

**INNOVATION PEDAGOGIQUE : LE TROPHEE « ENTREPRISE ET TERRITOIRE » POUR
INSUFFLER UNE RESPONSABILITE SOCIETALE SUR UN TERRITOIRE INSULAIRE**

Duran Nathalie*

IAE Réunion, Laboratoire CEMOI
Nathalie.duran@univ-reunion.fr

Maunier Cécile

IAE Réunion, Laboratoire CEMOI
Adresse mail

* Auteur de correspondance : 24 av. Victoire - CS 92003 - 97744 Saint-Denis / 0262479936

**INNOVATION PEDAGOGIQUE : LE TROPHEE « ENTREPRISE ET TERRITOIRE » POUR
INSUFFLER UNE RESPONSABILITE SOCIETALE SUR UN TERRITOIRE INSULAIRE**

Résumé : Cette communication s'inscrit dans la session thématique concernant la créativité dans l'enseignement de la gestion et du management. Elle vise à décrire le cas d'un dispositif pédagogique innovant impliquant la participation d'étudiants de trois filières distinctes. Aux côtés d'acteurs majeurs d'un territoire insulaire, l'IAE Réunion contribue à former et sensibiliser les futurs managers aux défis majeurs des années à venir : créer de la valeur pour le territoire et ses parties prenantes, en tenant compte des conséquences environnementales, sociales et éthiques de leurs décisions et actions. En nous appuyant sur une approche qualitative exploratoire, nous proposons d'analyser les apports de ce projet aux diverses parties prenantes. Les premiers résultats sont à trois niveaux : le contenu des formations concernées est enrichi, les étudiants acquièrent des compétences techniques mais aussi des compétences transversales de manière différente, et l'IAE obtient une meilleure visibilité et un ancrage plus fort sur le territoire.

Mots-clés : innovation pédagogique ; RSE ; compétences transversales

**PEDAGOGIC INNOVATION : THE « COMPANY AND TERRITORY » TROPHY TO INSTILL A
SOCIAL RESPONSIBILITY ON AN ISLAND**

Abstract : This paper proposes to enter the thematic session on creativity in management teaching. It aims to describe the case of a pedagogical innovation concerning the participation of students from different backgrounds. Beside major companies of Reunion island, the IAE Réunion helps to train and sensitize future managers to the major challenges of the coming years: creating value for the territory and its stakeholders, taking into account the environmental consequences, social and ethical decisions and actions. Based on an exploratory qualitative approach, we propose to analyze the contributions of this project to stakeholders. The first results are at three levels: the content of the courses concerned is enriched, students acquire hard skills but also soft skills in a different way, and the IAE obtains a better visibility and a stronger anchorage on the territory.

Keywords : pedagogical innovation ; CSR ; transversal skills

INNOVATION PEDAGOGIQUE : LE TROPHEE « ENTREPRISE ET TERRITOIRE » POUR INSUFFLER UNE RESPONSABILITE SOCIETALE SUR UN TERRITOIRE INSULAIRE

Introduction

Selon Lande (2022), les enseignants chercheurs dans leurs activités doivent créer des connaissances, les transmettre, évaluer les acquis et diffuser des savoirs.

En matière de formation à la RSE (Responsabilité sociétale des entreprises), un certain nombre de chercheurs se sont intéressés aux modalités d'apprentissage d'un tel enseignement (Baret, 2018 ; Rosé, 2021, David et Tessier, 2023 ; Delchet-Cochet et Calcei, 2023). Ces recherches soulignent à ce sujet l'importance d'une approche transdisciplinaire, focalisée sur le développement d'un esprit critique impliquant un changement de paradigme par rapport aux méthodes d'enseignement classiques. Des approches favorisant le partage d'expériences, un processus de questionnement sur les bonnes pratiques sembleraient ainsi particulièrement intéressantes. Cela permettrait notamment la mobilisation et le développement de « soft skills » tant recherchées aujourd'hui en entreprise.

Cette communication présente à travers le cas de la participation à un trophée, comment des enseignants chercheurs peuvent remplir leur mission de manière originale : l'établissement d'un processus de formation inédit dans un IAE, pour apporter tant des connaissances en termes de RSE et d'ancrage territorial que des compétences transversales.

C'est dans le cadre d'un partenariat avec la CPME Réunion qu'est née l'idée de mettre en place un nouveau dispositif pédagogique au sein de notre IAE, afin de "co-construire et interagir positivement" avec nos étudiants, de plus en plus demandeurs d'originalité dans les pratiques (Chevalier et al. 2018). L'objectif consiste à sensibiliser nos étudiants à la notion de RSE, qui est encore à l'heure actuelle peu traitée dans les programmes de notre IAE, tout en leur permettant une immersion en entreprise et une première approche du métier de l'audit. Il s'agit également de développer leur capacité à travailler en équipe et à valoriser les bonnes pratiques.

A travers ce Trophée, la CPME souhaite récompenser les entreprises vertueuses en matière de RSE et d'ancrage territorial. Il s'agit par ailleurs d'encourager les acteurs économiques locaux à développer des valeurs d'entraide et de redistribution afin de faire de la Réunion une zone d'échange solidaire. La CPME a donc souhaité intégrer la jeunesse réunionnaise à cette démarche et nous a contacté en 2016, afin que les étudiants puissent être au plus près des acteurs économiques locaux. Deux responsables pédagogiques se sont portés volontaires et ont décidé d'associer leurs étudiants de M1 CCA et M1 MKT à ce projet. Chaque année depuis, le projet est reconduit et amélioré par de nombreux comités de pilotage. Cette année, nous avons décidé d'y associer les étudiants de L3 gestion option RH et marketing pour améliorer encore les synergies apportées par le travail collectif.

Ce projet a été intégré dans l'UE Relations Professionnelles. Il est encadré par les responsables pédagogiques et fait l'objet d'une évaluation. Il s'appuie par ailleurs sur une convention de partenariat entre la CPME, Antenne Réunion et IAE Réunion. La direction de l'IAE est donc également impliquée dans le projet.

La problématique que nous soulevons ici est la suivante : une innovation pédagogique peut-elle créer de la valeur pour toutes les PP engagées dans un projet RSE?

Nous commencerons par une brève revue de littérature sur les innovations pédagogiques à proposer à la génération Z, puis nous détaillerons nos objectifs pédagogiques et les résultats observés.

1. Mieux intéresser la génération Z par des pratiques pédagogiques innovantes

La nouvelle génération, dite génération Z, qui se trouve aujourd'hui sur les bancs de l'université, a des exigences et des comportements que nous avons parfois du mal à comprendre. Adeptes des apprentissages par l'expérience, ils sont à la recherche de sens y compris dans leur formation professionnelle. Pour attirer leur attention, les enseignants chercheurs doivent avoir des techniques d'enseignement innovantes tant sur le fond que sur la forme.

Pour Bédard et Béchard (2009, p 36), “ une pratique innovante en enseignement (supérieur) implique un changement qui s'éloigne de la norme et qui rehausse la qualité des apprentissages des étudiants”. Jauffry (2022) recommande ainsi de varier les outils pédagogiques afin de mieux motiver les étudiants de la génération Z : allier des “cours très brefs, des travaux de groupes, des travaux individuels, des sessions plénières, du coaching de petits groupes et du suivi individuel”. Il préconise d'utiliser les exercices pratiques et réels tels que les “visites d'entreprises, travaux sur des entreprises réelles, études et recherche” et de diversifier les lieux d'enseignement pour mieux “captiver les étudiants”.

L'intérêt de l'apprentissage par la pratique est mis en valeur par de nombreux auteurs (Almeida et Simoes, 2019 ; Silva et al, 2021), car l'immersion en entreprise permet d'observer concrètement les actions entreprises. La découverte du quotidien d'une entreprise en situation réelle facilite la compréhension des étudiants et accentue leur engagement et leur implication.

Afin de garantir le succès d'une innovation pédagogique, l'implication des enseignants s'avère indispensable. Ils doivent se rapprocher des étudiants, “tisser du lien afin de leur donner confiance” (Ait Kaiki, 2021). C'est pour cette raison que lors du “trophée entreprise et territoire” les responsables pédagogiques sont pleinement engagés auprès des étudiants, ils les accompagnent dès l'attribution de l'entreprise pour rédiger le guide d'entretien mais également physiquement lors des audits dans le but de les épauler lors de l'entretien avec les dirigeants. Il est plus facile pour un enseignant chercheur de rebondir lors d'un entretien semi-directif que pour un étudiant qui fait son premier entretien. Ils interviennent immédiatement s'il y a des difficultés entre étudiants, ou avec les dirigeants et s'attachent à soutenir les étudiants durant tout le processus.

En outre, la diversité des enseignants mobilisés à expliquer une même thématique différemment est un atout pour l'apprentissage des étudiants (Jauffry, 2022). C'est pour cette raison que nous faisons intervenir un enseignant chercheur en finance, un en marketing, un contractuel en RH mais également une coach en développement personnel et une conseillère en gestion.

Toutes ces préconisations s'illustrent dans les pratiques liées au “trophée entreprise et territoire”, qui mêlent séances de formation théorique à l'IAE, en petits groupes et en classes entière, coaching collectif et individuel, avec des visites d'entreprise et un travail d'audit sur une entreprise réelle.

2. Etapes du projet

2.1. Chronologie

En octobre 2016 la CPME nous contacte pour devenir partenaire du “trophée entreprise et territoire” aux côtés d'Air France, Groupama, et la Région Réunion. Après différents échanges, nous décidons d'associer les étudiants du Master 1 CCA et du Master 1 Marketing dans le but de tester une première innovation dans la pédagogie par projets : la mixité des publics. Au-delà de cet objectif pédagogique, il s'agit pour nous de sensibiliser nos étudiants aux préoccupations RSE, ainsi qu'au partage de valeurs managériales communes. Notre ambition consiste à donner plus de sens à leur formation et à leur faire comprendre le rôle

joué par l'IAE dans l'ancrage territorial des savoirs, des savoir-être et des attitudes managériales.

Nous participons chaque année à la campagne de communication diffusée auprès des adhérents de la CPME. Cette campagne est relayée sur le site de l'IAE et de tous les partenaires ainsi que sur les réseaux sociaux afin de valoriser les entreprises et les jeunes qui y sont associés. Ce Trophée se place dans la lignée d'autres événements similaires en métropole dont les trophées RSE Pays de Loire. Il existe en parallèle une multitude de dispositifs récompensant les "bonnes pratiques" des entreprises en France, néanmoins et à notre connaissance, aucun autre IAE n'est engagé sur ce type de partenariat. Depuis que le premier média local Antenne Réunion a rejoint le projet, un processus de médiatisation télévisé et sur les réseaux sociaux est mis en place chaque année. Ce dernier a contribué à la notoriété locale du trophée et à son institutionnalisation pour l'ensemble des partenaires (aujourd'hui au nombre de 9).

Le projet se déroule au mois d'avril juste après la période de stage en entreprise. Début avril nous organisons une rencontre entre nos étudiants et les candidats au Trophée. C'est alors qu'ils se voient attribuer une entreprise à défendre en groupe. A l'issue d'une formation accélérée sous la forme d'un séminaire RSE de 2 jours par un expert régional, ils doivent ensuite rapidement s'approprier la grille d'audit RSE et préparer un guide d'entretien pour rencontrer les dirigeants de l'entreprise qui leur est attribuée. Deux semaines après, ils sont mobilisés pour auditer les entreprises participantes afin de mettre en valeur leurs bonnes pratiques en termes de RSE et d'ancrage territorial. Les audits se déroulent sur une à deux journées et donnent lieu à une présentation orale devant un premier jury. Ce pitch de 10mn est préparé en amont grâce à une formation à la "prise de parole en public", également ajoutée à leur maquette. A l'issue du jury, 7 entreprises sur 14 sont retenues (contre 5 lors de la 1ère édition du trophée) pour participer au jury final programmé au mois de juin. Le dispositif pédagogique a ainsi subi plusieurs modifications tout au long des années :

le nombre de prix a augmenté suite à des décisions prises en COPIL. A la création, deux prix étaient attribués par le jury final (composé des PDG des partenaires du Trophée) : le prix de la meilleure plaidoirie pour les étudiants, et le prix de la meilleure entreprise. Désormais pas moins de 4 prix sont remis : le prix Entreprise créative et innovante, le prix Entreprise environnementale, le Trophée Entreprise et Territoire et le prix de la meilleure plaidoirie réservé au groupe d'étudiants qui aura le mieux mis en valeur les pratiques RSE de son entreprise.

les partenariats en faveur du soutien organisationnel et financier du trophée se sont élargis : à la CPME (organisation patronale), Groupama (Assurance), Air France (transport aérien), la Région Réunion (organisation publique territoriale) à travers son club export et IAE Réunion (Ecole universitaire de management), se sont ajoutés Antenne Réunion (média), Zeop (télécommunications / « prix coup de cœur » de la 1ère édition), Urcoopa (coopérative agricole) et la Banque Delubac

La première année, une dizaine de candidatures ont été reçues. Celles-ci n'ont cessé d'augmenter chaque année. En huit ans, plus de 250 entreprises se sont ainsi présentées au concours et plus de 300 étudiants ont été intégrés au projet.

2.2. Dispositif pédagogique retenu

Sur la base de 14 entreprises candidates, les étudiants de M1 CCA, M1 Marketing et L3 RH audient et défendent une entreprise. Nous avons ainsi chaque année entre 40 et 50 étudiants mobilisés, répartis en groupe de 3 ou 4. Le travail est réalisé en équipe - comme pour une mission d'audit - ce qui nécessitera de la part des étudiants d'être organisés, rapidement réactifs et solidaires. Le rôle des étudiants consiste à auditer les entreprises sur cinq domaines

: social, environnemental, gouvernance, économie et territorialité. Ils doivent ensuite préparer une plaidoirie.

La première innovation pédagogique dans ce projet est donc la mixité des étudiants. Depuis la création du master CCA à la Réunion (2007), aucun projet n'a associé les étudiants de CCA, de marketing et de RH. Aucun projet n'a mixé des étudiants de cycle 3 et 4. L'objectif est multiple. Tout d'abord l'alliance des compétences des marqueteurs, des RH, et des CCA permet une analyse plus fine des critères financiers et surtout extra-financiers. Ensuite nous visons l'amélioration de la cohésion au sein de l'IAE, le partage de valeurs communes, l'apprentissage de nouvelles méthodes de travail et de nouveaux éléments de langage. Nous voulons "rassembler" autour de l'esprit IAE. Les étudiants ont l'habitude de travailler en groupe au sein de leur promotion mais ils le font rarement avec un autre public.

Le second caractère innovant du projet repose sur la pédagogie inversée. Habituellement, les étudiants reçoivent un enseignement sous la forme de cours magistraux et mettent ces enseignements en application, lors des travaux de groupe ou lors de leurs stages. L'idée consiste ici à changer le processus (à modifier le processus et mixer les approches): les étudiants reçoivent une brève formation RSE afin d'en découvrir les champs principaux, puis ils sont formés à la méthode de recherche avec notamment la rédaction d'un guide d'entretien. Ils vont ensuite dans les entreprises afin de faire leur audit RSE. Ils disposent pour cela d'un temps limité. L'apprentissage viendra donc essentiellement d'une expérience terrain, au cours de laquelle ils devront évaluer des « bonnes pratiques » et réfléchir au moyen de les valoriser. Durant un mois, ils réalisent des allers retours entre terrain et théorie, afin de valoriser au mieux l'entreprise qui leur a été attribuée. Notre projet se situe dans une logique "d'apprentissage actif par le développement de compétences visant la professionnalisation" (Zineb, 2011 ; Verzat, 2012, cités par Albertini et al.,2018). Ils vont également devoir obtenir la confiance du chef d'entreprise afin de le représenter devant le grand jury.

Au sein du master CCA, l'enseignement "Audit et révision comptable" et de "méthodologie de la recherche" pour le recueil de données n'interviennent qu'après le déroulement du Trophée ; ce qui nécessite en premier lieu une adaptation. La liaison entre les missions réalisées par les étudiants et le cours passera par une synthèse des dossiers traités, ainsi que par le recueil et l'analyse de leurs perceptions sur le travail effectué. Les cas observés seront ensuite intégrés à l'enseignement pour revenir progressivement aux fondamentaux. La compréhension et l'implication des étudiants est ainsi facilitée par les allers-retours.

Au-delà de l'aspect purement pédagogique, ce programme a bien évidemment une vocation d'insertion professionnelle forte. Il s'agit de préparer les managers de demain, de les rendre curieux, responsables, et créatifs, en étant directement en contact avec des chefs d'entreprises réunionnais. D'ailleurs durant le jury intermédiaire, composé des 9 partenaires, les questions permettent aux étudiants d'enrichir leur plaidoirie pour la présentation au jury final. Depuis sept années le Trophée nous a permis de construire un réseau très étendu d'entreprises et de partenaires (94 entreprises retenues pour audit, 9 partenaires).

2.3. Recueil de données

Afin de recueillir la perception des acteurs concernant les apports du trophée pour l'IAE nous avons mené une première étude qualitative exploratoire sous forme d'entretiens (12 étudiants ayant participé à des éditions différentes, le directeur de l'IAE, 2 enseignants chercheurs) et nous avons recueilli le témoignage des participants disponibles sur les réseaux sociaux (étudiants, responsables pédagogiques, partenaires et candidats). Nous avons également recueilli des données par observation participante et pris des notes lors des 18 comités de pilotage et lors des délibérations des 7 jurys intermédiaires. Ce qui est intéressant ici c'est le

recul que peuvent avoir des étudiants ayant participé aux premières éditions du trophée qui sont maintenant en poste en cabinet comptable ou à la direction de PME. Ces données nous permettent de faire la synthèse suivante sur les apports de cette innovation pédagogique.

3. Les enjeux de ces nouvelles pratiques

Ces enjeux pour l'IAE peuvent être considérés à plusieurs niveaux : pour les étudiants, pour les responsables pédagogiques, pour les enseignants et pour l'IAE, cela touche également les partenaires.

3.1. Pour les étudiants

- a) une meilleure autonomie et une meilleure responsabilisation (ils s'engagent à accompagner les chefs d'entreprises dans leurs démarches et à valoriser les bonnes pratiques);

« La communication entre étudiants, la réalisation d'une présentation pour mettre en avant les entreprises candidates devant un jury de professionnels et la gestion des relations avec les dirigeants, sont tant d'enseignements indispensables et précieux, utiles à nos professions, après la fin de nos études à l'IAE RÉUNION »

- b) une nouvelle façon d'apprendre entre filières CCA, MKT et RH (ils partagent leurs connaissances et valorisent les compétences spécifiques de chaque filière) ;

« Collaborer avec des personnes issues d'autres masters m'a poussé à sortir de ma zone de confort et à apprendre à travailler efficacement en équipe, même avec des individus que je ne connaissais pas auparavant. Cette expérience m'a également permis de nouer des liens avec des étudiants qui sont devenus des amis »

- c) l'émulation au sein de chaque équipe d'audit (ils doivent préparer la meilleure plaidoirie avec des "co-équipiers" qu'ils ne connaissent pas forcément et en un temps limité : audit mi-avril, jury intermédiaire 23 mai, jury final 13 juin) ;

- d) la découverte de la dimension RSE (ils doivent s'informer et se documenter sur le sujet avant de pouvoir pleinement maîtriser le questionnaire d'audit) ;

« Malgré la perception que la RSE est relativement éloigné des champs généralement étudiés en CCA , cette notion se démocratise de plus en plus au sein des cabinets d'expertise comptable de ce que je vois actuellement en stage, ça ne peut qu'être formateur de comprendre ces notions en master CCA , même s'il est vrai que l'année dernière je n'aurai peut-être pas eu cet avis »

- e) la sensibilisation à l'ancrage territorial et à ses enjeux (comment œuvrer pour le territoire en produisant et consommant "péi", redistribuer les richesses et créer des emplois, etc.)

« ...en explorant les coulisses de la fabrication des produits proposés par ces entreprises, j'ai développé un attachement particulier à leurs produits et à leur histoire »

« J'ai eu l'opportunité de découvrir de près le fonctionnement des entreprises locales et d'en apprendre plus sur les dirigeants qui composent le tissu économique du territoire réunionnais »

une meilleure valorisation de leurs savoirs et de leurs savoir-être, un développement de leurs soft skills. "ce concours, nous permet à nous en tant qu'étudiant entrant sur le marché du travail de travailler notre aisance à l'oral et d'essayer d'améliorer notre éloquence face à un public de grands dirigeants et face aux caméras »

- f) des compétences nouvelles, notamment la prise de parole en public et la capacité à s'adapter à un groupe de travail hétérogène.

« En tant que personne plutôt timide, ce concours m'a poussé à sortir de ma zone de confort. J'ai eu la chance de rencontrer de nouvelles personnes inspirantes et de surmonter mes

limites en prenant la parole en public. Cette expérience m'a permis de développer une nouvelle confiance en moi »

Au final, ils ont une vision plus complète du monde de l'entreprise et de l'entrepreneuriat et ils élargissent leur réseau. Nombreux sont les étudiants qui ont trouvé un stage, une alternance ou un emploi grâce au trophée, et ce directement chez un partenaire ou chez un candidat. Cette année les étudiants ont noté une difficulté supplémentaire à s'adapter au comportement des étudiants de licence qui ont semblé moins impliqués et moins à l'aise dans l'exercice.

3.2. Pour les responsables pédagogiques

- a) la valorisation de l'UE Relations professionnelles, qui permet de dépasser les acquis conventionnels du stage de M1 et de L3 en fournissant à nos étudiants d'autres opportunités de créer leurs propres réseaux et de préparer leur avenir et leurs carrières tout en abordant la thématique RSE par le terrain ;

« Sur le plan professionnel, le Trophée a été une véritable bouffée d'oxygène pour mon réseau. J'ai observé une nette expansion de mon réseau LinkedIn pendant cette période, avec des connexions significatives qui perdurent même après la fin du concours ».

- b) la possibilité d'évaluer autrement les étudiants et grâce à l'avis des membres du jury intermédiaire (capacité à travailler en équipe, capacité de synthèse, capacité rédactionnelle et de communication sur les plaidoiries en respectant des échéances courtes).

Lors du jury intermédiaire, ce qui est intéressant c'est l'avis des responsables de communication ou des responsables financiers des partenaires concernant la capacité des étudiants à mettre en valeur l'entreprise. Les théâtralisations et les dégustations de produits locaux sont particulièrement appréciées. Certains membres du jury sont présents depuis 6 ou 7 éditions et ce qui est intéressant pour nous c'est leur retour sur l'amélioration continue de la qualité des prestations des étudiants.

- c) une meilleure attractivité de nos diplômes (la proximité entre les étudiants et les chefs d'entreprises locaux au sein du Trophée est un moyen d'élargir le périmètre des stages et de l'insertion professionnelle – ce dernier en CCA par exemple est en grande majorité limité aux cabinets d'expertise comptable et de commissariat aux comptes).

Il est de plus en plus fréquent lors des entretiens de recrutement pour le M1 que les candidats nous parlent de la visibilité du trophée.

- d) une confiance accrue en la compétence de nos étudiants et une valorisation de leurs salaires à l'embauche.

Sur cette 7ème édition, une évolution notable des prestations des étudiants, qui montre la valeur apportée par les copils et l'amélioration du processus de formation chaque année.

Donc un enrichissement du contenu de la formation et un élargissement du périmètre en termes de débouchés et de métiers.

3.3. Pour les enseignants chercheurs

- a) innover dans nos techniques de transmission du savoir et confier un rôle responsabilisant à nos étudiants tout en restant en soutien (l'étudiant anime les enseignements sur la base de l'expérience vécue), comme évoqué en littérature , « l'implication et l'engagement sont doubles et se font dans les deux sens, aussi bien de la part des enseignants que de la part des étudiants »(Ait Kaikai, H., 2021);
- b) illustrer les enseignements à partir des plaidoiries (quizz sur ce que les étudiants ont retenu du processus global d'audit; commentaires et analyse des plaidoiries ; etc...);
- c) inciter les professionnels à venir témoigner de l'intérêt de mettre en place un tel dispositif pédagogique au service de leurs entreprises;

- d) permettre à nos étudiants de mieux maîtriser l'environnement économique et social de leur territoire insulaire;
- e) faire le lien entre enseignement et recherche, d'une part à travers les sujets de mémoire des M2 qui sont de plus en plus nombreux à se consacrer à la RSE ou à un de ses champs d'application, et d'autre part à travers des communications, chapitres d'ouvrage ou publications qui se tournent désormais vers cette thématique;
- f) un enrichissement de nos propres connaissances en matière de RSE sur notre territoire permettant de faire évoluer d'une part nos contenus de cours mais aussi nos travaux de recherche;
- g) l'identification de terrains de recherche potentiel pour davantage de retombées scientifiques (participation à des colloques, à des ouvrages collectifs, publication d'articles)

Donc une pédagogie « tri-partite » où étudiants, enseignants et professionnels sont acteurs au sein d'un même projet

3.4. Pour l'IAE

Le projet pédagogique développé au sein du Trophée Entreprise & Territoire est un réel atout pour notre institution. Cela permet de faire de la CPME et d'Antenne Réunion des partenaires privilégiés. Cela donne aussi à notre IAE une meilleure visibilité sur le territoire grâce à la médiatisation du Trophée mais aussi auprès des autres partenaires du trophée pour des stages, emplois, financements, taxe d'apprentissage ou autres actions utiles au bon déroulement de notre activité de formation. Enfin, cela génère une véritable communauté au service du territoire (impliquant nos étudiants, nos enseignants et les entreprises réunionnaises), donc une meilleure visibilité et un meilleur ancrage sur le territoire pour l'ensemble de nos formations.

Le Trophée a permis à l'IAE Réunion une notoriété en termes de responsabilité sociétale, ce qui en fait un avantage concurrentiel compte tenu du nombre de nouvelles formations qui ont ouvert sur le territoire mais aussi des nouvelles exigences en termes de RSU. Notre école est désormais associée au trophée.

3.5. Pour les partenaires

- a) rester en contact direct avec des entreprises vertueuses du territoire, parfois méconnues du grand public
- b) repérer des étudiants par leurs compétences transversales lors des plaidoiries pour des futurs emplois, stages, alternances
- c) développer une image de marque pour leur entreprise associée au soutien de bonnes pratiques

Conclusion :

L'originalité de ce dispositif pédagogique repose en grande partie sur la mobilisation des acteurs autour de la notion de territoire : les entreprises, les partenaires dont l'IAE et les enseignants, ainsi que les étudiants eux-mêmes. Ce programme dépasse donc le seul périmètre d'action de l'IAE. C'est clairement ce qui nous a séduit en matière d'innovation pédagogique. Nous y voyons un moyen d'enrichir et d'élargir les compétences techniques acquises par nos étudiants ; une manière d'aller plus loin que le seul processus d'apprentissage lié au stage obligatoire de M1 ou de L3. La mixité des publics CCA/MKT et désormais RH suppose que chacun des étudiants développe de fortes capacités d'adaptation et d'émulation au sein de chaque groupe. Des valeurs doivent être partagées, une solidarité doit

se créer, un langage commun doit être assimilé afin que chaque plaidoirie soit un réel succès. Ils doivent aussi réfléchir à une véritable mise en scène et des compétences nouvelles sont mises en avant (aisance avec les supports digitaux, théâtralisation). Les étudiants se sentent investis d'une mission professionnelle forte : faire gagner leur entreprise.

Au-delà de l'engagement de l'IAE et des masters MKT, CCA ou Licence RH, nous souhaitons apporter à nos étudiants une formation qui soit parfaitement adaptée à leur environnement économique et socio-professionnel. Deux modules complémentaires ont été intégrés à la formation : Fiscalité Dom et Social DOM. Les professionnels du territoire doivent en effet être assurés de recruter des collaborateurs ayant une parfaite connaissance des spécificités locales. Le Trophée offre par ailleurs à nos étudiants l'opportunité d'assimiler une démarche RSE – ce qui n'est pas abordé au sein de leur cursus - tout en prenant en considération les particularités de notre positionnement en tant que région ultrapériphérique de l'Europe. Le trophée et le projet pédagogique associé dépassent donc la seule recherche d'innovation pédagogique. Ils répondent véritablement au souhait de rendre nos étudiants acteurs du développement économique de leur île, tout en restant respectueux et responsables. Au moment où nous rédigeons cette communication, une étude quantitative est en cours. Il s'agit d'administrer différents questionnaires auprès des étudiants ayant participé aux 7 éditions du concours afin de mesurer leur niveau de satisfaction sur ce dispositif d'enseignement en comparaison avec les enseignements plus classiques et notamment les soft skills mobilisées pour ce projet, comme déjà testé par Terramorsi et al. (2022) dans leur étude sur les dispositifs expérientiels de sensibilisation à l'entrepreneuriat.

Références

- Ait Kaikai, H. (2021). En quoi la variété des stratégies pédagogiques favorise-t-elle l'implication des étudiants et le développement de leurs compétences en Soft Skills ?. *Projectics / Proyética / Projectique*, 29, 27-37. <https://doi.org/10.3917/proj.029.0027>
- Albertini, T., Fabiani, T. & Lameta, N. (2018). Comment concevoir le cadre d'un dispositif pédagogique entrepreneurial à l'échelle universitaire : Le cas de l'Université de Corte. *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 17, 159-188. <https://doi.org/10.3917/entre.173.0163>
- Almeida, F., & Simoes, J. (2019). The Role of Serious Games, Gamification and Industry 4.0 Tools in the Education 4.0 Paradigm. *Contemporary Educational Technology*, 10(2), 120-136. <https://doi.org/10.30935/cet.554469>
- Baret, P. (2018). La recherche-intervention au service de l'enseignement de la RSE. *Management et Sciences Sociales*, 2, N°25, 50-62.
- Bédard, D., & Béchar, J.P. (2009). *Innovier dans l'enseignement supérieur*. Paris, France : Presses universitaires de France.
- Chevalier, F., Dejoux, C. & Poilpot-Rocaboy, G. (2018). Éditorial : Management et innovations pédagogiques : un nouvel axe de recherche pour les enseignants-chercheurs en GRH. *@GRH*, 26, 9-21. <https://doi.org/10.3917/grh.181.0009>
- David, P. & Tessier, N. (2023). L'enseignement de la RSE dans les Business Schools en période post-COVID : de l'opportunité d'une approche par les soft skills ?. *Management et Sciences Sociales*, 1, N°34, 137-158.
- Declchet-Cochet, K. & Calcei, D. (2023). Compétences et formation des enseignants-chercheurs en matière de développement durable et de RSE. Une étude exploratoire. *Revue des Sciences de Gestion*, 3, N°321-322, 85-96.
- Jauffrit, M. (2022). Passerons-nous aussi à côté de la génération z ? Le pentagone de formation et le système entrepreneurial. *Projectics / Proyética / Projectique*, 33, 21-41. <https://doi.org/10.3917/proj.033.0021>

Lande, É. (2022). Éditorial: L'innovation pédagogique dans l'enseignement supérieur. *Projectics / Proyética / Projectique*, 33, 5-7. <https://doi.org/10.3917/proj.033.0005>

Rosé, J-J. (2021). Dépasser les contradictions inhérentes à l'enseignement et à la recherche en RSE. *Management et Sciences Sociales*, 1, N°30, 8-21.

Silva, D. E., Lopes, T., Sobrinho, M. C., & Valentim, N. M. C. (2021). Investigating initiatives to promote the advancement of education 4.0: A systematic mapping study. In *Csedu* (1). 458–466. doi: 10.5220/0010439704580466

Terramorsi, P., Albertini, T., Lameta, N., Fabiani, T. & Luisi, G. (2022). Dispositifs expérientiels de sensibilisation à l'entrepreneuriat : quelles soft skills sont mobilisées par les participants ?. *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 21, 23-49. <https://doi.org/10.3917/entre1.pr.0038>