

FORMATION

Les EGC, pépinières de « cadres intermédiaires »

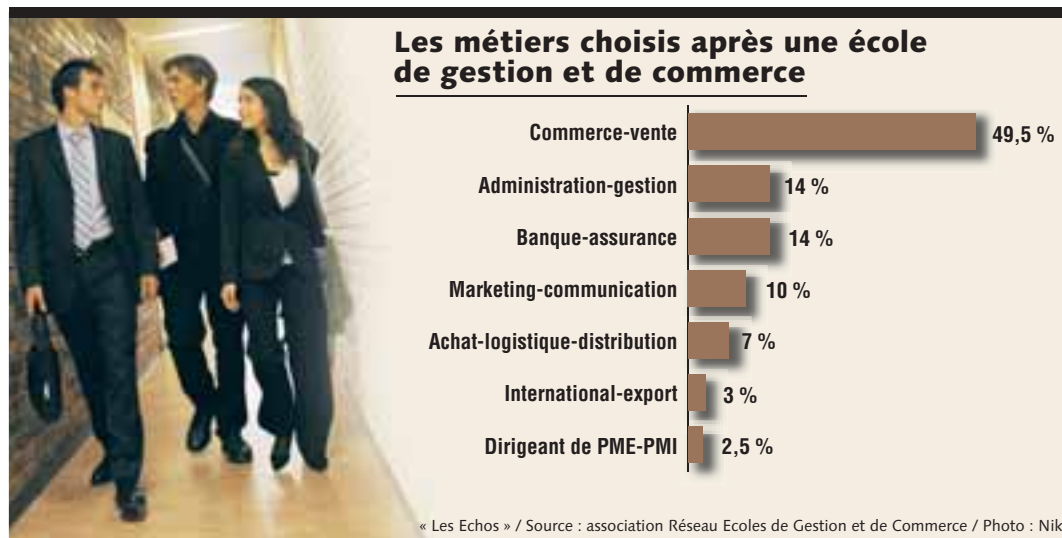
A côté des grandes écoles de gestion, ces institutions « à taille humaine » forment des diplômés opérationnels et entreprenants, appréciés par les PME.

Il n'y a pas que les grandes écoles... A côté des HEC, Essec et autres ESC qui occupent le devant de la scène, d'autres institutions de formation au management, moins visibles, s'efforcent d'utiliser certains des ingrédients qui font le succès des « grandes ». C'est le cas – entre autres – du réseau des Ecoles de gestion et de commerce (EGC).

Pilotées, elles aussi, par les chambres de commerce et d'industrie, les EGC sont aujourd'hui vingt-cinq, présentes dans la plupart des régions de l'Hexagone – à l'exception notable de l'Île-de-France. Il s'agit d'institutions de taille réduite : la plus petite, à Brive, ne compte qu'une vingtaine d'élèves par promotion, alors que la plus importante, l'EGC Méditerranée, recense 130 élèves en première année – cette dernière, avec ses trois campus à Marseille, Avignon et Bastia, constituant, il est vrai, un cas à part. Au total, le réseau accueille ainsi quelque 3.000 étudiants – dont un peu plus de 1.200 en première année.

Un cursus de trois ans

Les EGC proposent un cursus en trois ans après le bac, ou deux années après un bac + 2. « Notre vocation n'est pas de former des cadres dirigeants pour les grands groupes, mais plutôt des "managers intermédiaires", notamment pour les PME et les TPE, indique Pascal Crépin, le président du réseau. Autrement dit, des diplômés proches du terrain, opérationnels, et dotés d'un vrai tempérament entrepreneurial. C'est un profil très apprécié des recruteurs, et pour lequel nous disposons d'une solide expérience. » Un positionnement judicieux, à un mo-



La quasi-totalité (93 %) des diplômés qui le souhaitent obtient un premier emploi en moins de six mois, un tiers d'entre eux accédant au statut cadre au bout de quatre ans.

ment où les entreprises s'intéressent de plus en plus aux diplômés de niveau bachelor, réputés plus pragmatiques et moins exigeants, au plan de la rémunération, que leurs collègues issus des grandes écoles.

L'enseignement dispensé, de type « généraliste », vise à couvrir « toutes les fonctions de l'entreprise ». Il représente environ 1.500 heures de cours sur trois ans. Toutes les écoles du réseau doivent adopter la même architecture du programme. Résultat, à quelques nuances près, les vingt-cinq EGC offrent le même cursus – avec, pour cinq d'entre elles, la possibilité d'effectuer une partie de la scolarité en apprentissage. « Il s'agit d'une formation ouverte, sans spécialisation trop marquée, explique Alexandra Couston, qui dirige l'EGC de Marseille. Nous abordons l'ensemble des questions auxquelles

est confronté un jeune cadre intermédiaire dans l'exercice de son métier. Cela nous permet de former des diplômés rapidement opérationnels. »

Pédagogie originale

Soucieuses de répondre aux attentes des entreprises, les EGC ont recours à une pédagogie originale. « Nous nous appuyons le plus possible sur la pratique et sur la mise en situation, que ce soit par le biais des stages et de l'alternance, ou par des interventions de professionnels dans nos cours », précise Pascal Crépin. La proximité des EGC avec les entreprises, au plan local, pousse dans le même sens. C'est ainsi que de nombreux professionnels interviennent dans les cours, y apportant leur expérience de terrain. De leur côté, chefs d'entreprise et managers participent à la conception des programmes.

Autre point clef de l'enseignement dans les EGC : l'accent mis, tout au long de la scolarité, sur le comportement et le « savoir-être » du futur diplômé. La taille « humaine » des écoles du réseau joue également un rôle important. « Elle nous permet de bien connaître chacun de nos élèves, et de leur fournir un accompagnement personnalisé, à un âge où ils ont besoin d'être guidés et d'acquiescer des repères », souligne Alexandra Couston.

Autant d'éléments que l'on retrouve dans les grandes écoles, et qui portent leurs fruits en termes d'insertion professionnelle : l'immense majorité (93 %) des diplômés qui le souhaitent obtiennent un premier emploi en moins de six mois, un tiers d'entre eux accédant au statut cadre au bout de quatre ans. En outre, environ un quart des étudiants poursuivent leurs études après le diplôme,

beaucoup rejoignant par la voie des « admissions parallèles » une grande école de gestion d'un pôle consulaire.

Débouchés locaux

Les entreprises locales sont les premières à recruter les diplômés des EGC : elles représentent la moitié des débouchés. Une part des diplômés décrochent aussi leur premier poste dans une firme de la région, un quart seulement débutant loin de leur école. La dimension internationale est cependant bien présente dans le cursus – sous des formes variées. Les EGC ont ainsi tissé de nombreux liens, dans le cadre du programme européen Erasmus, avec des universités d'autres pays d'Europe. Ce qui permet à beaucoup d'élèves de partir en échange – en général pour un semestre. A l'EGC Marseille, la moitié des étudiants de troisième année obtiennent même un double diplôme avec une université anglophone partenaire de l'école. Le nouveau label « bachelor professionnel », lancé par l'ACFCI (1) et le ministère de l'Economie, permet en outre d'inscrire les EGC dans le système européen LMD (licence-master-doctorat).

Attentives à accueillir des étudiants de tous milieux sociaux, les EGC s'efforcent de limiter leurs coûts. « Nos frais de scolarité tournent autour de 3.200 euros par an, en moyenne, indique Pascal Crépin. Et nous veillons à ne pas écarter des candidats avec des séjours à l'étranger trop onéreux. » A noter que les EGC comptent environ 20 % de boursiers.

Aujourd'hui, poussées par la demande des entreprises, les EGC s'attachent à développer

Un contenu commun organisé autour de 5 pôles

– **Management et développement personnel** : constituer et animer une équipe, optimiser la circulation de l'information, etc. (200 heures).

– **Culture d'entreprise** : analyser l'environnement économique et juridique, étudier et diagnostiquer le potentiel humain, commercial et financier, etc. (200 heures).

– **Marketing et action commerciale** : contribuer à la définition de la stratégie marketing, faire un diagnostic commercial, manager un service, etc. (340 heures).

– **Gestion** : contribuer à la définition de la stratégie financière de l'entreprise, manager le service financier, etc. (340 heures).

– **International** : établir un diagnostic commercial, etc. (320 heures).

leur réseau. Leurs effectifs ont déjà grimpé de 20 % en deux ans, et trois nouvelles écoles (2) viennent de les rejoindre. Mais pour autant, pas question de jouer la croissance à tout prix : leur petite taille reste un atout qu'elles entendent préserver.

J.-C. L.

(1) Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie.

(2) A Saint-Etienne, Sens et Tarbes.