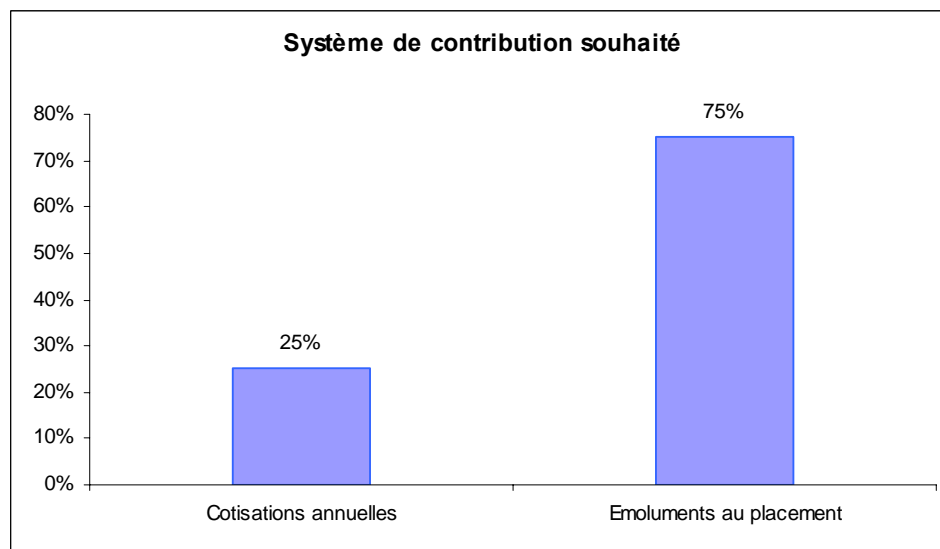
Bien entendu l'aide à la recherche d'étudiants est la prestation principalement recherchée des entreprises. Quant aux 44% des suffrages pour la présentation des entreprises, ils rejoignent l'intérêt des étudiants pour cette prestation (51%).



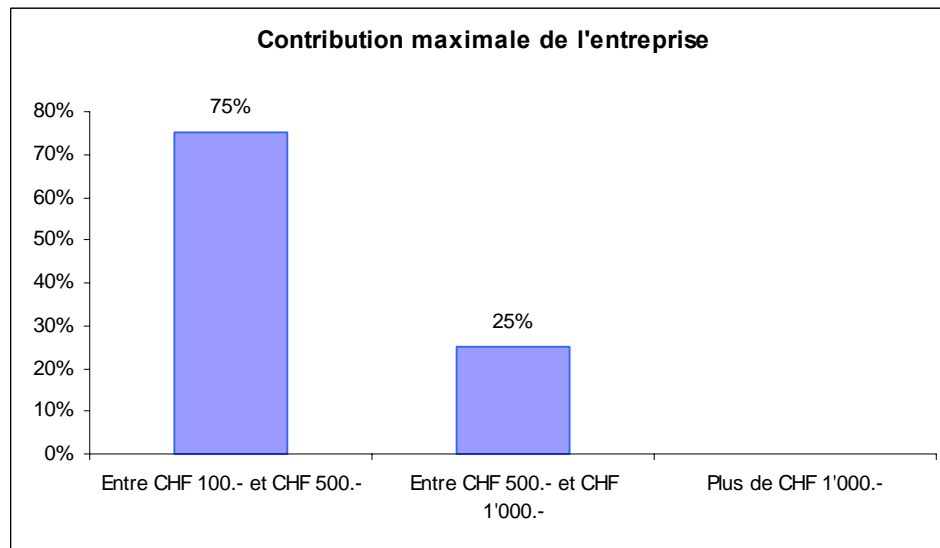
A l'image des autres services de placement estudiantins de Suisse Romande, les travaux d'étudiants les plus sollicités sont les missions effectuées dans les domaines de l'administration, du secrétariat et de l'informatique. A noter que seulement 15% des entreprises n'éprouvent aucun intérêt dans le cadre de ces services.



A première vue, les entreprises ne sont pas disposées à payer pour le placement d'étudiants. Toutefois, si les prestations font preuve de qualité, un émolument peut être envisagé et justifié. D'ailleurs, si 81% des offres d'emploi sont effectuées par voie de presse, une contribution au tarif comparable pourrait être demandé.

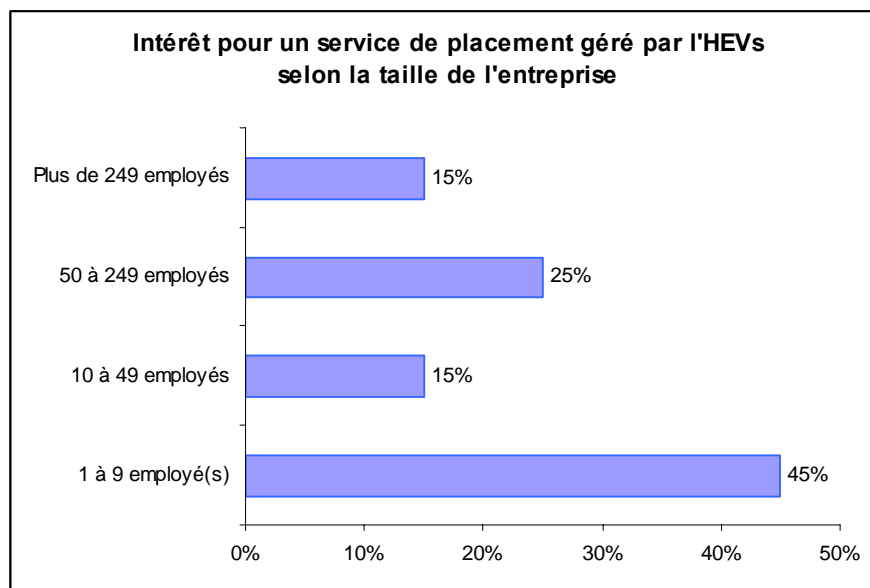


Le 75% des entreprises préfèrent s'acquitter d'un émolument au placement, ce qui est financièrement plus intéressant pour l'HEVs et plus encourageant à créer un service de placement performant.



Etant donné que le tissu économique valaisan est composé essentiellement de petites et moyennes entreprises, il n'est pas étonnant de constater que la contribution maximale s'élève entre CHF 100.- et CHF 500.-. Et vu la taille de la structure d'un service de placement estudiantin, cette fourchette reste intéressante financièrement.

Analyse des KHI² :



On remarque que la mise en place d'un service de placement suscite un grand intérêt auprès des micro entreprises. Cela s'explique par le fait que ces dernières disposent de moyens plus restreints pour recruter du personnel et donc le dépôt d'une annonce auprès d'un bureau de placement estudiantin leur permet de réduire ces coûts.

3.5. Les services de placement estudiantins

Actuellement, dans le paysage de la HES-SO, aucun établissement ne propose un service de placement pour ses étudiants. Certains estiment qu'il est inutile de proposer un tel service et jugent qu'avec un certain bagage de formation, l'étudiant est capable de se prendre en main. D'autres seraient réellement intéressés à offrir à l'avenir ce type de prestation, mais n'auraient actuellement pas prévu de temps ou d'argent pour la création d'un service de placement. Enfin, une troisième catégorie a choisi l'option du partenariat, c'est le cas de Haute Ecole de Gestion de Genève qui collabore avec le bureau de placement de l'université de Genève ainsi que de la HEIG-VD qui collabore avec l'association Business2School.

Contrairement à la HES-SO, la très grande majorité des universités sont au bénéfice d'un service de placement qui est organisé soit au sein d'un bureau de placement, soit par le biais d'une plateforme Internet. La structure dépend tantôt des services universitaires, tantôt des associations d'étudiants.

En règle générale, les prestations offertes s'adressent uniquement aux étudiants immatriculés dans l'université en question. Toutefois, il arrive que ces activités de placement se destinent également aux étudiants des autres universités ou aux étudiants fraîchement diplômés.

Un articleⁱ du site Internet Swiss Up – Focus on learning, nous dépeint les services de placement des universités suisses avec pour chaque établissement sa particularité et son fonctionnement. A noter que l'auteur Yves Nimis s'est penché essentiellement sur l'activité de placement pour des stages.

En voici un extrait :

« L'EPFZ propose des entrevues spécifiques. Son service des stages est ouvert chaque matin du mardi au jeudi, afin de conseiller ou de proposer des stages obligatoires dans le cadre du cursus d'études.

*Les **Universités de Berne et de Neuchâtel** donnent également la préférence à l'entretien personnel. A l'Université de Berne c'est le bureau du logement et du placement de*

ⁱ Source : Swiss Up – Focus on learning, UNIVERSITE : Comment décrocher une place de stage pendant ses études?, Stages : aperçu de l'offre en Suisse, Auteur Yves Nimis, 18 mars 2002

l'association des étudiants qui s'occupe de pourvoir les stages, alors qu'à l'Université de Neuchâtel cela relève des services de placement universitaires.

*L'**Université de Lausanne** offre de son côté un accompagnement des étudiants qui le désirent, sous la forme d'un entretien et de conseils personnels. Les étudiants se voient ainsi proposés une sélection de stages de 3 à 12 mois qualifiants et rémunérés, ainsi que des informations et conseils avant et après le stage. (...) En parallèle, l'Université de Lausanne offre des services aux entreprises qui recherchent des étudiants stagiaires : une première sélection, un contrat type d'engagement, une assistance pour résoudre les questions administratives et une évaluation du stage notamment. (...)*

Toutes les autres hautes écoles proposent leurs bourses aux stages sur internet. Les étudiants comme les entreprises ont la possibilité d'y inscrire leurs demandes et leurs offres. Ce service est généralement complété par des informations sur l'emploi, sur des thèmes tels que les impôts, l'AVS et les assurances ainsi que par des liens utiles.

Certaines hautes écoles ont créé des bourses réservées à leurs étudiants afin de leur garantir une certaine offre. Ils y accèdent sur mot de passe et nom d'utilisateur.

*L'**Université de St. Gall**, baptisée "Career Services Center", offre du point de vue fonctionnel, un service de placement performant. Les étudiants peuvent s'inscrire dans la rubrique "Recruiter's interests", en mentionnant les stages ou les emplois à temps partiel qu'ils recherchent. Ce sont surtout ces derniers qui ont la cote, bien plus que les stages. (...)*

*A Genève, le Bureau de placement de l'Université est à disposition de tous les étudiants inscrits à l'**Université de Genève**, à l'ESAV, à l'Institut Universitaire d'Etudes au Développement (IUED) et au Conservatoire de Musique. Ce service est ouvert aux étudiants d'autres universités pour autant qu'ils soient domiciliés à Genève et paient une inscription de 50 francs.*

*A Lausanne, l'Unedip propose une bourse aux stages en ligne à l'**EPFL**. Celle-ci indique que le stage n'est obligatoire que dans certains domaines mais recommande à tous les autres étudiants d'en faire l'expérience. (...)*

*A Zurich, l'association des étudiants de l'**Université de Zurich** propose également des stages. Il existe d'ailleurs, dans le menu du site, une partie spéciale consacrée aux stages. Mais attention: on trouve aussi des places intéressantes dans d'autres domaines, comme les travaux de bureau, par exemple en tant que rédacteur à 25 ou 50% à la célèbre NZZ. (...) »*

3.6. Benchmark de services de placement estudiantins

Le benchmark me permet de déterminer les raisons et les fondements du succès d'un service de placement estudiantin. L'objectif est d'analyser et de comparer l'organisation de ce type de service et à partir des données récoltées, de s'inspirer de ce qui se fait de mieux afin de mettre en place un organisme prospère.

La méthodologie utilisée a suivi les différentes étapes décrites ci-après :

- o Détermination des fonctions managériales, organisationnelles, financières et marketing à considérer.
- o Sélection de quatre services de placement s'adressant à un public d'étudiants des Hautes Ecoles, dont l'organisation est différente pour chacun.
- o Prise d'informations sur les sites Internet respectifs, dans les statuts, dans le règlement interne ou dans les dossiers de présentation^j
- o Interview des responsables^k des quatre bureaux
- o Synthèse des fiches d'entretien^l dans un tableau récapitulatif
- o Comparaison de chaque fonction
- o Détermination des forces et faiblesses des quatre organismes de placement

Ci-après, la présentation des services de placement sélectionnés :

Le bureau de placement de l'Université de Genève

Le bureau de placement a été créé en 1970 par des étudiants de l'Université de Genève. Dès les années 1980, en vue de la problématique du travail au noir des étudiants étrangers, le rectorat de l'université et l'office de la population de Genève conclurent un accord. Ils décidèrent de transformer la structure du service de placement en un service administratif, leur permettant de s'occuper eux-mêmes des autorisations de travail pour les étrangers. Ultérieurement, ils nommèrent Madame Jeannine Steiner, spécialiste dans le conseil en

^j Ces diverses sources sont énumérées et décrites au point « Sources d'informations »

^k Leur nom et fonction se trouvent sur les fiches d'entretien et au point « Sources d'informations »

^l Les fiches d'entretien se trouvent dans les annexes

placement, au poste de responsable du bureau de placement. Dès son arrivée, Madame Steiner mit en place un règlement interne afin de définir clairement les activités et le fonctionnement du bureau de placement.

Le bureau s'occupe uniquement des offres d'emplois temporaires et à temps partiel et est géré par des employés qualifiés. Il possède également une plateforme Internet.

Le Centre Uni-Emploi de l'Université de Genève

Le Centre Uni-Emploi a été créé en 1999 à l'instigation de l'Université de Genève et de l'Office pour l'Orientation, la Formation Professionnelle et Continue (OFPC). Il propose principalement différents services utiles aux démarches d'insertion professionnelle des étudiants jusqu'à 12 mois après la fin de leurs études.

Le centre, étant équipé d'un bureau ouvert aux étudiants et d'un site Internet, a donc la possibilité de proposer ses stages et emplois soit par l'intermédiaire des annonces en ligne, soit par un tableau d'affichage. De plus, les employés qui y travaillent, sont majoritairement des personnes hautement qualifiées qui sont aidées par un étudiant de l'université.

HEC-Espace-Entreprise

HEC-Espace-Entreprise est géré par une association d'étudiants et est doté d'une double structure. En effet, l'association s'intéresse dans un premier temps à l'organisation de stages pour les étudiants de HEC Lausanne et dans un second temps, elle organise le Prix STRATEGIS. Ce dernier, organisé en partenariat avec Bilan, permet d'attirer l'attention du monde professionnel sur le monde académique et plus particulièrement sur les étudiants HEC. Ce prix STRATEGIS a été créé en 2003 et s'est donné pour mission de récompenser le management actif et efficient d'une PME romande.

Ces deux activités sont conduites par des responsables étudiants, membres du comité, qui s'entourent du nombre d'étudiants HEC nécessaires à la bonne marche de l'association. La structure est constituée d'un site Internet, d'une vitrine d'affichage et d'un bureau pour les employés.

Business2School

L'association Business2School a été créée en 2001 par trois étudiants du canton de Vaud : MM. Eric Bruyndonckx, Patrick Chassot et Vincent Greset. L'objectif de départ était d'aider les diplômés pour la recherche de sujets de travaux de diplôme auprès d'entreprises vaudoises. Afin d'obtenir un soutien pour les aider dans leurs démarches, les trois entrepreneurs ont sollicité l'aide des milieux économiques vaudois (CVCI et FPV). Le projet a ensuite été élargi au niveau romand.

Une phase test a été lancée jusqu'à la fin de l'année 2002. Celle-ci permettait de juger si le projet correspondait réellement aux besoins des étudiants, des entreprises et des écoles, et si la plateforme Internet était rentable à moyen terme. A noter que cette phase test a été financée à hauteur de 100'000 francs par les hautes écoles et les milieux économiques.

La plateforme Internet propose actuellement des offres de stages, de travaux de diplôme et des first jobs pour diplômés. Elle est animée par le secrétaire général, dirigée par des membres issus du monde professionnel, soutenue par la HES-SO et aidée de stagiaires / étudiants du degré tertiaire dans les domaines du marketing et des relations publiques.

Ci-après, le tableau récapitulatif des fonctions observées :

	Bureau de placement de l'Université de Genève	Le centre Uni-Emploi	HEC-Espace-Entreprise	Business2School
Portrait				
HES / Université	Université de Genève	Université de Genève	Université de Lausanne (HEC)	EVID, HEG Lausanne
Forme juridique	Service administratif de l'université	Service administratif de l'université	Association à but non-lucratif	Association à but non-lucratif
Localisation	Genève	Genève	Lausanne	Yverdon
Prestations				
Prestations principales	<ul style="list-style-type: none"> Mise en relation des étudiants et des entreprises pour des emplois temporaires ou à temps partiel 	<ul style="list-style-type: none"> Accompagner les étudiants dans leurs démarches d'insertion professionnelle par des ateliers de recherche d'emploi, des entretiens individuels permettant de préciser un projet professionnel ou améliorer leur dossier de candidature Les informer sur les entreprises, les fonctions qu'on y exerce par des conférences emploi, visites d'entreprises et fiches sur les métiers et certaines sociétés Leur proposer des stages et des emplois par des offres en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> Organisation de stages en entreprise (Mise en relation des étudiants et des entreprises susceptibles d'engager des stagiaires) Organisation du Prix STRATEGIS (prix récompensant la qualité du management d'une société romande active dans le domaine des services) 	<ul style="list-style-type: none"> Mise en relation des étudiants et des entreprises pour des first jobs, stages, TD / mandats
Prestations annexes	<ul style="list-style-type: none"> Organisation de cours de technique de dactylographie sur PC Traitement de demandes d'autorisation de travail pour les étudiants étrangers (le bureau délivre les attestations nécessaires aux autorisations de travail) Conseils concernant les obligations et droits relatifs au travail des étudiants Mise à disposition d'informations générales: AVS, assurances sociales, imposition, calendrier universitaire, cotisations annuelles, conditions d'engagement, salaires indicatifs, conseils, contact, liens utiles, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Espace information : mettre à disposition des ouvrages, des revues spécialisées et les suppléments emploi des principaux journaux romands InfoNet : page informatique qui contient des liens Internet, des références d'ouvrages et des revues spécialisées sur les domaines professionnels ou des thèmes en rapport avec la recherche d'emploi ou de stage Lettres d'informations : informer les étudiants et personnes ayant achevé leurs études depuis un an, sur les nouvelles prestations proposées par le centre 	<ul style="list-style-type: none"> Mise à disposition des étudiants d'offres de stage à l'étranger par le biais d'un partenaire (Iagora) et d'offres de premiers emplois par le biais du site Internet Mise à disposition de renseignements généraux pour les étudiants : informations sur le CV, la lettre de motivation, la préparation à un entretien et la description d'un assessment center par le biais du site Internet « http://www.success-and-career.ch » 	<ul style="list-style-type: none"> Vente de prestations : offre de visibilité pour les entreprises partenaires sur la plateforme B2S avec possibilité d'afficher : <ul style="list-style-type: none"> le logo sur la Home Page le logo sur toutes les annonces déposées sur la plateforme Internet la référence de l'entreprise sur la page « Partenaire Business » la page de présentation de l'entreprise ou de ses services dans l'espace étudiant Mise à disposition d'informations générales : types de formation, descriptif et périodes du TD, liens vers les TD réalisés par les étudiants des HES, périodes de stages

	Bureau de placement de l'Université de Genève	Le centre Uni-Emploi	HEC-Espace-Entreprise	Business2School
Marché / clients				
Appréciation du marché	Le bureau a pu constater une diminution de l'offre des petits jobs d'étudiant au profit d'emplois à temps partiel demandant plus de qualifications telles que des connaissances approfondies des langues, de l'informatique et des capacités techniques	Le bureau a pu constater une augmentation des offres d'emplois et de stages	L'association a constaté une baisse d'intérêt de la part des étudiants contrairement à l'intérêt grandissant des entreprises. Cela est expliqué par le fait que bien souvent les entreprises offrent des stages ne correspondant pas aux plages libres des étudiants	L'association constate qu'il est difficile de faire correspondre les exigences du monde professionnel au monde académique. La durée des stages ou des travaux de diplôme proposés ne correspond pas toujours aux plages libres des étudiants
Marché cible	Marché genevois de l'emploi temporaire pour étudiants	Marché genevois de l'emploi et des stages pour étudiants	Marché des stages pour étudiants dans la région lémanique	Marché romand de l'emploi pour diplômés et étudiants du degré tertiaire
Clientèle cible	<ul style="list-style-type: none"> • Étudiants de l'université de Genève, de la HES-GE et de IUED • Étudiants immatriculés dans d'autres universités suisses mais domiciliés à Genève • Entreprises genevoises • Employeurs individuels (privés) 	<ul style="list-style-type: none"> • Étudiants de l'université de Genève jusqu'à 12 mois après la fin de leurs études • Entreprises genevoises 	<ul style="list-style-type: none"> • Étudiants HEC, inscrits à l'université de Lausanne • Entreprises de la région lémanique <p><u>Actuellement pour répondre à la demande des entreprises :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Étudiants HEC des autres universités • Étudiants HEG 	<ul style="list-style-type: none"> • Étudiants HES dans les domaines de l'économie, de l'informatique et des sciences de l'ingénieur • Étudiants Universitaires (domaines identiques aux HES) • Entreprises de Suisse Romande • Professeurs des Hautes Ecoles
Concurrence				
Principaux concurrents	<ul style="list-style-type: none"> • Services de recrutement en ligne (ex. Jobup.ch, pourvousaider.ch...) • Établissements spécialisés dans un domaine (ex. répétitions de cours, entreprises de nettoyage, etc.) • Agences privées de placement (Adecco, etc.) 	Pas de concurrence notoire perçue	Pas de concurrence notoire perçue	<ul style="list-style-type: none"> • Bureaux de placement estudiantins • Peu de concurrence notoire perçue
Marketing				
Techniques de démarchage	<p><u>Étudiants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Publication de prospectus, animations ponctuelles au sein de l'université, placards publicitaires <p><u>Entreprises :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Annonces publicitaires dans des annuaires, journaux (pour PME, pour étudiants, etc.), manifestations, radios (Europe 2, Radio lac) • Référencements sur Internet <p><u>Budget :</u> 1/3 des dépenses du bureau de placement (onéreux mais garanti)</p>	<p><u>Étudiants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Publication de prospectus, animations ponctuelles au sein de l'université, affiches, mailing, flyers, banderoles • Interventions durant les cours pour présenter les nouvelles activités <p><u>Entreprises :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Relances téléphoniques, chroniques radio, campagne d'infos, mailing, newsletters, interventions auprès d'associations professionnelles, <p><u>Budget :</u> environ CHF 80'000.-</p>	<p><u>Étudiants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Stands, flyers, bouche à oreille, marque-pages • Affichage sur le site universitaire, en particulier dans la vitrine du bureau • Mailings ciblés (grâce à une base de données sur les principaux intérêts de tous les étudiants HEC) qui permettent d'informer rapidement les étudiants des offres de stages <p><u>Entreprises :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Marque-pages, lettres d'info, flyers 	<p><u>Étudiants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Events : Forum HES-SO, INFORUM, Forum HEG <p><u>Entreprises :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Presse : Le temps, 24 Heures, Migros magazine, SwissJob, Venturelab, Journal@cvi, CCIG Info, Echo, Repères, Bulletin Infos • Newsletter : Economie Suisse, Venturelab, CCIG, CVCI, OPI, PME, Créateurs d'entreprises

	Bureau de placement de l'Université de Genève	Le centre Uni-Emploi	HEC-Espace-Entreprise	Business2School
Positionnement / Missions	<ul style="list-style-type: none"> • Aider les étudiants durant leurs études à découvrir le monde du travail • Améliorer le budget des étudiants pour pouvoir financer leurs études et assurer leur indépendance 	<ul style="list-style-type: none"> • Le Centre Uni-Emploi a pour mission de faciliter le passage des études vers la vie professionnelle et de favoriser les rencontres entre Université et entreprises 	<ul style="list-style-type: none"> • Encadrer les étudiants dans leur approche du monde professionnel • Offrir aux étudiants la possibilité de se sensibiliser aux aspects pratiques de l'entreprise • Établir une relation étroite entre le monde universitaire et celui du travail, et entretenir durablement cette interaction 	<ul style="list-style-type: none"> • Tisser un réseau de relations permettant à chacun de trouver une correspondance tant au niveau académique qu'économique • Dynamiser et faciliter la collaboration entre les Hautes Ecoles et le tissu économique • Développer à long terme une réelle force économique et académique pour la Suisse Romande
Partenariats	Aucun partenariat	Aucun partenariat pour l'instant	<p><u>Pour les stages :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Job up • La mobilière : pour stages en Suisse • IAgora.com : pour stages à l'étranger <p><u>Pour les activités de HEE au sein de l'uni :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Swicher <p><u>Pour la rubrique «Aides CV & Lettres»</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Success & Career 	<p><u>Raisons :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Développer de nouveaux services et de nouveaux marchés • Assurer la promotion et le développement de la plateforme • Disposer de ressources suffisantes <p><u>2 types de partenariats actuels :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Membres individuels : Personnes physiques et morales qui adhèrent aux buts de l'association. Ex. ABB, PWC • Membres collectifs : Associations économiques ou professionnelles, hautes écoles (EPFL, Uni., HES), organismes de formation continue, administrations publiques, associations d'étudiants
Financement				
Ressources financières	<ul style="list-style-type: none"> • Contributions diverses et cotisations des entreprises et étudiants • Budget accordé par l'université représentant le 15% des besoins du bureau de placement • Budget accordé par l'université pour les salaires des employés d'environ CHF 70'000.- par poste et par année, soit environ CHF 280'000.- au total par année 	<ul style="list-style-type: none"> • Budget accordé par l'université de Genève 	<ul style="list-style-type: none"> • Contributions diverses et cotisations - Cotisation d'entrée de CHF 20.- pour les membres actifs : étudiants de l'Uni. ayant réussi leur première année et voulant travailler pour l'association - Cotisation minimum de CHF 20.- pour les membres de soutien : tous les anciens membres du Comité • Emoluments des entreprises • Subventions accordées par l'université sous forme de locaux, ordinateurs • Recettes de sponsoring 	<ul style="list-style-type: none"> • Apport financier de départ de 40'000.- par les milieux économiques vaudois • Cotisations de ses membres • Vente de prestations • Parrainages • Contributions spéciales, dons, legs • Contributions en nature (secrétariat, comptabilité, etc.) apportées par les membres du comité • Apport CHF 50'000.- de la HES-SO <p><u>Budget :</u> env. CHF 70'000 – 80'000.-</p>

	Bureau de placement de l'Université de Genève	Le centre Uni-Emploi	HEC-Espace-Entreprise	Business2School
Organisation				
Structure	<ul style="list-style-type: none"> • Bureau de placement à Genève, face à l'Université des Bastions • Site Internet (a coûté environ CHF 150'000.- dans les années 80, lors de sa mise en place) • 8 écrans qui sont à disposition des étudiants dans le bureau de placement pour la consultation des offres d'emploi 	<ul style="list-style-type: none"> • Bureau de placement à Genève, face à l'Université des Bastions • Site Internet • Bibliothèque privilégiant l'info. sur les professions universitaires. Elle est constituée d'ouvrages spécialisés en matière d'emploi et d'insertion professionnelle et de 4 ordinateurs avec imprimantes et accès Internet 	<ul style="list-style-type: none"> • HEE dispose d'un site Internet et d'une vitrine (lieu de passage dans le bâtiment principal) où figure un descriptif de l'offre en question • Plusieurs centaines d'étudiants sont regroupés par centre d'intérêt dans une base de données fréquemment informée • 3 ordinateurs à disposition des employés 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en relation automatique des entreprises, étudiants et professeurs par le biais d'une interface Internet • Le service reste néanmoins sous la surveillance d'un élément humain (modérateur / accélérateur) afin d'assurer une prestation de qualité
Nombre d'employés et Fonctions	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Responsable du bureau de placement (conseillère en placement) • 3 Employés administratifs 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Responsable Promotion • 1 Responsable du secteur Insertion • 3 Psychologues - Conseillères en orientation • 1 Informatrice socioprofessionnelle • 1 Collaboratrice contacts étudiants • 2 Collaborateurs 	13 employés (association d'étudiants) <ul style="list-style-type: none"> • 1 Président • 2 Vice-présidents (Stages et Strategis) • 1 Trésorier • 1 Responsable Strategis • 1 Responsable stages (4 employés) • 1 Responsable informatique • 1 Responsable sponsoring • 1 Responsable communication 	1 Président 1 Secrétaire général, Animateur de la plate-forme B2S 1 Réviseur des comptes 6 Membres du comité Des stagiaires pour le marketing et les relations publiques
Tâches des employés	<u>Suivi des offres d'emplois</u> <ul style="list-style-type: none"> • Réception des offres par mail, fax, téléphone ou courrier • Mise en ligne de ces offres sur le site Internet • Si intérêt de la part d'un étudiant pour une offre d'emploi, mise en relation de celui-ci avec l'employeur • Antenne pour les renseignements au sujet des obligations administratives tels que l'AVS, les assurances obligatoires, les permis de travail et les questions relatives à la rémunération des étudiants • Etc. 	<u>Les responsables</u> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place, animer et gérer les activités du Centre Uni-Emploi <u>Les conseillères en orientation :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Apporter une aide individuelle ou collective aux étudiants en matière de construction de projets, de ressources personnelles, de techniques de recherche d'emploi... <u>Le chargé de la mise en relation avec les milieux professionnels :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Appuyer les étudiants dans leur recherche de stage et mettre en place les activités extérieures (rencontres entreprise/université, visites, forums) <u>Les collaborateurs :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Assurer l'accueil et l'interface avec les étudiants 	<u>Responsables d'activité :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Doivent se soucier du maintien de la continuité de l'activité en formant de nouveaux membres. • Doivent participer aux réunions du Comité qui ont lieu chaque semaine pour faire un débriefing de la semaine 	<u>L'animateur de la plateforme</u> <ul style="list-style-type: none"> • Doit se soucier du maintien de la continuité de l'activité • Développer les partenariats • Contrôler les offres et demandes d'emploi et le retirer si besoin est • Répondre aux questions des personnes qui contactent l'association

	Bureau de placement de l'Université de Genève	Le centre Uni-Emploi	HEC-Espace-Entreprise	Business2School
Salaire des employés	Environ CHF 70'000.- pour un poste de travail par année	Pour un(e) conseillère en orientation / psychologue : CHF 70'000 - 100'000.-	Aucun salaire. Uniquement quelques sorties durant l'année	–
Suivi des clients	Il n'y a pas de contrôle	Il n'y a pas de contrôle	Il n'y a pas de contrôle	Il n'y a pas de contrôle
Cadre légal	Aucune responsabilité juridique. Renseigne uniquement sur les lois du travail (publication d'un règlement)	Aucune responsabilité juridique	Aucune responsabilité juridique	Aucune responsabilité juridique
Politique de prix				
Tarif des prestations	<u>Étudiants :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gratuit pour les étudiants de l'université de Genève, de la HES-GE et de IUED (gratuité relative, étant donné que les étudiants versent CHF 60.- dans leurs frais d'étude pour les services annexes de l'uni.) • Payant pour les étudiants des autres universités suisses mais domiciliés à Genève. Taxe CHF 50.- à l'inscription <u>Entreprises :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Cotisation annuelle. Tarif : • Employeurs individuels : CHF 30.- • Entreprises : CHF 120.- 	<u>Étudiants :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gratuit pour les étudiants de l'université de Genève (gratuité relative, étant donné que les étudiants versent CHF 60.- dans leurs frais d'étude pour les services annexes de l'uni.) <u>Entreprises :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Accès et consultation gratuits 	<u>Étudiants :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Accès et consultation gratuits <u>Entreprises :</u> <ul style="list-style-type: none"> • HEE facture l'engagement d'une personne proposée par ses soins uniquement au tarif de CHF 400.-. Cela signifie que si aucun candidat ne convient, aucun émolument ne sera perçu 	<u>Étudiants et entreprises :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Accès et consultation gratuits <u>Membres de l'association :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Cotisation de CHF 200.- par année civile. Elle permet d'obtenir certains avantages (visibilité sur le site B2S par exemple) • Option Visibility (page de présentation de l'entreprise dans l'espace étudiant) facturée à CHF 1000.- par année
Futur				
Projets de développement	Étant donné la forte concurrence entre les services de placement sur le marché genevois de l'emploi temporaire pour étudiants, le bureau projette à l'avenir d'apporter une sélection ou une présélection au niveau des étudiants afin de faciliter les recherches des entreprises	<ul style="list-style-type: none"> • Lancer une nouvelle campagne promotionnelle • Développer de nouvelles conférences ciblées sur les stages 	Aucun projet prévu pour le moment	<ul style="list-style-type: none"> • Développer le partenariat sur le marché Suisse Romand et s'étendre aux Universités / EPFL, Ecoles privées et semi privées, HES-SO, Associations professionnelles, Associations de diplômés • Développer les services, la gestion des CV et la recherche d'emplois, la gestion des compétences / bilan de compétence, la création d'une zone d'échanges étudiants
Force majeure	Publication d'un règlement interne détaillé et instructif	Accompagnement soutenu dans la démarche de l'insertion professionnelle	Dépenses minimales grâce au sponsoring	Plateforme Internet adéquate et attrayante
Faiblesse majeure	Site Internet décousu et peu attractif	Aide au placement peu développée	Antenne téléphonique irrégulière	Structure non estudiantine : effort de crédibilité plus soutenu

Prestations

Tous les services de placement interrogés proposent de mettre en relation les étudiants et les entreprises dans une optique d'aide à l'intégration professionnelle des jeunes. Seul le bureau de placement de l'Université de Genève cible les jobs d'étudiant à savoir les missions d'ordre temporaires et à temps partiel.

Le Centre Uni-Emploi est la seule structure à proposer une aide à l'orientation individuelle des étudiants et à organiser des ateliers ou des conférences tant sur le domaine de l'emploi que sur les démarches de recherche d'emploi.

Quant à l'association HEC-Espace-Entreprise, elle a trouvé un excellent moyen de conjuguer le prix Stratégis en partenariat avec Bilan avec l'organisation de stages. En effet, le prix Stratégis donne une image très professionnelle et sérieuse auprès des entreprises, ce qui augmente la crédibilité de l'association et lui amène une certaine notoriété.

En ce qui concerne les prestations annexes, Business2School y trouve un bon moyen de financement en proposant l'option Visibility permettant aux entreprises de faire leur publicité sur le site Internet de l'association contre une contribution financière annuelle. HEC-Espace-Entreprise étend quant à lui son offre de stages en faisant un partenariat avec l'association lagora, spécialiste des stages à l'étranger.

Il est à noter que chaque organisme informe les étudiants et les entreprises par le biais de divers documents sur les domaines juridiques, sociaux, scolaires et professionnels.

Marché / Clients

Sur le marché des stages et du premier emploi, le Centre Uni-Emploi et HEC-Espace-Entreprise s'accordent tous les deux à dire que l'offre proposée par les entreprises est de plus en plus florissante. A tel point que selon la présidente de HEC-Espace-Entreprise, la demande ne répond plus à l'offre. Cela n'est évidemment pas un problème de masse critique chez les étudiants, mais plutôt un problème de décalage entre l'offre proposée et la demande souhaitée. En effet, les stages offerts par les entreprises sont souvent d'une durée de 3 à 6 mois, cela pose problème avec le programme académique des universitaires qui ne leur permet pas une absence si longue. Ainsi, comme nous le fait remarquer Monsieur Philippe Güdemann de Business2School, il y a une importante inadéquation entre les exigences du monde professionnel et les exigences du monde académique.

En ce qui concerne le marché des jobs d'étudiant, la tendance est à la professionnalisation des tâches et au développement du travail étudiant dans la branche de l'informatique et de la bureautique comme le constate Madame Steiner du bureau de placement de Genève.

Des trois bureaux universitaires, le bureau de placement de l'Université de Genève et l'association HEC-Espace-Entreprise ont choisi d'élargir leur public cible à une Haute Ecole Spécialisée, ceci dans un souci d'accroissement de la demande estudiantine.

Concurrence

Des quatre services de placement interrogés, seul le bureau de placement de l'Université de Genève constate assurément que son bureau est confronté à une véritable concurrence directe ou indirecte. Cela n'est pas étonnant puisque sur le canton de Genève, quelques structures indépendantes se sont spécialisées dans les jobs pour étudiant.

Pour Business2School qui ne dépend pas d'une université, la difficulté est de se faire intégrer auprès des universitaires qui bénéficient déjà d'une aide offerte par leur établissement.

Marketing

Des quatre bureaux, tous organisent des animations ponctuelles au sein de l'université afin de promouvoir le service et concerner les étudiants quant à leur avenir professionnel. L'affichage, le mailing, les flyers et les publications de prospectus sont des valeurs sûres auprès de ce public cible. A noter que le Centre Uni-Emploi et HEC-Espace-Entreprise utilisent des méthodes originales pour intervenir auprès des étudiants : le premier intervient épisodiquement durant les cours pour présenter les nouvelles activités du bureau et le deuxième utilise comme moyen de promotion des marques pages faisant également office de règles.

Les techniques de démarchage utilisées pour les entreprises sont couramment plus onéreuses puisque des quatre bureaux, trois utilisent comme moyen de promotion les médias tels que les journaux, les annuaires ou la radio. Deux bureaux ont choisi d'informer les entreprises à l'aide de newsletters éditées généralement trois fois dans l'année. De plus, la majorité utilise un mailing ciblé.

Quant au positionnement, seul le bureau de placement de l'Université de Genève a choisi d'apporter une aide aux étudiants pour les aider à financer leurs besoins quotidiens (première raison évoquée par les étudiants dans le choix d'une activité rémunérée).

En ce qui concerne le partenariat, il ressort clairement que seules les associations en font usage. La raison est que pour ces deux entités, les partenaires font plutôt office de sponsors et leurs permettent de disposer de ressources nécessaires pour couvrir les dépenses de l'association. Dans le cas de l'université de Genève, les deux bureaux sont considérés comme des prestations annexes de l'université et sont financés presque intégralement par celle-ci.

Organisation

HEC-Espace-Entreprise et B2S ont choisi de proposer leurs services uniquement par le biais d'une plateforme Internet. Inversement, le bureau de placement et le Centre Uni-Emploi ont favorisé la double structure « bureau de placement et site Internet ». La raison vient du fait que pour les deux premières associations, le coût d'une plateforme Internet est nettement inférieur à celui d'un bureau de placement nécessitant une main d'œuvre supplémentaire et une antenne téléphonique permanente.

D'ailleurs, les structures mixtes engagent principalement des employés qualifiés, voir hautement qualifiés (Centre Uni-Emploi). Les deux associations quant à elles, favorisent l'engagement d'étudiants ce qui leur permet de réduire leurs coûts salariaux.

On remarque également qu'aucun de ces services de placement n'assure le suivi de la relation contractuelle. Leur mission est simplement de mettre en relation les étudiants et les entreprises sans rentrer dans le cadre du placement à proprement parler.

Seul le bureau de placement de l'Université de Genève renseigne les étudiants et les entreprises sur les lois du travail par le biais d'un règlement.

Politique de prix

Chaque organisme annonce ses services comme entièrement gratuit pour les étudiants. Toutefois, Madame Steiner du bureau de placement de l'Université de Genève, précise que pour le présent établissement, les étudiants s'acquittent d'une contribution de CHF 60.- dans leurs frais d'écologie de début d'année afin de cotiser les services annexes de l'université.

Quant à la politique de prix pour les entreprises, seuls le Centre Uni-Emploi et B2S ne font pas payer la mise en relation. Le bureau de placement sollicite une cotisation annuelle de CHF 120.- aux entreprises et de CHF 30.- aux employeurs privés. Identiquement, HEC-Espace-Entreprise fait payer un émolument de CHF 400.- au placement.

Il est à préciser qu'afin de combler la gratuité de la mise en relation, B2S propose aux entreprises de devenir membre de l'association et de bénéficier d'une visibilité sur la plateforme Internet moyennant une cotisation de CHF 200.- par année. Elle propose également une option « Visibility » qui permet aux entreprises d'être visibles dans l'espace étudiant et de bénéficier d'une page de présentation en contrepartie d'une cotisation annuelle de CHF 1'000.-.

Projet de développement

Trois services de placement souhaitent développer leurs services à l'avenir. Il s'agit du bureau de placement de l'Université de Genève en apportant une présélection des dossiers des étudiants, de l'association B2S en proposant une gestion des CV, des compétences et en permettant aux étudiants de réseauter sur une zone d'échanges et enfin, le Centre Uni-Emploi en développant de nouvelles conférences ciblées sur les stages.

Forces et Faiblesses majeures

Le Bureau de placement de l'Université de Genève

Les forces majeures de ce bureau sont en premier lieu, de répondre à la préoccupation première des étudiants qui est : « Comment financer mes études et mes frais quotidiens ? ». Puis, grâce à l'aide financière obtenue de l'université de Genève, il lui est possible de développer son marketing ainsi que d'avoir une double structure assurant une visibilité élargie et une antenne permanente. Finalement, elle bénéficie d'un règlement interne qui informe les utilisateurs tant sur la nécessité du respect des lois du travail que sur les salaires octroyés généralement aux étudiants dans différents domaines.

Sa principale faiblesse est de présenter un site Internet décousu et dépassé.

Le Centre Uni-Emploi

On peut citer dans ses forces, un réel accompagnement personnalisé des étudiants dans leur démarche d'insertion professionnelle par des ateliers, des conférences et des entretiens individuels. De plus, le centre présente une main d'œuvre hautement qualifiée ainsi qu'une bonne visibilité sur le site universitaire par sa double structure et sa promotion intensive.

Quant à ses faiblesses, on peut noter que le Centre Uni-Emploi ne développe pas particulièrement le placement de ses étudiants pour les stages et le premier emploi. De plus, la main d'œuvre hautement qualifiée coûte très chère à l'université.

HEC-Espace-Entreprise

L'association a choisi de se spécialiser dans deux domaines ce qui lui permet d'être performante et de ne pas s'égarer dans plusieurs domaines. Ainsi, l'organisation du prix Stratégis en partenariat avec Bilan lui permet dans un premier temps, de se faire connaître auprès des milieux économiques puis grâce à la crédibilité acquise, de proposer aux entreprises sa seconde prestation : l'organisation de stages. A ce propos, HEC-Espace-Entreprise est le seul des services de placement étudiés à proposer des stages à l'étranger par le biais d'un partenariat. L'association possède également un très bon dossier de sponsoring ce qui lui permet de couvrir ses dépenses faute de subventions financières accordées par l'université de Lausanne qui possède déjà sa propre structure de placement.

Les désavantages de l'association sont les suivants : Premièrement, l'organisation reste informelle par rapport aux autres bureaux de placement. En effet, étant donné que ce sont uniquement des étudiants qui gèrent le service, il n'est pas possible pour ceux-ci d'assurer une permanence téléphonique. De plus, ce type d'association peut décourager certaines entreprises estimant que le degré de professionnalisme qu'il trouve dans un service de placement privé ne se retrouvera pas au sein de l'association. Enfin, l'émolument de CHF 400.- peut également inciter les entreprises à opter pour une autre stratégie de recherche d'étudiants.

Business2School

Les forces majeures de Business2School sont d'une part son site Internet : en effet, l'association a développé une plateforme Internet entièrement automatisée, au contenu aéré et attrayant. Cela lui permet d'employer une main d'œuvre réduite contrairement aux autres protagonistes. D'autre part, elle réussit à étendre son réseau de partenaires aux associations économiques et professionnelles de Romandie, aux Hautes Ecoles par le biais de la HES-SO et aux entreprises de Suisse Romande. Elle sait également diversifier ses prestations en offrant des services payants de visibilité aux entreprises.

En revanche, sa principale faiblesse est qu'elle ne bénéficie pas de l'appui d'un établissement universitaire, qui permet une communication plus facile auprès des étudiants et la possibilité de rendre certaines manifestations obligatoires. En effet, étant donné que les universités ont leur propre structure d'aide à l'insertion professionnelle, il est difficile pour B2S d'entrer en collaboration avec ces établissements.

3.7. Aperçu de la clientèle cible

La clientèle cible du service de placement se déclinerait en deux acteurs principaux :

- ∂ Les demandeurs d'emploi : les étudiants de l'HEVs
- ∂ Les offreurs d'emploi : les entreprises, les privés

Les étudiants de l'HEVs

Le service de placement s'adresserait principalement aux étudiants de la Haute Ecole Valaisanne de Sierre et de Sion.

Ces jeunes femmes et ces jeunes hommes âgés en moyenne de 19 à 30 ans vivent une période charnière de leur vie, c'est-à-dire le passage de la vie scolaire à la vie professionnelle.

Ils recherchent pour la plupart une activité rémunérée ou une expérience professionnelle annexe à leurs études. En dehors du fait que ces activités professionnelles leur apportent une certaine expérience, elles leur permettent de financer aussi bien leurs loisirs que leurs frais quotidiens tels que le loyer, la nourriture, les frais d'étude et de déplacement.

Le service de placement de l'HEVs permettrait ainsi de les aider à accéder aux ressources nécessaires à leur insertion dans le monde professionnel

Les entreprises, les privés

Le service de placement s'adresserait également aux personnes privées, aux entreprises ou aux institutions, quelque soit leur secteur d'activité. Il permettrait de répondre à leurs attentes et besoins en matière d'engagement de personnel jeune et qualifié. Les avantages pour l'entreprise d'engager un jeune étudiant du degré tertiaire sont qu'en plus d'apporter un dynamisme nouveau à l'entreprise, les étudiants engagés sont souvent plus dégourdis avec les nouvelles technologies, s'adaptent en principe rapidement à un nouvel environnement et assimilent facilement de nouvelles notions. De plus, les étudiants ont une grande aptitude à travailler en dehors des horaires habituels. En effet, on les retrouve souvent dans les activités lucratives exercées durant le week-end, le soir ou occasionnellement la nuit.

3.8. Concurrence¹³

Sur le marché valaisan, il est à préciser que mis à part la presse ou les entreprises elles-mêmes, peu de services de placement privés ou de sites dédiés au placement s'intéressent réellement au marché de l'emploi pour étudiants.

Les techniques de recherche d'emploi privilégiées par les étudiants de l'HEVs sont les offres spontanées et le bouche à oreille par le biais de relations personnelles. En ce qui concerne la recherche de candidats des entreprises, elles plébiscitent les annonces par voie de presse et le bouche à oreille par les relations personnelles. Ainsi, on remarque que peu de recruteurs ou de postulants font véritablement appel à un service de placement. Les raisons principales sont d'une part le coût d'un tel service et d'autre part le manque d'intérêt pour les jobs d'étudiants en Valais.

Sur le marché de l'emploi des étudiants en Valais, on répertorie deux organismes principaux :

- o VS-link
- o Visa Centre

VS-link

VS-link est un projet émanant de l'Etat du Valais afin de réduire l'expatriation des compétences. Ce réseau s'adresse principalement aux valaisans hautement qualifiés, aux étudiants valaisans du degré tertiaire (en et hors Valais), aux représentants des entreprises, des instituts de formation et de recherche établis dans le canton du Valais. Le but est de favoriser les échanges entre les différents protagonistes et de les faire participer au développement économique du canton. VS-link propose différents services dont la prestation « Bourse d'offre-demande d'emplois, de stages, de travaux de diplôme et de recherche » qui permet de consulter les offres d'emploi sur le marché valaisan.

Actuellement, VS-link est en phase de construction et ceci jusqu'en octobre 2007. De plus, durant les premiers mois, VS-link passera par une phase test qui déterminera si l'organisme

¹³ Sources : Site Internet VS-link : <http://www.vslink.ch/>
Brochure Visa Centre
Swiss Up Focus on learning, Jobs> Aperçu de l'offre d'emploi en ligne

suscite réellement un intérêt auprès de ses publics cibles. Ainsi, ce réseau ne constituerait pour l'instant pas une concurrence directe pour le service de placement de l'HEVs. Cependant, si ce projet devait être une réussite, cet organisme deviendrait vite un concurrent à ne pas sous-estimer. C'est pourquoi, je proposerais aux responsables du service de placement de l'HEVs de prendre contact avec cet organisme afin de discuter d'un éventuel partenariat.

Visa Centre

Visa Centre a été créé par les associations d'anciens élèves des collèges des Creusets, de la Planta et de l'école supérieure de commerce de Sion. Il s'agit d'une organisation à but non lucratif qui aide les étudiants âgés de plus de 17 ans à trouver un job d'été. Le bureau s'occupe uniquement de la mise en relation et demande une participation de CHF 7.- aux étudiants pour les tâches administratives. Malgré l'agrément du Département de l'éducation, de la culture et des sports du canton du Valais, Visa-Centre est indépendant et ne reçoit aucune subvention.

Ce bureau ne serait pas réellement un concurrent direct du service de placement de l'HEVs ; d'une part, il ne propose que des jobs d'été (en effet, le bureau n'est ouvert que de mi-février à mi-juin, le mercredi de 16h00 à 18h00) et d'autre part, il s'adresse principalement aux étudiants du degré secondaire. De plus, Visa-Centre n'offre aucune plateforme Internet.

Ainsi, la concurrence du bureau de placement est essentiellement indirecte et elle est représentée par quatre acteurs principaux :

- ∂ La presse
- ∂ Les entreprises elles-mêmes
- ∂ Les services de recrutement en ligne
- ∂ Les agences de placement privées

La presse

La presse est une des principales sources d'offres d'emploi en Valais. En effet, elle permet à l'entreprise grâce aux journaux régionaux tel que le Nouvelliste de déposer leurs annonces et d'atteindre un large public. L'avantage est que le coût de dépôt d'une annonce est généralement moins élevé que celui d'un service de recrutement en ligne ou des agences de placement privées.

En revanche, il est très rare de trouver des annonces pour des stages ou des travaux de recherche appliquée.

Les entreprises

Les entreprises de grande taille et parfois de moyenne taille ont souvent leur propre programme de stages ou de travaux de fin d'études. Ainsi, la BGVs engage chaque année des étudiants pour un stage d'été d'une durée de 4 semaines ou pour un travail de fin d'études. Les étudiants peuvent trouver tous les renseignements nécessaires sur son site Internet. Il en est de même pour ses concurrents UBS et Crédit Suisse ou pour les sociétés Swisscom, Syngenta, PWC, Alcan, etc.

Il faut noter que certaines entreprises exigent une à deux années d'études avant de pouvoir intégrer un programme.

Généralement, les entreprises publient les offres d'emplois vacants sur leur site Internet en parallèle à d'autres stratégies de recrutement telles que la presse, les agences de recrutement en ligne, etc. Certaines entreprises offrent également la possibilité aux candidats de poster leurs offres spontanées sur le site Internet.

Les services de recrutement en ligne

En ce qui concerne les offres de stages ou de jobs d'étudiants, peu de services de recrutement en ligne et notamment en Suisse s'y intéressent réellement comparé à nos voisins français où l'offre y est conséquente.

Toutefois, quelques sites proposent des offres mais essentiellement sur le canton de Vaud et le canton de Genève. C'est le cas d'adosJob (sponsorisé par Adecco et Nestlé), B2S, etudiants.ch, jobup.ch, pourvousaider.ch, Adecco, jobpilot.ch, jobscout24, monster.ch, Jobpilot (racheté par Adecco).

Le principal inconvénient de ces bourses on-line pour étudiants est que l'offre proposée est souvent réduite et localisée hors du canton du Valais. De plus, la contribution demandée aux entreprises pour poster leurs annonces est souvent cher payée.

L'avantage est qu'en règle générale, ces sites peuvent offrir des prestations annexes. En effet, certains proposent aux candidats de mettre en ligne leur CV ou de bénéficier d'un mailing personnalisé. D'autres sites permettent d'accéder à des profils d'entreprises ou des informations sur le monde du travail et les techniques de recherche d'emploi.

Les entreprises de placement privées

En ce qui concerne les entreprises de placement privées, tels que Adecco, Manpower, etc., le marché des petits jobs est de plus en plus intéressant au vu des résultats obtenus par l'OFS affirmant que plus de 75% des étudiants à plein temps exercent une activité rémunérée. Toutefois, les offres proposées sont souvent des postes non qualifiés, tels que vendeur dans un commerce, manutentionnaire, etc.

L'inconvénient majeur de ces agences de placement est que bien souvent un engagement direct entre l'employeur et l'employé est plus intéressant en vue de la commission généralement onéreuse qui est prélevée par le bureau.

3.9. Diagnostique de l'analyse du marché

OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none">- Réel intérêt des étudiants- Intérêt probable des entreprises- Pas de concurrence directe (sur le marché valaisan)- Partenariat possible avec des services de placement estudiantins	<ul style="list-style-type: none">- Conjoncture- Difficulté à faire correspondre les exigences du monde professionnel au monde académique- Habitude du recours au bouche à oreille

OPPORTUNITES

Réel intérêt des étudiants

Au vu de l'étude de marché réalisée auprès des étudiants avec 90% d'intérêt à la mise en place d'un service de placement propre à l'HEVs, on peut largement en déduire que la population estudiantine souhaite que ce projet soit mis sur pied afin de profiter d'une aide ciblée.

Intérêt probable des entreprises

Si on observe les conclusions obtenues dans l'enquête effectuée auprès des entreprises, on constate que malgré le fait que les résultats de cette étude soient uniquement des tendances, plus de 2/3 des entreprises échantillonnées sont intéressées à la mise en place d'un service d'aide au placement de l'HEVs. D'ailleurs, 75% des entreprises souhaitent engager ou réengager un étudiant issu de la Haute Ecole Valaisanne. Ces résultats bien distincts pourraient se confirmer lors d'une enquête quantitative.

Peu de concurrence directe

Comme analysé sous le point « Concurrence », il existe à l'heure actuelle uniquement une concurrence indirecte, tels que les quotidiens, les services de recrutement en ligne et quelques agences de placement. Toutefois, soit ces entreprises ne sont pas spécialisées dans le placement d'étudiants, soit elles ne s'intéressent pas au marché valaisan.

Il faut cependant rappeler que l'organisme VS-link pourrait, à l'avenir, se développer sur le marché du service de placement de l'HEVs. C'est pourquoi si ce réseau devait réussir à faire ses preuves, il serait intéressant pour la direction de réfléchir à un éventuel partenariat.

Partenariats possibles avec d'autres services de placement estudiantins

Au cours de mes entretiens avec les responsables de bureaux de placement estudiantins, deux associations m'ont fait part de leur enthousiasme et intérêt en vue d'un partenariat pour ce nouveau projet. Il s'agit de HEC-Espace-Entreprise et de Business2School.

Le partenariat envisageable avec Business2School sera décrit plus amplement dans la partie « Plan d'action ». Quant au premier, il s'agirait de se partager les offres de stage afin de permettre aux étudiants de l'HEVs d'effectuer un stage en Suisse Romande et aux étudiants de HEC Lausanne de trouver une correspondance en Valais. Il faut toutefois préciser que rien de concret n'a été défini pour le moment.

MENACES

Conjoncture

Dans l'analyse des activités des jeunes du degré tertiaire, on constate que le marché de l'emploi des étudiants varie fortement en fonction de la conjoncture. Ainsi, une mauvaise conjoncture fait tendre à la baisse le taux des jeunes actifs occupés et vice versa. Il n'existe malheureusement aucune solution contre ce type de menace, mis à part une prospection accrue auprès des milieux économiques.

Difficulté à faire correspondre les exigences du monde professionnel au monde académique

Selon les responsables des bureaux estudiantins se préoccupant de la mise en relation entre étudiants et entreprises, la principale difficulté est de faire concorder les exigences et attentes des milieux économiques avec celles du milieu estudiantin. En effet, il arrive

fréquemment que les entreprises proposent des offres de stage d'une durée de 3 à 12 mois, ce qui ne correspond pas aux plages libres et congés dont disposent les étudiants.

Habitude du recours au bouche à oreille

Que ce soit du côté des entreprises ou des étudiants, le constat est clair : le recours aux relations personnelles joue un rôle primordial dans la recherche d'un candidat ou d'un emploi. Le bouche à oreille est une méthode de recherche d'emplois et de stages qui fait ses preuves. En effet, 57% des entreprises et 65% des étudiants disent avoir recours à cette valeur sûre. Elle est d'ailleurs la première stratégie déterminante pour l'obtention d'un emploi pour étudiant.

CONCLUSION

Dans le paysage universitaire, chaque établissement dispose d'un service d'aide au placement ou d'aide à l'orientation. Au vu du succès de ces services, il paraît opportun que les HES développent leur propre politique d'intégration professionnelle des étudiants. D'ailleurs, la HES-SO¹⁴ a pris position en faveur de l'association Business2School qui permet aux étudiants et milieux économiques de développer leurs échanges en vue de la conclusion d'un contrat pour un stage, travail de diplôme ou une première expérience professionnelle pour les diplômés.

Actuellement, plusieurs éléments laissent présager l'utilité d'un service de placement propre à la Haute Ecole Valaisanne. En effet, au vu des résultats encourageants obtenus auprès des étudiants et des entreprises, de l'appréciation positive du marché par les responsables des services de placement étudiants et de l'actuelle concurrence directe négligeable, la mise en place d'un service de placement ne serait pas inutile et vain.

¹⁴ Source : Communiqué de presse, « La Haute école spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO) intensifie sa collaboration avec le projet B2S », le 25 avril 2005

4. PLAN D'ACTION

Le plan d'action va permettre de déterminer quelle structure et quelles hypothèses d'organisation sont les plus adéquates à la Haute Ecole Valaisanne pour la mise en place du service de placement.

4.1. Prestations principales offertes

Les prestations énumérées ci-dessous répondraient aux attentes des étudiants et des entreprises analysées lors de l'étude de marché. Le service de placement proposerait dans un premier temps deux types de prestations principales bien distinctes :

- 1) La mise en relation des différents acteurs par le biais d'une interface Internet offrant trois bourses d'emploi distinctes :
 - ∂ La bourse aux stages / mandats
 - ∂ La bourse aux travaux de diplôme
 - ∂ La bourse aux jobs d'étudiant (emplois temporaires ou à temps partiel)
- 2) La recherche de parties contractantes et la présélection automatique des CV d'étudiants

Etant donné que ma mission est d'analyser uniquement les possibilités d'emplois durant la formation des étudiants, je n'ai pas pris en compte la bourse aux premiers emplois pour les diplômés de l'établissement. Il va de soi que si le service de placement devait être créé, cette prestation primordiale serait ajoutée à la mise en relation.

4.1.1. La mise en relation des différents acteurs

La mise en relation s'effectuerait par le biais d'une plateforme Internet. Elle permettrait de mettre automatiquement en relation les étudiants de l'HEVs et les entreprises ou privés intéressés par un premier contact.

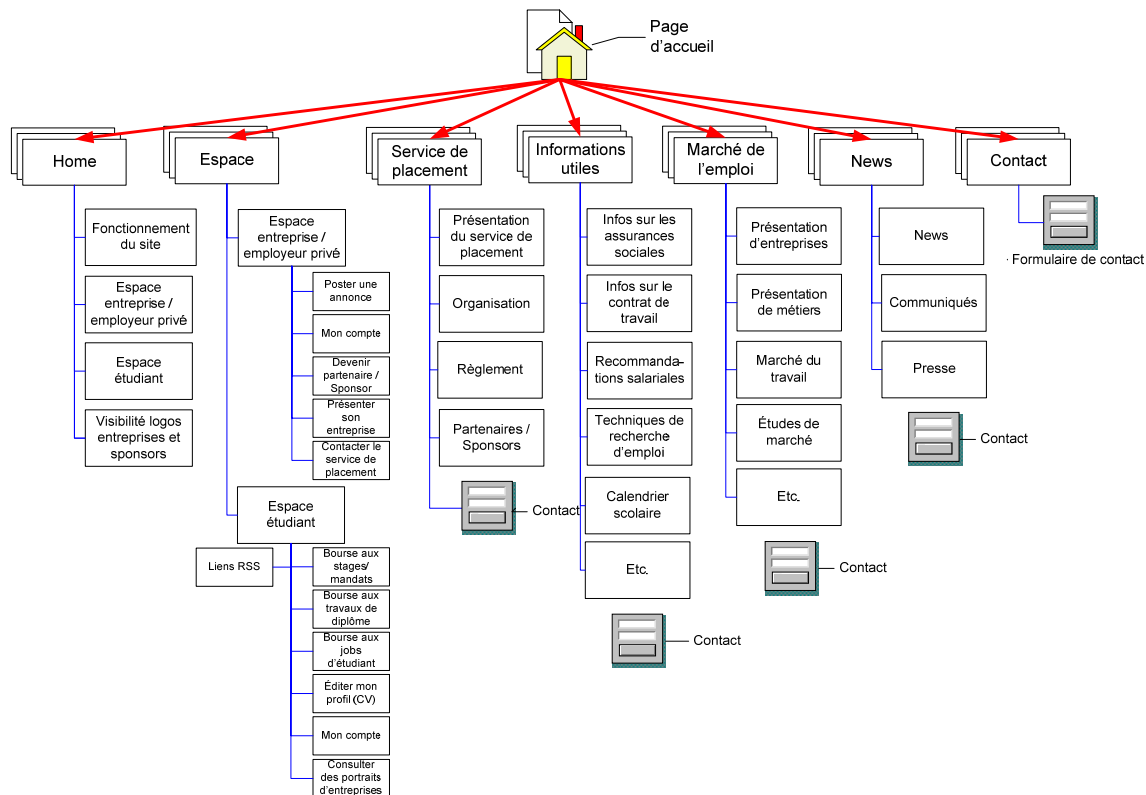
Le service de placement s'engagerait à procurer aux différents acteurs la mise en relation, la présélection des étudiants et des conseils et informations sur les points juridiques, sociaux, scolaires et professionnels.

La mise en relation s'effectuerait de la manière suivante : La plateforme Internet recueillerait les offres d'emploi des entreprises ou des privés qu'elle mettrait à disposition des étudiants de l'HEVs. Les annonces des employeurs seraient remplies par le biais d'un formulaire. Ainsi, la demande pourrait atteindre l'offre. Du côté des étudiants, ceux-ci pourraient consulter librement les annonces postées par les employeurs et affiner leur choix à l'aide de filtres.

De cette manière, le service de placement assurerait la mise en relation mais ne se préoccuperait pas du placement. Cela éviterait ainsi la négociation entre l'entreprise et l'étudiant des conditions salariales, sociales et du contenu du poste.

La plateforme Internet serait bien sûr sécurisée et afin de conserver la confidentialité du site, il serait demandé aux étudiants de ne pas divulguer les offres des entreprises à des personnes qui ne sont pas affiliées au service de placement. Les étudiants auraient un accès protégé pour se mettre en relation avec l'employeur et obtenir son adresse. Quant aux entreprises, elles auraient le choix d'afficher le nom de la société ou non.

Ci-après, j'ai imaginé **l'arborescence de la plateforme Internet** afin de concrétiser les prestations offertes :



La diffusion d'offres d'emploi au sein de l'HEVs permettrait aux étudiants de leur simplifier l'accès à de réelles occasions d'engagement et permettrait également aux entreprises de cibler plus pertinemment leurs offres d'emploi, contrairement à la parution d'une annonce dans un quotidien.

4.1.1.1. La bourse aux stages / mandats¹⁵

Beaucoup de recruteurs ou d'employeurs s'accordent à dire que les stages professionnels sont un élément capital de décision lorsqu'il faut départager plusieurs jeunes postulants. En effet, le stage regroupe deux qualités essentielles : premièrement, il permet de confronter l'étudiant à la réalité du monde professionnel en lui permettant d'enrichir son bagage scolaire à l'aide de compétences pratiques. Deuxièmement, il permet non seulement à l'entreprise de bénéficier d'un apport intellectuel et des connaissances des dernières tendances dans sa

¹⁵ Sources : Université de Genève, « Mémento des stages HEC »
Unil, « Guide du stage », Auteur : Photisone Vanvilay, psychologue du travail

branche d'activité mais aussi de développer des projets novateurs ou des idées laissées en suspens.

Le stage permet essentiellement à l'étudiant de se former ou de se perfectionner dans son domaine d'étude ainsi que de se conforter sur le choix de sa formation. Grâce à cette expérience, son entrée dans la vie active à la fin de ses études sera facilitée.

On distingue principalement deux types de stages :

Les stages d'immersion

Généralement de courte durée (de 2 jours à 3 semaines), ils permettent de se familiariser avec le fonctionnement d'une entreprise ou d'un métier. Généralement, le stagiaire n'a pas de responsabilités et observe essentiellement le travail des employés ou des responsables. Les tâches demandées ne nécessitent pas de qualifications particulières et sont rarement rémunérées.

Les stages professionnels

Ces stages demandent plus de qualifications à l'étudiant et lui permettent de collaborer dans des projets de l'entreprise. L'avantage est que ces stages concèdent une expérience professionnelle significative pour l'étudiant et lui permettent de se faire une meilleure idée du secteur auquel il se prédestine. De plus, ils sont souvent un ticket d'entrée dans les entreprises pour des postes fixes à la fin de la formation. Leur durée s'étend habituellement sur une période de 3 à 12 mois et le stage est généralement rémunéré entre CHF 500.- et CHF 5'000.- selon le secteur, les responsabilités et les compétences demandées.

Suite à l'enquête effectuée auprès des étudiants de l'HEVs, j'ai pu remarquer l'attrait que suscitaient les stages à l'étranger. Ainsi, je proposerais qu'en plus des stages offerts en Valais (et en Suisse Romande par le biais de B2S), le service de placement offre la possibilité de les faire également à l'étranger. En effet, ceux-ci permettraient à l'étudiant de développer sa capacité d'adaptation, d'améliorer ses connaissances linguistiques et de comparer l'organisation et les méthodes de travail des entreprises suisses à l'organisation et aux méthodes étrangères.

Etant donné que plusieurs associations se sont développées et spécialisées dans ce domaine, je pense que la meilleure solution serait un partenariat avec une de ces associations professionnelles qui assurerait le placement et les directives quant aux

démarches administratives. Ainsi, le rôle du service de placement serait uniquement de publier quelques offres sur sa plateforme Internet issues du site Web de l'association et d'aiguiller les étudiants vers cette affiliation.

Les associations qui seraient intéressantes en vue d'un partenariat seraient :

Swiss Occidental LEONARDO (SOL) , antenne suisse romande dont les bureaux sont situés à Sion, active dans le placement d'étudiants ou de diplômés dans des entreprises européennes. L'organisation octroie également une bourse afin de compléter l'indemnité des entreprises.

Ainsi que **laeste**, une organisation internationale qui propose des stages professionnels dans le domaine de la technique, de l'informatique et de la chimie dans plus de 80 pays au monde.

En ce qui concerne les mandats, ils consisteraient à réaliser une étude ou une mission proposée par une entreprise afin de résoudre un problème ou de mettre en pratique un projet. Ils permettraient ainsi d'appliquer les concepts et les connaissances théoriques acquises durant la formation HES.

4.1.1.2. La bourse aux travaux de diplôme

Les travaux de diplôme interviennent à la fin du cursus scolaire. Ils consistent à traiter un sujet pratique en lien avec la formation suivie par l'étudiant. Généralement, le travail se fait en collaboration avec une entreprise qui lui soumet un problème ou un projet en suspens. L'étudiant va alors analyser la situation de départ et contribuer à la résolution du problème en apportant des solutions concrètes en lien avec le secteur d'activité.

L'inconvénient est qu'actuellement ces travaux de diplôme sont encore relativement méconnus des entreprises valaisannes.

Au sein des bureaux de placement, seul business2school s'y est vraiment intéressé. Ainsi, grâce au service de placement de l'HEVs, cette dernière bourse d'emploi pourrait dès lors susciter l'intérêt des entreprises par sa présence sur la plateforme Internet.

4.1.1.3. La bourse aux jobs d'étudiant ¹⁶

Les petits jobs intéressent de plus en plus les étudiants. En effet, avec une propension à la réduction des aides financières de l'Etat octroyées aux personnes en formation et avec le besoin de financer les frais quotidiens, les étudiants occupent de plus en plus des emplois à temps partiel ou temporaires durant leurs congés. D'ailleurs, le nombre d'étudiants travaillant à temps partiel, s'est accru de 41,9% entre 1991 (80'000 étudiants) et 2005 (114'000 personnes en formation).

Cette activité est source de nombreuses conséquences et tient une place primordiale dans la vie des étudiants : premièrement, elle permet d'obtenir un revenu d'appoint et représente une source de financement (première raison citée dans l'enquête auprès des étudiants). Deuxièmement, elle est l'occasion d'expériences professionnelles souvent utiles à la recherche du premier emploi et finalement, elle limite le temps accordé à la formation de l'étudiant.

Pour répondre à une demande croissante, des établissements du degré tertiaire ont mis en place des structures spécialisées facilitant la mise en relation d'étudiants et d'entreprises en matière de jobs temporaires. Le service de placement de l'HEVs pourrait également se spécialiser dans cette formule d'emploi.

Actuellement, Jeaninne Steiner, responsable du Bureau de placement de l'Université de Genève, constate que de plus en plus de personnes privées et d'entreprises font appel à un étudiant pour notamment des conseils en informatique, des répétitions de cours ou des tâches de secrétariat. Elle ajoute même que les emplois à temps partiel demandant plus de qualifications aux étudiants, prennent le pas sur les petits jobs répétitifs longtemps occupés par cette catégorie d'âge.

Du point de vue des entreprises, les structures plus importantes considèrent que les emplois temporaires des étudiants font partie d'une stratégie de recrutement : ils leur permettent fréquemment de découvrir de jeunes étudiants compétents en vue de les recruter suite à leur formation.

¹⁶ Sources : OFS, Vie active et rémunération du travail, « Le travail à temps partiel en Suisse »
Swiss Up Focus on learning, Jobs> Travailler pendant ses études ? Faites votre choix
Swiss Up Focus on learning, "Petits jobs : les bons plans"

De plus, les employeurs qui ont recours au temps partiel chez les étudiants peuvent en retirer des gains de productivité notamment en permettant l'ouverture prolongée de leur commerce (Comme vu précédemment, les personnes en formation ont souvent recours à des emplois aux horaires atypiques leur permettant de travailler le soir, la nuit ou le week-end).

Néanmoins, les inconvénients principaux du travail à temps partiel sont les frais fixes du poste de travail. Ils sont analogues à ceux du travail à temps plein tels que les frais administratifs, les frais de recrutement, d'infrastructure et de formation. De plus, pour les petites et moyennes entreprises qui engagent un étudiant un à deux jours par semaine, le travail temporaire requiert une organisation adaptée au suivi du travail.

Le site Internet Swiss Up – Focus on learning a publié en octobre 2001 dans son article « Petits jobs : les bons plans », une liste de jobs effectués par les étudiants.

En voici un extrait :

"Baby-sitting: De loin le petit job le plus prisé par les étudiants. Pourtant, la rémunération n'est pas géniale: 12 francs de l'heure pour une garde d'enfants le soir, pas de quoi pavoiser! Mais le baby-sitting a ses avantages: d'une part c'est une activité qui laisse la possibilité d'étudier tout en surveillant les enfants (s'ils dorment !); de l'autre, elle peut se combiner avec d'autres petits jobs accomplis durant la journée.

Enseignement: Les cours privés de mathématiques, d'allemand ou de français (suivant la région linguistique) sont les plus demandés. La fourchette des tarifs oscille entre 20 et 25 francs. Le remplacement d'un enseignant peut rapporter jusqu'à 85 francs de l'heure dans le secondaire. Mais il faut d'abord s'inscrire au Département cantonal de l'instruction publique.

Télémarketing: Un autre grand classique. De nombreuses institutions, comme Link, comptent presque exclusivement sur la flexibilité des étudiants pour faire des sondages par téléphone. Le salaire varie de 18 fr. 50 à 28 francs, selon l'ancienneté, les primes et les jours de travail. Attention toutefois, les emplois sont souvent du travail sur appel, ce qui implique d'être disponible en tout temps et de l'accepter.

Hôtellerie/restauration: le travail de réceptionniste offre parfois de quoi subvenir honnêtement à ses besoins. Dans le même domaine, bars et restaurants cherchent souvent barmans ou serveurs. (...)

Salons: Des manifestations comme les salons de l'auto, de l'horlogerie ou des multimédias cherchent beaucoup d'hôtesse. Celles-ci sont payées entre 24 et 30 francs selon les

marques qui les embauchent. Avantage principal : un gros gain sur une courte durée. Inconvénient: une bonne dose de stress et de fatigue. "

Ainsi, les catégories proposées par le service de placement pour les jobs d'étudiant se déclinaient de la manière suivante :

- ∂ Enseignement, éducation
 - Soutien scolaire
 - Cours de langue
 - Autres cours
 - Informatique
 - Cours d'informatique
- ∂ Installation de logiciel, composants, etc.
 - Autres services informatiques
- ∂ Administration, secrétariat
 - Secrétariat, téléphonie
 - Comptabilité, fiscalité (impôts, etc.)
 - Traduction
 - Autres services administratifs
- ∂ Marketing, vente
 - Etudes de marché, sondages, télémarketing
 - Distribution d'imprimés, etc.
 - Vente, commerce
 - Autres services dans la branche marketing, vente
- ∂ Hôtellerie, restauration, tourisme
- ∂ Manutention, sécurité, ingéniorat, chimie
- ∂ Aide à domicile, babysitting
 - Entretien de la maison
 - Babysitting
 - Entretien du jardin
 - Transport
 - Déménagement
 - Autres services à domicile
- ∂ Aide et santé
 - Personne de compagnie
 - Soins aux personnes âgées
 - Veille à domicile
 - Autres services

4.1.2. La recherche de parties contractantes et la présélection automatique des CV d'étudiants

Afin d'étoffer l'offre et la demande d'emploi sur la plateforme Internet, le service de placement s'engagerait à prospecter auprès des entreprises, institutions, associations de la région valaisanne et employeurs privés ainsi qu'auprès de tous les étudiants de l'HEVs (Voir les démarches au point 4.4 « Concrétisation sur le marché »). Cette partie est très importante car elle permet d'une part d'alimenter la plateforme Internet occasionnant par ce biais une image prospère du service, et d'autre part elle permet de couvrir les frais nécessaires au fonctionnement du bureau de placement.

Le concept de « présélection » est la principale valeur ajoutée des prestations offertes. En effet, des services de placement estudiantins que j'ai interrogés, aucun ne propose cette prestation. Leur rôle étant uniquement de faire la mise en relation entre les étudiants et les entreprises.

L'idée est simple : les étudiants intéressés remplissent un formulaire on-line précisant leur âge, formation, type d'emploi souhaité, expériences professionnelles, connaissances linguistiques et informatiques. Ces formulaires sont ensuite stockés dans une base de données. Lorsque l'entreprise poste une annonce sur la plateforme Internet, elle remplit également un formulaire qui à son tour est déposé dans une autre base de données. Ces deux bases sont ensuite mises en relation à l'aide de filtres instinctifs. Dans la mesure où les critères indiqués par l'entreprise correspondent à des profils d'étudiants, le système transmet automatiquement les CV par e-mail aux entreprises.

4.2. Prestations annexes offertes

Le service de placement pourrait également étoffer ses prestations phares avec des prestations annexes tels que :

- 1) La présentation d'entreprises
- 2) La mise à disposition de dossiers utiles aux utilisateurs
- 3) Selon la structure choisie : le conseil aux entreprises
- 4) La syndication des offres de B2S

Ces quatre prestations ne sont pas exhaustives et pourraient être complétées à l'avenir par d'autres prestations mentionnées entre autre dans le point « Développement futur envisageable ».

4.2.1. La présentation d'entreprises

Cette prestation toucherait trois acteurs principaux. Premièrement, elle serait source de promotion pour la Haute Ecole Valaisanne. En effet, en entretenant des liens avec les milieux économiques et professionnels valaisans, l'HEVs pourrait promouvoir ses formations et établir les exigences des entreprises quant aux compétences, connaissances et aptitudes demandées aux étudiants. Ceci coïnciderait parfaitement avec la politique des Hautes Ecoles Spécialisées qui est de former des spécialistes répondant aux besoins de l'économie. Deuxièmement, ces présentations permettraient aux entreprises de présenter leurs activités, leurs missions et objectifs ainsi que les postes qu'elles seraient disposées à offrir aux étudiants et diplômés. L'intérêt est qu'elles leur permettraient d'aller directement à la rencontre des jeunes. Troisièmement, elles offriraient aux étudiants la possibilité d'être mieux renseignés sur les secteurs auxquels ils se prédestinent et leurs permettraient de créer des premiers contacts avec les dirigeants ou les responsables des entreprises. Naturellement, cette prestation serait également une voie de promotion pour les services offerts par le service de placement.

La présentation d'entreprises se ferait par le biais de conférences à la Haute Ecole Valaisanne et aurait lieu dans un premier temps quatre fois par année. Cette périodicité permettrait de cibler chaque conférence pour un domaine de formation, c'est-à-dire :

- ∂ Une conférence destinée aux étudiants en Economie d'entreprise et en Informatique de Gestion avec des entreprises valaisannes choisies dans ces deux secteurs
- ∂ Une conférence destinée aux étudiants de l'Ecole Suisse du Tourisme avec des entreprises valaisannes issues du domaine du tourisme
- ∂ Une conférence réservée aux étudiants du domaine Sciences de l'Ingénieur avec également des entreprises issues du même domaine
- ∂ Une conférence réservée pour les étudiants du domaine Santé & Social avec des instituts choisis dans ces deux secteurs

Chaque conférence serait suivie d'un apéritif permettant aux intervenants et aux étudiants de réseauter.

Suite à ces soirées, les présentations seraient résumées par un collaborateur du service de placement et mises en ligne sur la plateforme Internet. Il va de soi que même les entreprises n'ayant pas participé à ces présentations mais souhaitant se faire connaître auprès des étudiants, pourraient remplir une fiche afin de présenter la société et ce qu'elle offre.

4.2.2. La mise à disposition de dossiers utiles aux utilisateurs

Cette deuxième prestation permettrait de renseigner les utilisateurs de la plateforme sur des thèmes relatifs aux :

- ∂ Marché de l'emploi avec la présentation d'entreprise on-line, la présentation de métiers et du marché de l'emploi actuel
- ∂ Obligations sociales et juridiques notamment sur les obligations administratives tels que l'AVS, les assurances obligatoires, les permis de travail pour les étrangers
- ∂ Dispositions de la loi sur le travail que les parties concernées doivent respecter
- ∂ Techniques de recherche d'emploi avec des conseils avisés sur le CV, la lettre de motivation, les entretiens d'embauche, etc.
- ∂ Recommandations salariales
- ∂ Etc.

4.2.3. Selon la structure choisie : le conseil aux entreprises

Si l'HEVs décide d'engager une personne qualifiée à mi-temps ou à plein temps, le service de placement pourrait bénéficier d'une antenne téléphonique qui permettrait à l'employé(e) d'informer gratuitement les entreprises sur les programmes d'études de l'HEVs, les compétences des étudiants, les obligations administratives ou autres interrogations. Cela permettrait d'être au plus proche de la clientèle et d'offrir un service personnalisé.

4.2.4. La syndication des offres de B2S

Si l'HEVs le désire, Business2School lui propose d'agréments les prestations par l'offre de syndication des données de B2S qui lui permettrait d'étendre les offres d'emploi au marché romand sans aucune prospection et sans aucune intervention du personnel. Ci-dessous, l'offre reçue de Business2School par le biais de M. Philippe Güdemann :



Syndication des offres de B2S

L'originalité du concept Business To School est de permettre aux entreprises, aux professeurs et aux étudiants de publier des demandes de stages / mandats, travaux de diplôme et First Job et d'être ensuite diffusé par le web.

La plateforme B2S met à disposition de la HEVs ses annonces de stages / mandats, travaux de diplôme, et First Job via la technologie RSS. Cette diffusion consiste en un flux d'information paramétrable : on peut par exemple afficher seulement les propositions de stage destinées aux étudiants. Ou alors afficher des demandes d'étudiants destinées aux entreprises.

Un simple script d'agrégation du flux (qui peut être fourni par B2S en fonction de la technologie) permet d'afficher de manière automatique ces annonces sur le site et ne demande pas d'intervention pour la mise à jour.

C'est un moyen très simple d'offrir une prestation supplémentaire sur un site à l'intention des visiteurs. Et de jouer un rôle de trait d'union entre le tissu économique et les étudiants.

Voir pour exemple l'affichage des annonces sur une réplique du site de la HEVs :

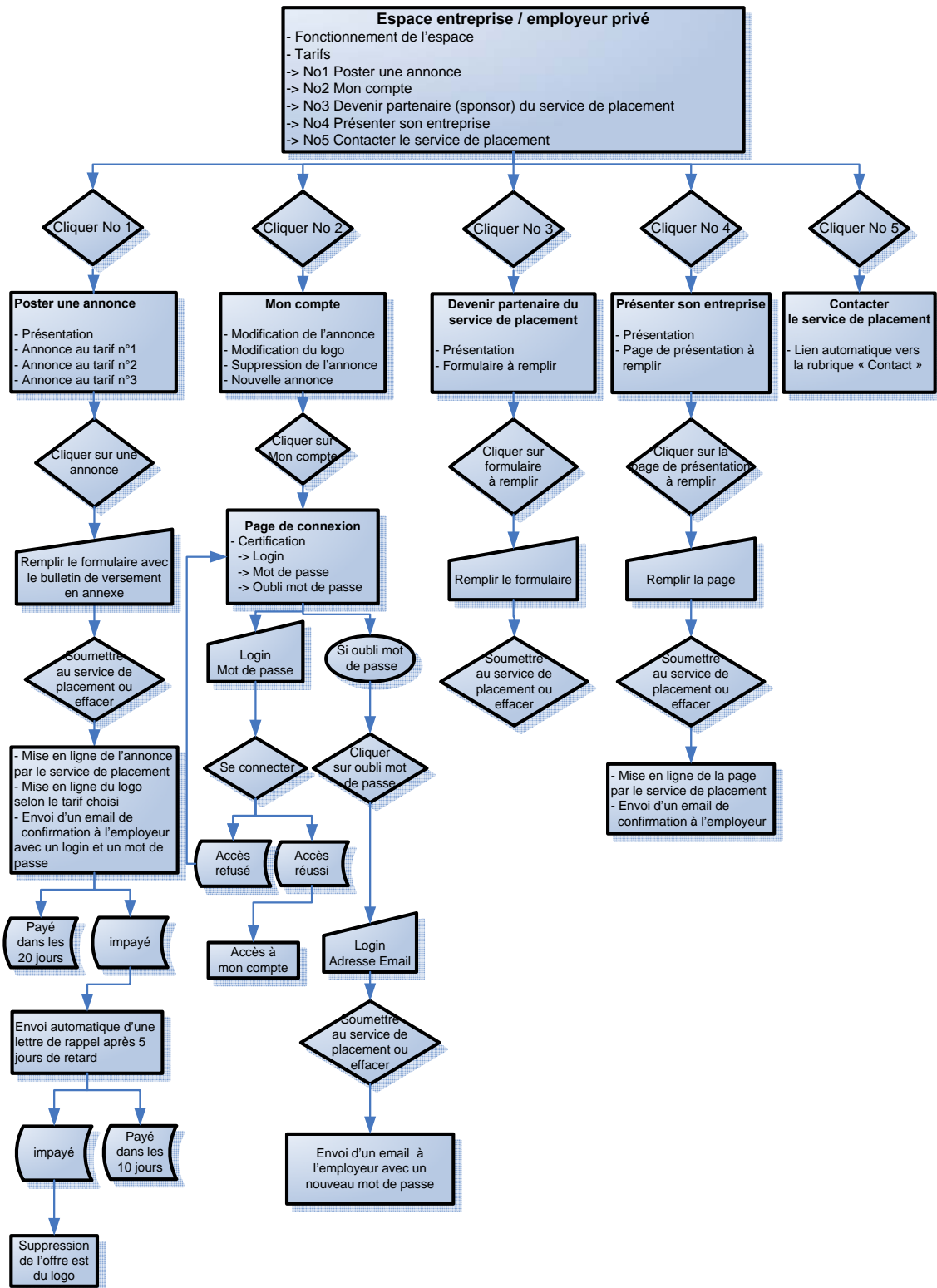
<http://www.b2s.ch/diplomehevs.php>

Voir pour exemple l'affichage des demandes d'étudiants sur le site de la Chambre de Commerce Vaudoise :

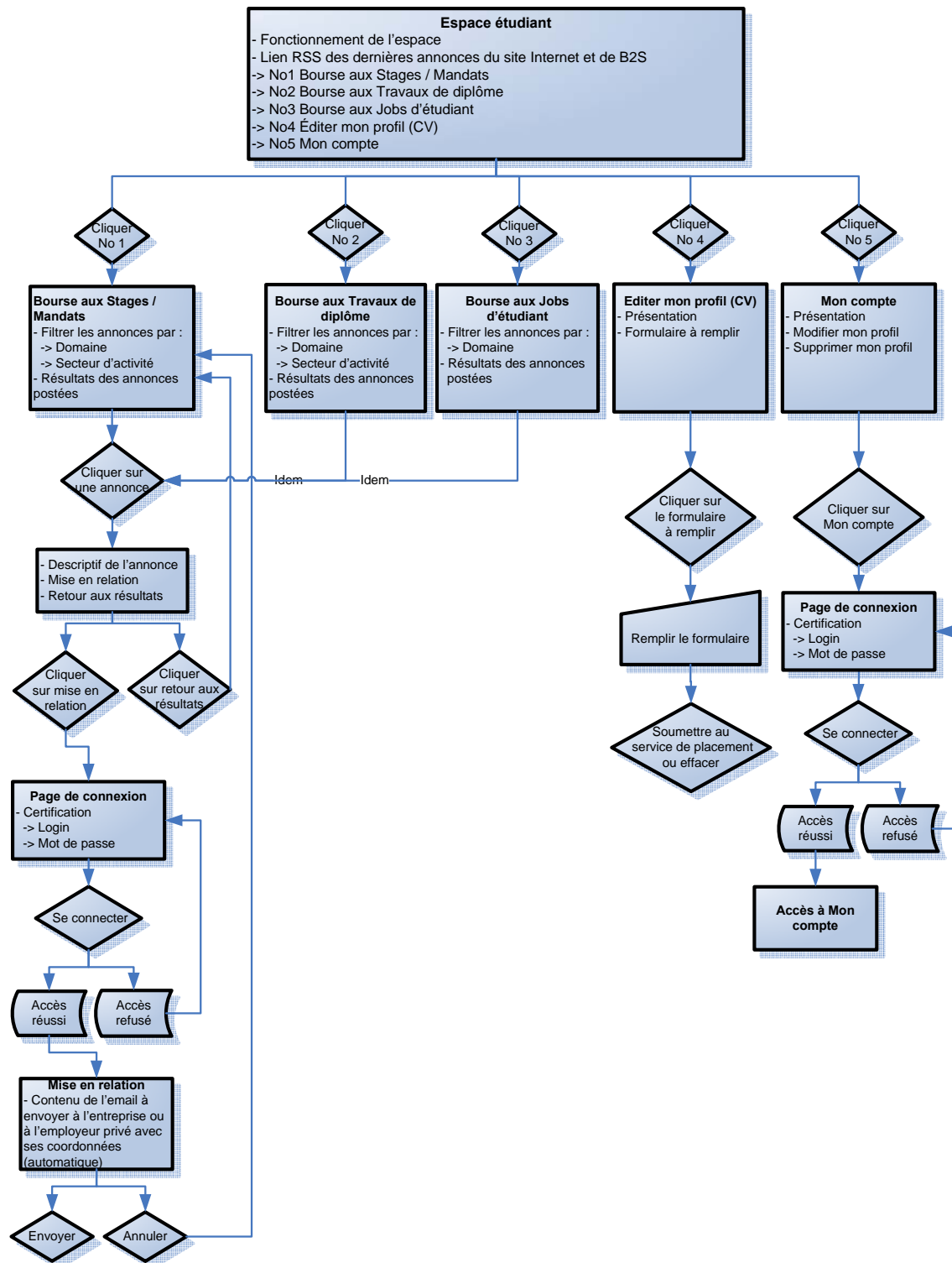
<http://www.cvci.ch/?/Actualit%E9/Prestations/business2school.asp>

4.3. Processus de la plateforme Internet

4.3.1. Processus de l'Espace Entreprise / Employeur privé



4.3.2. Processus de l'Espace Etudiant



Une partie des processus sera imagée par la maquette du service de placement au point 4.4.4.1 « Site Internet »

4.4. Concrétisation sur le marché¹⁷

4.4.1. Stratégie

La stratégie à adopter serait la stratégie de pénétration du marché. Par ce biais, le service de placement viserait à s'introduire sur le marché grâce à un effort marketing soutenu. Cette recommandation se base sur deux constats :

- ∂ Suite à l'étude de marché, on constate que les étudiants et les entreprises sont intéressés par la mise en place d'un service de placement créé par l'HEVs. On peut donc en déduire qu'une demande latente existe.
- ∂ Suite aux résultats du benchmark et à l'appréciation positive du marché des responsables de services estudiantins, on constate que le marché est porteur.

Pour atteindre cet objectif, plusieurs axes seraient possibles, notamment :

- ∂ L'acquisition de nouveaux clients par la prospection
- ∂ La collaboration avec des entreprises qui sponsoriseraient les services offerts par l'HEVs
- ∂ Les partenariats

La stratégie serait donc essentiellement orientée vers la clientèle cible et la pénétration du marché serait divisée en deux parties distinctes à savoir :

- ∂ Les actions externes
- ∂ Les actions internes

Les **actions externes** seraient destinées aux employeurs. En effet, elles permettraient à l'HEVs de faire connaître son nouveau service de placement et de développer les relations entre l'école et le monde professionnel.

¹⁷ Sources : Arthur Andersen, Analyse comparative des pratiques de l'EPFL et d'autres institutions Marketing Management, par Philip Kotler, Bernard Dubois, et Delphine Manceau,

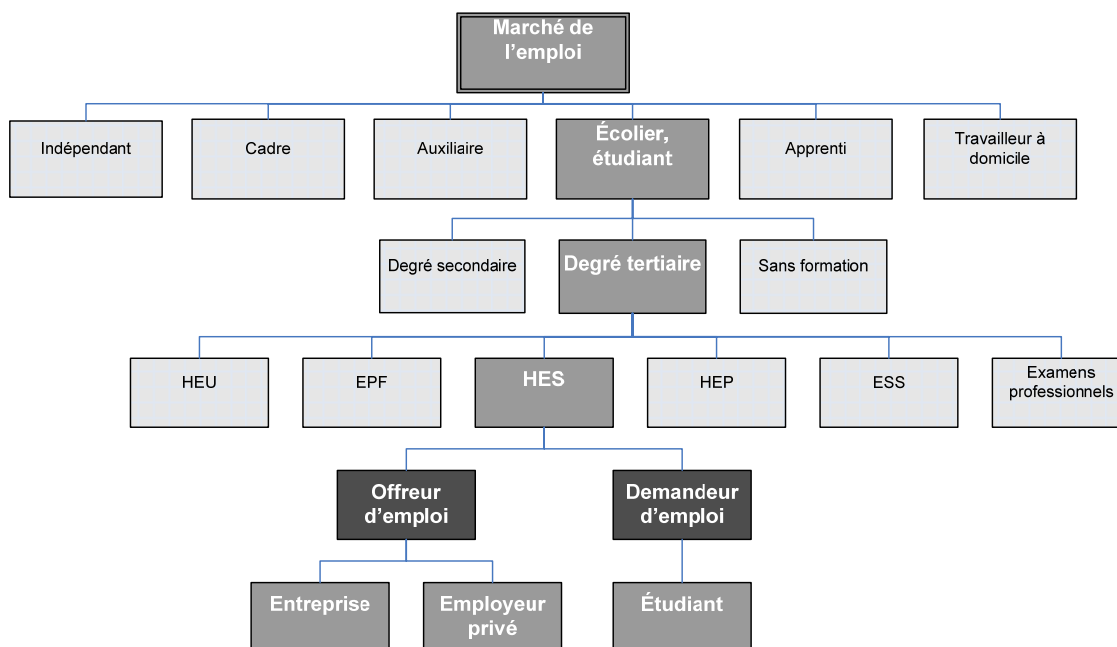
Les **actions internes** s'adresseraient quant à elles aux étudiants de l'école. Elles viseraient à les informer sur l'existence du nouveau service de placement de l'HEVs et à les conscientiser sur leur avenir professionnel.

4.4.2. Positionnement

Le service de placement se positionnerait comme un service administratif de l'école ayant pour mission de renforcer les liens entre les étudiants de la Haute Ecole Valaisanne et le monde professionnel. Sa mission serait de faciliter la mise en relation pour une offre d'emploi, de stage ou de travail de fin d'étude. Il aurait également pour rôle de favoriser l'insertion professionnelle des étudiants de l'HEVs.

4.4.3. Segmentation du marché

J'ai choisi de segmenter le marché du service de placement en six divisions. Cela me permet de déterminer sur quels segments l'HEVs va devoir communiquer. Il est évident que la chaîne pourrait encore s'allonger mais pour une première pénétration du marché, le segment « offreur et demandeur d'emploi » ainsi que sa sous-division suffisent à la mise en œuvre de la stratégie marketing.



Ainsi, comme mentionné au point 4.4.1 de la stratégie, les actions externes seraient destinées aux offreurs d'emploi et les actions internes aux demandeurs d'emploi.

4.4.4. Plan d'action marketing

4.4.4.1. Site Internet

Le site Internet est souvent le reflet de la qualité et du professionnalisme de l'entreprise ou du service. Pour le service de placement, il constituerait le centre de son activité et nécessiterait de ce fait un soin particulier. En effet, le contenu devrait informer les visiteurs et prouver que la Haute Ecole Valaisanne souhaite offrir un service performant et personnalisé. Ainsi, la plateforme Internet ferait office de vitrine et livrerait la première impression à l'utilisateur.

Objectifs du site Internet

Le site devrait être attrayant, simple d'utilisation, à la pointe de la technologie et véhiculer une image professionnelle afin de correspondre aux attentes et exigences de son public cible. Il devrait également permettre au service de placement de se démarquer des autres sites étudiantins. Il constituerait un point essentiel dans la mise en relation entre l'offreur et le demandeur d'emploi et serait vecteur de ressources financières par le biais des émoluments d'entreprises. En conséquence, la plateforme Internet serait conduite vers l'information, la mise en relation et la communication.

Utilisateurs du site Internet

Les utilisateurs du site Internet seraient segmentés de la manière suivante :

- ∂ Les étudiants de l'HEVs
- ∂ Les entreprises, associations et employeurs privés
- ∂ Le personnel

Les étudiants seraient pour la plupart à l'aise avec les outils informatiques et rechercheraient une plateforme attrayante, claire et rapide.

Les entreprises, associations et employeurs privés rechercheraient également un site attrayant et clair mais aussi informatif, sécurisé et simple d'utilisation.

Quant au personnel, la plateforme Internet serait leur principal outil de travail. Il faudrait en conséquence travailler sur un site simple d'utilisation, rapide et performant.

Fonctionnement

La plateforme Internet serait dynamique : le personnel pourrait ainsi modifier le contenu par le biais d'une interface utilisateur web (les modifications se feraient grâce à des pages Internet).

Il devrait y avoir deux parties distinctes : la première serait accessible aux utilisateurs externes du service de placement, c'est-à-dire les offreurs et demandeurs d'emploi ainsi que les simples visiteurs du site. Ceux-ci pourraient ainsi explorer les informations disponibles, se mettre en relation ou prendre contact avec le service de placement. La deuxième partie serait destinée au personnel du service de placement qui aurait ainsi l'occasion de modifier le contenu de la plateforme.

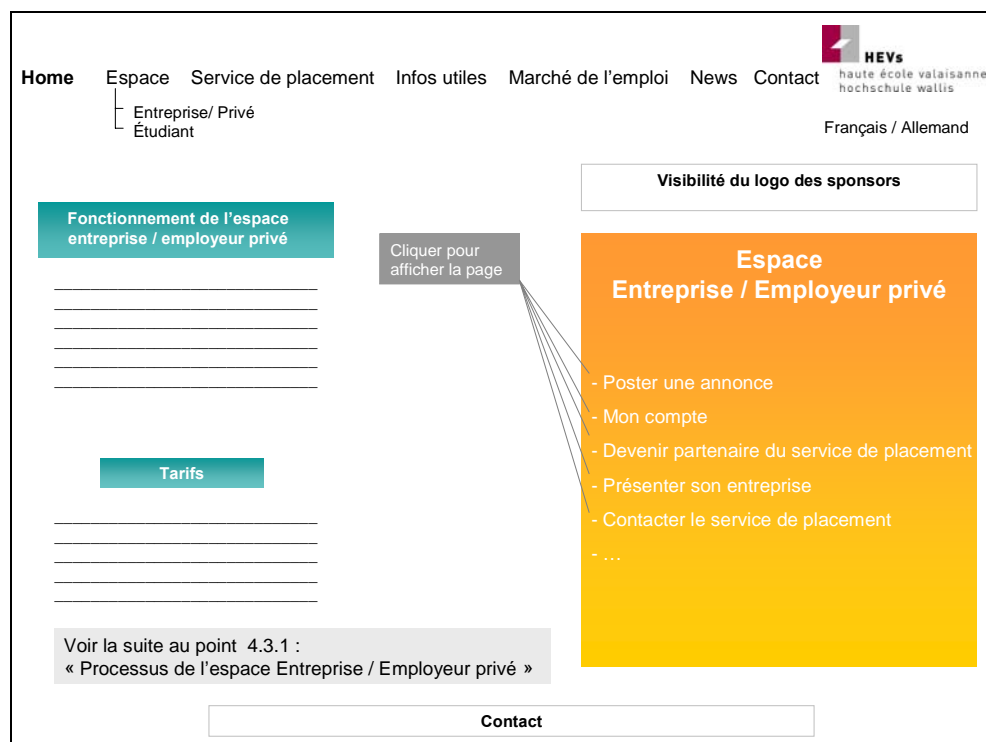
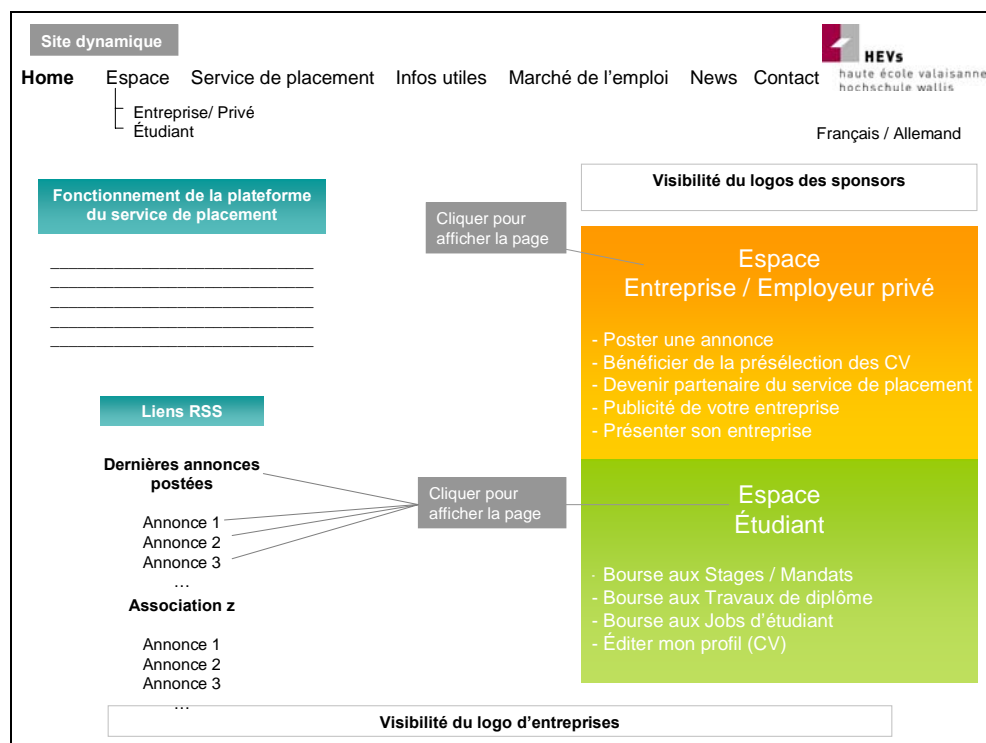
Référencement

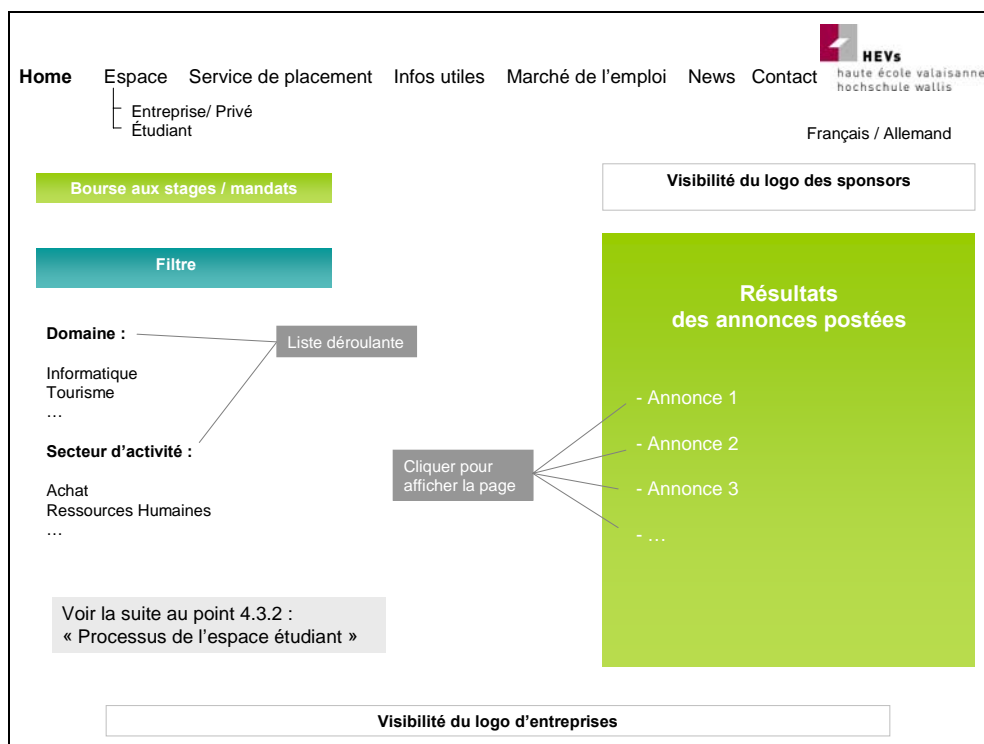
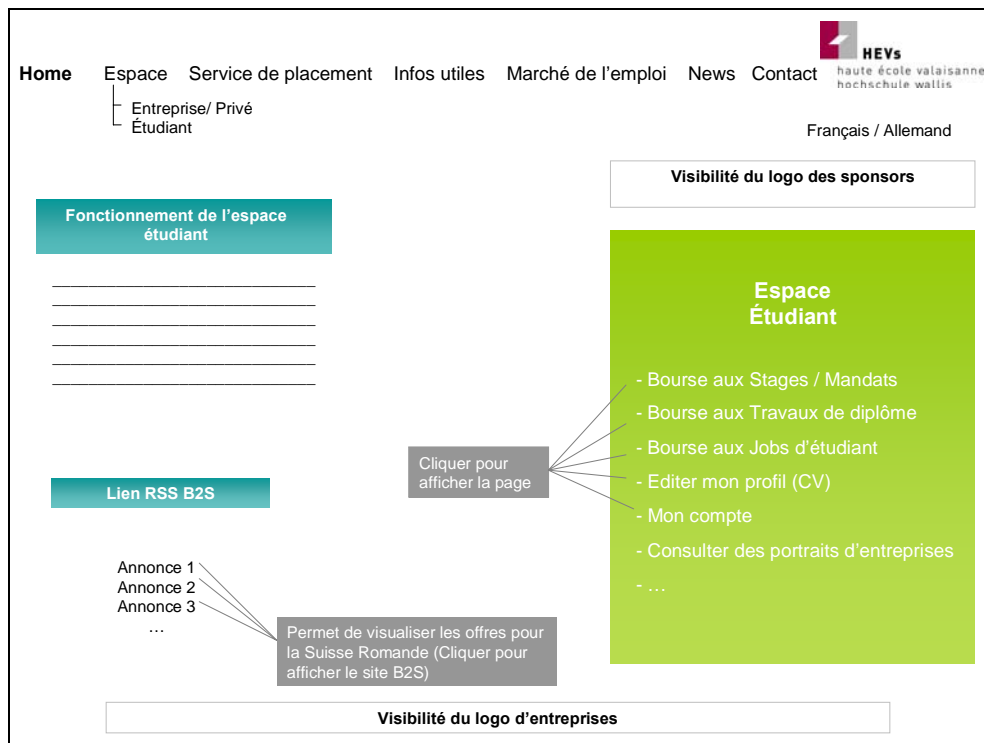
Le référencement permettrait au service de placement d'obtenir une plus grande visibilité. Le site de la plateforme serait naturellement présent sur le site de l'HEVs à l'adresse www.hevs.ch, mais pourrait également apparaître dans les moteurs de recherche. D'ailleurs, une liste de mots clés devra être imaginée en temps voulu. Ceux-ci aideront à figurer dans les premiers résultats de recherches sur des moteurs de recherche tel que Google.

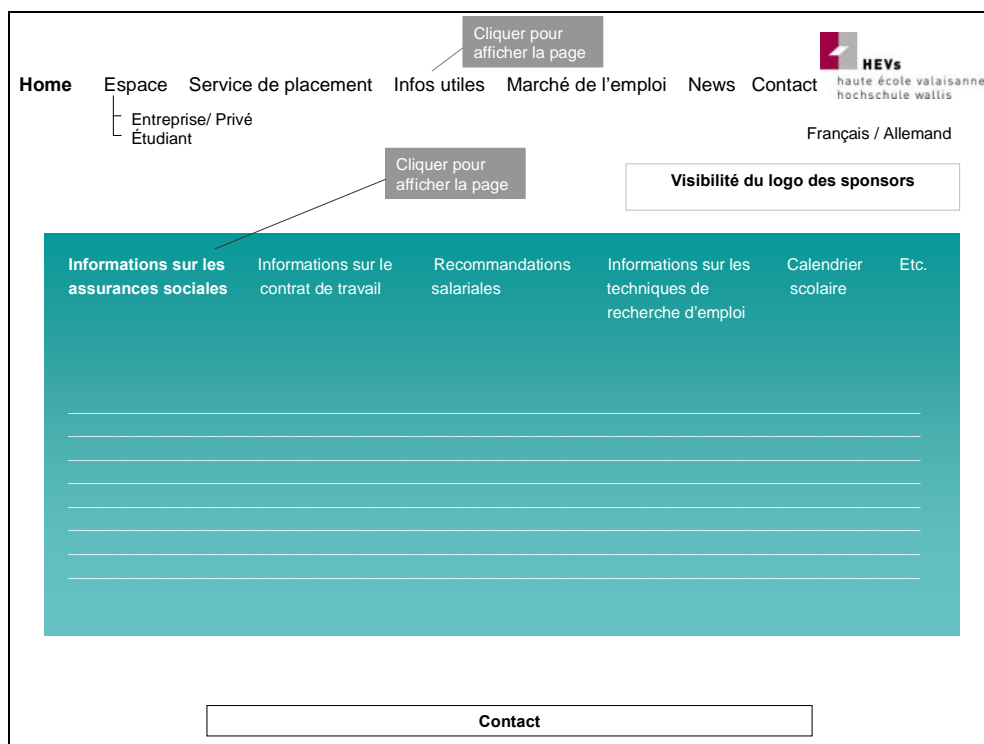
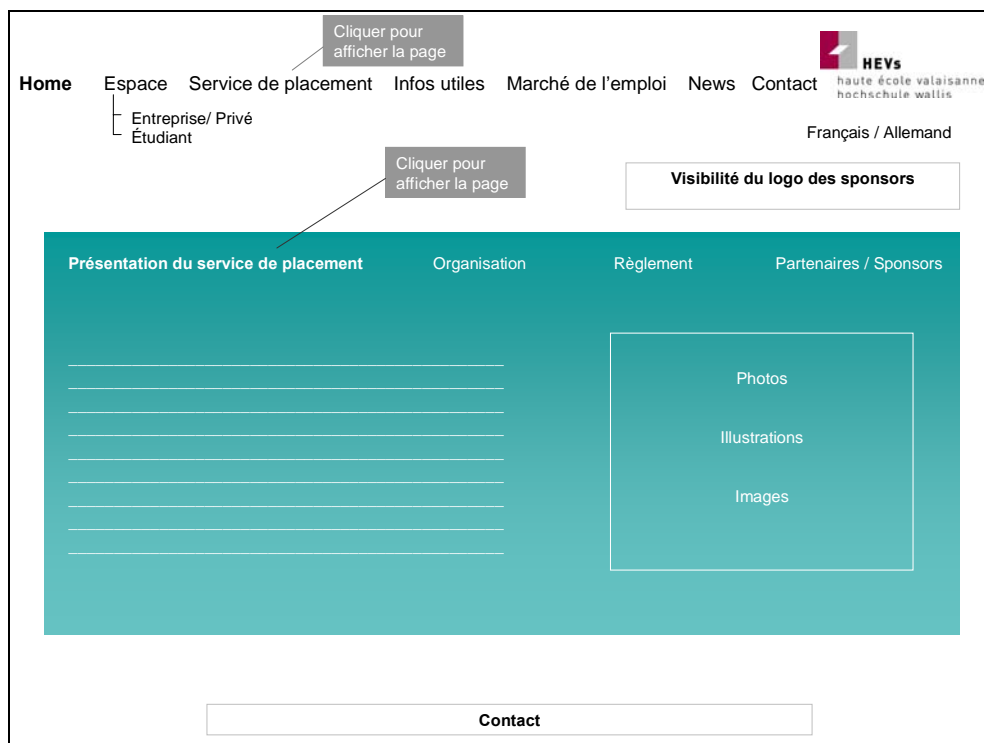
Le design

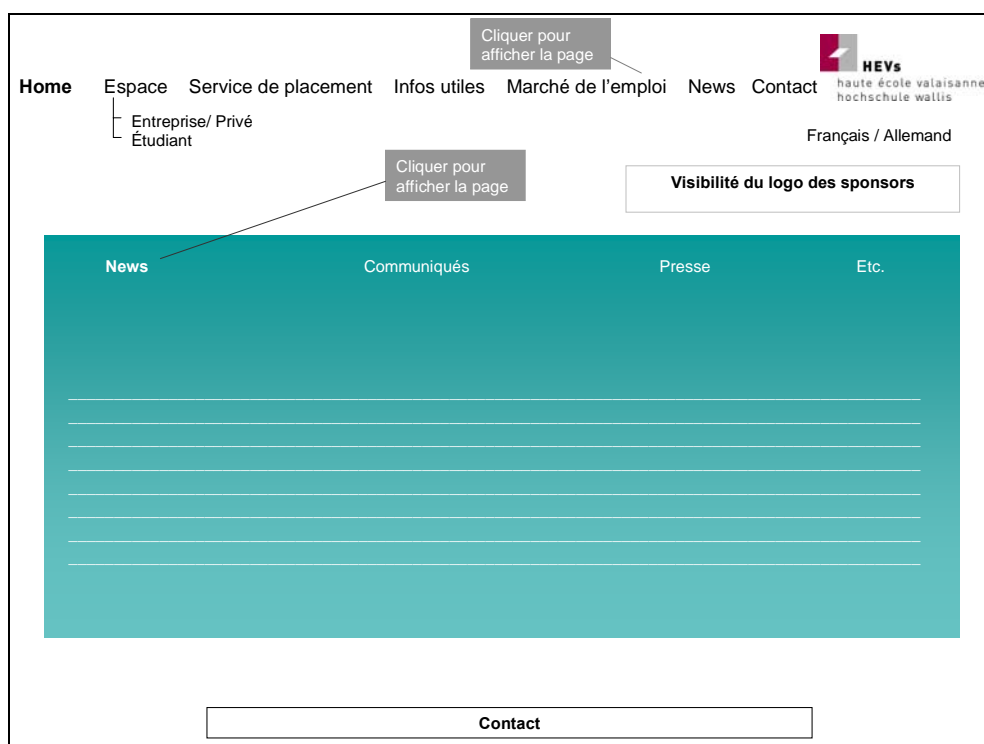
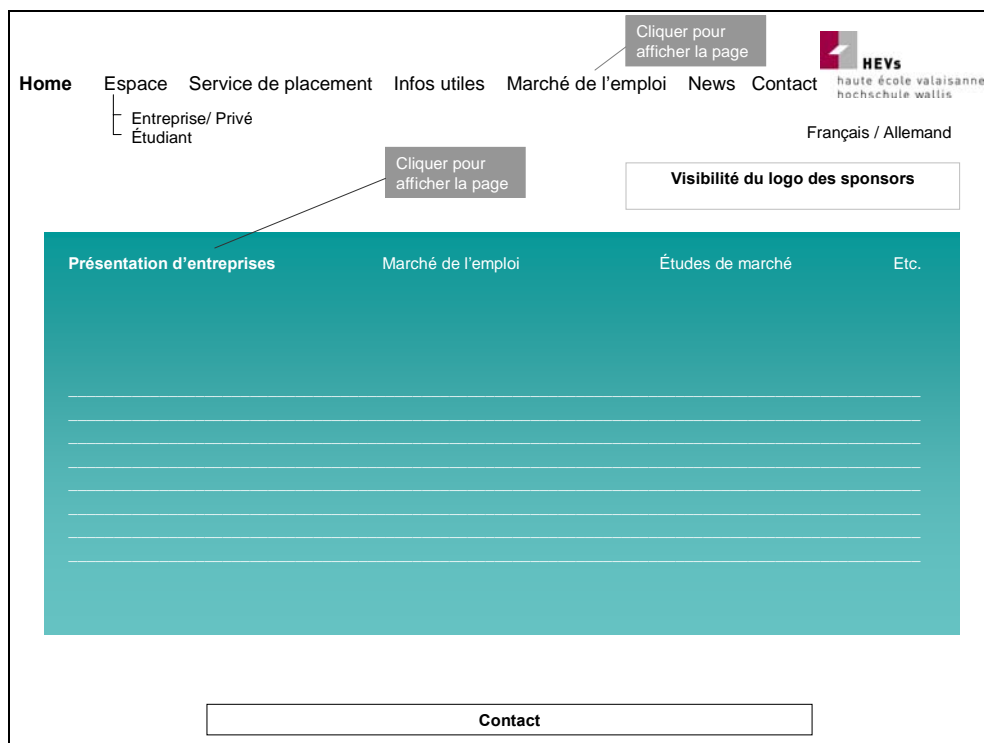
Le design du site Internet joue un rôle capital dans l'esprit de l'utilisateur. Il doit non seulement être attractif pour susciter l'intérêt des visiteurs mais donner également une image professionnelle, simple et au goût du jour.

La maquette du site Internet









4.4.4.2. Actions externes

Les actions externes permettraient de sensibiliser les offreurs d'emploi à la problématique de l'insertion professionnelle des étudiants, de renforcer la relation entre la Haute Ecole Valaisanne et le monde professionnel et de communiquer sur les prestations offertes du service de placement. Les actions seraient divisées en trois axes distincts :

- ∂ L'acquisition de nouveaux clients par la prospection
- ∂ La collaboration avec des entreprises pour le sponsoring des prestations offertes par le service de placement
- ∂ Les partenariats

L'acquisition de nouveaux clients par la prospection

Le service de placement devrait définir une stratégie de communication ciblée sur les offreurs d'emploi. Cette stratégie suivrait les étapes suivantes :

- ∂ Identifier précisément quels offreurs d'emploi il faut cibler dans un premier temps
- ∂ Définir les messages à communiquer

- o Déterminer les actions à entreprendre et les médias adéquats pour communiquer les messages au public cible retenu
- o Evaluer le retour sur la communication

Afin de cibler, de prospecter et de faciliter l'envoi de documents, de lettres d'informations ou de publicités, il serait important que le service de placement se constitue une base de données « Employeurs potentiels ». Généralement, toutes les hautes écoles ont accès à ce type de base d'informations procurées soit au travers de mandats de recherche, d'attestations de stage des étudiants ou encore de travaux pratiques réalisés pour le compte d'entreprises. Actuellement, au vu des bases de données auxquelles j'ai pu accéder pour la constitution de l'échantillon « entreprises » dans le cadre de l'étude de marché, l'HEVs dispose de ce type d'informations. Le problème réside dans le fait que ses données sont éclatées à plusieurs emplacements et ne sont pas mises à jour. De plus, aucun suivi des activités professionnelles des anciens diplômés n'est effectué.

Ainsi, je recommanderais de regrouper les informations provenant des différentes bases d'informations « entreprises » présentes au sein de l'HEVs et de créer une base de données unique des « employeurs potentiels ».

Afin d'alimenter cette base de données, je conseillerais à l'HEVs de s'adresser d'une part, aux professeurs et employés de l'école qui bien souvent détiennent des informations et des contacts auprès des entreprises et des personnes clés de l'économie valaisanne et d'autre part, de s'adresser aux anciens étudiants qui ont mis un pied dans la vie professionnelle.

Afin qu'elle soit utile, la base de données devrait être organisée et regrouper les informations suivantes : le nom de l'entreprise, sa taille, son secteur d'activité, le nom du directeur, les personnes de contact (responsable RH ou marketing ou financier) avec leur numéro et adresse e-mail, le type d'étudiants recherchés (filière, étudiant et/ou diplômé), le nombre d'engagement, la fréquence d'engagement, le type d'emploi offert et la personne de l'HEVs qui est en contact avec l'entreprise.

En ce qui concerne le point « Déterminer les actions à entreprendre et médias adéquats pour communiquer », je proposerais les pistes suivantes :

- o Prospecter auprès des entreprises par le biais d'entretiens téléphoniques
- o Envoyer aux responsables RH ou aux directeurs des entreprises sélectionnées, des lettres d'information et un mailing sur la nouveauté du service, sur les formations enseignées au sein de l'HEVs et sur les exemples de travaux d'étudiants qui peuvent

être effectués. Le but serait de se positionner comme une école à l'écoute des besoins des entreprises valaisannes.

- o Afin de toucher un plus grand nombre et de cibler également les employeurs privés, le service de placement pourrait également utiliser les médias suivants :

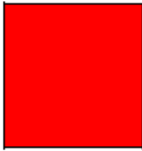
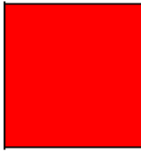
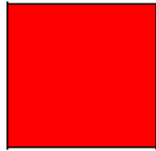
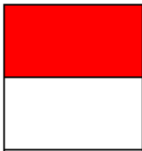



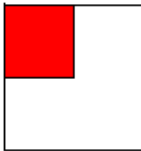

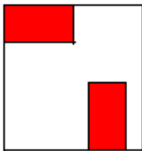
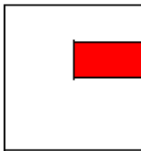
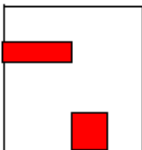
- **Les journaux**

Le service de placement devrait publier un communiqué de presse dans les quotidiens tels que le Nouvelliste, le journal de Sierre, le Walliser Bote. Il pourrait ainsi présenter le nouveau service offert par l'HEVs et la volonté de celle-ci de rapprocher le monde académique du monde professionnel. Le lectorat serait ainsi davantage réceptif au cadre plus formel du communiqué de presse et l'avantage est que les quotidiens valaisans précités disposeraient d'un fort ancrage local et régional.

Si les quotidiens ne devaient pas être disposés à écrire un article sur ce nouveau service, la seconde option serait une annonce publicitaire. Pour exemple, le quotidien valaisan « Le Nouvelliste » est diffusé chaque jour à 42'790 exemplaires et possède un taux de pénétration de 68,8% dans le Valais romand. Il demeure un moyen de communication inévitable pour la cible valaisanne.

Ci-dessous, les prix tirés des offres du Nouvelliste¹⁸

¹⁸ Source : Le Nouvelliste, Tarif publicitaire « express », 2006

1 page Format (288 x 440 mm)	Noir / blanc  SFr. 5'400	1 couleur  SFr. 7'200	Quadri  SFr. 9'400	4400 mm
1/2 page Largeur (288 x 218 mm) Hauteur (142 x 440 mm)	Noir / blanc  SFr. 2'700	1 couleur  SFr. 3'600	Quadri  SFr. 4'700	2200 mm
1/4 page Largeur (288 x 108 mm) Hauteur (142 x 218 mm)	Noir / blanc  SFr. 1'350	1 couleur  SFr. 1'800	Quadri  SFr. 2'350	1100 mm
Exemples d'autres formats Largeur (142 x 100 mm) Hauteur (83 x 167 mm)	Noir / blanc  SFr. 630	1 couleur  SFr. 882		500 mm
Exemples d'autres formats Largeur (142 x 55 mm) Hauteur (83 x 92 mm)	Noir / blanc  SFr. 346.5			275 mm

Les formats ci-dessus sont indicatifs. D'autres dimensions sont possibles. Les prix indiqués s'entendent bruts et sans TVA.

▪ La radio

La radio et notamment Rhône FM, est un média qui possède une bonne couverture régionale. En effet, elle s'étend de Saint-Maurice à Sierre et détient un potentiel d'écoute de 129'000 personnes, plus précisément 65'400 auditeurs journaliers avec un taux de pénétration en Suisse romande de 40.8%. Elle permet de toucher plusieurs publics cibles et notamment les employeurs privés. Le principal inconvénient de ce média est qu'il est souvent allumé pour créer une musique d'ambiance et la majorité des informations émises ne sont écoutées qu'à moitié.

Ainsi, la meilleure solution serait de passer une annonce dans les heures de pointe et particulièrement le matin et le midi pour optimiser l'impact et l'écoute du message à diffuser. Naturellement, le choix de cette plage serait le plus onéreux. Mais si l'on compare les résultats obtenus et le coût engendré, le rapport qualité/prix serait plus avantageux dans cette tranche horaire. La durée du message devrait par conséquent être d'une durée de 20 secondes environ.

Ci-après un extrait des prix indicatifs de Rhône FM¹⁹ (prix pour les offres à la seconde) :

Plages horaires	Lu-Ve / CHF	Sa/ CHF	Di / CHF
06h00 - 09h00	9.80	9.00	
09h00 - 11h00	10.00	9.50	9.50
11h00 - 14h00	9.00	8.50	8.50
14h00 - 16h00	6.00	5.50	5.50
16h00 - 19h00	8.00	7.50	7.50
19h00 - 21h00	4.00	4.00	4.00
21h00 - 06h00	2.00	2.00	2.00

Rabais de quantité			
200 secondes	2 %	3'000 secondes	12 %
500 secondes	4 %	4'000 secondes	14 %
1'000 secondes	8 %	5'000 secondes	16 %
1'500 secondes	10 %	6'000 secondes	18 %
2'000 secondes	11 %	7'000 secondes	20 %
N.B. L'enregistrement (voix off avec tapis musical) revient à CHF 250.-			

La collaboration avec des entreprises qui sponsoriseraient les prestations offertes par le service de placement

A ma connaissance et pour certaines filières d'études, la Haute Ecole Valaisanne n'a à ce jour pas développé de partenariats bien spécifiques à l'insertion professionnelle des étudiants.

La collaboration avec des entreprises sponsors du service de placement consisterait à établir un partenariat avec des entreprises ou des associations professionnelles qui soutiendraient

¹⁹ Source : Rhône FM, Pub Tarifs, 2006

l'insertion professionnelle des jeunes et bénéficieraient d'un accès élargi aux prestations contre une contribution financière.

Afin de susciter l'intérêt des entreprises ou des associations à devenir sponsor du service de placement, l'HEVs devrait déterminer les avantages qu'elle souhaite offrir. Cela pourrait être par exemple :

- ∂ Un accès privilégié pour le recrutement : envoi par e-mail des offres d'emploi de l'entreprise aux étudiants concernés, afin de bénéficier d'une plus forte attention
- ∂ La publication d'offres d'emploi gratuites sur le site
- ∂ La visibilité de l'entreprise sur la plateforme Internet et sur les publicités du service de placement

En compensation, le service de placement recevrait :

- ∂ Un soutien financier de l'entreprise
- ∂ La potentialité renforcée de développer les stages et les travaux de diplôme au sein de l'entreprise ainsi que des travaux de recherche appliquée

La stratégie utilisée pour le développement du sponsoring devrait suivre les étapes suivantes :

La personne en charge de cette tâche devrait premièrement examiner les collaborations déjà existantes entre la Haute Ecole Valaisanne et le monde professionnel.

Deuxièmement, elle devrait déterminer quels avantages le service de placement serait-il prêt à accorder aux entreprises partenaires et à quels besoins le sponsoring devrait-il répondre.

Enfin, il faudrait en dernier lieu étudier la faisabilité d'une collaboration auprès de plusieurs entreprises et institutions économiques du canton.

Les partenariats

Les partenariats seraient un moyen de développer des prestations telles que l'offre de stages à l'étranger (voir point 4.1.1.1 Bourse aux stages) ou l'offre d'emplois sur le marché romand par un lien RSS (avec par exemple l'association Business2School). Ils seraient également une solution pour augmenter la masse critique des mises en relation. Par exemple, il serait possible d'effectuer un partenariat avec HEC-Espace-Entreprise qui de son

côté laisserait la possibilité aux étudiants de l'HEVs de postuler pour des annonces postées sur son site Internet et du côté du service de placement de l'HEVs offrirait la possibilité aux étudiants de HEC Lausanne domiciliés en Valais, de bénéficier de la mise en relation du service de placement de l'HEVs. Naturellement, le partenariat précité n'est qu'un exemple et la personne en charge du marketing devrait identifier quelles sont les possibilités quant à ce point.

Une deuxième forme de partenariat pourrait se faire avec des associations économiques valaisannes qui aideraient le service de placement en diffusant une lettre d'information sur ce nouveau projet à leurs différents membres.

4.4.4.3. Actions internes

Les actions internes permettraient de sensibiliser les étudiants de l'HEVs sur leur avenir professionnel, les pousseraient à se renseigner sur les possibilités d'emploi qui sont envisageables durant leurs études et à faire connaître les prestations du service de placement. Cette partie serait moins développée que la partie « Actions externes » étant donné que le public cible serait regroupé en un seul lieu et bénéficierait directement de ce service.

Les actions que pourrait mettre en place le service de placement seraient les suivantes :

- ∂ Un mailing envoyé à tous les étudiants sur le nouveau service offert par l'HEVs
- ∂ De la publicité par voie :
 - d'une affiche dans le hall d'entrée des deux bâtiments de Sierre et de Sion
 - de flyers distribués dans les cafétérias et sur les présentoirs dans le hall d'entrée
- ∂ Des interventions durant les cours des étudiants pour présenter le nouveau service de l'HEVs
- ∂ Un tableau d'affichage avec les dernières offres d'emploi postées

4.5. Localisation

Le bureau du service de placement serait évidemment situé soit au sein du bâtiment de la Haute Ecole Valaisanne de Sierre, soit dans le bâtiment la Haute Ecole Valaisanne de Sion. Si la filière « Social » devait s'établir manifestement dans le bâtiment sierrois, il serait plus profitable d'installer les bureaux dans cet établissement afin de toucher le plus grand nombre d'étudiants par sa présence au sein de l'école.

4.6. Organisation

4.6.1. Organisation du service de placement

Les services de placement estudiantins peuvent être organisés de différentes manières. L'organisation dépend fortement du type de prestations qui y sont offertes, du budget accordé par l'université et de la nature du personnel (étudiants ou personnes qualifiées dans les ressources humaines ou la psychologie du travail). Toutefois, quatre types d'organisation se retrouvent le plus fréquemment au sein des universités tels que :

Le bureau de placement

Cette structure, souvent appelée « Career Center », permet de bien coordonner les actions internes visant à conscientiser les étudiants sur leur avenir professionnel et les actions externes destinées aux employeurs. Ces actions permettent en effet de développer les relations entre le monde académique et les milieux économiques.

L'avantage de ces bureaux de placement est que leur présence et leur visibilité au sein de l'établissement scolaire permettent de sensibiliser les étudiants quant à l'importance de leur réflexion sur leur avenir professionnel. De plus, cette structure est à même de proposer des prestations personnalisées et professionnelles au vu de l'engagement quasi obligatoire de personnes qualifiées dans le domaine du placement ou de l'orientation.

Le désavantage d'un career center est qu'il demande des ressources financières importantes pour sa mise en place et son fonctionnement. Notamment, lorsqu'il s'occupe d'accompagner les étudiants dans leur démarche d'insertion professionnelle par des ateliers de recherche d'emploi ou des entretiens individuels.

Le bureau des stages

Cette structure s'occupe essentiellement de dénicher des entreprises recherchant des stagiaires et d'accompagner l'étudiant et l'employeur tout au long de la durée du stage obligatoire. L'avantage est que le bureau soutient et aide les étudiants dans leur recherche, il s'assure de la convenance du mandat par rapport au domaine d'étude et il vérifie la pertinence du cahier des charges.

Le désavantage de cette structure est qu'elle s'occupe essentiellement de stages et n'offre aucune autre possibilité d'emploi tels que des emplois à temps partiel ou des premières expériences professionnelles pour les diplômés. Elle nécessite également l'engagement d'une personne qualifiée, d'où des coûts salariaux plus élevés.

Les associations d'étudiants

Cette troisième forme d'organisation est fréquente en Europe. En effet, bien souvent l'établissement scolaire mandate les associations d'étudiants pour la gestion du service de placement. Les tâches déléguées sont généralement l'organisation de conférences, forums ou présentations d'entreprises, ainsi que la prospection auprès des étudiants et des milieux économiques. Certaines associations gèrent également la mise en relation et le placement d'étudiants.

Cette entité permet aux étudiants de l'association d'acquérir une réelle expérience professionnelle et de mettre en avant leurs qualités de leader, d'organisateur et de gestionnaire. Elle leur apprend également à gérer un projet de A à Z et à travailler en équipe. Enfin, un avantage qui n'est pas des moindres, est que la mise en place d'une telle structure n'engage que peu de ressources financières puisque bien souvent ces associations travaillent bénévolement.

La principale faiblesse de cette structure est que l'école n'a aucune mainmise sur le service de placement et ne peut de ce fait gérer comme elle l'entend les objectifs de l'insertion professionnelle et la stratégie à appliquer. De plus, l'organisation reste très informelle et le risque de perdre le savoir-faire est élevé du fait que le turnover est important.

La plateforme Internet

Ici, aucun personnel ne gère le service de placement. C'est actuellement la voie qu'a choisi l'HEVs. L'avantage est que les coûts de cette structure sont les plus faibles. En revanche, la prestation proposée est sommaire et n'apporte aucune valeur ajoutée à l'école. De plus, la masse critique d'offres d'emploi n'atteint généralement pas des sommets.

Organisation du service de placement de la Haute Ecole Valaisanne

Dans le cas de la Haute Ecole Valaisanne qui souhaite mettre en place un service de placement répondant aux besoins d'activités professionnelles des étudiants durant leurs études, les structures qui pourraient convenir seraient les suivantes :

- 1) Une double structure intégrant une plateforme Internet et un bureau géré par au minimum deux étudiants
- 2) Une double structure associant une plateforme Internet et un bureau géré professionnellement avec l'aide d'un étudiant
- 3) Devenir opérateur de Business2School avec un bureau local géré par l'HEVs

Ces trois structures répondraient aux souhaits des étudiants que j'ai pu mesurer dans l'étude de marché. En effet, 76% ont voté pour une plateforme Internet et 53% pour un bureau de placement.

La première option permettrait de bénéficier d'une organisation peu onéreuse et d'offrir à des étudiants la possibilité de prendre des responsabilités. Elle correspondrait à une amélioration de la situation actuelle en optimisant la plateforme Internet et en assignant un personnel pour la prospection. En revanche, il ne faudrait pas sous-estimer le fait que les étudiants doivent composer avec un programme d'étude chargé nécessitant une présence régulière aux cours et avec des travaux personnels à réaliser à l'extérieur du temps de formation. Ainsi, le temps alloué au service de placement serait limité et l'antenne téléphonique ne serait pas assurée.

La seconde option permettrait à l'HEVs de bénéficier d'une structure professionnelle, pouvant offrir des conseils personnalisés aux étudiants. Elle permettrait également de bénéficier d'une antenne téléphonique à mi-temps (les après-midi) et de répondre à des questions et exigences plus pointues.

L'inconvénient majeur serait les coûts qu'engrangerait une telle structure.

La troisième option serait une collaboration avec l'association Business2School qui serait prête à offrir son infrastructure informatique et de ce fait à développer son service à un niveau local. Voici la proposition de partenariat que j'ai reçue de M. Philippe Güdemann, secrétaire général et animateur de la plateforme Internet Business2School :

Opérateur HEVs

Un bureau de recrutement HEVS local pourrait utiliser l'infrastructure technique et les fonctionnalités de la plateforme B2S en devenant opérateur.

- ∂ Il accèderait ainsi à toute la base de données des utilisateurs et donc au tissu d'entreprises utilisatrices qui recrutent.*
- ∂ Il profiterait de toutes les fonctionnalités développées depuis 2001 par l'association.*
- ∂ Il participerait au développement de la masse critique des collaborations possibles pour les étudiants en stimulant les acteurs locaux du tissu économique à collaborer avec les étudiants.*
- ∂ Il pourrait déposer des annonces d'entreprises à la suite d'un démarchage et « filtrer » les candidatures d'étudiants. Ce qui peut répondre à un besoin de conserver une dimension cantonale des collaborations.*
- ∂ Il aurait un rôle éducatif et informatif auprès des utilisateurs à propos de son contexte local.*

L'association Business2School reste ouverte dans le cadre de collaborations possibles puisqu'elle a pour objectif commun avec le HES-SO de continuer à développer son service pour les étudiants de toutes les HES romandes. Son secrétaire général ainsi que tout le comité est à disposition pour discussion à propos de son service avec la HEVs.

L'avantage de cette formule est que l'HEVs bénéficierait du savoir-faire de B2S et suivrait les recommandations de la HES-SO. En revanche, aucune recette ne pourrait compenser les charges requises pour le fonctionnement du bureau régional et pour la prospection.

4.6.2. Personnel du service de placement

Le personnel va dépendre de la structure choisie :

Si l'HEVs choisit la première option, le personnel serait composé d'un conseiller ou d'une conseillère en placement et d'un ou d'une étudiante le ou la secondant. Durant les périodes chômées et en cas de besoins, des étudiants pourraient les aider dans la prospection et l'organisation de conférences.

Si l'HEVs choisit la deuxième option, le personnel serait composé de deux étudiants, un responsable du site Internet travaillant à raison de deux heures par semaine en moyenne et un responsable de la communication et de la comptabilité travaillant à raison de quatre heures par semaine en moyenne. Durant les périodes chômées et en cas de besoins, des étudiants pourraient également les aider dans la prospection et l'organisation de conférences.

Si l'HEVs choisit la troisième option, le personnel pourrait être composé d'un ou d'une conseillère en placement et d'un étudiant ou d'une étudiante. Cette option lui permettrait de professionnaliser ses prestations par le biais par exemple d'une orientation individualisée de l'étudiant. Elle pourrait d'autre part choisir d'engager uniquement un étudiant ou une étudiante qui s'occuperait de la prospection et de la mise à jour du site, ainsi que de l'organisation de conférences emploi.

Pour les trois scénarios, un comité en charge de l'insertion professionnelle serait nommé au sein de l'HEVs. Ce comité pourrait être composé des deux directeurs des sites de Sierre et de Sion ou des responsables de filière.

4.6.3. Tâches principales assumées par le personnel

Voici des exemples de tâches qui pourraient être demandées aux différents protagonistes (N.b. la liste n'est pas exhaustive) :

Le conseiller ou la conseillère en placement

- ∂ Coordonner et mettre en place les actions internes et externes
- ∂ Assurer une antenne pour les renseignements au sujet des obligations administratives, des assurances obligatoires, des questions relatives à la rémunération ou autres
- ∂ Proposer une orientation individualisée de l'étudiant
- ∂ Organiser des conférences emploi
- ∂ Développer le sponsoring et les partenariats
- ∂ Contrôler les offres et demandes d'emploi et les retirer si besoin est

Les responsables d'activité

- ∂ Gérer et maintenir la continuité du service de placement
- ∂ Développer le sponsoring et les partenariats
- ∂ Assurer le bon fonctionnement de la plateforme Internet
- ∂ Contrôler les offres et demandes d'emploi et les retirer si besoin est
- ∂ Répondre aux questions des personnes qui contactent l'association
- ∂ Organiser des conférences emploi
- ∂ Etc.

Le comité de l'HEVs en charge de l'insertion professionnelle

- ∂ Veiller à la bonne marche des affaires, à l'organisation du bureau et à l'engagement du personnel
- ∂ Définir une politique de communication, de sponsoring et de prix adéquate
- ∂ Fixer les objectifs des mises en relation à atteindre (objectifs commerciaux)
- ∂ Etablir un cahier des charges pour chaque employé
- ∂ Se charger des dépenses courantes du service de placement
- ∂ Etc.

4.7. Politique de prix

Des services de placement étudiantins que j'ai interrogés, chacun applique une politique de prix différente des autres. En effet, HEC-Espace-Entreprise a choisi de faire payer uniquement les entreprises selon un système d'émoluments de CHF 400.- au placement. Le bureau des stages de l'université de Genève applique quant à lui une politique de prix à la cotisation. Ainsi, les étudiants paient une cotisation annuelle de CHF 50.- pour tous les services annexes de l'université et les entreprises ou employeurs privés versent une contribution annuelle respective de CHF 120.- et de CHF 30.-. Quant à l'association Business2School, celle-ci ne fait pas payer pour la mise en relation mais demande une contribution pour devenir membre de l'association et être visible sur le site Internet.

Si l'HEVs crée sa propre plateforme Internet avec un bureau géré par deux étudiants (scénario 1) :

La politique de prix qui serait la plus adéquate serait d'une part de faire payer une cotisation annuelle aux étudiants qui serait intégrée dans leurs frais d'étude de début d'année. En effet, au vu des résultats de l'étude de marché, près de 60% des étudiants seraient d'accord de verser une contribution pour le service de placement. La cotisation prélevée s'élèverait à CHF 20.- (frais d'inscription, de traitement, de prospection) pour les étudiants de première année et de CHF 10.- pour les années d'études suivantes.

D'autre part, un émolument à l'annonce serait exigé auprès des entreprises et des employeurs privés. En effet, selon l'étude des tendances auprès des entreprises, nous remarquons clairement que la stratégie de recherche d'employés la plus plébiscitée des entreprises valaisannes est le placement d'annonces par voie de presse à hauteur de 81%. Ainsi, cette politique de prix serait en adéquation avec les pratiques opérées par les quotidiens et ne changerait de ce fait pas les habitudes des employeurs.

Trois tarifs peuvent être appliqués aux entreprises :

- o 1^{er} tarif à CHF 30.- pour le placement unique d'une annonce sur la plateforme Internet
- o 2^{ème} tarif à CHF 20.- pour le placement d'une annonce sur la plateforme Internet et de CHF 100.- pour la visibilité du logo de l'entreprise sur la page d'un domaine de formation (page des offres d'emploi filtrées selon la filière d'étude de l'étudiant)
- o 3^{ème} tarif à CHF 10.- pour le placement d'une annonce sur la plateforme Internet et de CHF 150.- pour la visibilité du logo de l'entreprise sur la page d'accueil

Il est également important pour l'HEVs de pratiquer un tarif discriminatoire entre entreprises et employeurs privés, ces derniers engageant des étudiants uniquement pour des petites missions temporaires. De plus, l'HEVs doit proposer des prestations financièrement plus intéressantes que les quotidiens afin d'attirer les employeurs.

Le tarif appliqué aux employeurs privés s'élèverait à CHF 10.- uniquement.

Le paiement de l'annonce se ferait par facture. Lors de la confirmation de la publication de l'annonce, une facture serait automatiquement établie et imprimée à l'HEVs sur la base des informations et de l'adresse de l'entreprise ou du privé. Le bulletin de versement se trouverait sur la partie du bas de la facture. L'étudiant s'occupant de la comptabilité aurait uniquement à mettre sous pli et envoyer les factures imprimées une fois par semaine.

Si l'HEVs crée sa propre plateforme Internet avec un bureau géré professionnellement (scénario 2) :

Le même système tarifaire s'appliquerait à la différence que les prix seraient plus élevés en vue des prestations davantage personnalisées et des charges plus importantes que requiert une telle structure.

Ainsi, les étudiants s'acquitteraient d'une contribution annuelle de CHF 40.- pour les étudiants de première année (inscription et taxe) et de CHF 30.- pour les années d'études suivantes.

De la même manière, les tarifs pouvant être appliqués aux entreprises seraient les suivants :

- o 1^{er} tarif à CHF 40.- pour le placement unique d'une annonce sur la plateforme Internet
- o 2^{ème} tarif à CHF 30.- pour le placement d'une annonce sur la plateforme Internet et de CHF 150.- pour la visibilité du logo de l'entreprise sur la page d'un domaine de formation (page des offres d'emploi filtrées selon la filière d'étude de l'étudiant)
- o 3^{ème} tarif à CHF 20.- pour le placement d'une annonce sur la plateforme Internet et de CHF 200.- pour la visibilité du logo de l'entreprise sur la page d'accueil

Enfin, les employeurs privés s'acquitteraient d'un émolument à l'annonce de CHF 15.-.

Le paiement de l'annonce se ferait de manière analogue à la première option.

Sponsors

Comme mentionné précédemment dans le point « Actions externes », le sponsoring est un moyen de soutien financier important pour le service de placement. En contrepartie, le service de placement doit s'engager à leur assurer un certain nombre d'avantages tels que l'accès privilégié pour le recrutement, la publication d'offres d'emploi gratuites et la visibilité privilégiée sur le site Internet et sur toutes les publicités du service de placement.

Ainsi, à la vue de tous ces avantages, la contribution qui pourrait être perçue serait approximativement de CHF 2'500.- pour ces deux scénarios.

Si l'HEVs devient opérateur de Business2School (scénario 3) :

L'HEVs ne pourrait pas exiger un émolument de la part des entreprises. En effet, l'association offre un service entièrement gratuit en ce qui concerne la prestation de mise en relation entre étudiants et entreprises.

En revanche, il serait envisageable de faire payer aux étudiants une cotisation annuelle qui couvrirait les frais de prospection et les frais du personnel, à la condition d'offrir des prestations personnalisées et destinées aux étudiants. En effet, la mise en relation ne pourrait pas être facturée mais les prestations annexes si elles sont gérées professionnellement pourraient sans autre faire l'objet d'une rémunération auprès des étudiants.

5. GESTION FINANCIERE

5.1. Comptes de résultat prévisionnel

Scénario 1 : Double structure intégrant une plateforme Internet et un bureau géré par au minimum deux étudiants

	Année 1		Année 2		Année 3	
PRODUITS						
	% du C.A.		% du C.A.		% du C.A.	
Revenus entreprises (annonces)	6.78%	1'600	10.81%	2'800	13.35%	3'650
Revenus entreprises (encarts publicitaire)	10.59%	2'500	13.51%	3'500	14.63%	4'000
Revenus entreprises (sponsoring)	21.19%	5'000	19.31%	5'000	18.28%	5'000
Revenus employeurs privés (annonces)	0.42%	100	0.77%	200	1.10%	300
Revenus étudiants (inscriptions)	28.81%	6'800	26.25%	6'800	24.86%	6'800
Revenus étudiants (cotisations annuelles)	32.20%	7'600	29.34%	7'600	27.79%	7'600
		23'600		25'900		27'350
CHARGES	% des charges		% des charges		% des charges	
Frais du personnel	28.51%	-6'500	36.21%	-8600	35.17%	-8600
Téléphone	2.63%	-600	3.58%	-850	4.09%	-1'000
Frais informatique	10.96%	-2'500	6.32%	-1500	4.09%	-1000
Publicité et frais de représentation	37.28%	-8'500	18.95%	-4500	18.40%	-4500
Présentations d'entreprises	0.00%	0	21.05%	-5000	24.54%	-6000
Frais de bureau	6.58%	-1'500	8.42%	-2000	8.18%	-2000
Création du site web	8.77%	-2'000	0.00%	0	0.00%	0
Frais divers	5.26%	-1'200	5.47%	-1300	5.52%	-1350
		-22'800		-23'750		-24'450
Résultat de la période		800		2'150		2'900

Revenus entreprises (annonces) :

- o 1^{er} tarif : 40 annonces la 1^{ère} année, 75 la 2^{ème} année et 100 la 3^{ème} année, à **30.-** l'annonce (car aucune publicité sur le site)
- o 2^{ème} tarif : 10 annonces la 1^{ère} année, 20 la 2^{ème} année et 25 la 3^{ème} année, à **20.-** (car publicité sur la page domaine de formation)
- o 3^{ème} tarif : 10 annonces chaque année, à **10.-** (car publicité sur la page principale)

Revenus entreprises (encarts publicitaires) :

- ∂ 2^{ème} tarif : 10 publicités la 1^{ère} année, 20 la 2^{ème} année et 25 la 3^{ème} année sur la page domaine de formation à **100.-** l'année (rabais sur annonce : 20.- au lieu de 30.-)
- ∂ 3^{ème} tarif : 10 publicités chaque année sur la page d'accueil à **150.-** l'année (rabais sur annonce : 10.- au lieu de 30.-)

Résultats entreprises (sponsoring)

- ∂ Objectif d'obtenir deux sponsors par année qui verseraient CHF 2'500.- chacun

Revenus employeurs privés (annonces) :

- ∂ Budget de 10 annonces la 1^{ère} année, 20 la 2^{ème} année et 30 la 3^{ème} année, à **10.-** l'annonce

Revenus étudiants (inscriptions) :

- ∂ 340 étudiants de 1^{ère} année à **20.-** l'inscription et la cotisation annuelle (Etablis sans les étudiants dans le domaine Santé/Social)

Revenus étudiants (cotisations annuelles) :

- ∂ 760 étudiants à **10.-** par année (Moyenne de 1'100 étudiants par année, moins 340 en 1^{ère} année) (Etablis sans le domaine Santé/Social)

Frais du personnel :

- ∂ Un étudiant informaticien à 2'000.- brut par année (2h de travail par semaine à 20.80.- l'heure)
- ∂ Un étudiant responsable de la comptabilité, prospection, sponsoring à 4'000.- brut (4h de travail par semaine à 20.80.- brut l'heure)
- ∂ Un étudiant supplémentaire pour aider selon les besoins à 2'000.- par année (dès la 2^{ème} année)
- ∂ 7.5% part patronale

Téléphone :

- ∂ 50.- par mois la première année
- ∂ 70.- par mois la deuxième année
- ∂ 80.- par mois la troisième année

Frais informatique :

- ∂ La première année, achat de deux ordinateurs (2'000.-) et d'une imprimante (500.-)
- ∂ La deuxième et troisième année, budget si remplacement matériel et réparations

Publicité :

- ∂ La première année : annonces dans journal, affiches à l'école, flyers, mailing et frais de prospection
- ∂ La deuxième et troisième année : flyers, mailing, frais de prospection et invitations d'entreprises

Présentations d'entreprises :

- ∂ Dès la deuxième année, frais lors de présentations d'entreprises (dont apéritif)

Frais de bureau :

- ∂ Basés sur les charges d'une structure comparable et existante

Création du site web :

- ∂ Serait effectué par un étudiant en informatique de l'HEVs pour son travail de diplôme

Frais divers :

- ∂ Marge de sécurité (5% du C.A., calcul usuel)

Scénario 2 : Double structure intégrant une plateforme Internet et un bureau géré professionnellement

	Année 1		Année 2		Année 3	
PRODUITS						
	% du C.A.		% du C.A.		% du C.A.	
Revenus entreprises (annonces)	4.68%	2'250	7.52%	3'800	9.42%	4'950
Revenus entreprises (encarts publicitaire)	8.84%	4'250	9.90%	5'000	10.94%	5'750
Revenus entreprises (sponsoring)	10.41%	5'000	9.90%	5'000	9.51%	5'000
Revenus employeurs privés (annonces)	0.31%	150	0.59%	300	0.86%	450
Revenus étudiants (inscriptions)	28.30%	13'600	26.93%	13'600	25.88%	13'600
Revenus étudiants (cotisations annuelles)	47.45%	22'800	45.15%	22'800	43.39%	22'800
		48'050		50'500		52'550
CHARGES	% des charges		% des charges		% des charges	
Frais du personnel qualifié	68.54%	-47'500	70.14%	-48'500	67.85%	-49'500
Frais du personnel étudiant	6.20%	-4'300	6.22%	-4'300	8.84%	-6'450
Téléphone	0.87%	-600	1.23%	-850	1.37%	-1'000
Frais informatique	3.61%	-2'500	2.17%	-1'500	1.37%	-1'000
Publicité et frais de représentation	12.27%	-8'500	6.51%	-4'500	6.17%	-4'500
Présentations d'entreprises	0.00%	0	7.23%	-5'000	8.22%	-6'000
Frais de bureau	2.16%	-1'500	2.89%	-2'000	2.74%	-2'000
Création du site web	2.89%	-2'000	0.00%	0	0.00%	0
Frais divers	3.46%	-2'400	3.62%	-2'500	3.43%	-2'500
		-69'300		-69'150		-72'950
Résultat de la période		-21'250		-18'650		-20'400

Revenus entreprises (annonces) :

- ∅ 1^{er} tarif : 40 annonces la 1^{ère} année, 75 la 2^{ème} année et 100 la 3^{ème} année, à **40.-** l'annonce (car aucune publicité sur le site)
- ∅ 2^{ème} tarif : 10 annonces la 1^{ère} année, 20 la 2^{ème} année et 25 la 3^{ème} année, à **30.-** (car publicité sur la page domaine de formation)
- ∅ 3^{ème} tarif : 10 annonces chaque année, à **20.-** (car publicité sur la page principale)

Revenus entreprises (encarts publicitaires) :

- ∅ 2^{ème} tarif : 10 publicités la 1^{ère} année, 20 la 2^{ème} année et 25 la 3^{ème} année sur la page domaine de formation à **150.-** l'année (rabais sur annonce : 20.- au lieu de 30.-)
- ∅ 3^{ème} tarif : 10 publicités chaque année sur la page d'accueil à **200.-** l'année (rabais sur annonce : 10.- au lieu de 30.-)

Résultats entreprises (sponsoring)

- ∂ Objectif d'obtenir deux sponsors par année qui verseraient CHF 2'500.- chacun

Revenus employeurs privés (annonces) :

- ∂ Budget de 10 annonces la 1^{ère} année, 20 la 2^{ème} année et 30 la 3^{ème} année, à 15.- l'annonce

Revenus étudiants (inscriptions) :

- ∂ 340 étudiants de 1^{ère} année à 40.- l'inscription et la cotisation annuelle (Etablis sans les étudiants dans le domaine Santé/Social)

Revenus étudiants (cotisations annuelles) :

- ∂ 760 étudiants à 30.- par année
(Moyenne de 1'100 étudiants par année, moins 340 en 1^{ère} année)
(Etablis sans les étudiants dans le domaine Santé/Social)

Frais du personnel :

- ∂ Une personne qualifiée travaillant à mi-temps à 3'500.- brut par mois, soit 42'000.- par année
- ∂ 13% part patronale
- ∂ Un étudiant à 4'000.- brut
(4h de travail par semaine à 20.80.- brut l'heure)
- ∂ Un étudiant supplémentaire pour aider selon les besoins à 2'000.- par année (dès la 2^{ème} année)
- ∂ 7.5% part patronale

Autres frais :

- ∂ Idem scénario 1

Scénario 3 : Opérateur de Business2School avec un bureau local géré par l'HEVs

Géré par un étudiant

		Année 1		Année 2		Année 3
	% des charges			% des charges		% des charges
CHARGES						
Frais du personnel	31.62%	-4'300		25.60%	-4'300	23.89%
Téléphone	4.41%	-600		4.76%	-800	5.56%
Frais informatique	11.03%	-1'500		5.95%	-1000	5.56%
Publicité et frais de représentation	33.09%	-4'500		17.86%	-3000	16.67%
Présentations d'entreprises	0.00%	0		29.76%	-5000	33.33%
Frais de bureau	11.03%	-1'500		8.93%	-1'500	8.33%
Frais divers	8.82%	-1'200		7.14%	-1'200	6.67%
Total des charges		-13'600		-16'800		-18'000

Frais du personnel :

- ∂ Un étudiant responsable de la mise en ligne, prospection à 4'000.- brut
(4h de travail par semaine à 20.80.- brut l'heure)
- ∂ 7.5% part patronale

Géré par une personne qualifiée et un étudiant

		Année 1		Année 2		Année 3
PRODUITS						
	% du C.A.			% du C.A.		% du C.A.
Revenus étudiants (inscriptions)	37.36%	13'600		37.36%	13'600	37.36%
Revenus étudiants (cotisations annuelles)	62.64%	22'800		62.64%	22'800	62.64%
		36'400		36'400		36'400
CHARGES	% des charges			% des charges		% des charges
Frais du personnel qualifié	75.52%	-47'500		72.28%	-48'500	73.55%
Frais du personnel étudiant	6.84%	-4'300		6.41%	-4'300	6.39%
Téléphone	0.95%	-600		1.19%	-800	1.49%
Frais informatique	3.97%	-2'500		2.24%	-1'500	1.49%
Publicité et frais de représentation	7.15%	-4'500		4.47%	-3'000	3.71%
Présentations d'entreprises	0.00%	0		7.45%	-5'000	7.43%
Frais de bureau	2.38%	-1'500		2.98%	-2'000	2.97%
Frais divers	3.18%	-2'000		2.98%	-2'000	2.97%
		-62'900		-67'100		-67'300
Résultat de la période		-26'500		-30'700		-30'900

Frais du personnel :

- ∂ Une personne qualifiée travaillant à mi-temps à 3'500.- brut par mois, soit 42'000.- par année
- ∂ 13% part patronale
- ∂ Un étudiant à 4'000.- brut (4h de travail par semaine à 20.8.- brut l'heure)
- ∂ 7.5% part patronale

Téléphone :

- ∂ 50.- par mois la première année
- ∂ 70.- par mois la deuxième année
- ∂ 80.- par mois la troisième année

Frais informatique :

- ∂ La première année, achat de deux ordinateurs (2'000.-) et d'une imprimante (500.-)
- ∂ La deuxième et troisième année, budget si remplacement matériel et réparations

Publicité :

- ∂ La première année : annonces dans journal, affiches à l'école, flyers, mailing et frais de prospection
- ∂ La deuxième et troisième année : flyers, mailing, frais de prospection et invitations d'entreprises

Présentations d'entreprises :

- ∂ Dès la deuxième année, frais lors de présentations d'entreprises (dont apéritif)

Frais de bureau :

- ∂ Basés sur les charges d'une structure comparable et existante

Frais divers :

- ∂ Marge de sécurité

6. FINANCEMENT

Scénario 1 :

Le financement initial du service de placement serait de CHF 10'000.-. L'investissement de départ se segmenterait comme suit :

- ∂ CHF 2'000.- pour la création du site web
- ∂ CHF 2'500.- pour le matériel informatique,
- ∂ CHF 4'500.- pour les frais publicitaires de départ

Arrondi à CHF 10'000.-, il serait récupéré lors du versement de la cotisation des étudiants.

Quant aux charges du personnel et aux charges courantes, elles seraient financées par le sponsoring, par les émoluments des annonces et par les publicités des entreprises.

Si l'HEVs choisit le scénario 1 qui est une amélioration de la situation actuelle au niveau de la mise en relation, du filtre, de la présentation du site, de la prospection des employeurs et la présentation d'entreprises dès la deuxième année, le risque financier resterait minime. L'objectif financier à atteindre serait l'autofinancement de la structure.

Scénario 2 :

Le financement initial serait comparable au premier scénario à la différence que l'HEVs devrait injecter approximativement CHF 20'000.- par année avec peu de chance de les recouvrer. En contrepartie, elle offrirait des prestations personnalisées, professionnelles et elle améliorerait son image vis à vis de la qualité de ses services pour l'insertion professionnelle des étudiants.

Dans ces deux scénarios, les objectifs financiers à atteindre seraient d'une part l'augmentation du revenu par les annonces d'entreprises et d'employeurs privés et d'autre part le financement par les sponsors.

Scénario 3 :

Pour cette option et pour ses deux variantes, le financement initial serait moins élevé puisque la plateforme Internet serait déjà créée. En revanche, étant donné que l'association Business2School ne fait pas payer la mise en relation, les produits ne pourraient pas couvrir les charges, d'où un déficit important.

7. EVALUATION DES RISQUES

7.1. Risques externes

Evolution du marché

En avril 2005, la HES-SO a publié un communiqué de presse sur son engagement envers l'association Business2School dans le but de faciliter la mise en relation entre les étudiants et les milieux économiques romands. Ce partenariat contribue au développement de la politique de la HES-SO qui est de renoncer à une organisation régionale pour chaque Haute Ecole Spécialisée de Suisse Romande et de favoriser l'échange sans contrainte sur le marché romand.

En créant une structure indépendante afin de régler une problématique régionale, la Haute Ecole Valaisanne se marginaliserait et entrerait en désaccord avec la politique de la HES-SO.

Solution : L'HEVS doit étudier avec l'association Business2School, des alternatives qui lui permettent de trouver des solutions régionales pour parer à la problématique de la prospection en Valais quasi occultée.

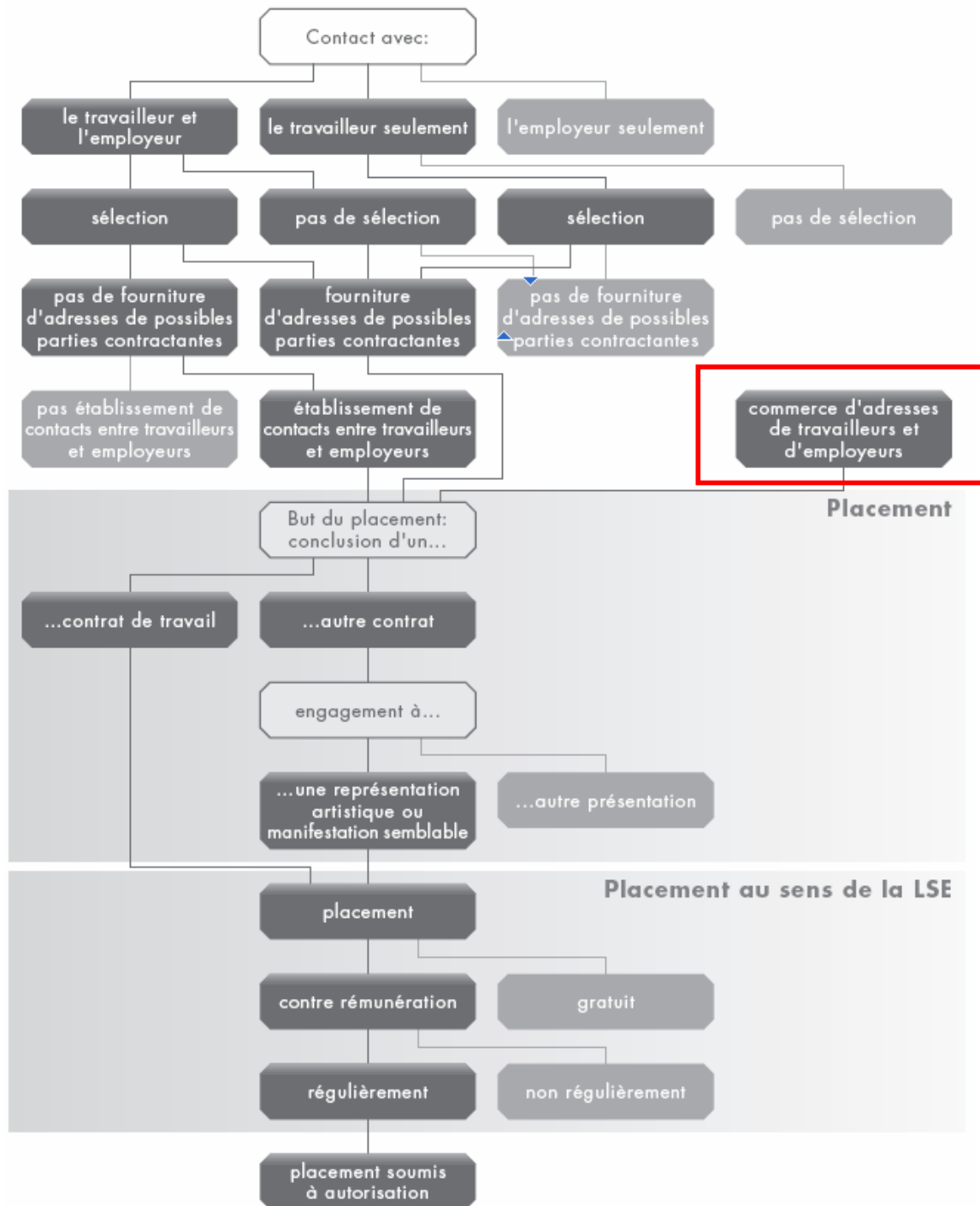
Insatisfaction des parties concernées / Notoriété de l'école

En cas de mauvaises expériences professionnelles répétées entre employeurs et étudiants ou en cas d'insatisfaction du service, il y a un risque de répercussion sur la notoriété de l'école. En effet, le travail fourni par l'étudiant sera considéré comme le reflet de la formation offerte par l'HEVs.

Solution : L'HEVs doit nommer une personne au sein du service de placement qui soit en mesure de recevoir les griefs des différentes parties afin d'améliorer la qualité du service et d'éviter que les problèmes se reproduisent.

Environnement législatif

Au risque de devoir tomber sous l'égide de la Loi sur le Service de l'Emploi, il est important de préciser le positionnement du service de placement : celui-ci s'occuperait uniquement de fournir l'adresse des employeurs aux étudiants intéressés. Voir tableau ci-après :



Source : SECO, Directives et commentaires, relatifs à la Loi fédérale du 6 octobre 1989 sur le service de l'emploi et de la location de services (LES), page 23 «Vue d'ensemble du régime de l'autorisation»

Masse critique

Risque que la masse critique d'offres d'entreprises ne soit pas atteinte et que les annonces ne correspondent pas aux attentes des étudiants.

Solution : Prospection intensive auprès des employeurs susceptibles de fournir des emplois qualifiants pour les étudiants.

7.2. Risques internes

Sécurité informatique

Risques de problèmes de stabilité du parc informatique ainsi que de virus qui peuvent infecter la plateforme et les annonceurs par l'adresse e-mail de l'entreprise communiquée automatiquement à l'étudiant.

Solutions : Antivirus performant, système informatique protégé par codes, firewall.

Rétention et motivation du personnel

L'HEVs pourrait avoir des difficultés à trouver des étudiants motivés à même d'offrir un travail de qualité toute l'année. De plus, il faudrait régler le problème de transmission du savoir-faire d'un étudiant à un autre. Il pourrait également survenir un problème de turnover.

Solutions : Offrir un salaire intéressant et un bonus de fin d'année, un cadre de travail stimulant avec une écoute attentive des feedbacks du personnel par le comité.

Financier

Les risques vont dépendre du scénario choisi. Dans les scénarios 2 et 3, il y aura sûrement un problème d'implication financière de l'HEVs qui devra financer à fonds perdus le service de placement. Pour les scénarios 1 et 2, il pourrait survenir un problème de rentabilité en cas d'annonces et de publicités insuffisantes.

Solution : Pour les scénarios 2 et 3, l'HEVs devrait essayer de se tourner vers un financement public qui soutiendrait ce nouveau projet. Pour les scénarios 1 et 2, seule une prospection adéquate et le bouche à oreille pourront stimuler le dépôt d'offres.

Organisation

Si l'HEVs choisit le scénario 1 ou 3 géré par des étudiants, elle pourrait rencontrer des problèmes au niveau de la gestion du temps de travail et de la disponibilité des étudiants en rapport avec leur temps de formation. Il est fondamental qu'un travail régulier soit fourni par le personnel.

Solution : Etablir un plan de travail avec l'étudiant pour chaque mois

Marketing

Le risque majeur serait de ne pas réussir à toucher la clientèle cible par les démarches marketing.

Solution : L'HEVs pourrait mesurer le retour sur la communication en insérant sur le site Internet au moment de l'inscription des entreprises, une question à la fin du questionnaire à savoir : Comment avez-vous connu le service de placement de l'HEVs ? Suivie d'une liste déroulante avec les réponses possibles.

8. DEVELOPPEMENT FUTUR ENVISAGEABLE

8.1. Bureau des stages

A l'avenir, l'HEVs pourrait se concentrer plus pleinement sur la bourse aux stages en assignant une conseillère en placement à identifier les possibilités de stages pour les étudiants de chaque filière et à les encadrer durant la durée du stage. Si ceux-ci sont obligatoires, elle pourrait vérifier si le cahier des charges correspond aux exigences formulées par les responsables de filière et répondre aux questions des employeurs et des étudiants quant à la démarche à suivre, aux modalités à prendre en compte (période de stages, profil des étudiants, rémunération...) et aux démarches administratives à effectuer. Le bureau pourrait également proposer des stages pour les étudiants du degré secondaire souhaitant étudier à la Haute Ecole Valaisanne mais devant réaliser un stage obligatoire avant de pouvoir intégrer l'école.

8.2. Orientation individualisée de l'étudiant

Si l'HEVs souhaite professionnaliser le bureau de placement, elle pourrait compléter ses prestations par un service personnalisé qui serait géré par une conseillère en emploi. Sa mission serait d'accompagner l'étudiant dans ses démarches d'insertion professionnelle en le conseillant sur les approches à effectuer (lettre de motivation, CV, entretiens, etc.), en l'aidant à déterminer un projet professionnel ou en lui offrant des pistes d'amélioration de son dossier de candidature par le biais d'un entretien individuel.

Naturellement, si l'HEVs décide de se lancer dans ce type de services, elle doit prendre en compte le coût qu'engrangerait une telle structure (voir point 5.1 Compte de résultat prévisionnel, scénario 2).

8.3. La bourse aux premiers emplois pour diplômés

Etant donné que mon travail cible essentiellement les activités professionnelles des étudiants pendant leurs études, j'ai choisi d'insérer cette prestation dans le développement

envisageable du service de placement. En effet, au vu des résultats de l'enquête auprès des étudiants et des entreprises plébiscitant les emplois pour diplômés en tête de classement, il m'a semblé être fondamental de ne pas délaisser cette prestation. En outre, afin de faciliter la tâche aux employeurs valaisans qui souhaitent poster une annonce pour un emploi pour diplômé, cette bourse doit absolument être disponible sur la plateforme Internet.

8.4.Système de contrôle et de qualité de l'insertion professionnelle

Il est primordial que l'HEVs mette en place dans un futur proche un système de contrôle de l'insertion professionnelle afin d'évaluer les actions réalisées par le service de placement, de mesurer l'intérêt et la satisfaction des différents acteurs et d'apporter les corrections nécessaires. Dans un premier temps, l'HEVs devra transposer sa politique d'insertion professionnelle en objectifs mesurables et quantifiables. Ensuite, il s'agira de déterminer les indicateurs de performance sous la forme d'un tableau de bord permettant d'évaluer les différentes actions. Les indicateurs pourraient être par exemple :

- ∂ La fréquence de mises en relation sur la plateforme Internet
- ∂ Le nombre d'annonces déposées sur le site
- ∂ Le niveau de satisfaction des employeurs et étudiants à l'aide d'enquêtes de satisfaction
- ∂ Le nombre de profils établis par les étudiants
- ∂ Le nombre de réclamations
- ∂ Le chiffre d'affaires
- ∂ Le taux de rotation du personnel
- ∂ Etc.

Enfin, le comité en charge de la politique d'insertion professionnelle prendrait les mesures nécessaires à la correction des indicateurs négatifs.

9. RECOMMANDATIONS

Les recommandations qui suivent vont permettre de proposer des mesures en adéquation aux constats effectués lors de l'analyse du marché et du plan d'action établi.

Définir une politique d'insertion professionnelle

Au vu des résultats encourageants constatés lors de l'enquête auprès des personnes concernées et de l'appréciation positive du marché du placement étudiant, je conseillerais vivement à la Haute Ecole Valaisanne de réfléchir à sa propre politique d'intégration professionnelle de ses étudiants en définissant le positionnement et les missions qu'elle souhaite assurer.

Cette stratégie permettrait d'une part de développer les échanges entre les étudiants et les milieux économiques et constituerait une source de promotion pour la Haute Ecole Valaisanne. En effet, en entretenant des liens avec le monde professionnel, elle pourrait promouvoir son image d'institution axée sur la pratique en étant à l'écoute de l'économie et établir les exigences des entreprises quant aux compétences, connaissances et aptitudes demandées aux jeunes de l'HEVs. D'autre part, l'école exprimerait sa volonté de favoriser et de faciliter l'insertion professionnelle des étudiants grâce à l'aide d'un service de placement ciblé.

Identifier la stratégie de mise en place du service de placement

Je lui conseillerais également de décider de la stratégie de mise en œuvre du service de placement sur la base de ce présent rapport, en définissant quelles prestations souhaite-t-elle offrir, quelle organisation sera la plus adéquate à sa situation et quel financement est-elle prête à supporter.

Mes recommandations quant à ce point viseraient à proposer dans un premier temps la mise en place du scénario numéro 1, c'est-à-dire une double structure associant une plateforme Internet et un bureau géré par deux étudiants sous la surveillance d'un comité responsable de la politique d'insertion professionnelle.

Cette solution permettrait d'améliorer la structure existante en actualisant la plateforme Internet afin de la rendre plus efficace et plus dynamique et en assignant deux étudiants responsables de la mise à jour du site Internet et de la prospection auprès des étudiants et des employeurs. De plus, cette option permettrait de leur offrir une réelle opportunité

d'activité lucrative et leur demanderait des qualités de gestionnaire de projet tout en étant sous contrôle du comité.

Le choix de ce scénario permettrait d'une part d'évaluer le réel intérêt des étudiants et des entreprises en mesurant le nombre d'annonces postées et les mises en relation effectuées, et d'autre part d'éviter une trop grande implication financière de l'HEVs dans le cas où ce service ne devait pas susciter l'intérêt escompté.

Développement futur du service de placement

Inversement, si le service de placement enregistre de bons résultats après deux ans, l'HEVs pourrait alors réviser l'organisation du service de placement en engageant une personne qualifiée dans le domaine du placement ou de l'orientation. Cette option permettrait d'offrir des prestations personnalisées tels que l'orientation individualisée de l'étudiant ou un bureau des stages. Afin de limiter le financement à fonds perdus, l'HEVs pourrait étudier la possibilité d'obtenir une aide publique ou privée par le biais de sponsors.

La Haute Ecole Valaisanne devrait également tenir compte de l'engagement de la HES-SO envers l'association Business2School. Dans ce sens, elle pourrait accepter le partenariat avec B2S quant à la syndication des offres de l'association sur le site Internet du service de placement. Cette stratégie serait plus adaptée que la seconde option qui serait de devenir un opérateur de l'association et engagerait en conséquence d'importantes charges financières difficiles à autofinancer en vue de la politique de prix choisie par B2S.

Nommer un comité responsable de la mise en place du service de placement

Enfin, je recommanderais à la direction de nommer un comité responsable de la mise en œuvre de cette politique d'insertion professionnelle. Ce comité serait également en charge de la surveillance de la qualité des mesures prises par un système de contrôle évaluant les actions réalisées par le service de placement, l'intérêt et la satisfaction des différentes parties concernées. Cela permettrait de prendre les mesures nécessaires à la correction des indicateurs négatifs.

Ainsi, ces solutions devraient consentir à une meilleure approche du milieu académique au milieu professionnel, permettre à l'HEVs de renforcer son positionnement auprès de l'économie valaisanne et conscientiser les étudiants quant à leur intégration professionnelle pendant et après les études.

10. REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier le professeur responsable de mon travail de diplôme, Monsieur Francis Pont, pour sa disponibilité indéfectible, ses précieux conseils et pour m'avoir toujours accompagnée avec un mot d'encouragement positif.

Je remercie chaleureusement toutes les personnes qui m'ont apporté soutien, conseils et compétences pour la réalisation de ce travail de diplôme, en particulier :

- ∂ Monsieur Yves Rey, Directeur du domaine Economie & Services
- ∂ Monsieur Philippe Güdemann, Secrétaire général de l'Association Business2School
- ∂ Madame Jeannine Steiner, Responsable du bureau de placement de l'Université de Genève
- ∂ Madame Anne-Carole Künzle, Présidente de l'Association HEC-Espace-Entreprise
- ∂ Madame Marie-José Genolet, Responsable du Centre Uni-Emploi de l'Université de Genève
- ∂ Monsieur Alain Mottier, Comptable auprès d'une fiduciaire genevoise
- ∂ Madame Arlette Pochon, Secrétaire de l'HEVs auprès du domaine Economie & Services
- ∂ Madame Ariane Praz, Responsable du service de la Gestion académique de l'HEVs
- ∂ Mademoiselle Laurie Koch, Stagiaire MPC du bureau MOVE
- ∂ Monsieur Julien Denaes, Etudiant Erasmus en informatique de gestion
- ∂ Madame Erika Mottier et Monsieur Alexandre Probst, pour la traduction en allemand de l'étude de marché

Enfin, je tiens à exprimer ma sincère gratitude à tous les élèves de l'HEVs et aux entreprises valaisannes qui ont bien voulu répondre à mon enquête, ainsi qu'à mes proches qui m'ont soutenue pendant ces trois mois.

11. ABREVIATIONS

B2S	Business2School
BCVs	Banque Cantonale du Valais
C.A.	Chiffre d'Affaires
CCIG	Chambre de Commerce et d'Industrie de Genève
CV	Curriculum Vitae
CVCI	Chambre Vaudoise du Commerce et de l'Industrie
EST	Ecole Suisse du Tourisme
EPF	Ecoles Polytechniques Fédérales
EPFL	Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne
EPFZ	Ecole Polytechnique Fédérale de Zurich
ESAV	Ecole Supérieure d'Art Visuel
FPV	Fédération Patronale Vaudoise
HEC	Hautes Etudes Commerciales
HEE	HEC-Espace-Entreprise
HEG	Haute Ecole de Gestion
HEG-VD	Haute Ecole de Gestion du canton de Vaud
HEIG-VD	Haute Ecole d'Ingénierie et de Gestion du Canton de Vaud
HEP	Haute Ecole Pédagogique
HES	Haute Ecole Spécialisée
HES-GE	Haute Ecole Spécialisée du canton de Genève
HES-SO	Haute Ecole Spécialisée de Suisse Occidentale
HEU	Hautes Ecoles Universitaires
HEVS	Haute Ecole Valaisanne
IUED	Institut Universitaire d'Etudes au Développement
LSE	Loi sur le Service de d'Emploi
MM.	Messieurs
NZZ	Neue Zürcher Zeitung
OFCP	Office d'Orientation et de Formation Professionnelle.
OFS	Office Fédéral de la Statistique
OPI	Office de Promotion des Industries et des technologies
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PWC	PriceWaterhouseCoopers
RH	Ressources Humaines
RSS	Real Simple Syndication
Seco	Secrétariat d'Etat à l'économie
SOL	Swiss Occidental Leonardo
STATEM	Statistique de l'Emploi
TD	Travail de Diplôme
UNI.	Université(s)

12. SOURCES D'INFORMATIONS

Marché Suisse de l'emploi

- ∂ SECO, La situation sur le marché du travail en octobre 2006, Documentation de presse, le 7 novembre 2006
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/03/22/press.Document.85953.pdf>
(Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ OFS, Vie active et rémunération du travail, Enquête Suisse sur la population active 2006, N° 0351-0611-60, Embargo : le 30 octobre 2006
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/news/medienmitteilungen.Document.85773.pdf>
(Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ OFS, Vie active et rémunération du travail, Le baromètre de l'emploi au 2^{ème} trimestre 2006, N° 0351-0609-30, le 24 août 2006
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/03/22/press.Document.80998.pdf>
(Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ Etude Manpower sur les Perspectives d'Emploi Suisse, Rapport d'étude Manpower, 4^{ème} trimestre 2006
www.manpower.com/mpcom/viewMeos?name=CH_FR_4Q06_MEOS_Brochure.pdf
(Etat au 7 décembre 2006)

Marché Valaisan de l'emploi

- ∂ Canton du Valais, La situation sur le marché du travail en Valais en Octobre 2006, Bulletin statistique, 7 novembre 2006
http://www.vs.ch/Press/DS_3/PU-2006-11-08-10932/fr/DO_STATIS_20061106_FRAKAR_Bulletin_stat_octobre_2006.pdf
(Etat au 7 décembre 2006)

Marché de l'emploi des jeunes du degré tertiaire

- ∂ OFS, L'activité professionnelle des élèves et des étudiants, Une étude basée sur les résultats de l'enquête suisse sur la population active 1996–2005, Actualités OFS, Avril 2006
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/news/publikationen.Document.75946.html>
(Etat au 7 décembre 2006)

Le passage des études à la vie active

- ∂ OFS, Les diplômés d'une haute école un an après la fin de leurs études, Le passage des études à la vie professionnelle, Communiqué de presse, N° 0351-0609-00, le 22 août 2006
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/15/22/press.Document.80990.pdf>
(Etat au 7 décembre 2006)

- ∂ Observatoire Romand et Tessinois de l'Emploi, Etude sur la population en recherche d'emploi, « Chômage et âge », Conférence Romande et Tessinoise des offices cantonaux de l'emploi, Février 2005, Auteurs du rapport : Nicolas Ackermann, Pierre Gfeller
http://www.observatoire-orte.ch/web/prestation_projet.asp?domaine=36
(Etat au 7 décembre 2006)

Marché de l'emploi des jeunes issus d'une HES

- ∂ OFS, Situation sociale des étudiant-e-s 2005, Premiers résultats de l'enquête menée auprès des Étudiant-e-s des hautes écoles suisses, Education et Science, Rédaction : Laurence Boegli et Martin Teichgräber, 2005
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/news/publikationen.Document.67726.html>
(Etat au 7 décembre 2006)

Enquête auprès des entreprises

- ∂ La liste des membres de la Chambre Valaisanne du Commerce et de l'Industrie
<http://www.cci-valais.ch/template/fs/documents/Liste%20des%20membres.pdf>
(Etat au 7 décembre 2006)

Les services de placement estudiantins

- ∂ HEIG-VD, Monsieur Philippe Güdemann, Assistant HEV-HEIG
- ∂ HEG Arc, Monsieur Jean-Paul Debrod, Doyen
- ∂ HEG Fribourg, Madame Isabelle Bongard
- ∂ SWISS Up – Focus on learning, UNIVERSITE : Comment décrocher une place de stage pendant ses études ?, Auteur Yves Nimis, 18 mars 2002
http://www.swissup.com/art_content.cfm?upid=FR1139 (Etat au 7 décembre 2006)

Benchmark des services de placement estudiantin

Bureau de placement de l'Université de Genève

- ∂ Site Internet : <http://www.unige.ch/dase/bupla/> (Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ Guide pratique du Bureau de placement 2006-2007, Université de Genève
<http://www.unige.ch/dase/bupla/pdf/brochurebupla.pdf> (Etat au 7 décembre 2006)

HEC- Espace-Entreprise

- ∂ Site Internet : <http://www.hec-espace-entreprise.ch/> (Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ Statuts : http://www.hec-espace-entreprise.ch/association/statuts_HEE.pdf
(Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ Etudiants.ch, Associations : <http://www.etudiants.ch/html/etudes/associations/hec.html>
(Etat au 7 décembre 2006)

Centre Uni-Emploi :

- ∂ Site Internet : <http://www.unige.ch/dase/cunie/> (Etat au 7 décembre 2006)

Business2School

- ∂ Site Internet : <http://www.b2s.ch/> (Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ Dossier de présentation B2S, mai 2002 : http://www.b2s.ch/content/B2S_dossier.pdf
(Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ Statuts de l'association B2S, juillet 2002 : http://www.b2s.ch/content/B2S_statuts.pdf
(Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ Présentation PowerPoint de la l'Assemblée Générale 2006 :
<http://www.b2s.ch/content/Ag2006.ppt> (Etat au 7 décembre 2006)

Concurrence

- ∂ Site Internet VS-link : <http://www.vslink.ch/> (Etat au 7 décembre 2006)
- ∂ Brochure « Tout savoir sur...Visa Centre »
- ∂ SWISS Up – Focus on learning, Jobs : Aperçu de l'offre d'emploi en ligne,
Auteur : Céline Celardin, 11 novembre 2002
http://www.swissup.com/art_content.cfm?upid=FR2114 (Etat au 7 décembre 2006)

Diagnostic de l'analyse du marché

- ∂ Communiqué de presse, « La Haute école spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO)
intensifie sa collaboration avec le projet B2S », le 25 avril 2005
<http://www.b2s.ch/content/CommPresseHESSO.pdf> (Etat au 11 décembre 2006)

La bourse aux stages / mandats

- ∂ Université de Genève, « Mémento des stages HEC », version février 2006
<http://www.hec.unige.ch/www/download.php?fn=5760b793b> (Etat au 11 décembre 2006)
- ∂ Unil, « Guide du stage », Auteur : Photisone Vanvilay - psychologue du travail,
version avril 2006 http://unil.ch/webdav/site/soc/shared/pdf/Guide_du_stage_06.pdf
(Etat au 11 décembre 2006)

La bourse aux jobs d'étudiants

- ∂ OFS, « Le travail à temps partiel en Suisse », Vie active et rémunération du travail, Actualités
OFS, juillet 2006
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/03/22/publ.Document.80669.pdf>
(Etat au 11 décembre 2006)
- ∂ Swiss Up Focus on learning, Jobs : Travailler pendant ses études ? Faites votre choix, Auteur :
Nicolas Masson, 29 octobre 2001
- ∂ Swiss Up Focus on learning, "Petits jobs : les bons plans", Snapshot, 5 octobre 2001
http://www.swissup.com/art_content.cfm?upid=FR112 (Etat au 11 décembre 2006)

Concrétisation sur le marché

- ∂ Marketing Management, par Philip Kotler, Bernard Dubois, et Delphine Manceau, ISBN : 2744070408, Broché - 25 juin 2004
- ∂ Arthur Andersen, Analyse comparative des pratiques de l'EPFL et d'autres institutions, juillet 1999 <http://craft.epfl.ch/AAanalysecomp.pdf> (Etat au 11 décembre 2006)
- ∂ Le Nouvelliste, Tarif publicitaire « express », 2006
http://www.nouvelstepub.ch/a_documents/tarifs_express2006.pdf
(Etat au 11 décembre 2006)
- ∂ Rhône FM, Pub Tarifs, 2006
<http://www.rhonefm.ch/index.cfm?Page=Buildpage&MainMenuId=128&SousMenuId=262>
(Etat au 11 décembre 2006)

Risques externes

- ∂ SECO, Directives et commentaires, relatifs à la Loi fédérale du 6 octobre 1989 sur le service de l'emploi et de la location de services (LES)
http://www.espace-emploi.ch/dateien/Private_Arbeitsvermittlung/pav_weisungen_avg_f.pdf?lang=fr
(Etat au 11 décembre 2006)

Questionnaires pour l'étude de marché

- ∂ OFS, De la haute école à la vie active, Questionnaire consacré au passage des études à la vie active des diplômé-e-s des hautes écoles universitaires et spécialisées
<http://www.bfs.admin.ch/.../blank/blank/bha/02.ContentPar.0002.DownloadFile.tmp/questionnaire-fr.pdf>

Source de l'image (première page)

- ∂ www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/news/publikationen.Document.80926.pdf

Sources générales

- ∂ Etumag, Students Lifestyle Magazine, 008, Spécial Emploi, avril 2006
- ∂ Etumag, Students Lifestyle Magazine, 012, novembre 2006
- ∂ Emission de radio RSR, Le grand 8, Etudes et travail vont-ils de pair ?, 30 oct. 2006
- ∂ Emission de TV « Capital », M6, La course au premier job : bons plans et galères, 01 oct. 2006
- ∂ Article de presse le Temps, Emploi et Formation, Le stage facilite l'entrée dans la vie active, 24 nov. 2006
- ∂ www.hevs.ch

13. ANNEXES

13.1. Questionnaires de l'étude de marché

Questionnaire pour les étudiants de l'HEVs

N.b. Questionnaire mis en ligne par le biais de la plateforme Internet PHPSurveyor.

Formation

1. Quelle formation suivez-vous actuellement ?

a. Domaine de l'Economie & Services

- ☐ Economie d'entreprise HES
- ☐ Informatique de gestion HES
- ☐ Ecole Suisse du Tourisme EST

b. Domaine des Sciences de l'ingénieur(e)

- ☐ Systèmes industriels
- ☐ Technologies du vivant

2. A quel stade de formation êtes-vous ?

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Semestre 1 | <input type="checkbox"/> Semestre 5 |
| <input type="checkbox"/> Semestre 2 | <input type="checkbox"/> Semestre 6 |
| <input type="checkbox"/> Semestre 3 | <input type="checkbox"/> Semestre 7 |
| <input type="checkbox"/> Semestre 4 | <input type="checkbox"/> Semestre 8 |
| <input type="checkbox"/> Travail de diplôme | |

3. Suivez-vous une formation à plein temps, en emploi ou à temps partiel ?

- ☐ Plein temps
- ☐ Emploi (*allez directement à la question 10*)
- ☐ Temps partiel (*allez directement à la question 10*)

Activité(s) rémunérée(s) actuelle(s)

4. Exercez-vous actuellement une ou plusieurs activité(s) rémunérée(s) régulière(s) ou épisodique(s) (ex. pendant les vacances scolaires, congés, etc.) ?

- ☐ Oui
- ☐ Non, je suis à la recherche d'une activité rémunérée (*allez directement à la question 8*)
- ☐ Non, mais j'ai reçu des assurances formelles pour une activité rémunérée (*allez directement à la question 8*)
- ☐ Non, pas en ce moment (*allez directement à la question 10*)

5. A quelle fréquence travaillez-vous pour votre ou vos activité(s) rémunérée(s) ?

- ☐ 1-5 heure(s) par semaine
- ☐ 6-10 heures par semaine
- ☐ 11-15 heures par semaine
- ☐ 16-20 heures par semaine
- ☐ Plus de 20 heures par semaine
- ☐ Activité(s) épisodique(s) (pendant les vacances, congés, etc.)

6. Dans quel(s) secteur(s) économique(s) exercez-vous votre ou vos activité(s) rémunérée(s) ?

- ☐ Enseignement / Hautes écoles
- ☐ Construction
- ☐ Commerce : commerce de gros et de détail
- ☐ Autres prestations de services : informatique / recherche & développement / publicité, relations publiques, instituts de sondage / conseil / fiduciaires / journaux, périodiques / radios, télévisions / bibliothèques, archives, documentation / musées, théâtres, cinéma / autres prestations de services
- ☐ Services domestiques : babysitting / nettoyage / jardinage, etc.
- ☐ Services sociaux / activités sociales
- ☐ Santé
- ☐ Hôtellerie, restauration, tourisme
- ☐ Industrie, arts et métiers : métallurgie / industrie chimique / industrie pharmaceutique / industrie des produits alimentaires et des boissons / arts graphiques / autres industries
- ☐ Activités financières, assurances : banques / assurances
- ☐ Transport et communications : transport et communications / entreprises publiques tels que CFF, Poste, Swisscom, sociétés d'électricité
- ☐ Administration publique
- ☐ Associations, organisations
- ☐ Activité agricole : agriculture / sylviculture / horticulture / pisciculture
- ☐

Autre : _____

Source : Office fédérale de la statistique

7. Pour quelle(s) raison(s) travaillez-vous à côté de vos études ?

(Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Expérience professionnelle
- ☐ Contact avec le monde professionnel
- ☐ Financement des loisirs
- ☐ Financement des frais quotidiens (ex. logement, nourriture, déplacement, frais d'écologie)
- ☐ Partielle indépendance par rapport aux parents
- ☐ Totale indépendance par rapport aux parents
- ☐ Occasion de sortir de la solitude
- ☐ Remboursement de dettes
- ☐ Contribution à l'entretien de la famille
- ☐ Autres : _____

8. Quelle(s) stratégie(s) de recherche d'emploi adopteriez-vous ou avez-vous adoptée(s) ?

(Plusieurs réponses possibles)

- a. ☐ Offre spontanée
- b. ☐ Recherche sur Internet
- c. ☐ Réponse à une offre de service parue dans un journal
- d. ☐ Parution de votre offre de service dans un journal ou sur Internet
- e. ☐ Recours à un service d'orientation professionnelle
- f. ☐ Recours à un service privé de placement (ex. Adecco, Kelly Services, etc.)
- g. ☐ Recours à un service de placement étudiant
- h. ☐ Recherche de mandats en tant qu'indépendant(e)
- i. ☐ Par l'intermédiaire de relations personnelles
- j. ☐ Par l'intermédiaire d'un stage/mandat exécuté durant vos études
- k. ☐ Par l'intermédiaire d'un professeur, d'un assistant ou d'une autre personne employée par l'HEVs
- l. ☐ Par l'intermédiaire de la rubrique «offres d'emploi» du site Internet : www.hevs.ch
- m. ☐ En prenant part à des congrès / expositions / forums
- n. ☐ En étant contacté par l'employeur
- o. ☐ Autre(s) : _____

9. Si vous avez trouvé une activité rémunérée : laquelle des stratégies énumérées à la question 8 a été déterminante ?

(Si pas d'activité rémunérée ou de stage, veuillez passer à la question suivante)

Veuillez indiquer la lettre de la stratégie déterminante : __

Service de placement pour les étudiants de l'HEVs

10. Seriez-vous intéressé(s) par un service de placement de l'HEVs qui agirait en tant qu'intermédiaire pour faciliter vos recherches d'emploi ?

- ☐ Oui ☐ Non (*allez directement à la question 18*)

11. Quelles prestations souhaiteriez-vous obtenir du service de placement de l'HEVs ?

	Très important	Plutôt important	Peu important	Pas important
Aide au placement avec mise en contact d'employeur(s) potentiel(s)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aide à l'orientation dans les choix de carrières	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enseignement de techniques de recherches d'emploi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Renseignements divers sur les assurances sociales, impôts, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Présentation d'entreprises	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recherche de stages / emplois à l'étranger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Quels types d'emploi devrait proposer le service de placement de l'HEVs ?

	Très important	Plutôt important	Peu important	Pas important
Emplois fixes pour diplômé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Emplois à temps partiel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Missions temporaires auprès d'entreprises	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Missions temporaires auprès de personnes privées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Quelle(s) activité(s) vous intéresseraient d'exercer pour des missions temporaires auprès de personnes privées ?

(Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Je ne suis pas intéressé(e) par des missions auprès de personnes privées
☐ Education, enseignement (répétition de cours pour primaire, CO, secondaire)
☐ Cours hors cadre scolaire (langue, musique, etc.)
☐ Informatique (cours d'informatique, installations de matériels, logiciels, etc.)
☐ Garde d'enfant, baby-sitting
☐ Bureau, secrétariat (traitement de texte et dactylographie de correspondances privées)
☐ Aide de maison, santé (ménage, repassage, jardinage, personne de compagnie, etc.)
☐ Travail manuel, technique
☐ Autre(s) : _____

14. Quelle(s) activité(s) vous intéresseraient d'exercer pour des missions temporaires auprès d'entreprises ?

(Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Je ne suis pas intéressé(e) par des missions auprès d'entreprises
- ☐ Vente, commerce, marketing (pose d'affiches, distribution d'imprimés, sondage, étude de marché, etc.)
- ☐ Informatique (cours d'informatique aux employés, installations de matériels, logiciels, etc.)
- ☐ Bureau / secrétariat / administration (réception, téléphone, classement, photocopies, traitement de texte, saisie de données, etc.)
- ☐ Hôtellerie / tourisme
- ☐ Traduction, interprétation
- ☐ Finance / gestion / comptabilité
- ☐ Hôtesse / Hôtes de salons, conférences
- ☐ Autre(s) : _____

15. Pour quelle « structure » opteriez-vous ?

- ☐ Réseau informatique (Internet/Intranet) mettant en relation étudiants-entreprises (ex. Jobup)
- ☐ Bureau de placement
- ☐ Aucun changement : on garde le fonctionnement actuel (offres d'emploi sur le site Internet de l'HEVs et sur les tableaux d'affichage à l'entrée du bâtiment)
- ☐ Autre(s) : _____

16. Seriez-vous prêt(e) à cotiser annuellement pour les services du bureau de placement ? (La cotisation serait incluse dans vos frais d'études)

- ☐ Oui ☐ Non

17. Si oui, quel montant seriez-vous prêt(e) à verser annuellement ?

- ☐ Moins de CHF 30.-
- ☐ Entre CHF 30.- et CHF 50.-
- ☐ Plus de CHF 50.-

Données personnelles

18. Sexe : ☐ Femme ☐ Homme

19. Année de naissance : _____

Fragebogen für Studenten

Bildung

1. Welcher Ausbildung gehen Sie im Moment nach?

a. Wirtschaft und Dienstleistungen

- ☐ Betriebsökonomie FH
- ☐ Wirtschaftsinformatik FH
- ☐ Schweizerische Tourismusfachschule STF

c. Ingenieur-Wissenschaften

- ☐ Systemtechnik
- ☐ Life Technologies

2. In welcher Bildungsstufe sind Sie?

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Semester 1 | <input type="checkbox"/> Semester 5 |
| <input type="checkbox"/> Semester 2 | <input type="checkbox"/> Semester 6 |
| <input type="checkbox"/> Semester 3 | <input type="checkbox"/> Semester 7 |
| <input type="checkbox"/> Semester 4 | <input type="checkbox"/> Semester 8 |
| <input type="checkbox"/> Diplomarbeit | |

3. Folgen Sie ein Vollzeit, Teilzeit oder berufsbegleitendes Studium?

- ☐ Vollzeit
- ☐ Berufsbegleitend (*gehen Sie direkt zur Frage 8*)
- ☐ Teilzeit (*gehen Sie direkt zur Frage 8*)

Aktuellen Erwerbstätigkeiten

4. Haben Sie zurzeit einen oder mehrere regelmäßige oder episodische Nebenjob(s)?

(z.B. während den Ferien) (Wenn nein, gehen Sie direkt zur Frage 8)

- ☐ Ja
- ☐ Nein, aber ich suche einen Nebenjob
- ☐ Nein, aber ein Nebenjob wurde mir formell zugesichert
- ☐ Nein, ich verzichte vorerst auf einen Nebenjob

5. Wie arbeiten Sie in Ihren Nebenjobs?

- ☐ 1 bis 5 Stunde(n) pro Woche
- ☐ 6 bis 10 Stunden pro Woche
- ☐ 11 bis 15 Stunden pro Woche
- ☐ 16 bis 20 Stunden pro Woche
- ☐ Mehr als 20 Stunden pro Woche
- ☐ Nur während den Ferien (Schulurlaub)

6. In welchem Bereich üben Sie Ihre Nebenjobs aus?

- ☐ **Hoch-/Fachhochschulen, Unterrichtswesen**
- ☐ **Baugewerbe**
- ☐ **Handel** : Gross-/Detailhandel
- ☐ **Dienstleistungen** : Informatik ,Forschung & Entwicklung , Werbung, Public Relation, Markt-/Meinungsforschung, Treuhand, Revision, Zeitung, Zeitschrift. Radio, Fernsehen, Bibliothek, Archiv, Dokumentationsstelle, Museum, Theater, Kino, andere Dienstleistungen
- ☐ **Heimarbeit** : Babysitting / Reinigung / Gartenarbeit usw.
- ☐ **Sozialwesen**
- ☐ **Gesundheitswesen**
- ☐ **Gastgewerbe, Tourismus (Hotellerie)**
- ☐ **Verarbeitendes Gewerbe, Industrie** : Maschinen, Fahrzeugbau, Metalle/Verarbeitung, Herstellung von chemischen Erzeugnissen, Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken, Pharmazie, andere Industriezweige
- ☐ **Banken, Versicherungen**
- ☐ **Transport, Kommunikation** : (SBB, Post, Swisscom, Elektrizitätsgesellschaften, usw.)
- ☐ **Öffentliche Verwaltung**
- ☐ **Verbände und Organisationen**
- ☐ **Landwirtschaft** : Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Gartenbau, Fischerei
- ☐ **Sonstige** : _____

Quelle: Bundesamt für Statistik, Allgemeine Systematik der Wirtschaftszweige

7. Ans welchen Gründen arbeiten Sie neben Ihrem Studium?

(Mehrere Antworten möglich)

- ☐ Berufserfahrungen
- ☐ Erster Schritt im Berufsleben
- ☐ Finanzierung der Freizeit, Hobbies
- ☐ Finanzierung der täglichen Kosten (z.B. Wohnung, Nahrung, Schulunterrichtskosten usw.)
- ☐ Teilweise Unabhängigkeit von den Eltern
- ☐ Totale Unabhängigkeit von den Eltern
- ☐ Kontakt mit anderen Leuten
- ☐ Schuldrückzahlung
- ☐ Beitrag zum Unterhalt der Familie
- ☐ Sonstige : _____

8. Welche Stellensuchstrategie(n) würden Sie wählen oder haben Sie schon gewählt?

(Mehrere Antworten möglich)

- a. ☐ Unaufgefordert bei Arbeitgebern beworben
- b. ☐ Im Internet gesucht
- c. ☐ Auf Stelleninserate geantwortet
- d. ☐ Erscheinung Ihres Dienstangebotes in einer Zeitung oder über Internet
- e. ☐ Beim Arbeitsamt gemeldet
- f. ☐ Bei privatem Stellenvermittlungsbüro gemeldet (z.B. Adecco, usw.)
- h. ☐ Nach selbstständigen Arbeitsaufträgen gesucht
- i. ☐ Persönliche Beziehungen
- j. ☐ Aufgrund von früheren Praktikastellen
- k. ☐ Über Professoren/-innen an der Hochschule
- l. ☐ Durch die Rubrik «Stellenangebote» der Website: www.hevs.ch
- m. ☐ An Kongressen, Messen, Forums teilgenommen
- n. ☐ Vom Arbeitgeber/von Arbeitgeberin angesprochen
- o. ☐ Sonstige : _____

9. Falls Sie einen Nebenjob gefunden haben: Welche in der Frage No 8 erwähnte Strategie war in Ihrem Fall entscheidend?

Buchstabe : _ _

10. Wären Sie interessiert an einer Hilfe der HEVs für Ihre Stellensuche?

- ☐ Ja ☐ Nein (*gehen Sie direkt zur Frage 18*)

11. Welche Leistungen der HEVs wären für Sie nötig?

	Sehr wichtig	Eher wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Hilfe für Kontaktaufnahme mit potentiellen Arbeitsgebern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hilfe für die Orientierung in der Karrierewahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterricht von Techniken in der Suche für einem Arbeitsplatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verschiedene Auskünfte über die sozialen Versicherungen, Steuern usw.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmensvorstellung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hilfe für die Suche nach Praktika/Arbeitsplätze im Ausland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Welche Typen von Arbeitsplätzen sollte die Arbeitsvermittlung von HEVs vorschlagen?

	Sehr wichtig	Eher wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Feste Stelle für Absolventen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilzeitjobs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nebenaktivitäten in Unternehmungen (nur einige Stunden)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nebenaktivitäten bei Privatpersonen (nur einige Stunden)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Praktika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. An welchen Nebenaktivitäten (bei Privatpersonen) wären Sie interessiert auszuüben?

(Mehrere Antworten möglich)

- ☐ Ich bin gar nicht interessiert an solchen Aktivitäten
☐ Unterricht (Kurswiederholung für Grundschule, CO, Sekundarstufe)
☐ Sprachkurs, Musikkurs, Malen...
☐ Informatik (Informatikkurse, Materialeinrichtungen , Software usw.)
☐ Baby-sitting
☐ Büro, Sekretariat (Textverarbeitung und Korrespondenz)
☐ Haushalthilfe (Haushalt, Bügeln, Gartenarbeit, usw.)
☐ Handarbeit, Handwerk
☐ Sonstige : _____

14. An welchen Nebenaktivitäten (bei Unternehmungen) wären Sie interessiert auszuüben?

(Mehrere Antworten möglich)

- ☐ Ich bin gar nicht interessiert an solchen Nebenaktivitäten
- ☐ Verkauf, Handel, Marketing (Verteilung von Werbemitteln, Umfrage, Marktstudie usw.)
- ☐ Informatik (Informatikkurs für Mitarbeiter, Materialeinrichtungen, Software usw.)
- ☐ Büro, Sekretariat, Verwaltung (Rezeption, Telefon, Klassierung, Fotokopien, Textverarbeitung, Datenerfassung, usw.)
- ☐ Gastgewerbe, Tourismus
- ☐ Übersetzung, Interpretation
- ☐ Finanzen, Buchhaltung
- ☐ Empfang und Begleitung bei Konferenzen, Ausstellungen
- ☐ Sonstige : _____

15. An welcher „Struktur“ wären Sie besonders interessiert sein?

- ☐ Datennetz, Internet, Intranet (z.B. Jobup, BtoS)
- ☐ Arbeitsvermittlung
- ☐ Keine Änderung: die aktuelle Offerte genügt (Arbeitsplatzangebote auf HEVs-Website und auf der Anschlagtafel am Eingang)
- ☐ Sonstige : _____

**16. Sind Sie bereit einen Jahresbeitrag für einer solchen Service zu bezahlen?
(Der Jahresbeitrag wäre in Schulgeld inbegriffen)**

- ☐ Ja ☐ Nein

17. Wenn ja, welchem Betrag:

- ☐ Bis CHF 30.-
- ☐ Zwischen CHF 30.- und CHF 50.-
- ☐ Mehr als CHF 50.-

Angaben zur Person

18. Geschlecht : ☐ Weiblich ☐ Männlich

19. Geburtsjahr : _____

Questionnaire pour les entreprises

N.b. Questionnaire mis en ligne par le biais de la plateforme PHPSurveyor.

Recherche d'étudiants / de diplômés

1. Avez-vous déjà engagé un diplômé ou un étudiant des Hautes Ecoles Spécialisées du Valais (HEVs) ou de l'Ecole Suisse du Tourisme (EST) ?

- ☐ Oui, un diplômé
- ☐ Oui, un étudiant
- ☐ Non (*allez directement à la question 4*)

**2. De quelle(s) filière(s) d'étude provenai(en)t-il(s) ?
(Plusieurs réponses possibles)**

a. Domaine de l'Economie & Services

- ☐ Economie d'entreprise HES
- ☐ Informatique de gestion HES
- ☐ Ecole Suisse du Tourisme EST

b. Domaine des Sciences de l'ingénieur(e)

- ☐ Systèmes industriels HES
- ☐ Technologies du vivant HES (Chimie analytique, Biotechnologie, Agroalimentaire)

3. Pour quel(s) type(s) d'emploi(s) a-t-il ou ont-ils été engagé(s) ?

- ☐ Emploi fixe
- ☐ Emploi à temps partiel
- ☐ Mission temporaire
- ☐ Stage
- ☐ Mandat / Travail de diplôme

4. Est-ce que votre entreprise serait disposée à engager ou à réengager, dans les trois prochaines années, un étudiant ou un diplômé des HES ou de l'EST ?

(Si non, répondez à la question et allez directement au n°10)

☐ Oui, un diplômé

☐ Oui, un étudiant

☐ Non car,

☐ Aucun intérêt

☐ Manque de personnel d'encadrement

☐ Manque de temps

☐ Manque d'opportunités

☐ Manque de connaissances des formations HES ou EST

☐ Manque de contact avec l'HEVs

☐ Inadéquation des formations

☐ Etudiants pas assez qualifiés

☐

Autre(s) : _____

5. Pour quel(s) type(s) d'emploi(s) engageriez-vous un étudiant ou un diplômé des HES ou de l'EST ?

	Oui	Non	Peut-être
Emploi fixe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Emploi à temps partiel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mission temporaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mandat / Travail de diplôme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Dans quelle(s) filière(s) d'étude engageriez-vous un étudiant ou un diplômé des HES ou de l'EST ?

a. Domaine de l'Economie & Services

☐ Economie d'entreprise HES

☐ Informatique de gestion HES

☐ Ecole Suisse du Tourisme EST

b. Domaine des Sciences de l'ingénieur(e)

☐ Systèmes industriels HES

☐ Technologies du vivant HES (Chimie analytique, Biotechnologie, Agroalimentaire)

7. A quelle fréquence engageriez-vous un(e) diplômé(e) ou un(e) étudiant(e) des HES ou de l'EST ?

- ☐ Plusieurs fois par an
☐ Tous les ans
☐ Tous les deux ans
☐ A déterminer selon notre situation du moment

8. Quel(s) support(s) utilisez-vous dans le cadre d'une recherche d'un employé ?
(Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Annonces de presse
☐ Internet (service de recrutement en ligne)
☐ Agence de recrutement privée ou location de services (ex. Adecco, Kelly Services, etc.)
☐ ORP
☐ Réseau de connaissances
☐ Associations patronales
☐ Congrès /expositions/ forums
☐ Contact direct avec l'HEVs
☐ Contact direct avec d'autres hautes écoles
☐ Autre(s) : _____

9. Quelle importance accordez-vous à ces différents points, lors de l'analyse de la candidature d'un étudiant ou d'un diplômé ?

	Pas important	Peu important	Plutôt important	Très important
Diplôme(s) (pour les diplômés)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formation continue (pour les diplômés)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pré-expérience(s) professionnelle(s) (emplois, stages, jobs d'étudiants)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Connaissances de langues étrangères	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Connaissances informatiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Connaissances techniques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualités personnelles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Certificat(s) de travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Notes, résultats scolaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participation aux domaines associatifs, sportifs, culturels, politiques ou militaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Age	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nationalité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualité du dossier de candidature (Expression, orthographe, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Seriez-vous intéressé par le fait que l'HEVs crée un service de placement qui agirait en tant qu'intermédiaire pour faciliter vos recherches d'étudiant(s) ou de diplômé(s) ?

- ☐ Oui ☐ Non (*allez directement à la question 16*)

11. Quelle(s) prestation(s) souhaiteriez-vous obtenir du bureau de placement de l'HEVs ?

(Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Aide à la recherche d'étudiant(s) répondant à vos critères
☐ Présentation de votre entreprise aux étudiants
☐ Autre(s) : _____

12. Quels travaux d'étudiants vous intéresseraient pour des missions temporaires ?

(Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Je ne suis pas intéressé(e) par des missions temporaires
☐ Vente, commerce, marketing (pose d'affiches, distribution d'imprimés, sondage, étude de marché, etc.)
☐ Informatique (cours d'informatique aux employés, installations de matériels, logiciels, etc.)
☐ Bureau / secrétariat / administration (réception, téléphone, classement, photocopies, traitement de texte, saisie de données, etc.)
☐ Traduction, interprétation
☐ Finance / gestion / comptabilité
☐ Accueil et accompagnement lors de conférences, expositions
☐ Autre(s) : _____

13. Seriez-vous prêt(e) à verser une contribution pour les services du bureau de placement ? (*Si non, allez directement à la question 16*)

- ☐ Oui ☐ Non

14. Quel système de contribution préféreriez-vous ?

- ☐ Cotisations annuelles
☐ Emoluments selon le nombre d'étudiants engagés
☐ Autre : _____

15. Quelle contribution maximale seriez-vous disposé(e) à verser ?

- ☐ Entre CHF 100.- et CHF 500.-
☐ Entre CHF 500.- et CHF 1'000.-
☐ Plus de CHF 1'000.-

16. Branche économique de l'entreprise :

- ☐ Industrie, arts et métiers
- ☐ Construction
- ☐ Commerce
- ☐ Hôtellerie, restauration et tourisme
- ☐ Transport / Communications
- ☐ Activités financières et assurances
- ☐ Autres prestations de services
- ☐ Administration publique / Organismes externes
- ☐ Santé
- ☐ Services sociaux / activités sociales
- ☐ Associations, organisations
- ☐ Activité agricole
- ☐ Autre : _____

Source : Office fédéral de la statistique, NOGA, propre classification des items étudiés

17. Forme juridique de l'entreprise :

- ☐ Société Anonyme
- ☐ Société à Responsabilité Limitée
- ☐ Raison individuelle
- ☐ Société simple
- ☐ Société en nom collectif
- ☐ Société en commandite
- ☐ Société coopérative
- ☐ Association
- ☐ Fondation

18. Nombre de personnes employées actuellement par l'entreprise :

- ☐ 1 à 9 employé(s)
- ☐ 10 à 49 employés
- ☐ 50 à 249 employés
- ☐ Plus de 249 employés

19. Situation de l'entreprise :

- ☐ Haut-Valais
- ☐ Valais Central
- ☐ Bas-Valais

Fragebogen für Unternehmen

Suche nach Studenten / Absolventen

1. Haben Sie schon Studenten / Absolventen der Hochschule Wallis (HEVs) oder der Schweizerische Tourismusfachschule (STF) angestellt?

- ☐ Ja, einen oder mehrere Studenten
- ☐ Ja, einen oder mehrere Absolventen
- ☐ Nein (*gehen Sie direkt zur Frage 4*)

2. Mit welcher Ausbildung ?

a. Wirtschaft und Dienstleistungen

- ☐ Betriebsökonomie FH
- ☐ Wirtschaftsinformatik FH
- ☐ Schweizerische Tourismusfachschule STF

b. Ingenieur-Wissenschaften

- ☐ Systemtechnik
- ☐ Life Technologies

3. Zu welchen Bedingungen wurden die Studenten / Absolventen angestellt?

- ☐ Feste Stelle
- ☐ Teilzeitjob
- ☐ Nebenaktivität
- ☐ Praktikum
- ☐ Mandat / Diplomarbeit

4. Wären Sie bereit in den nächsten drei Jahren einen oder mehrere Studenten / Absolventen der Hochschule Wallis oder der Schweizerischen Tourismusfachschule einzustellen oder wieder einzustellen?

(Wenn nein, gehen Sie direkt zur Frage 16)

☐ Ja, einen oder mehrere Absolventen

☐ Ja, einen oder mehrere Studenten

☐ Nein weil :

☐ Kein Interesse

☐ Mangel an Betreuungspersonal

☐ Mangel an Zeit

☐ Mangel an Gelegenheiten

☐ Mangel an Kenntnissen der Ausbildungen der HES (FH) und der STF

☐ Mangel an Kontakten mit der HEVs

☐ Unangemessenheit der Ausbildung

☐ Ungenügende Qualifikation der Studenten

☐

Sonstige :

5. Zu welchen Bedingungen würden Sie Studenten / Absolventen der HES (FH) oder der STF einstellen?

	Ja	Nein	Vielleicht
Feste Stellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilzeitjobs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nebenaktivitäten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Praktika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mandat / Diplomarbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Mit welcher Ausbildung ?

a. Wirtschaft und Dienstleistungen

☐ Betriebsökonomie FH

☐ Wirtschaftsinformatik FH

☐ Schweizerische Tourismusfachschule STF

b. Ingenieur-Wissenschaften

☐ Systemtechnik

☐ Life Technologies

7. Wie würden Sie Studenten / Absolventen einstellen?

- ☐ Mehrmals pro Jahr
- ☐ Einmal pro Jahr
- ☐ Alle zwei Jahren
- ☐ Abhängig von Bedürfnisse

8. Wie gehen Sie in der Suche nach Angestellten vor?

(Mehrere Antworten möglich)

- ☐ Stellenangebot in Zeitungen
- ☐ Internet (online Stellenvermittlung)
- ☐ Privatem Stellenvermittlungsbüros (z.B. Adecco, usw.)
- ☐ RAV (Regionalen Arbeitsvermittlungszentren)
- ☐ Persönliche Beziehungen
- ☐ Arbeitgeberverbands
- ☐ Kongressen, Messen, Forums
- ☐ Kontakt mit HEVs
- ☐ Kontakt mit anderen Hochschulen
- ☐ Sonstige : _____

9. Welche Wichtigkeit geben Sie den folgenden Punkten bei der Analyse einer Kandidatur von Studenten / Absolventen?

	Sehr wichtig	Eher wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Diplom(e) (für Absolventen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiterbildung (für Absolventen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berufliche Erfahrung (Praktika, Nebenjobs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sprachkenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informatikkenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Technische Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persönliche Qualitäten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitszeugnis(se)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Noten, Schulergebnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitglied verschiedener Vereine, Kulturwesen, Politik oder Militär	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nationalität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualität der Bewerbungsunterlagen (Darstellung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Wären Sie an einer Hilfe der HEVs bei Ihrer Suche von Studenten / Absolventen interessiert?

- ☐ Ja ☐ Nein (gehen Sie direkt zur Frage 15)

11. An welchen Leistungen der HEVs wären Sie interessiert?

(Mehrere Antworten möglich)

- ☐ Hilfe bei der Auswahl von Kandidaten die Ihren Kriterien entsprechen
☐ Präsentation Ihres Unternehmens bei den Studenten
☐ Sonstige : _____

12. An welchen Nebenaktivitäten für Studenten / Absolventen wären Sie interessiert?

(Mehrere Antworten möglich)

- ☐ Ich bin an solchen Nebenaktivitäten nicht interessiert
☐ Verkauf, Handel, Marketing (Verteilung von Werbemitteln, Umfrage, Marktstudie usw.)
☐ Informatik (Informatikkurs für Mitarbeiter, Materialeinrichtungen, Software usw.)
☐ Büro, Sekretariat, Verwaltung (Rezeption, Telefon, Klassierung, Fotokopien, Textverarbeitung, Datenerfassung, usw.)
☐ Übersetzungen, Interpretation
☐ Finanzen, Buchhaltung
☐ Empfang und Begleitung bei Konferenzen, Ausstellungen
☐ Sonstige : _____

13. Wären Sie bereit ein Stellenvermittlungsbüro der HEVs mit einem finanziellen Beitrag zu unterstützen?

- ☐ Ja ☐ Nein

14. Welches Beitragssystem würden Sie vorziehen?

- ☐ Jährlicher finanzieller Beitrag
☐ Entschädigung entsprechend der Anzahl der angestellten Studenten
☐ Sonstiges: _____

15. Welchen maximalen Beitrag würden Sie bezahlen?

- ☐ CHF 100.- bis CHF 500.-
☐ CHF 500.- bis CHF 1'000.-
☐ Mehr als CHF 1'000.-

16. Wirtschaftsbereich Ihres Unternehmens :

- ☐ Verarbeitendes Gewerbe, Industrie
- ☐ Baugewerbe
- ☐ Handel
- ☐ Gastgewerbe, Tourismus (Hotellerie)
- ☐ Transport, Kommunikation
- ☐ Banken, Versicherungen
- ☐ Dienstleistungen
- ☐ Öffentliche Verwaltung
- ☐ Gesundheitswesen
- ☐ Sozialwesen
- ☐ Verbände und Organisationen
- ☐ Landwirtschaft
- ☐ Sonstige : _____

Quelle: Bundesamt für Statistik, Allgemeine Systematik der Wirtschaftszweige

17. Rechtsform Ihres Unternehmens :

- ☐ Aktiengesellschaft (AG)
- ☐ Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
- ☐ Einzelfirma
- ☐ Einfache Gesellschaft
- ☐ Kollektivgesellschaft
- ☐ Kommanditgesellschaft
- ☐ Genossenschaft
- ☐ Verein
- ☐ Stiftung

18. Aktueller Stand der Angstelltenzahl in Ihrem Unternehmen:

- ☐ 1 bis 9 Angestellten
- ☐ 10 bis 49 Angestellten
- ☐ 50 bis 249 Angestellten
- ☐ Mehr als 249 Angestellten

19. Ort des Unternehmens :

- ☐ Oberwallis
- ☐ Zentralwallis
- ☐ Unterwallis

13.2. Liste des entreprises questionnées pour l'étude de marché

Entreprise	NPA	Ville	Email	Contact HEVS
Haut-Valais				
Belalpbahnen AG	3914	Blatten	info@belalpbahnen.ch	HEVS
Basler Versicherungs-Gesellschaft	3900	Brig	group.ch_ga06@baloise.ch	HEVS
Brain-tec AG	3900	Brig	pascal.zenkhusen@brain-tec.ch	HEVS
CCS Versicherung	3900	Brig	info.brig@css.ch	
Helvetia Versicherungen	3900	Brig	info@helvetia.ch	
Matterhorn Gotthard Bahn	3900	Brig	info@mgbahn.ch	HEVS
National-Versicherung	3900	Brig	brig@national.ch	
OCOM AG	3900	Brig	ocom@ocom.ch	
PostAuto Regionalzentrum Oberwallis	3900	Brig	rpzbipad@post.ch	HEVS
SOCIETE SUISSE DES EXPLOSIFS	3900	Brig	d.antille@explosif.ch	HEVS
Vikuna AG	3900	Brig	info@vikuna.ch	
EasyPrint GmbH	3902	Brig-Glis	kontakt@easyprint24.ch	HEVS
Raiffeisenbank Brig-Glis	3902	Brig-Glis	brig-glis@raiffeisen.ch	HEVS
Techron AG	3942	Raron	maria.rieder@techron.ch	HEVS
Theler AG	3942	Raron	info@thelerag.ch	HEVS
Saas-Fee Bergbahnen AG	3906	Saas Fee	bumann.damian@saas-fee.ch	
Gemeindeverwaltung Steg	3940	Steg	info@gemeinde-steg.ch	HEVS
Metallbau Steg AG	3940	Steg	info@metallbau-steg.ch	
Gemeindeverwaltung Visp	3930	Visp	gemeinde@visp.ch	HEVS
Lonza AG	3930	Visp	raphael.stucky@lonza.com	HEVS
SAT AG	3930	Visp	d.garbely@sat-akku.ch	HEVS
Treuhand Valesia AG	3930	Visp	info@valesia.ch	
Valfida Treuhand AG	3930	Visp	info@valfida.ch	HEVS
Zermatt Bergbahnen AG	3920	Zermatt	stephan.biner@zbag.ch	
Zermatt Support AG	3920	Zermatt	admin@zsuag.ch	HEVS
Valais Central				
ALCAN Aluminium Suisse S.A. Sierre	3965	Chippis	christine.zufferey@alcan.com	HEVS
Station Féd. de Recherches Agronomiques	1964	Conthey	pia.malnoe@rac.admin.ch	HEVS
Casino de Crans-Montana	3963	Crans-Montana	info@casinocm.ch	HEVS
Swiss Mountain Sports	3963	Crans-Montana	info@sms04.ch	
CMA	3963	Crans-Montana	info@mycma.ch	
Sokymat S.A.		Granges	info@sokymat.ch	
Crans-Montana Tourisme	3962	Montana	information@crans-montana.ch	HEVS
Fiduciaire & Assurances LA RIDDANE SA	1907	Saxon	info@riddane.ch	HEVS
Administration communale de Sierre	3960	Sierre	ville@sierre.ch	

Entreprise	NPA	Ville	Email	Contact HEVS
Bureau d'ingénieurs SA (Robyr + Zufferey et Partenaires)	3960	Sierre	info@bisasierre.ch	
Conchita-Plus	3960	Sierre	info@conchita-plus.ch	
GAP Engineering SA	3960	Sierre	info@gap-engineering.ch	HEVS
ICARE Research Institute	3960	Sierre	icare@icare.info	
Manor Valais	3960	Sierre	info@manor.ch	
Membratec SA	3960	Sierre	sandra.fiore@membratec.ch	HEVS
Rouvinez Vins	3960	Sierre	info@rouvinez.com	HEVS
RFID Center	3960	Sierre	laurent.schmuziger@rfidcenter.ch	HEVS
SecureIT S.A.	3960	Sierre	jobs@secureitsa.ch	HEVS
Sierre-Energie	3960	Sierre	info@siesa.ch	HEVS
UBIC Europe	3960	Sierre	ejournal@ubic-consulting.com	HEVS
UNIVERRE Pro Uva S.A.	3960	Sierre	univerre@prouva.ch	
Valcrème S.A.	3960	Sierre	veronique.varone@flv.ch	HEVS
Yx Magnetic S.A.	3960	Sierre	david.grichting@yxmagnetic.com	HEVS
Administration cantonale des finances	1950	Sion	acf@admin.vs.ch	HEVS
Allianz-Suisse	1950	Sion	contact.anselme.mabillard@allianz-suisse.ch	
Atelier héliographique Papilloud-Duc	1950	Sion		HEVS
Banque Cantonale du Valais	1950	Sion	guy.reichenbach@bcvs.ch	HEVS
Banque Julius Baer & Cie SA	1950	Sion	sion@juliusbaer.com	
Banque Raiffeisen de Sion-Région	1950	Sion	sion-region@raiffeisen.ch	HEVS
CCF	1950	Sion	eric.bianco@ccf-valais.ch	HEVS
Cimark S.A.	1950	Sion	pandre.vogel@cimark.ch	
Crédit Suisse	1950	Sion	bernard.bruttin@credit-suisse.com	HEVS
CSD - Ingénieurs Conseils S.A.	1950	Sion	sion@csd.ch	
Développement économique du Valais	1950	Sion	devs@admin.vs.ch	HEVS
Elsa Entreprise électrique S.A.	1950	Sion	info@elsahydro.ch	HEVS
ETA S.A.	1950	Sion	human.resources@eta.ch	
Fiduciaire Actis S.A.	1950	Sion	actis@fidactis.ch <actis@fidactis.ch>	
Finelec SA / Transélectro	1950	Sion	sion@transelectro.ch	
Forces motrices valaisannes	1950	Sion	contact@fmv.ch	HEVS
Generali Assurances	1950	Sion	pierre-andre.bioley@generali.ch	HEVS
Gétaz-Romang S.A.	1950	Sion	jcgrand@getaz-romang.ch	HEVS
Gotec S.A.	1950	Sion	info@gotec.ch	HEVS
Grande Dixence S.A.	1950	Sion	info@grande-dixence.ch	
Grichting & Valtério S.A.	1950	Sion	information@gvlcs.com	
Groupe MAGRO SA	1950	Sion	emploi@magro.ch	
Hydro Exploitation SA	1950	Sion	jobs@hydro-exploitation.ch	

Entreprise	NPA	Ville	Email	Contact HEVS
KONE (Suisse) SA	1950	Sion	alain.neuwerth@kone.com	HEVS
LABORATOIRES BIOLOGIQUES ARVAL S.A. SION	1950	Sion	info@arval.ch	HEVS
L'Energie de Sion-Région S.A.	1950	Sion	rh@esr.ch	
Mobilière Suisse	1950	Sion	sion@mobi.ch	
Nespresso	1950	Sion	Envoi sur le site Internet	
PAM Produits alimentaires S.A.	1950	Sion	sébastien.bruchez@valrhone-pam.ch	HEVS
Polyright S.A.	1950	Sion	job@polyright.com	HEVS
Provins	1950	Sion	jobs@provins.ch	HEVS
Publicitas S.A.	1950	Sion	sion@publicitas.ch	
RSV	1950	Sion	Envoi sur le site internet	
SEBA Aproz S.A.	1950	Sion	jean-charles.rodut@aproz.ch	HEVS
SFT Holding S.A.	1950	Sion	info@sftholding.ch	HEVS
Société d'ingénieurs A. Dénériaz & C. Pralong S.A.	1950	Sion	sdis@sdingenerie.com	HEVS
Société générale d'affichage	1950	Sion	bernard.develey@sga.ch	
Swisscom Fixnet SA	1950	Sion	carole.chatagny@swisscom.com	
SUVA Sion	1950	Sion	suva.sion@suva.ch	
Télé-Thyon SA	1950	Sion	info@tele-thyon.ch	
Telsa S.A.	1950	Sion	info@telsa.ch	HEVS
UBS	1950	Sion	Envoi sur le site Internet	
Valais Tourisme	1950	Sion	info@valaistourism.ch	HEVS
Winterthur Assurances	1950	Sion	christian.mayor@winterthur.ch	
Implenla (Zchokke S.A.)	1963	Vétroz	info.valais@implenla-construction.com	
Bas-Valais				
Télé Champéry	1874	Champéry	telechampéry@portesdusoleil.com	
ACOMET S.A.	1868	Collombey	info@acomet.ch	HEVS
Nosaki Information Systems	1868	Collombey	info@nosaki.com	HEVS
Tamoil S.A.	1868	Collombey	spinelli.marco@tamoil.ch	HEVS
Orgamol S.A.	1902	Evionnaz	orgamol@orgamol.com	
SYMRISE S.A.	1897	Le Bouveret	denise.hari@symrise.com	HEVS
Aquaparc	1897	Le Bouveret	christine.vuilleumier@aquaparc.ch	HEVS
Alpatec S.A.	1920	Martigny	hugo@alpatec-sa.ch	HEVS
DEBIO Recherches Pharmaceutiques S.A.	1920	Martigny	job@debiop.com	HEVS
Fiduciaire Fidag S.A.	1920	Martigny	martigny@fidag-sa.ch	HEVS
GFR Fiduciaire	1920	Martigny	info@gfr-fiduciaire.com	HEVS
Groupe Mutuel	1920	Martigny	rh@groupe-mutuel.ch	HEVS
IDIAP	1920	Martigny	ferrez@idiap.ch	HEVS
Migros Valais	1920	Martigny	Envoi sur le site internet	

Entreprise	NPA	Ville	Email	Contact HEVS
Nofida Nouvelle Fiduciaire S.A.	1920	Martigny	info@nofida.ch	
TMR "Transports de Martigny et Régions" SA	1920	Martigny	info@tmrsa.ch	HEVS
Webside Associates SA	1920	Martigny	info@webside.ch	
Administration communale de Monthey	1870	Monthey	arh@monthey.ch	
Banque Raiffeisen Monthey	1870	Monthey	yvano.bressan@raiffeisen.ch	HEVS
Centre Hospitalier du Chablais, Hôpital du Chablais	1870	Monthey	michel.samson@hopitalduchablais.ch	
Ciba Spécialités Chimiques Monthey SA	1870	Monthey	career@cibasc.com	
Cimo Cie Industrielle de Monthey S.A.	1870	Monthey	jacques.cherix@cimo-sa.ch	HEVS
COTTET ELECTRONIC S.A.	1870	Monthey	patrice@cottet.ch	HEVS
Swisscom	1870	Monthey	info@swisscom.com	HEVS
Syngenta Crop Protection Monthey SA	1870	Monthey	thierry.dumont@syngenta.com	HEVS
DG Tec sàrl	1893	Murat	marylene.degol@dgtec.ch	HEVS
Swiss Snowboard School Verbier Sàrl	1936	Verbier	info@snowschool.ch	
Téléverbier S.A.	1936	Verbier	f.melly@televerbier.ch	
Sochinaz S.A.	1895	Vionnaz	info@sochinaz.ch	HEVS
AISA (Automation Industrielle S.A.)	1896	Vouvry	info@aisa.com	HEVS
Sanaro S.A.	1896	Vouvry	info@sanaro.ch	HEVS
TRB CHEMEDICA S.A.	1896	Vouvry	info@trbchemedica.com	HEVS

13.3. Communiqué de presse de la HES-SO



La Haute école spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO) intensifie sa collaboration avec le projet B2S.

Forte de ses 10 000 étudiants, la HES-SO s'engage en faveur du projet Business to School afin d'intensifier les échanges entre ses étudiants et le tissu économique de Suisse occidentale. Elle démontre ainsi son implantation décentralisée et proche, notamment, des PME qui bénéficient des compétences disponibles dans l'un ou l'autre de ses 30 sites de formation.

Chaque année, près de 2000 étudiantes et étudiants réalisent dans la HES-SO un travail de diplôme orienté vers l'application pratique des connaissances acquises. Dans les domaines des sciences de l'ingénieur ou de l'économie et des services par exemple, ces travaux sont le plus souvent réalisés en faveur d'entreprises de proximité qui en bénéficient directement.

Jusqu'ici, le processus de collaboration entre les entreprises et les étudiants en matière de projets de diplôme est demeuré fortement lié aux initiatives locales : professeurs et entreprises de proximité. L'offre potentielle de la HES-SO est ainsi occultée par les distances, ce qui limite les échanges avec des entreprises situées au-delà du territoire cantonal ou même local.

Grâce au développement du projet B2S, un véritable lieu virtuel de collaboration est mis à disposition des partenaires qui pourront progressivement accéder sans contrainte à l'ensemble des compétences de nos étudiants et pour ces derniers, aux entreprises qui pourraient leur proposer des champs de réflexion aujourd'hui limités par le manque de communication.

Ceci renforce l'évolution de la HES-SO qui doit quitter progressivement une logique d'organisation par site pour renforcer des domaines communs de formation et de recherche. Sans constituer une place de marché électronique au sens purement économique, B2S offre un lieu d'échange qui devrait se développer progressivement et se répandre sur tout le territoire concerné. Le succès d'une telle initiative dépend bien sûr de la qualité du service offert mais surtout de la manière dont il est perçu et géré.

Le partenariat, impliquant les chambres de commerce des cantons romands jouant elles-mêmes un rôle de fédérateur de la demande locale, démontre une volonté de collaboration et de décentralisation des activités. La HES-SO ne souhaite pas développer systématiquement des services centraux dont l'utilisation est contraignante mais plutôt soutenir chaque fois que cela est possible des initiatives du terrain respectant la liberté des entreprises, de même que l'autonomie des étudiants et des professeurs.

B2S constitue un laboratoire destiné à vérifier nos capacités de collaboration et de soutien au développement économique. Les Hautes écoles spécialisées sont appelées à contribuer directement au développement économique du pays par la mise à disposition de diplômés hautement professionnels et compétents. Elles appuient le dynamisme des entreprises dans le cadre de projets d'application allant jusqu'au développement de nouveaux produits ou de nouveaux marchés. Elles contribuent au maintien des compétences clés des entreprises en développant une offre de formation postgrade et continue pointue.

Le vrai défi aujourd'hui consiste à permettre un accès le plus large possible à cette offre riche et diversifiée. Le projet B2S constitue un moyen particulièrement prometteur d'atteindre ce but.

Marc-André Berclaz
Président des comités directeurs
Haute école spécialisée de Suisse occidentale
Rue de la Jeunesse 1
2800 Delémont

Delémont, le 25 avril 2005

Pour tout renseignement complémentaire :
Madame Véronique Beetschen
Chargée de communication
veronique.beetschen@hes-so.ch
032 424 49 00
www.hes-so.ch

13.4. Fiches des entretiens pour le benchmark

BENCHMARK **Bureau de placement de l'université de Genève**

Caractéristiques du bureau de placement, service de placement :

<u>Nom</u>	: Bureau de placement de l'Université de Genève
<u>HES / Université</u>	: Université de Genève / HEG Genève
<u>Forme juridique</u>	: Service administratif
<u>Localisation</u>	: Genève
<u>Personne de contact</u>	: Madame Jeannine Steiner, responsable du bureau de placement

Services / prestations :

Prestations principales :

- Propositions aux étudiants de places de travail rémunérées pendant leurs études dans des entreprises ou chez des particuliers
- Mise à disposition des étudiants d'offres d'emploi sur un site Internet
- Aide aux entreprises et employeurs individuels dans la recherche d'étudiants pour un emploi annexe

Prestations annexes

- Organisation de cours de technique de dactylographie sur PC
- Traitement de demandes d'autorisation de travail pour les étudiants étrangers occupant un emploi (le bureau délivre les attestations nécessaires aux autorisations de travail)
- Conseils indispensables concernant les obligations et droits relatifs au travail des étudiants
- Mise à disposition des étudiants et entreprises de renseignements généraux : AVS, assurances sociales, imposition, calendrier universitaire, cotisations annuelles pour les entreprises, conditions d'engagement, salaires indicatifs, conseils, contact, liens utiles, etc.

Nouvelles prestations prévues à l'avenir :

Etant donné la forte concurrence entre les services de placement sur le marché genevois de l'emploi temporaire pour étudiants, le bureau de placement projette à l'avenir d'apporter une sélection ou une présélection des étudiants afin de faciliter les recherches des entreprises.

Marché, clients :

Appréciation du marché :

Actuellement, le bureau de placement a pu constater une forte diminution des petits jobs d'étudiants tels que les travaux répétitifs comme les photocopies, l'archivage, la distribution

d'imprimés... Cette diminution a été compensée par l'augmentation d'emplois temporaires demandant plus de qualifications aux étudiants telles que des connaissances approfondies des langues, de informatique et certaines capacités techniques.

Marché cible :

- Marché genevois de l'emploi temporaire pour étudiants

Type de clientèle cible :

Etudiants :

- Etudiants de l'université de Genève, de la HES-GE et de IUED
- Etudiants immatriculés dans d'autres universités suisses mais domiciliés à Genève

Entreprises :

- Entreprises
- Employeurs individuels (privés)

Concurrence :

La concurrence provient essentiellement de ces trois différentes sources :

- Services de recrutement en ligne (ex. Jobup.ch, pourvousaider.ch, etc.)
- Associations, entreprises spécialisées dans un domaine (ex. répétitions de cours, entreprises de nettoyage, etc.)
- Agences privées de placement (Adecco, Manpower, etc.)

Politique de prix :

Politique de prix :

Etudiants :

- Gratuit pour les étudiants de l'université de Genève, de la HES-GE et de IUED (gratuité relative, étant donné que les étudiants versent CHF 60.- dans leurs frais d'étude pour les services annexes de l'université)
- Payant pour les étudiants immatriculés dans d'autres universités suisses mais domiciliés à Genève qui souhaitent trouver un emploi par le bureau de placement.
Taxe : CHF 50.- à l'inscription au bureau de placement

Entreprises :

- Cotisation annuelle qui couvre une petite partie des frais administratifs du bureau de placement. Elle permet aux entreprises de faire appel à leurs services pendant un an autant de fois que ces dernières le souhaitent
Tarif : employeurs individuels : CHF 30.- par an, entreprises : CHF 120.- par an.
-> La cotisation annuelle est selon Mme Steiner, un émolument symbolique

Ressources pour l'organisation :

- Contributions diverses et cotisations des entreprises et étudiants
- Budget accordé par l'université représentant le 15% des besoins du bureau
- Budget pour les salaires des employés d'environ CHF 70'000.- par poste et par année, soit environ CHF 280'000.- au total par année

Communication / actions marketing :

Comment se fait la recherche des clients :

Etudiants :

- Publication de prospectus, animations ponctuelles au sein de l'université, placards publicitaires

Entreprises :

- Annonces publicitaires dans des annuaires, journaux (PME, Etudiant, etc.), manifestations, radios (Europe 2, radio lac)
- Référencement sur Internet

Budget : 1/3 des dépenses du bureau de placement (onéreux, mais garanti)

Positionnement / mission :

- Aider les étudiants durant leurs études à découvrir le monde du travail
- Améliorer le budget des étudiants pour pouvoir financer leurs études et assurer leur indépendance

Partenariat :

Aucun partenariat.

Organisation :

Le bureau de placement a été créé en 1970 par des étudiants de l'Université de Genève. Dès les années 1980, en vue de la problématique du travail au noir des étudiants étrangers, le rectorat de l'université et l'office de la population de Genève conclurent un accord. Ils décidèrent de transformer la structure du service de placement en un service administratif, leur permettant de s'occuper eux-mêmes des autorisations de travail pour les étrangers. Ultérieurement, ils nommèrent Madame Jeannine Steiner, spécialiste dans le conseil en placement, au poste de responsable du bureau de placement. Dès son arrivée, Madame Steiner mit en place un règlement interne afin de définir clairement les activités et le fonctionnement du bureau de placement.

Structure du service de placement :

- Bureau de placement à Genève, face à l'université des bastions
- Site Internet (a coûté environ CHF 150'000.- dans les années 80)
- 8 écrans qui sont à disposition des étudiants pour la consultation des offres d'emploi

Nombre d'employés :

- 1 responsable du bureau de placement (conseillère en placement)
- 3 employés administratifs

Rôle de chacun d'eux :

- Suivi des offres d'emplois
 - Réception des offres par mail, fax, téléphone ou courrier
 - Mise en ligne de ces offres sur le site Internet
 - Si intérêt de la part d'un étudiant pour une offre d'emploi, mise en relation de celui-ci avec l'employeur
 - Suivi du placement par envoi d'un mail ou par un appel à l'employeur afin de vérifier le bon déroulement de la relation contractuelle entre l'étudiant et l'employeur
- Antenne pour les renseignements au sujet des obligations administratives tels que l'AVS, les assurances obligatoires, les permis de travail et les questions relatives à la rémunération des étudiants
- Etc.

Salaires :

Environ CHF 70'000.- pour un poste de travail par année.

Comment se fait le suivi des étudiants :

Il n'y a pas de suivi.

Cadre légal :

Aucune responsabilité juridique.

La seule contrainte est de faire respecter les lois du travail (le bureau publie à ce propos un règlement interne).

BENCHMARK HEC- Espace-Entreprise

Caractéristiques du bureau de placement, service de placement :

Nom : HEC Espace Entreprise
HES / Université : Université de Lausanne / HEC
Forme juridique : Association de droit privé à but non lucratif
Localisation : Bâtiment Internef de l'université de Lausanne
Personne de contact : Madame Anne-Carole Künzle, Présidente de l'association

Services / prestations :

Prestations principales :

- Organisation de stages en entreprises pour les étudiants HEC, connu sous le nom de HEC STAGES
- Organisation du Prix STRATEGIS (prix récompensant la qualité du management d'une société romande active dans le domaine des services)

Prestations annexes :

- Mise à disposition des étudiants d'offres de stage à l'étranger par le biais d'un partenaire et d'offres de premiers emplois par le biais du site Internet
- Mise à disposition de renseignements généraux pour les étudiants : informations sur le CV, la lettre de motivation, la préparation à un entretien et la description d'un assessment center par le biais du site Internet « <http://www.success-and-career.ch> »

Nouvelles prestations prévues à l'avenir :

Pas pour l'instant.

Marché, clients :

Appréciation du marché :

L'association a constaté une baisse d'intérêt de la part des étudiants contrairement à l'intérêt grandissant des entreprises. Cela est expliqué par le fait que bien souvent les entreprises offrent des stages ne correspondant pas aux plages libres des étudiants.

Marché cible :

- Marché des stages pour étudiants dans la région lémanique

Type de clientèle cible :

Etudiants : Etudiants en HEC, inscrits à l'université de Lausanne

Entreprises : Entreprises de la région lémanique susceptibles d'engager des stagiaires dans des secteurs très divers comme la finance, le marketing, la révision, l'informatique de gestion, etc.

Concurrence :

Pas de concurrence notoire.

Politique de prix :

Etudiants : Accès et consultation gratuits

Entreprises : HEE facture l'engagement d'une personne proposée par ses soins uniquement au tarif de CHF 400.-. Cela signifie que si aucun candidat ne convient, aucun émoluments ne sera perçu

Ressources pour l'organisation :

- Contributions diverses et cotisations
- Honoraires provenant de l'activité des stages
- Subventions accordées
- Recettes de sponsoring de ses activités

Communication :**Comment se fait la recherche des clients :**

Etudiants :

- Stands, flyers, bouche à oreille, marque-pages
- Affichage sur le site universitaire, en particulier dans la vitrine du bureau
- Mailings ciblés (grâce à une base de données sur les principaux intérêts de tous les étudiants HEC) qui permettent d'informer rapidement les étudiants des offres de stages

Entreprises :

- Marque-pages, lettres d'info, flyers

Positionnement / mission :

L'association HEC-Espace-Entreprise a été créée pour encadrer les étudiants dans leur approche du monde professionnel.

En outre, les buts de l'association sont de promouvoir, concevoir et réaliser des activités liées ou non aux études en collaboration ou non avec des partenaires extérieurs.

HEC-Espace-Entreprise s'efforce donc d'établir une relation étroite entre le monde universitaire et celui du travail et d'entretenir durablement cette interaction.

Partenariat :

Pour les stages :

- Job up
- La mobilière : pour stages en Suisse
- IAgora.com : pour stages à l'étranger

Pour les activités de HEE au sein de l'uni :

- Swicher

Pour la rubrique « Aides CV & Lettres »

- Success & Career

Organisation :

HEC-Espace-Entreprise est géré par une association d'étudiants et est doté d'une double structure. En effet, l'association s'intéresse dans un premier temps à l'organisation de stages pour les étudiants de HEC Lausanne et dans un second temps, elle organise le Prix STRATEGIS en partenariat avec Bilan en attirant l'attention du monde professionnel sur le monde académique, plus particulièrement sur les étudiants HEC. Le Prix STRATEGIS a été créé en 2003 et il s'est donné pour mission de récompenser le management actif et efficient d'une PME romande.

Ces deux activités sont conduites par des responsables étudiants, membres du Comité, qui s'entourent du nombre d'étudiants HEC nécessaires à la bonne marche de l'association. La structure est constituée d'un site Internet, d'une vitrine d'affichage et d'un bureau pour les employés.

Structure du service de placement :

- HEE dispose d'un site Internet et d'une vitrine (lieu de passage dans le bâtiment principal) où figure un descriptif de l'offre en question
- Plusieurs centaines d'étudiants sont regroupés par centre d'intérêt dans une base de données régulièrement informée

Nombre d'employés :

- 1 Président
- 2 Vice-présidents (Stages et Strategis)
- 1 Trésorier.
- 1 Responsable Strategis
- 1 Responsable stages
- 1 Responsable informatique
- 1 Responsable sponsoring
- 1 Responsable communication

Le Président :

- ⇒ Doit être étudiant en HEC, inscrit à l'université de Lausanne

Les Vice-présidents :

- ⇒ Un des deux Vice-président doit être étudiant en HEC, inscrit à l'université de Lausanne

Membres actifs :

- ⇒ Tout étudiant de l'Université de Lausanne ayant réussi ses examens de 1ère année et s'étant acquitté de la cotisation d'entrée de CHF 20.- peut devenir membre actif de l'association avec l'accord de la majorité qualifiée des 2/3 du Comité

Membres de soutien :

- ⇒ Sont membres de soutien, tous les anciens membres du Comité qui se sont acquittés de la cotisation annuelle de soutien de minimum CHF 20.-

Rôle et fonctions de chacun d'eux :

Responsables d'activité :

- ⇒ Doivent se soucier du maintien de la continuité de l'activité en formant de nouveaux membres.
- ⇒ Doivent participer aux réunions du Comité

Salaires :

Aucun salaire. Uniquement quelques sorties durant l'année.

Comment se fait le suivi des étudiants :

Aucun suivi.

Cadre légal :

Pas de responsabilité juridique.

BENCHMARK Centre Uni-Emploi

Caractéristiques du bureau de placement, service de placement :

Nom : Centre Uni-Emploi
HES / Université : Université de Genève
Forme juridique : Service administratif
Localisation : Genève
Personne de contact : Madame Marie-José Genolet, responsable du Centre Uni-Emploi

Services / prestations :

Prestations principales :

Proposition de différents outils destinés aux étudiants afin de :

- Les accompagner dans leurs démarches d'insertion professionnelle par des ateliers de recherche d'emploi, des entretiens individuels leur permettant de préciser un projet professionnel ou améliorer leur dossier de candidature
- Les informer sur les entreprises, les fonctions qu'on y exerce et le marché de l'emploi par des conférences emploi, visites d'entreprises et fiches sur les métiers
- Leur proposer des stages et des emplois par des offres en ligne

Prestations annexes :

- Espace information : met à disposition des ouvrages, des revues spécialisées et les suppléments emploi des principaux journaux romands
- InfoNet : page informatique qui contient des liens Internet, des références d'ouvrages et des revues spécialisées sur les domaines professionnels ou des thèmes en rapport avec la recherche d'emploi ou de stage
- Lettres d'informations : informent les étudiants et personnes ayant achevé leurs études depuis un an sur les nouvelles prestations proposées par le centre

Nouvelles prestations prévues à l'avenir :

- Lancer une nouvelle campagne promotionnelle
- Développer de nouvelles conférences ciblées sur les stages

Marché, clients :

Appréciation du marché :

Le bureau a pu constater une augmentation des offres d'emplois et de stages.

Marché cible :

- Marché genevois de l'emploi et des stages pour étudiants

Type de clientèle cible :

Etudiants : Etudiants de l'université de Genève jusqu'à 12 mois après la fin de leurs études

Entreprises : Entreprises genevoises et du bassin lémanique

Concurrence :

Pas de concurrence notoire.

Politique de prix :

Politique de prix :

Etudiants : Gratuit pour les étudiants de l'université de Genève, de la HES-GE et de IUED (gratuité relative, étant donné que les étudiants versent CHF 60.- dans leurs frais d'étude pour les services annexes de l'université)

Entreprises : Accès et consultation gratuits

Ressources pour l'organisation :

Budget accordé par l'université de Genève.

Communication / actions marketing :

Comment se fait la recherche des clients :

Etudiants :

- Publication de prospectus, animations ponctuelles au sein de l'université, affiches, mailing, flyers, banderoles
- Interventions durant les cours pour présenter les nouvelles activités

Entreprises :

- Relances téléphoniques, chroniques radio, interventions auprès des associations professionnelles, campagne d'infos, mailing, newsletters
- Budget : environ CHF 80'000

Positionnement / mission :

Le Centre Uni-Emploi a pour mission de faciliter le passage des études vers la vie professionnelle et de favoriser les rencontres entre Université et entreprises.

Partenariat :

Aucun partenariat.

Organisation :

Créé en 1999 à l'instigation de l'Université de Genève et de l'Office pour l'orientation, la formation professionnelle et continue (OFPC)

Structure du service de placement :

- Bureau de placement à Genève, face à l'université des bastions
- Site Internet
- Bibliothèque qui privilégie l'information sur les professions universitaires. Elle est constituée d'ouvrages spécialisés en matière d'emploi et d'insertion professionnelle, ainsi que de ressources multimédia (4 ordinateurs) avec imprimantes et accès Internet

Nombre d'employés :

- 1 Responsable Promotion
- 1 Responsable du secteur Insertion
- 3 Psychologues - Conseillères en orientation
- 1 Informaticienne socioprofessionnelle
- 1 Collaboratrice contacts étudiants
- 2 Collaborateurs

Rôle de chacun d'eux :

Les responsables : Mettre en place, animer et gérer les activités du Centre

Les conseillères en orientation : **Apporter** une aide individuelle ou collective aux étudiants en matière de construction de projets, de mise en évidence, de ressources personnelles, de techniques de recherche d'emploi, etc.

Le chargé de la mise en relation avec les milieux professionnels : **Appuyer** les étudiants dans leur recherche de stage et mettre en place les activités extérieures (rencontre entreprise/université, visites, forums, etc.)

Les collaborateurs : Assurer l'accueil et l'interface avec les étudiants et les associations d'étudiants

Salaires :

Pour un(e) conseillère en orientation / psychologue : CHF 70'000 - 100'000.-.

Comment se fait le suivi des étudiants :

Aucun suivi.

Cadre légal :

Pas de responsabilité juridique.

BENCHMARK Business2School (B2S)

Caractéristiques du bureau de placement, service de placement :

Nom : Business2School
Forme juridique : Association à but non lucratif
Localisation : Paudex (VD)
Personne de contact : Monsieur Philippe Güdemann, secrétaire général

Services / prestations :

Prestations principales :

- Mise en relation des étudiants et des entreprises qui permet aux différents partenaires et clients, la formulation d'offres pouvant faire l'objet d'un travail de diplôme, d'un stage ou d'un mandat de recherche appliquée / développement

Prestations annexes

- Vente de prestations : offres de visibilité pour les entreprises partenaires sur la plateforme B2S avec notamment les possibilités :
 - d'afficher le logo du partenaire sur la Home Page
 - d'afficher le logo du partenaire sur toutes les annonces déposées sur la plateforme
 - d'inscrire la référence de l'entreprise sur la page « Partenaire Business »
 - d'obtenir une page de présentation de l'entreprise ou de ses services dans l'espace étudiant qui peut par exemple contenir un lien direct sur un "job corner" ou une page web du site de l'entreprise
- Mise à disposition de renseignements généraux : types de formations, descriptif d'un travail de diplôme, lien vers les TD réalisés précédemment par les étudiants des HES, périodes de stages et TD des étudiants de toutes les HES...

Nouvelles prestations prévues à l'avenir :

B2S souhaite développer son partenariat sur le marché Suisse Romand et s'étendre aux :

- Universités / EPFL
- Ecoles privées et semi privées
- HES-SO
- Associations professionnelles
- Associations de diplômés

B2S souhaite aussi développer ses services, dont notamment :

- La gestion des CV et la recherche d'emplois
- La gestion des compétences / bilan de compétences
- Une zone d'échanges étudiants

Marché, clients :

Appréciation du marché :

L'association constate qu'il est difficile de faire correspondre les exigences du monde professionnel au monde académique. La durée des stages ou des travaux de diplôme proposés ne correspond pas toujours aux plages libres des étudiants.

Marché cible :

- Marché Suisse Romand de l'emploi pour diplômés et étudiants du degré tertiaire

Clientèle cible :

Etudiants : Etudiants immatriculés dans les Haute Ecoles Spécialisées
Etudiants immatriculés dans les Universités

Entreprises : Entreprises en Suisse Romande

Professeurs : Professeurs des Hautes Ecoles

Concurrence :

Bureaux de placement estudiantins des universités et HES.

Politique de prix :

Politique de prix :

Etudiants et entreprises :

- Accès et consultation gratuite des annonces

Membres de l'association :

- Les cotisations sont de CHF 200.- par année civile pour les membres individuels ou collectifs. Elles leur permettent d'obtenir certains avantages (visibilité sur le site B2S par exemple)
- Option Visibility (permet d'obtenir une page de présentation de l'entreprise ou de ses services dans l'espace étudiant) facturée à CHF 1000.- par année

Ressources pour l'organisation :

- Apport financier de départ de CHF 40'000.- fourni par les milieux économiques vaudois
- Cotisations de ses membres collectifs et individuels
- Vente de prestations
- Parrainages
- Contributions spéciales, dons et legs

- Contributions en nature (secrétariat, comptabilité, etc.) apportées par les membres du comité pour CHF 50'000.- fournis par l'EVID et la HEG correspondant à un ½ poste d'assistant, à la location des locaux, à l'hébergement du site et autres

Communication / actions marketing :

Comment se fait la recherche des clients :

Etudiants :

- Events : Forum HES-SO (Ingenieure), INFORUM, Forum HEG (Economie, Informatique)

Entreprises :

- Presse : Le temps, 24 Heures, Migros magazine, SwissJob, Venturelab, Journal@cvci, CCIG Info, Echo, Repères, Bulletin Infos
- Newsletter : Economie Suisse, Venturelab, CCIG, CVCI, OPI, PME, Créateurs d'entreprises

Positionnement / mission :

- Tisser un réseau de relations permettant à chacun de trouver une correspondance tant au niveau académique qu'économique
- Dynamiser et faciliter la collaboration entre les Hautes Ecoles et le tissu économique
- Développer à long terme une réelle force économique et académique pour la Suisse Romande

Partenariat :

Les buts de leurs partenariats sont tant au niveau de l'allocation de ressources (nature/espèces) qu'au niveau de la promotion des différents services.

B2S développe ses partenariats pour 2 raisons :

- Développer de nouveaux services et de nouveaux marchés
- Assurer la promotion et le développement de la plateforme

Partenariats actuels :

Membres individuels :

- ABB
- Arfo (consulting informatique)
- B-Planet SA
- Genexion SA
- Job Up.ch
- PWC SA
- Losinger Construction SA
- Retraites Populaires Vie
- Société coopérative Migros Vaud

- SUPRA Caisse-maladie, Assurances SA
- TouchMind.com
- TSA Telecom SA
- Venturelab

Membres collectifs :

- HES-SO
- HEC Lausanne en partenariat avec l'association HEC Espace Entreprise
- Business & Management University Geneva
- Association de soutien de la HEG-Vd et de l'ESVIG
- Association lausannoise des étudiants de la HEG-Vd
- Chambre du Commerce et de l'Industrie de Genève
- Chambre du Commerce et d'Industrie du Jura
- Chambre Fribourgeoise du Commerce, de l'Industrie et des services
- Chambre Neuchâteloise du Commerce et de l'Industrie
- Chambre Valaisanne de Commerce et d'Industrie
- Chambre Vaudoise du Commerce et de l'Industrie
- Office de promotion des industries et technologies
- PME Université
- Réseau des diplômés HES – Economie et Service de Suisse Occidentale
- SwissMedia Association Suisse du Multimédia
- Union patronale du canton de Fribourg

Organisation :

L'association Business2School a été créée en 2001 par trois étudiants du canton de Vaud : MM. Eric Bruyndonckx, Patrick Chassot et Vincent Greset. L'objectif de départ était d'aider les diplômés pour la recherche de sujets de travaux de diplôme auprès d'entreprises vaudoises. Afin d'obtenir un soutien pour les aider dans leurs démarches, les trois entrepreneurs ont sollicité l'aide des milieux économiques vaudois (CVCI et FPV). Le projet a ensuite été élargi au niveau romand.

Une phase test a été lancée jusqu'à la fin de l'année 2002. Celle-ci permettait de juger si le projet correspondait réellement aux besoins des étudiants, des entreprises et des écoles, et si la plateforme Internet était rentable à moyen terme. A noter que pour cette phase test, les hautes écoles et les milieux économiques ont financé à hauteur de 100'000 francs.

La plateforme Internet propose actuellement des offres de stages, de travaux de diplômes et des first jobs pour diplômés. Elle est animée par le secrétaire général, dirigée par des membres issus du monde professionnel, soutenue par la HES-SO et reçoit l'aide de stagiaires / étudiants du degré tertiaire, dans les domaines du marketing et des relations publiques.

Structure du service de placement :

- Mise en relation des entreprises, étudiants et professeurs par le biais d'une interface Internet. Un outil informatique effectue les mises en relation de manière automatique
- Le service proposé reste néanmoins sous la surveillance d'un élément humain (modérateur / accélérateur) afin d'assurer une prestation de qualité maximale

Nombre d'employés :

- Président : Monsieur Guy-Philippe Bolay (Directeur adjoint à la Chambre Vaudoise du Commerce et de l'Industrie)
- Secrétaire général : Monsieur Philippe Güdemann, Animateur de la plate-forme B2S
- Réviseur des comptes : M. J.-F. Gross
- Membres du comité :
 - M. J.-P. Bedonni, Directeur de B-Planet SA
 - M. E. Bruyndonckx, Addvalue, Professeur HEIG-VD
 - M. A. Fedrigo, Directeur d'ARFO Consulting
 - M. V. Greset, Addvalue
 - M. M. Lohner, Chargé de Mission HES-SO
 - M. D. Rappo, Professeur HEIG-VD
- Membres collectifs : associations économiques ou professionnelles, hautes écoles (EPFL, Universités, HES), organismes de formation continue, associations d'étudiants, de gradués ou de diplômés et administrations publiques de Suisse romande.
- Membres individuels : personnes physiques et morales qui adhèrent aux buts de l'association, notamment les entreprises qui utilisent les services du site Internet.

Rôle de chacun d'eux :

L'animateur de la plateforme

- Doit se soucier du maintien de la continuité de l'activité
- Développer les partenariats
- Contrôler les offres et demandes d'emploi et le retirer si besoin est
- Répondre aux questions des personnes qui contactent l'association

Salaires : pas d'indications

Comment se fait le suivi des étudiants :

Pas de suivi.

Cadre légal :

Pas de responsabilité juridique.

13.5. Proposition de partenariat de Business2School



C/O HEIG-VD
Centre St-Roch
Avenue des sports 20
CH 1401 Yverdon
www.b2s.ch • info@b2s.ch

Association Business2School : Deux « scénarios » d'utilisation de B2S pour la HEVs.

Syndication des offres de B2S

L'originalité du concept Business To School est de permettre aux entreprises, aux professeurs et aux étudiants de publier des demandes de stages / mandats, travaux de diplôme et First Job et d'être ensuite diffusé par le web.

La plateforme B2S met à disposition de la HEVS ses annonces de stages /mandats, travaux de diplôme, et First Job via la technologie RSS. Cette diffusion consiste en un flux d'information paramétrable : on peut par exemple afficher seulement les propositions de stage destinées aux étudiants. Ou alors afficher des demandes d'étudiants destinées aux entreprises.

Un simple script d'agrégation du flux (qui peut être fourni par B2S en fonction de la technologie) permet d'afficher de manière automatique ces annonces sur le site et ne demande pas d'intervention pour la mise à jour.

C'est un moyen très simple d'offrir une prestation supplémentaire sur un site à l'intention des visiteurs. Et de jouer un rôle de trait d'union entre le tissu économique et les étudiants.

Voir pour exemple l'affichage des annonces sur une réplique du site de la HEVs :

<http://www.b2s.ch/diplomehevs.php>

Voir pour exemple l'affichage des demandes d'étudiants sur le site de la Chambre de Commerce Vaudoise :

<http://www.cvci.ch/?/Actualit%E9/Prestations/business2school.asp>

Opérateur HEVs

Un bureau de recrutement HEVs local pourrait utiliser l'infrastructure technique et les fonctionnalités de la plateforme B2S en devenant opérateur.

- Il accèderait ainsi à toute la base de données des utilisateurs et donc au tissu d'entreprises utilisatrices qui recrutent.
- Il profiterait de toutes les fonctionnalités développées depuis 2001 par l'association.
- Il participerait au développement de la masse critique des collaborations possibles pour les étudiants en stimulant les acteurs locaux du tissu économique à collaborer avec les étudiants.
- Il pourrait déposer des annonces d'entreprises à la suite d'un démarchage et « filtrer » les candidatures d'étudiants. Ce qui peut répondre à un besoin de conserver une dimension cantonale des collaborations.
- Il aurait un rôle éducatif et informatif auprès des utilisateurs à propos de son contexte local.

L'association Business2School reste ouverte dans le cadre des collaborations possibles puisque elle a pour objectif commun avec le HES-SO de continuer à développer son service pour les étudiants de toutes les HES romandes. Son secrétaire général ainsi que tout le comité est à disposition pour discussion à propos de son service avec la HEVs.

14. DIVERS

14.1. Attestation

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de diplôme ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de diplôme, y compris aux partenaires de recherche appliquée avec lesquels j'ai collaboré.

Nadia Henchoz

14.2. Planification du projet

N°	Remarques	Nom de la tâche	Début	Fin	bre	Octobre							Novembre				Décembre						
						S-2	S-1	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14		
1	530 heures	Planification TD (3 mois)	Lun 25.09.06	Lun 18.12.06																			
2	40h	Semaine 1	Lun 25.09.06	Lun 02.10.06																			
3		Compréhension du thème	Lun 25.09.06	Lun 02.10.06																			
4		Recherche d'informations sur le thème	Lun 25.09.06	Lun 02.10.06																			
5		Recherche de bureaux de placement étudiants	Lun 25.09.06	Lun 02.10.06																			
6		Listing de questions à poser à M. Yves Rey	Lun 25.09.06	Lun 02.10.06																			
7		Ebauche d'une première table des matières	Lun 25.09.06	Lun 02.10.06																			
8		Ebauche d'une première planification sur MS Project	Lun 25.09.06	Lun 02.10.06																			
9		Contact auprès de M. Yves Rey pour fixer un rendez-vous	Lun 25.09.06	Lun 02.10.06																			
10	40h	Semaine 2	Lun 02.10.06	Lun 09.10.06																			
11		Ebauche du questionnaire étudiant	Lun 02.10.06	Lun 09.10.06																			
12		Ebauche du questionnaire entreprise	Lun 02.10.06	Lun 09.10.06																			
13		Listing des questions à poser aux différents bureaux de placement	Lun 02.10.06	Lun 09.10.06																			
14		Contrôle et validation du listing des questions à poser aux différents bureaux de placement	Lun 02.10.06	Lun 09.10.06																			
15		Recherche d'informations sur le thème	Lun 02.10.06	Lun 09.10.06																			
16	40h	Semaine 3	Lun 09.10.06	Lun 16.10.06																			
17		Contact et infos auprès de M. Yves Rey	Lun 09.10.06	Lun 16.10.06																			
18		Détermination de l'échantillon étudiant	Lun 09.10.06	Lun 16.10.06																			
19		Finalisation du questionnaire étudiant	Lun 09.10.06	Lun 16.10.06																			
20		Finalisation du questionnaire entreprise	Lun 09.10.06	Lun 16.10.06																			
21		Traduction du questionnaire étudiant en allemand	Lun 09.10.06	Lun 16.10.06																			
22		Création du questionnaire étudiant online	Lun 09.10.06	Lun 16.10.06																			
23		Recherche d'infos sur le marché	Lun 09.10.06	Lun 16.10.06																			
24	40h	Semaine 4	Lun 16.10.06	Lun 23.10.06																			
25		Contact et infos auprès des bureaux de placement	Lun 16.10.06	Lun 23.10.06																			
26		Détermination de l'échantillon entreprises	Lun 16.10.06	Lun 23.10.06																			
27		Traduction du questionnaire entreprise	Lun 16.10.06	Lun 23.10.06																			
28		Réalisation du fichier SPSS étudiant	Lun 16.10.06	Lun 23.10.06																			
29		Rédaction du point marché	Lun 16.10.06	Lun 23.10.06																			
30	40h	Semaine 5	Lun 23.10.06	Lun 30.10.06																			
31		Envoi des questionnaires étudiants	Lun 23.10.06	Lun 30.10.06																			
32		Entrée des résultats dans SPSS	Lun 23.10.06	Lun 30.10.06																			
33		Contact et infos auprès des bureaux de placement	Lun 23.10.06	Lun 30.10.06																			
34		Recherche d'infos sur le marché	Lun 23.10.06	Lun 30.10.06																			
35		Rédaction du point marché (suite)	Lun 23.10.06	Lun 30.10.06																			

N°	Remarques	Nom de la tâche	Début	Fin	bre			Octobre				Novembre				Décembre				
					S-2	S-1	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14
36		Recherche et rédaction du point concurrence	Lun 23.10.06	Lun 30.10.06																
37	50h	Semaine 6	Lun 30.10.06	Lun 06.11.06																
38		Entrée des résultats dans SPSS et clôture du sondage étudiant	Lun 30.10.06	Lun 06.11.06																
39		Envoi des questionnaires entreprises	Lun 30.10.06	Lun 06.11.06																
40		Entrée des résultats dans SPSS (entreprises)	Lun 30.10.06	Lun 06.11.06																
41		Analyse des résultats du sondage étudiants	Lun 30.10.06	Lun 06.11.06																
42		Rédaction du point benchmark	Lun 30.10.06	Lun 06.11.06																
43	50h	Semaine 7	Lun 06.11.06	Lun 13.11.06																
44		Entrée des résultats dans SPSS et clôture du sondage entreprises	Lun 06.11.06	Lun 13.11.06																
45		Analyse des résultats du sondage entreprises	Lun 06.11.06	Lun 13.11.06																
46		Rédaction du point prestations	Lun 06.11.06	Lun 13.11.06																
47		Conception des processus d'affaires sur Visio	Lun 06.11.06	Lun 13.11.06																
48		Rédaction du point benchmark	Lun 06.11.06	Lun 13.11.06																
49	40h	Semaine 8	Lun 13.11.06	Lun 20.11.06																
50		Reprise de chaque points rédigés et modifications nécessaires suite au sondage	Lun 13.11.06	Lun 20.11.06																
51		Définition de la clientèle cible	Lun 13.11.06	Lun 20.11.06																
52		Définition de la segmentation du marché	Lun 13.11.06	Lun 20.11.06																
53		Rédaction du point prestations (suite)	Lun 13.11.06	Lun 20.11.06																
54		Rédaction du point localisation	Lun 13.11.06	Lun 20.11.06																
55	50h	Semaine 9	Lun 20.11.06	Lun 27.11.06																
56		Finalisation du point benchmark	Lun 20.11.06	Lun 27.11.06																
57		Création de la maquette	Lun 20.11.06	Lun 27.11.06																
58		Rédaction de l'organisation / structure	Lun 20.11.06	Lun 27.11.06																
59		Rédaction du point concrétisation sur le marché	Lun 20.11.06	Lun 27.11.06																
60	50h	Semaine 10	Lun 27.11.06	Lun 04.12.06																
61		Rédaction du point gestion financière / financement	Lun 27.11.06	Lun 04.12.06																
62		Rédaction de la politique de prix	Lun 27.11.06	Lun 04.12.06																
63		Rédaction du point évaluation des risques	Lun 27.11.06	Lun 04.12.06																
64		Rédaction du point développement futur	Lun 27.11.06	Lun 04.12.06																
65		Rédaction de l'introduction	Lun 27.11.06	Lun 04.12.06																
66	50h	Semaine 11	Lun 04.12.06	Lun 11.12.06																
67		Rédaction des recommandations	Lun 04.12.06	Lun 11.12.06																
68		Rédaction du point évaluation des risques	Lun 04.12.06	Lun 11.12.06																
69		Rédaction du point diagnostique du marché	Lun 04.12.06	Lun 11.12.06																
70		Relecture	Lun 04.12.06	Lun 11.12.06																

N°	Remarques	Nom de la tâche	Début	Fin	bre			Octobre					Novembre					Décembre				
					S-2	S-1	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14		
71		Corrections des éventuelles erreurs de fond	Lun 04.12.06	Lun 11.12.06																		
72		Corrections orthographe et grammaire	Lun 04.12.06	Lun 11.12.06																		
73	40h	Semaine 12	Lun 11.12.06	Lun 18.12.06																		
74		Rédaction du résumé	Lun 11.12.06	Lun 18.12.06																		
75		Mise en page	Lun 11.12.06	Lun 18.12.06																		
76		Relecture	Lun 11.12.06	Lun 18.12.06																		
77		Corrections nécessaires	Lun 11.12.06	Lun 18.12.06																		
78		Impression	Lun 11.12.06	Lun 18.12.06																		
79		Rendu du TD	Lun 18.12.06	Lun 18.12.06																		
80		Rendez-vous avec professeur	Lun 25.09.06	Lun 18.12.06																		