

panorapresse.ouest-france.fr

Dans l'Orne, ces collégiens à la tête d'une (presque) vraie entreprise !

6-7 minutes

Communication, vente, production... nous ne sommes pas dans une entreprise, mais au collège de Rémalard ([Orne](#)), où les jeunes sont aux commandes d'une société aussi vraie que nature



Du côté du pôle production, six collégiens s'activent pour fabriquer des trousse de toilettes et des gants exfoliants.

Lorsque l'on passe la porte de cet open space, on tombe tout d'abord sur le « pôle communication et marketing », où Hinatéa, Gabriel, Rachid, [Valentin](#) et Baptiste réfléchissent sur les dernières méthodes à la mode pour fidéliser la clientèle. Ensuite, direction le « pôle vente », où Maël, Jules, Julien, Enzo et Clovis étudient les évolutions du marché et les canaux de distribution. Au fond de la pièce, enfin, le « pôle production », où Chanel, Basil, Timéo, Yanis, Juliette et Paul travaillent à la fabrication d'un produit fini, après une élaboration préalable du cahier des charges... Alors que cette description pourrait s'appliquer à l'une des nombreuses entreprises du Perche, il n'en est rien ; vous vous trouvez en fait en plein milieu du collège Paul-Harel, situé à [Rémalard-en-Perche \(Orne\)](#).

Voilà plusieurs années consécutives que les élèves de troisième du collège ont intégré le parcours « mini-entreprise » proposé par l'association « Entreprendre pour Apprendre ». Avec ce programme mis en place le temps d'une année scolaire - de septembre à juin - les jeunes ont pour mission la conception, la mise en œuvre et la commercialisation réelle d'un produit ; le tout en travail d'équipe, avec une grande part d'indépendance.

Une mini-entreprise aussi vraie que nature

Comme dans toute bonne entreprise, il a fallu recruter sur la base d'un CV et d'une lettre de motivation. « Pas mal de candidatures au début, une vingtaine de profils retenus à la fin ; et surtout ils devaient motiver leur choix de vouloir intégrer tel ou tel poste », précise Stéphane Gentile, professeur de physique-chimie qui a chapeauté les débuts du projet.



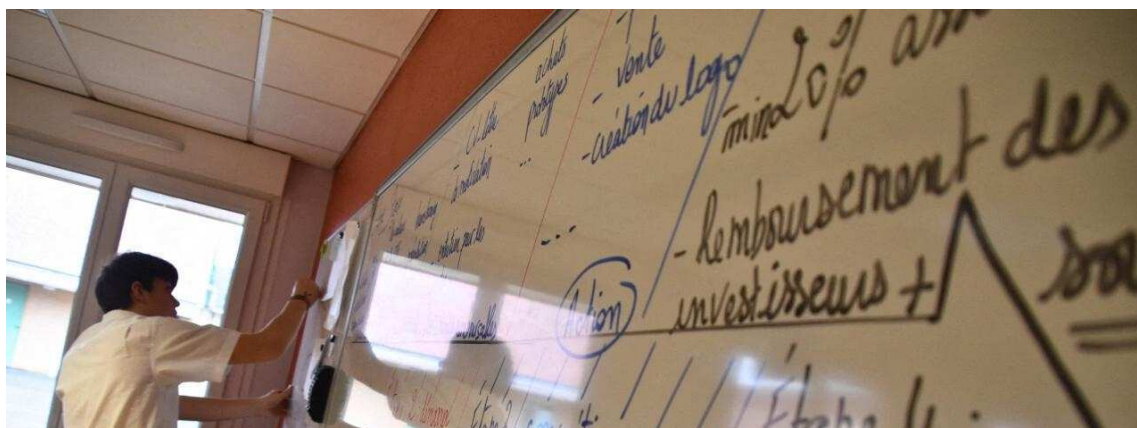
Lucie Lamas, 14 ans, est la PDG de cette mini-entreprise basée au collège de [Rémalard-en-Perche](#).

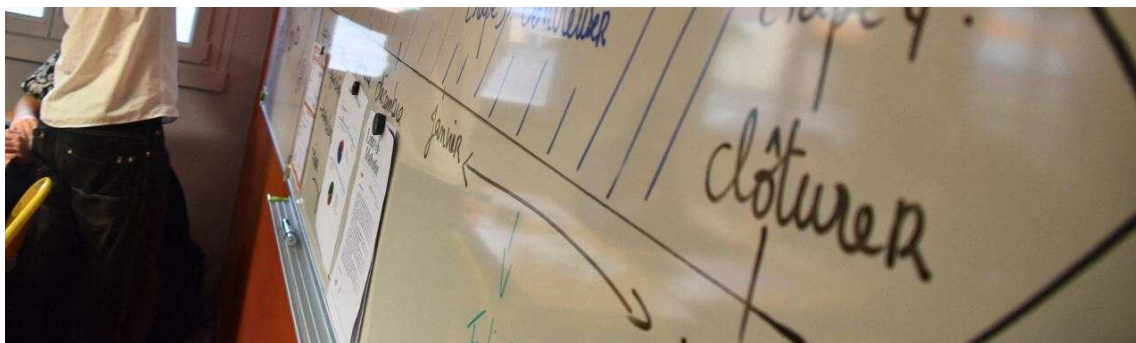
Et que les entreprises du CAC 40 en prennent de la graine, car dans cette entreprise « à la mode collègue », la plupart des postes à hautes responsabilités sont occupées par des femmes ! Comme en témoigne Lucie Lamas, 14 ans, PDG. Rien que ça. « J'ai postulé à ce poste, c'est important de viser grand », indique-t-elle, tout sourire.

N'importe quel élève, à partir du moment où il a un peu de temps libre, peut se rendre dans une pièce dédiée afin d'avancer sur ce projet commun, certains y passent jusqu'à deux heures par jour.

Trousses de toilette et gants exfoliants

Une fois l'équipe formée, il faut choisir quel produit vendre ! Les années précédentes, les collégiens avaient déjà fait preuve d'une belle créativité. En 2024, ils avaient conçu un kit d'éponge, un produit arrivé en finale d'un concours national des « mini-entreprises » organisé par l'association ; en 2023, un kit de sommeil ; et en 2022, un carré de tissu pour conserver les aliments.





De septembre à juin, les collégiens devront assurer la conception et la commercialisation d'un produit.

« Cette année, on a opté pour des trousse de toilette de différentes tailles, un format pour enfant et un format pour adulte ; ainsi que des gants de toilette exfoliants », indique Chanel, directrice du « pôle production ». Pour fabriquer ces produits, la mini-entreprise a bénéficié d'une avance remboursable de 500 €, et les machines à coudre ont été prêtées par des parents d'élèves.

Cette trousse s'ouvre et se ferme avec un système de corde, l'idée étant de limiter au maximum le nombre de coutures à réaliser ; car si certains maîtrisent déjà l'art de manier le fil et l'aiguille, d'autres partent de zéro, mais ont quand même voulu tenter l'expérience. « Selon l'aisance de celui qui fabrique, une trousse de toilette, ça met entre une et deux heures à fabriquer ; un gant de toilette, c'est plus rapide à faire, entre 20 et 30 minutes à peu près », souligne Paul, agent de production.

Des produits vendus pour la bonne cause

Pour le moment, les produits ne sont pas encore disponibles à la vente, « on attend d'avoir un stock suffisant », précise Chanel. Pour autant, Maël, le directeur du « pôle vente », accompagné de quatre autres camarades, travaille déjà sur un carnet d'adresses, « en ce moment on cherche des lieux de vente, dans les boutiques du coin, dans les grandes surfaces, on a déjà préparé une liste ».



La trousse de toilette se referme avec un système de corde, pour limiter au maximum le nombre de coutures.

En parallèle, le pôle marketing travaille sur l'identité visuelle de la marque, ils ont déjà un nom « GloveStory » ; un slogan « Votre peau mérite une belle histoire » ; il ne reste plus qu'à trouver un

logo. « C'est l'étape la plus difficile pour nous », témoigne Hinatéa, directrice du « pôle communication et marketing », « on a beaucoup d'idées différentes, et ce n'est pas facile de mettre tout le monde d'accord ».

Si le bénéfice des ventes va au départ servir à rembourser l'avance, les bénéfices supplémentaires iront au profit d'une association. « Pour le moment, on n'a pas choisi l'association en question », note Lucie Lamas, « on essaie que ce soit pour des thématiques qui nous tiennent à cœur, comme celles liées à l'enfance, par l'association Enfants du désert [qui vise à développer l'accès à l'éducation dans certaines zones sous dotées ; des missions sont menées au Maroc pour la construction de salles de classe, et en Argentine pour l'accompagnement d'enfants en situation de handicap N.D.L.R.] ».

La mini-entreprise s'est créé un compte Instagram pour l'occasion : @glovestory2026