

Les profs invitent les Boss

A l'occasion de la **Semaine Ecole-Entreprise**, le lycée Amélie Zurcher de Wittelsheim a invité les professionnels, qui se mobilisent aux cotés de l'équipe éducative, pour que les lycéens aient une meilleure connaissance du monde du travail et de l'entreprise.

L'objectif :

- rapprocher le monde de l'éducation et le monde de l'entreprise pour mieux se connaître,
- comprendre les problématiques des uns et des autres,
- échanger pour préparer au mieux les jeunes à s'insérer dans le monde professionnel,
- mettre en place et renforcer des partenariats autour des questions relatives à la formation et à l'insertion en entreprise.

Aussi, **Jeudi 29 novembre**, les élèves de première baccalauréat professionnel Commerce ont présenté aux professionnels, la formation qu'ils suivent dans le lycée, ainsi que divers projets menés.

C'est justement dans le cadre de l'un de ces projets, que les élèves ont effectués des sketchs en laboratoire de vente, guidés par Madame Brigitte Herrmann, commerciale de la parfumerie Arthes (Grasses). Ces simulations sont des entraînements aux interventions des élèves en magasin, lors des évènements calendaires, comme Noël ou la Saint-Valentin.

La société Arthes met à disposition du lycée, des moyens matériels (produits, testeurs, échantillons, PLV, tenue de vente, emballages, catalogues, diaporama de formation, ...) et humains, pour pouvoir préparer au mieux, les élèves à la réalité de la vente en magasin. Ce projet, se déroulera sur toute l'année scolaire et tient compte du référentiel de formation :

Référentiel Bac Pro Commerce	Activités
3.1. Préparer la vente : Rechercher et sélectionner les informations relatives aux produits, 3.1.2. Exploiter tout ou partie d'un argumentaire	Durant le mois d'octobre, Madame Herrmann est venue présenter les produits de sa nouvelle gamme, en phase de lancement «Jeanne en Provence ». Après cette formation aux produits, les élèves ont réinvesti ces informations et ont réalisé des fiches-produits dans le but de pouvoir réaliser un argumentaire de vente
3.2.1. Effectuer la découverte du client : accueillir le client et établir le contact, rechercher les mobiles, motivations et freins exprimés, adopter l'attitude et le comportement adaptés au langage et au paralangage du client 3.1.1 Présenter le produit au client	Suite à cette première phase, Madame Herrmann a mis les élèves en situation de vente dans le laboratoire et les a conseillés, quant à la manière d'aborder les clients ainsi que par rapport à la présentation des produits
1.1.4. Mettre en place les actions de merchandising de séduction : Agencer tout ou partie de l'espace de vente : regrouper les familles de produits complémentaires, réaliser les aménagements nécessaires, clarifier l'offre en rendant les produits accessibles et visible 3.2. Réaliser la vente de produits	Puis le 22 novembre, trois élèves de la classe ont effectué la mise en place des coffrets de Noël de la marque « Jeanne en Provence » au Super U de Pfastatt afin de permettre à leurs camarades d'effectuer des activités de vente les 6 et 20 décembre.

Mais au Lycée Amélie Zurcher, cette **Semaine Ecole-Entreprise** prend aussi une dimension internationale, par la présence de l'un de nos partenaires allemands. En effet, un nombre croissant

d'élèves du lycée effectue chaque année, une période de formation en milieu professionnel en Allemagne. Aussi Monsieur Bönsch, directeur du magasin de prêt-à-porter TAKKO de Neuenburg, tenait à être présent pour l'occasion, afin de pérenniser ce partenariat.

En outre, d'autres partenariats ont été conclus à cette occasion. Ce fut notamment le cas du magasin de meuble ATLAS, qui a délégué Madame Valérie Riss, responsable du rayon décoration du magasin de Kingsheim, pour représenter l'enseigne lors de la signature de l'accord.

Contribution écrite d'Emmanuelle Desous, enseignante PLP Commerce
Contribution visuelle de France3 Alsace

[Lien pour la vidéo de France 3](#)

Accord de publication : Ph Viain – CM IEN-ET Economie gestion – Académie de Strasbourg