



Lemonade Stand Challenge A2

Une expérience de vente avec la classe

Support pour les enseignant·e·s



Le présent support didactique est paru dans le volume 3 de la série **Autonomiser les jeunes, Support pour les enseignant-e-s**, qui comporte des informations contextuelles et des modèles de copies pour les 5 challenges suivants :

- Idea Challenge A2 : trouver des solutions avec la méthode du *design thinking*
- My Personal Challenge A2 : Apprendre à gérer son argent
- My Personal Challenge A2 : Moins de risque – plus de plaisir
- Lemonade Stand Challenge A2 : Une expérience de vente avec la classe
- Trash Value Challenge A2 : Gérer les déchets de façon consciencieuse

Volumes 1–4 de **Jugend stärken / Autonomiser les jeunes** (avec à chaque fois un cahier d'exercices destiné aux élèves et un manuel pour les enseignant-e-s) à commander ou disponibles en version numérique à télécharger gratuitement sur : **www.jugendstaerken.at**

Les élèves autrichiens reçoivent l'édition imprimée des 4 volumes de **Jugend stärken** gratuitement grâce à un financement octroyé par la Chambre du travail de Vienne.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Bundesministerium
Bildung, Wissenschaft
und Forschung



ENTREPRENEURIAL
CIVIC EDUCATION

 <p>EMPATHY CHALLENGE</p> <p>Je suis à l'écoute de moi-même et sais me mettre à la place des autres</p>	 <p>STORYTELLING CHALLENGE</p> <p>Je suis capable de rendre des sujets sous forme d'histoires.</p>	 <p>BUDDY CHALLENGE</p> <p>Je suis capable d'aider une autre personne à réaliser ses objectifs.</p>	 <p>MY COMMUNITY CHALLENGE</p> <p>Je suis capable d'assumer des tâches pour la communauté au sein de laquelle je vis.</p>
 <p>PERSPECTIVES CHALLENGE</p> <p>Je suis capable de me considérer comme faisant partie intégrante de mon environnement et d'y trouver ma place.</p>	 <p>TRASH VALUE CHALLENGE</p> <p>Je suis capable d'utiliser les ressources de façon consciencieuse et de créer quelque chose de valeur à partir de déchets.</p>	 <p>OPEN DOOR CHALLENGE</p> <p>Je suis capable d'établir un réseau social.</p>	 <p>DEBATE CHALLENGE</p> <p>Je suis capable de trouver des arguments pour étayer mon opinion et de les faire valoir lors d'une discussion.</p>
 <p>EXTREME CHALLENGE</p> <p>Je suis capable de me fixer un objectif ambitieux et de le poursuivre de façon systématique.</p>	 <p>BE A YES CHALLENGE</p> <p>Je suis capable de me dire « oui » à moi-même, ainsi qu'au monde qui m'entoure.</p>	 <p>EXPERT CHALLENGE</p> <p>Je suis capable d'utiliser des techniques d'apprentissage et de communication.</p>	 <p>VOLUNTEER CHALLENGE</p> <p>Je suis capable de m'impliquer dans du bénévolat.</p>

CORE ENTREPRENEURIAL EDUCATION – promotion de compétences entrepreneuriales au sens strict : développer ses propres idées innovantes et les mettre en œuvre de manière créative et structurée.

ENTREPRENEURIAL CULTURE – développement personnel : avoir le sens de l'initiative, croire en soi, montrer de l'empathie, faire preuve d'esprit d'équipe, s'encourager soi-même et encourager les autres.

ENTREPRENEURIAL CIVIC EDUCATION – renforcement des compétences sociales en tant que citoyen-ne : assumer ses responsabilités envers soi-même, les autres et l'environnement.

Vous pouvez consulter l'intégralité du programme pédagogique sur www.jugendstaerken.at en allemand. Le site www.youthstart.eu comporte des traductions en anglais, en français et dans d'autres langues, la rubrique « Corps & Esprit » incluant de courtes vidéos avec des exercices physiques propres à favoriser l'activation et la concentration et le programme *Pleine conscience Youth Start*.



Jugend stärken... / Autonomiser les jeunes...

... est le titre, l'objectif et l'objet d'un programme pédagogique exhaustif axé sur la pratique, élaboré pour le **niveau secondaire I**. Il s'articule autour de défis d'ampleurs diverses (**les « challenges »**).

Nous entendons par là des impulsions d'apprentissage dans trois domaines clés liés à l'autonomisation des enfants et des jeunes :

- la pensée et l'action entrepreneuriales ;
- le développement personnel ;
- l'engagement social.

Pour une meilleure différenciation, les domaines correspondent à différentes couleurs. Le programme est présenté dans son intégralité à la page précédente.

Jugend stärken / Autonomiser les jeunes fait partie intégrante du programme des « **Youth Start Entrepreneurial Challenges** », qui vise à promouvoir le sens de l'initiative et l'esprit entrepreneurial chez les jeunes. Il a été développé en Autriche pour les enfants et les adolescent·e·s de l'école fondamentale jusqu'au cycle supérieur du lycée et est traduit en six langues.



Youth Start
ENTREPRENEURIAL
CHALLENGES
www.youthstart.eu

Une expérience de vente avec la classe constitue l'objectif du défi **Lemonade Stand Challenge A2.**, lequel amène les jeunes à vendre quelque chose ensemble. Pourquoi ? À qui ? Quoi ? Ils/elles procèdent à la planification conjointement, étape par étape : du développement de l'idée de vente à la vente à proprement parler, en passant par la fixation d'un prix équitable et la préparation du stand de vente. Les élèves apprennent à assumer des responsabilités et à mettre à profit leurs points forts là où ils s'avèrent nécessaires.

Le programme des « Youth Start Entrepreneurial Challenges » soutient les jeunes dans le déploiement de leur potentiel.

Ces effets ont été prouvés par une étude scientifique menée sur le terrain entre 2015 et 2018 en Autriche, en Slovaquie, au Portugal et au Luxembourg auprès d'environ 30 000 enfants et adolescent·e·s.

Les résultats de la recherche montrent que l'utilisation de ce programme au niveau secondaire I renforce l'estime de soi des jeunes et leur confiance en leur propre efficacité, tout en favorisant le travail d'équipe, la créativité, ainsi que la pensée critique et en réseau. Les jeunes apprennent la communication empathique et l'interaction attentive avec eux/elles-mêmes et leurs pairs, et acquièrent des compétences économiques de base importantes pour leur future vie professionnelle.

Nous souhaitons de nombreux moments d'apprentissage inspirants à toutes les personnes qui relèveront le présent challenge !

Eva Jambor et Johannes Lindner, éditeur·rice·s

www.jugendstaerken.at | www.ifte.at | www.youthstart.eu



A2 Lemonade Stand Challenge

Une expérience de vente avec la classe

Dans le cadre du **Lemonade Stand Challenge A2**, les élèves planifient ensemble **une expérience de vente avec la classe** pas à pas – de la fixation de leurs objectifs jusqu’au jour de la vente : pourquoi veulent-ils/elles vendre quelque chose ? Quel grand souhait la classe entend-elle réaliser avec le bénéfice de la vente – à moins que ce bénéfice soit destiné à faire le bonheur d’autrui ? Où les élèves sont-ils/elles autorisé·e·s à installer un stand de vente et quel·le·s client·e·s potentiel·le·s peuvent-ils/elles atteindre à cet endroit ? En appliquant la méthode du *design thinking*, les adolescent·e·s se mettent à la place de leurs client·e·s potentiel·le·s et développent un produit ou un service adapté à leur clientèle. Lors de la préparation et de la vente, ils/elles mettent à profit leurs points forts là où ceux-ci s’avèrent nécessaires et assument la responsabilité des tâches qui leur incombent.



Compétence clé du challenge :

Je suis capable de vendre quelque chose.

Vidéo explicative du challenge :

www.youtube.com/watch?v=OtK14SxECfE&t=7s

Sommaire :

Compétences	Page 08
L’objectif en 7 étapes : Étape 1 – Définir des objectifs	Page 09
Étape 2 – Chercher des idées de vente	Page 09
Étape 3 – Élaborer et présenter un prototype	Page 10
Étape 4 – Planifier la vente	Page 10
Étape 5 – Calculer le prix de vente	Page 11
Étape 6 – Réussir sa vente	Page 12
Étape 7 – Mener une réflexion	Page 14
Fiche méthodologique	Page 15
Modèles à copier : Carte de l’empathie	Page 16
Planning de travail pour la classe	Page 17
Plan financier pour la vente d’un produit ou d’un service	Page 18



De quoi s'agit-il ? L'idée sous-jacente

La vente est une activité bien plus complexe qu'il n'y paraît. Comment attirer des client·e·s à son stand de vente et les inciter à l'achat ? Dans un premier temps, les élèves décident où ils/elles proposeront leur produit ou service, et définissent, en fonction du lieu de vente et en s'aidant de la méthode du design thinking, les besoins des client·e·s potentiel·le·s qui fréquentent ce lieu. Sur la base de ce dont les client·e·s pourraient avoir besoin et du montant que ceux/celles-ci seraient prêt·e·s à dépenser pour répondre à ce besoin, les jeunes développent un produit ou un service et en fixent le prix. Ils/elles apprennent à dresser des listes d'achats, à déterminer des coûts, à fixer des prix de vente et, pour finir, à calculer leur bénéfice – en espérant qu'ils/elles en aient engrangé un. Ils/elles planifient leur expérience de vente pas à pas, prennent des décisions en groupe et assument des responsabilités. Le jour de la vente, ils/elles entrent en contact avec les client·e·s et tiennent un discours de vente.

Compétences entrepreneuriales selon le cadre de référence

www.youthstartchallenges.eu/Referenzrahmen

- Je suis capable de percevoir ma personne et le monde qui m'entoure de façon consciencieuse, et sais orienter mes actions en fonction des besoins identifiés.
- Je suis capable d'examiner un sujet sous différents angles et de me mettre à la place des autres.
- Je suis capable de représenter des idées sous la forme de schémas et de plans.
- Je suis capable de me fixer des objectifs et de planifier des étapes pour les réaliser.
- Je suis capable de poursuivre mes objectifs étape par étape de façon systématique, même lorsque les choses se compliquent.
- Je suis capable de prendre en charge la réalisation d'un objectif commun.
- Je suis capable d'assumer la responsabilité de mes tâches dans le cadre d'un travail d'équipe et de suivre les règles convenues.
- Je suis capable de présenter mes propres idées et récits à l'oral ou par écrit.
- Je suis capable d'expliquer comment l'offre et la demande déterminent le prix d'un article.
- Je suis capable de calculer le prix d'un produit fabriqué par mes soins.
- Je suis capable de tenir un discours de vente.

Vérification des compétences

Le cahier d'exercices des élèves, avec ses nombreuses suggestions de réflexion, sert d'outil de vérification des compétences dans le cadre de leur propre processus d'apprentissage en matière de compétences commerciales.

Comme dans chaque challenge, lors de la dernière étape (dédiée à la réflexion), les élèves sont invité·e·s à autoévaluer les compétences acquises et à réfléchir à leur propre travail par le biais de questionnaires.



Préparation des différentes étapes de travail :

Tou·te·s les élèves reçoivent un cahier contenant les exercices relatifs aux diverses étapes.

Les titres des exercices sont marqués d'un « E ».



Étape 1– Définir des objectifs

E 1.1 : Quel est votre but ?

Le présent exercice vise à la définition d'objectifs et à l'établissement d'un cadre :

1. pourquoi les élèves veulent-ils/elles vendre quelque chose ? Quel souhait les élèves entendent-ils/elles réaliser et pour lequel ils/elles ont besoin d'argent ?
2. Où se trouvent des opportunités de vente ? Des stands de vente au sein même de l'école ne représentent pas de problème d'un point de vue légal, mais qu'en est-il des autres lieux de vente possibles ? Existe-t-il des marchés qui se tiennent à proximité de l'école où la classe pourrait installer un stand de vente ?
3. En fonction du lieu de vente, la réflexion se porte sur la clientèle à viser. Dans et autour de l'illustration d'un stand de vente, les élèves écrivent les réponses : « Notre objectif » (1.), « Lieu et date de la vente » (2.) et « Nos client·e·s » (3.). Le stand est le fil rouge de l'ensemble du challenge. À l'étape 6, vers la fin du défi, un nom sera attribué au stand et les élèves complèteront l'illustration par des produits ou des informations sur le service vendu.



En appliquant la méthode du *design thinking*, les adolescent·e·s peuvent développer une idée de vente adaptée. En effet, cette approche aide à identifier des possibilités et, par la suite, à se mettre à la place de client·e·s potentiel·e·s et à déterminer leurs besoins. Elle est expliquée étape par étape dans le défi **Idea Challenge A2** et fait partie intégrante du volume 3 de la série « Jugend stärken » (à télécharger gratuitement ou à commander sur www.jugendstaerken.at).



Il existe un outil d'apprentissage numérique complémentaire au Idea Challenge A2 (version en ligne + appli) :

→ www.flipchallenge.at (Entrepreneurship Challenge)

La vidéo suivante qui en est issue fournit une aide à l'identification de défis susceptibles de faire germer une idée de vente :

→ Vidéo sur l'identification de défis : youtu.be/VONVm0q8pul

Étape 2 – Chercher des idées de vente

E 2.1 : À la recherche d'idées de vente...

L'histoire fictive de Liane et Léon, tous deux élèves de 4A, qui cherchent l'inspiration dans le parc situé devant leur école afin de trouver des idées de vente, vise à donner des pistes aux élèves pour qu'ils/elles trouvent leurs propres idées de vente au sein de leur entourage. Pour trouver des idées, les élèves procèdent, comme dans la méthode du *design thinking*, à une séance de remue-méninges, où chaque idée compte, même la plus farfelue.

L'essentiel est que les jeunes tiennent compte de leurs propres points forts lorsqu'ils/elles cherchent des idées. S'ils/elles pensent à leurs loisirs, il leur sera plus facile de prendre conscience de leurs points forts.

Suggestions d'idées de vente pour la classe de 4A :

vendre un journal de l'école, organiser un spectacle de danse dans le parc (p. ex. pour et avec des personnes âgées isolées), promener des chiens, réparer des vélos, organiser une exposition de photos (« Impressions du quartier ») Les points forts de Léon seront utilisés pour le journal de l'école et l'exposition de photos, ceux de Liane pour la réparation de vélos, et ceux des camarades qui répètent dans le parc, pour le spectacle de danse ; les élèves ayant de l'expérience avec les chiens sont tout trouvés pour promener des chiens ; les élèves qui aiment le contact, pour la vente du journal ; ceux/celles qui sont doué·e·s pour la communication peuvent développer d'autres idées de vente en discutant avec les personnes âgées en fonction de leurs besoins.

E 2.2 : Quelles sont les idées prometteuses ?

Toutes les idées formulées lors de la séance de remue-méninges sont notées dans le cahier d'exercices, lequel comporte également des suggestions susceptibles de les inspirer.



Si les élèves entendent vendre des denrées alimentaires, il convient de se renseigner au préalable sur les règles d'hygiène !

Parmi toutes les idées de vente, les élèves procèdent à un classement des 3 idées les plus convaincantes. La méthode suivante aidera le groupe à prendre une décision rapidement :

- Chacun·e marque spontanément ses 3 idées préférées dans son cahier d'exercices.
- Toutes les idées marquées sont notées au tableau ou sur une affiche.
- Chaque élève reçoit 3 gommettes et réfléchit à la façon dont il/elle souhaite les répartir entre les différentes idées : attribuer une gommette à chacune des 3 idées, attribuer ses gommettes à 2 idées, ou attribuer 3 gommettes à une seule et même idée.
- Les élèves collent leurs gommettes sur les idées qu'ils/elles plébiscitent, ou ils/elles les dessinent.
- Les 3 idées ayant récolté le plus de gommettes sont sélectionnées et soumises à une vérification à l'exercice 2.3.

E 2.3 : Quelle idée résiste à l'épreuve de la vérification ?

L'idée est-elle adaptée aux client·e·s visé·e·s ? Telle est la question que se posent les élèves pour chacune des 3 idées. **Le lieu de vente permet de faire des déductions concernant les client·e·s potentiel·le·s.**

- Si, par exemple, la vente est organisée à l'occasion de la journée portes ouvertes de l'école, le groupe cible sera constitué de parents, de grands-parents, d'enfants plus jeunes, d'autres élèves et d'enseignant·e·s.
- Si la vente a lieu dans une maison de retraite, les client·e·s seront les résident·e·s et les soignant·e·s.
- Si les élèves décident de réaliser leur vente sur un marché, il importe d'effectuer des recherches sur la population qui fréquente habituellement ce marché.

À l'aide de la carte de l'empathie issue de la méthode du design thinking, les élèves apprennent à se glisser dans la peau de leurs client·e·s potentiel·le·s. Divisez la classe en petites équipes et demandez à chacune d'entre elles de remplir une carte de l'empathie pour un groupe de client·e·s potentiel·le·s. Vous trouverez un modèle à cet effet dans les modèles à copier.

Les questions de la carte de l'empathie peuvent également servir à jouer une interview avec les client·e·s potentiel·le·s. Dans ce cadre, les élèves ont la possibilité de poser encore davantage de questions. Les réponses constituent une base servant à identifier les besoins des client·e·s. En s'aidant de la méthode du *design thinking*, les élèves peuvent rédiger une déclaration des besoins pour les client·e·s.



Si vous disposez de suffisamment de temps, il est utile de réaliser cette activité en s'appuyant sur l'étape 3 (Comprendre) du défi **Idea Challenge A2 : trouver des solutions avec la méthode du design thinking.**



L'application liée au Idea Challenge A2 permet d'apprendre à définir des besoins. Pour utiliser cette appli, une inscription unique et gratuite est requise.

Deux brefs quiz sur les besoins (qu'est-ce qu'un besoin et qu'est-ce qui ne l'est pas ?) :

→ designthinking.app.ovosplay.com/#/deck/25

Exemples de besoins, y compris des définitions concises et des modèles de déclarations des besoins :

→ designthinking.app.ovosplay.com/#/library/topic/4

Une checklist aide les élèves à sélectionner, dans leur classement des 3 idées les plus convaincantes, l'idée de vente qu'ils/elles mettront en œuvre ensemble. Si la réponse à l'une des questions du cahier d'exercices est « NON », il faut barrer l'idée ou la modifier en conséquence. Les idées sont examinées en fonction des critères suivants :

- **Client·e·s** : les client·e·s sont-ils/elles prêt·e·s à dépenser de l'argent pour l'idée de vente ? Le produit ou le service est-il abordable pour leur portefeuille ? (*Cette question revêt une grande importance, car il ne fait aucun sens de réfléchir à une idée de vente dont le prix serait assurément trop élevé pour le groupe cible potentiel.*)



- **Aspect financier** : tout d'abord, les élèves estiment le montant à investir en amont pour la fabrication/préparation. L'argent à disposition de la classe suffit-il pour couvrir les frais liés à la réalisation de leur idée de vente ? Si ce n'est pas le cas, existe-t-il des alternatives moins coûteuses ou gratuites ? Est-il possible d'emprunter de l'argent ? *(Si oui, à qui ? – n'envisager cette option que si vous êtes sûr-e-s de pouvoir rembourser l'argent emprunté.)*
- **Matériel** : tout d'abord, les élèves réfléchissent au matériel requis pour le produit ou le service. Est-il possible de l'acheter ou de se le procurer gratuitement ? Avons-nous les outils/machines requis à disposition ? *(Si la réponse est « non », où peut-on les emprunter ? Quels seront les coûts y associés ?)*
- **Temps** : tout d'abord, il importe de fixer la date de la vente. Si le jour de la vente est lié à un événement spécifique susceptible d'attirer de nombreux client-e-s, p. ex. la journée portes ouvertes de l'école ou la semaine du bénévolat incluant une journée d'action à la maison de retraite, *la date de la vente est fixée d'office et ne peut être définie par la classe.* Les élèves disposent-ils/elles de suffisamment de temps jusqu'au jour de la vente pour mener à bien toutes les tâches nécessaires ?
- **Connaissances (savoir-faire)** : les adolescent-e-s disposent-ils/elles des connaissances requises pour fabriquer le produit ou fournir le service en question ? *(Si la réponse est « non » : qui pourrait les y aider ? Leurs parents ? Des ami-e-s ? Des entreprises qu'ils/elles connaissent ?)*
- **Réussite** : une distinction est établie entre 2 types de réussite : 1. l'utilité pour la classe et/ou la communauté (p. ex. renforcement de la cohésion, acquisition d'une expérience commune en équipe, satisfaction liée la participation active à un projet social ou l'utilité concrète de la vente pour autrui) ; 2. le bénéfice financier réalisé, permettant de mettre en œuvre l'objectif de classe fixé. La vente peut-elle déboucher sur une réussite d'ordre moral et/ou financier ?
- **Durabilité** : le respect de l'environnement est-il pris en compte dans la mise en œuvre de l'idée de vente ? *(Si la réponse est « non » : comment les élèves pourraient-ils/elles modifier leur idée dans un esprit durable ? P. ex. utiliser des matériaux recyclés, éviter les déchets plastiques, voire mettre en œuvre une idée apportant une contribution positive à l'environnement.)*

Après cette vérification, les adolescent-e-s définissent ensemble leur idée de vente.

Étape 3 – Élaborer et présenter un prototype

E 3.1 : L'idée de vente prend forme – premiers prototypes

Comme d'habitude lorsqu'il s'agit d'appliquer la méthode du *design thinking*, les élèves élaborent de premiers prototypes de leur idée de vente par petits groupes. Qu'est-ce qu'un prototype ?

- Un prototype est une représentation rapide et simplifiée d'une idée :
- p. ex. échantillon du produit à vendre, dessiné ou fabriqué

Le choix est effectué en fonction de ce qui convient à l'équipe. L'essentiel est de rendre l'idée compréhensible pour les autres.

Une description aussi précise et représentative que possible du service prévu, p. ex. sous forme de jeu de rôle, de vidéo ou de schéma

Les élèves documentent les différentes étapes de travail liées à la fabrication en prenant des notes et des photos. Il leur sera ainsi plus facile par la suite de dresser une liste de matériel et de fixer un calendrier de production de quantités plus importantes :

étape de travail – Description	Matériel nécessaire	Temps nécessaire

E 3.2 : Quel prototype a la cote ?

Qu'est-ce qui rend le prototype particulier ? Pourquoi des gens dépenseraient-ils de l'argent pour cette idée ? Quels sont les matériaux nécessaires à la fabrication ? En quoi la fabrication est-elle respectueuse de l'environnement ?

Au final, chaque équipe a son propre prototype pour la même idée de vente. Chaque équipe présente son prototype en répondant aux questions formulées dans le cahier d'exercices. Discutez des questions au préalable avec la classe. Combien de temps faut-il prévoir pour la préparation ?



Les élèves qui ne présentent pas écoutent les présentations avec attention et **donnent un feedback valorisant pour aider à perfectionner le prototype** (ce qui plaît particulièrement, ce qu'il faudrait modifier, et comment).

L'objectif est d'obtenir une version finale prometteuse pour la vente ! À cet effet, les élèves ont également la possibilité de combiner plusieurs prototypes ensemble.

Étape 4 – Planifier la vente

E 4.1 : C'est parti pour la planification...

Quelles sont les tâches à accomplir d'ici le jour de la vente ?

Les élèves commencent par réaliser un schéma qu'ils/elles personnalisent seul-e-s. À cet effet, ils/elles notent l'idée de vente dans le stand de vente, et tout autour, ils/elles inscrivent l'ensemble des matériaux et outils dont ils ont besoin. Ils/elles écrivent les points forts, les connaissances et l'aide nécessaire dans la loupe.

Ils/elles comparent leurs notes. Sur cette base, la classe dresse une liste complète de tout ce qui est nécessaire à la mise en œuvre. Les élèves ajoutent dans la liste le matériel qu'il reste à acquérir.



Si la vente a lieu à l'extérieur de l'école, une autorisation peut être requise.

E 4.2 : Le succès commercial pas à pas

Le parcours menant à un « succès commercial » est décrit en cinq étapes :

- acquisition du matériel requis ;
- fabrication du produit ou préparation du service ;
- préparation du stand de vente ;
- vente ;
- rangement.



Une fois la liste des tâches dressée, la classe décide ensemble de l'attribution des différentes tâches. Dans la mesure du possible, les élèves choisissent des tâches correspondant à leurs points forts.

Si cela n'est pas possible, le projet de vente leur offre l'opportunité de relever de nouveaux défis. Abordez cet aspect en classe !

La description des étapes dans le cahier d'exercices comporte toutes les tâches nécessaires à la planification de l'expérience de vente commune. Élaborez ensemble un **planning de travail clair et exhaustif pour la classe**. Un modèle de planning est fourni en guise d'aide dans les modèles à copier.

Chacun-e note les tâches dont il/elle est responsable. Ce n'est que si chacun-e assume sa part de responsabilité et que les élèves peuvent compter les un-e-s sur les autres que le projet portera ses fruits.

L'avancement du projet selon le planning sera régulièrement contrôlé à l'aide du planning de travail, sur lequel les tâches achevées seront cochées. **En cas de problèmes, il convient de chercher de l'aide à temps (auprès de camarades de classe ou d'adultes).**



Dans le cadre du défi *Start Your Project Challenge A2*, les adolescent-e-s peuvent se pencher en détail sur la planification de projets en tirant leur inspiration d'un jeu de simulation ; par exemple, ils/elles apprennent à planifier des projets en équipe à l'aide d'un schéma structural. Ce challenge est inclus dans le volume 4 de la série « Jugend stärken » (disponible en téléchargement gratuit sur www.jugendstaerken.at).



Étape 5 – Calculer le prix de vente

Dans les modèles de copie, vous trouverez un plan financier clair à l'aide duquel les élèves peuvent calculer les dépenses, le prix de vente, les recettes et le bénéfice. Le cahier d'exercices des élèves comporte un tableau récapitulatif à l'**exercice 6.3 : Votre vente a-t-elle porté ses fruits ?** dont les élèves peuvent s'aider pour calculer le bénéfice.

E 5.1 : L'offre et la demande définissent le prix !

Pour pouvoir fixer le prix de vente, il importe d'analyser l'offre et la demande.

Demande : combien de personnes seront présentes le jour de la vente ?
Combien d'entre elles sont des client·e·s potentiel·le·s ?

L'offre est déterminée en fonction de la demande prévue. L'offre dépend également du nombre de pièces du produit qu'il sera possible de fabriquer jusqu'au jour de la vente ou du nombre de fois qu'il sera possible de proposer le service (selon le temps et le matériel à disposition).

Les facteurs suivants sont pris en compte dans la fixation du prix de vente :

- Quel est le prix de produits/services similaires ?
(les élèves peuvent chercher la réponse dans des magasins ou sur Internet)
- Quelle somme les client·e·s potentiels seraient-ils/elles prêt·e·s à dépenser pour le produit/le service ?
(pour le savoir, les élèves peuvent questionner des personnes de leur entourage)
- À combien s'élèvent les dépenses encourues par la classe ?
- (celles-ci font l'objet d'une estimation provisoire, leur calcul exact sera effectué à l'exercice suivant)
- À combien le prix doit-il s'élever pour inclure le temps de travail investi par la classe ? (p. ex. prix de vente équivalant au double du prix de production)

Les élèves fixent un prix de vente provisoire. Celui-ci doit être équitable tant pour les client·e·s que pour les vendeur·euse·s. Réfléchissez ensemble à des façons de réunir le capital de départ pour financer les coûts de production.

E 5.2 : À combien s'élèveront nos dépenses ?

Afin de pouvoir calculer les dépenses avec exactitude, les élèves dressent une liste d'achats reprenant tout le matériel nécessaire. Il importe d'inclure les frais de location ou une éventuelle location de stand dans le total des dépenses. → Un modèle de liste au format Excel est fourni à l'adresse www.youthstartchallenges.eu/Einkaufsliste.

Liste d'achats	Prix	Quantité	Total (prix × quantité)
.....	... € €
Dépenses en achats			240,10 €
Autres dépenses, p. ex. frais de location	... € €
Total des dépenses			... €

Le contrôle du coût environnemental permet de vérifier si la fabrication du produit ou la préparation du service s'effectue selon une approche respectueuse des ressources de la planète :
production biologique et équitable ?

- distances de transport limitées ?
- possibilité d'éviter les déchets d'emballage et le plastique ?
- possibilité d'acheter en seconde main ou d'emprunter ?





Une fois les dépenses liées aux achats déterminées, les élèves calculent les dépenses associées à la fabrication d'une pièce :

Les dépenses totales divisées par le nombre de pièces fabriquées (ou par le nombre de fois que le service sera proposé) sont égales aux dépenses par pièce (ou unité).

$260,10 : 50 = 5,20$ (Les coûts liés à la fabrication d'un sac à provisions s'élèvent à € 5,20.)

Sur la base des dépenses par pièce, les élèves fixent un prix de vente équitable :

Prix de vente équitable = dépenses par pièce multipliées p. ex. par 2 (pour tenir compte du temps de travail investi par les élèves).

$5,20 \times 2 = +/- 10$ (Le prix de vente devrait être d'environ € 10,- par sac à provisions.)

Le prix est-il équitable pour les client-e-s ? Sont-ils/elles prêt-e-s à le payer ?

De la même façon, il importe de déterminer au préalable le nombre minimum de pièces devant être vendues pour couvrir les dépenses et éviter une perte :

Nombre minimum de pièces de produits vendus = dépenses divisées par le prix de vente par pièce

$260,10 : 10 = 26$ (Il faut vendre au moins 27 sacs à provisions au prix de € 10,- sinon : perte !) Si toutes les pièces sont vendues, le bénéfice maximal envisageable pourra être réalisé.

Le bénéfice est égal à la somme de toutes les recettes, déduction faite des dépenses.

$50 \times 10 = 500$ (50 pièces au maximum peuvent être vendues, ce qui équivaut à un chiffre d'affaires de 500 € si le prix de vente est fixé à € 10,-).

$500 - 260,10 = 239,90$ (bénéfice maximal possible = € 239,90)

Étape 6 – Réussir sa vente

E 6.1 : Vendre, ça s'apprend...

Il importe que les élèves qui souhaitent vendre le produit ou le service sur le stand de vente soient bien informés concernant leur offre, soient capables de raconter une histoire à ce sujet (« storytelling ») et soient également en mesure d'expliquer aux client-e-s l'objectif poursuivi par le biais de la vente.

Les élèves s'entraînent à entrevoir ces différents aspects d'un discours de vente dans le cadre d'une vente-test. Pour ce faire, ils/elles forment des binômes et chacun-e se glisse à tour de rôle dans la peau du/de la vendeur-euse. Dans le jeu de rôle, ils/elles tiennent compte des conseils en matière de discours de vente repris dans leur cahier d'exercices :

- sourire, saluer amicalement et se présenter ;
- maintenir un contact visuel (ne pas jouer avec son téléphone !) ;
- prêter une oreille intéressée et poser des questions pour savoir ce dont la personne pourrait avoir besoin ;
- parler d'une voix assurée et claire.

Les élèves qui le souhaitent peuvent réaliser le jeu de rôle devant la classe et/ou être filmé-e-s ce faisant. Les élèves analysent les discours ensemble en répondant aux questions suivantes :

- Quels conseils de vente ont été appliqués pendant votre jeu de rôle ? Quels conseils n'ont pas été appliqués ?
- Qu'avez-vous ressenti dans la peau du/de la client-e ? Avez-vous acheté le produit ? Si oui, pourquoi ?
- Qui vous a particulièrement convaincu-e dans le rôle du/de la vendeur-euse ? Pourquoi ?

Chaque élève tire ses conclusions personnelles du jeu de rôle et note dans son cahier d'exercices les phrases qui lui ont inspiré des émotions désagréables dans le rôle du/de la client-e. Ensemble, ils/elles recueillent également des phrases de salutations amicales – ils/elles peuvent les écrire en plusieurs langues dans le cahier.

Ces notes seront utilisées pour la préparation du véritable discours de vente.



E 6.2 : Un stand de vente attrayant...

Discutez avec les adolescent·e·s des éléments qui les poussent à s'arrêter devant une vitrine ou un stand au marché. Qu'est-ce qui éveille leur curiosité ?

Qu'est-ce qui pourrait piquer la curiosité de client·e·s potentiel·le·s et les attirer sur le stand des élèves ?

Ensemble, les adolescent·e·s imaginent un nom de stand adéquat et réfléchissent à la façon dont ils/elles pourraient décorer le stand de façon à inciter des client·e·s à s'y arrêter et à acheter.

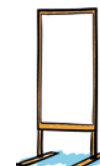
Nom :

- Il « raconte » quelque chose sur l'objectif de la classe (p. ex. « Une chaise roulante pour Julia », si l'argent récolté fera l'objet d'un don à Julia pour l'achat d'une chaise roulante).
- Il éveille la curiosité à l'égard du produit (p. ex. « Le bonheur en bocal » pour de la confiture faite maison) ou le service (p. ex. « Le stand de photos de Billy », si le photographe s'appelle Billy).



Objectif :

Informations succinctes et intéressantes sur l'objectif de la classe (textes courts, photos, dessins...). Si les client·e·s apprennent ce que les élèves ont l'intention de faire avec l'argent gagné, cela pourrait les inciter à acheter.



Les élèves peuvent dessiner les décorations, imaginer un nom de stand et rédiger le texte d'une affiche dans leur cahier d'exercices. Ce faisant, ils/elles réfléchissent à d'autres « éléments accrocheurs », comme une tenue appropriée pour les vendeur·euse·s.

Discutez également de l'endroit où le prix du produit ou du service sera affiché de façon bien visible.

Sur une affiche ? Juste à côté des articles ?

Si les produits à vendre sont petits, de petites corbeilles ou boîtes peuvent s'avérer utiles pour leur présentation sur le stand de vente.

Les jeunes doivent également décider au préalable comment ils/elles vont remettre leur produit au client. S'ils/elles décident de l'emballer, il convient de prévoir suffisamment de matériel d'emballage respectueux de l'environnement.

E 6.3 : Votre vente a-t-elle porté ses fruits ?

Après la journée de vente, il importe de prévoir suffisamment de temps pour mener une réflexion, notamment sur la réussite de cette journée.

En guise d'introduction, discutez avec les jeunes de ce que la réussite signifie pour eux et de ce qu'elle représente spécifiquement pour eux/elles dans ce contexte.

- Ont-ils/elles pu atteindre leur objectif ?
- Ont-ils/elles réalisé un bénéfice ?
- Ont-ils/elles travaillé efficacement en équipe, en ce sens que chaque membre de l'équipe a assumé la responsabilité de ses tâches ?
- Ont-ils/elles pu vivre des expériences positives et apprendre de nouvelles choses ?

En s'aidant du tableau récapitulatif fourni dans le cahier d'exercices, les élèves calculent le bénéfice pour la classe :

Dépenses	_____ €	
Prix de vente	_____ € par pièce/unité	
Recettes	= Prix de vente x pièces/unités vendues _____ € = _____ € x _____	
Bénéfice	= Recettes - dépenses _____ € = _____ € - _____ €	€



Le cahier comporte également une formule permettant de calculer le bénéfice maximal réalisable si tous les produits fabriqués ont été vendus ou si le service a été vendu autant de fois que possible :

Calculez vos **recettes maximales**:

Prix de vente x **pièces fabriquées/nombre maximal d'unités vendues**

Quel aurait été votre **bénéfice** si vous aviez tout vendu ?

bénéfice maximal possible = **recettes maximales** - **dépenses**

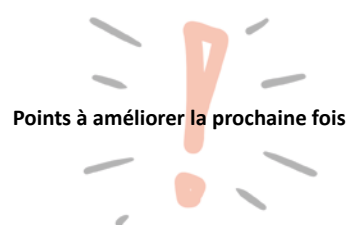
_____ € = _____ € - _____ €

Vous trouverez un récapitulatif clair pour élaborer un plan financier dans les modèles à copier.

S'il reste des produits à la fin, les élèves peuvent tenter de les vendre via le site Web de l'école dans le cadre d'un nouveau projet.

Le bénéfice est-il suffisant pour mettre en œuvre l'objectif de la classe ? Si ce n'est pas le cas, qu'est-ce qui pourrait expliquer que l'objectif n'a pas été atteint ? Qu'est-ce qui pourrait être fait différemment ou mieux la prochaine fois ?

Pour terminer, chaque élève revient sur les moments du projet qui l'ont marqué-e personnellement et sur ce qu'il/elle a appris :



Étape 7 – Mener une réflexion

E 7.1 : Questionnaire relatif au Lemonade Stand Challenge

Comme toujours à la fin d'un challenge, les élèves remplissent un questionnaire avec des questions ouvertes les amenant à réfléchir par eux/elles-mêmes sur ce qu'ils/elles ont appris. Les réponses données récapitulent les enseignements personnels que les adolescent·e·s tirent du challenge.

Donnez aux élèves la possibilité de discuter de leurs réponses en binômes ou en classe.

E 7.2 : Comment t'en sors-tu ?

Ce questionnaire permet de passer en revue des compétences essentielles pratiquées pendant le challenge. Les élèves évaluent eux/elles-mêmes ce qu'ils/elles savent faire et dans quelle mesure. Expliquez-leur au préalable la signification des smileys.



Modèle TRIO pour l'entrepreneuriat

Selon la définition holistique de l'entrepreneuriat dans le cadre du modèle TRIO, le Lemonade Stand Challenge relève du domaine « Core Entrepreneurial Education », lequel vise à promouvoir les compétences entrepreneuriales au sens strict : développer ses propres idées innovantes et les mettre en œuvre de manière créative et structurée.

Durée du challenge

env. 6-8 leçons, de préférence sous forme de séances doubles
(sans la phase de fabrication des produits et la vente à proprement parler)

Ce challenge est particulièrement adapté à une mise en œuvre interdisciplinaire dans le cadre de journées à thème ou en préparation d'événements propres à l'école (p. ex. mise en œuvre de projets sociaux ou liés à la santé, bazar de l'Avent, journées de réunions parents-enseignant·e·s, journées portes ouvertes...).
Matières à inclure : géographie et économie, mathématiques, informatique, artisanat, arts plastiques et langues (français, anglais) et religion (si bazar de l'Avent ou autres projets sociaux).

Prérequis

aucun ; il peut être utile de se familiariser au préalable avec la méthode du *design thinking* (« Idea Challenge A2 – Trouver des solutions avec la méthode du *design thinking* »).

Contexte inhérent au programme des Youth Start Entrepreneurial Challenges

Tous les challenges : www.youthstart.eu

Le « Lemonade Stand Challenge A2 – Une expérience de vente avec la classe » se fonde sur le défi « Lemonade Stand Challenge A1 – Selling is fun! ». Il sert également d'initiation au « Lemonade Stand Challenge B1 ». Il est étroitement lié au « Idea Challenge A2 – Trouver des solutions avec la méthode du *design thinking* » et au « Start Your Project Challenge A2 – Comment démarrer un projet ? ».

Matériel complémentaire

- Vidéo explicative du challenge : www.youtube.com/watch?v=0p_U3d7dZzw
- Outil d'apprentissage numérique sur la méthode du *design thinking* : www.flipchallenge.at (Entrepreneurship Challenge)
- Vidéo sur l'identification de défis : youtu.be/VONVm0q8pul
- Vidéo sur le développement d'un esprit d'initiative : youtu.be/iw4iGvqXBpk

Carte de l'empathie pour _____

Penser et ressentir

Qu'est-ce que la personne pense et ressent ? À quoi accorde-t-elle de l'importance ?

Entendre

Qu'est-ce que la personne entend ? Que disent la famille, les ami·e·s et les collègues ? Que disent les médias utilisés ?

Voir

Que voit la personne autour d'elle ?
Quelles personnes sont présentes ?
Quels objets y a-t-il ?
Où se trouve-t-elle ?

Dire

Qu'est-ce que la personne raconte aux autres ? Comment se comporte-t-elle avec les autres ?

Points négatifs et craintes

Qu'est-ce qui inquiète la personne ?
À quels obstacles se heurte-t-elle ?

Points positifs et souhaits

Qu'est-ce qui fait plaisir à la personne ?
Que souhaite-t-elle obtenir ou atteindre ?





Tâche	Date limite	Qui ?	✓
Définir le nombre de pièces à fabriquer ou le nombre de fois que le service sera proposé (explications à l'étape 5 – Calculer le prix de vente)			
Dresser une liste reprenant tout le matériel nécessaire			
Déterminer ce qui peut être emprunté			
Sur cette base, dresser une liste d'achats (sans oublier la décoration pour le stand et du matériel d'emballage éventuellement nécessaire pour vos produits !)			
Rechercher les prix pour la liste d'achats ; calculer le coût des achats			
Réunir l'argent pour les achats			
Réaliser les achats			
Récapituler toutes les dépenses (coûts réels des achats + autres dépenses, p. ex. coûts liés à la location du stand) – voir étape 5 – Calculer le prix de vente			
En se basant sur les dépenses réelles, calculer le prix de vente du produit ou du service – voir étape 5 – Calculer le prix de vente			
Définir le lieu de production et le lieu de stockage des produits fabriqués			
Transporter tous les achats et autres outils et ressources nécessaires déjà à disposition sur le lieu de production			
Préparer une description des étapes de travail (utilisée pour la fabrication du prototype) ou la réécrire si la classe a opté pour une combinaison de plusieurs prototypes			
Diviser la classe en petits groupes et déterminer quel groupe est responsable de quelles étapes de la fabrication du produit ou de la préparation du service			
Fabriquer le produit ou préparer le service en petits groupes et préparer les emballages nécessaires			
Transporter les produits finis ou les éléments nécessaires à la fourniture du service sur le lieu de stockage			
Prévoir une table stable, au moins 2 chaises et (si possible) un tableau d'affichage ou un support d'affiche pour le stand de vente			
Dessiner et bricoler des décorations pour le stand de vente			
Concevoir une affiche avec l'offre de vente et le prix à disposer sur le stand de vente			
Concevoir une affiche avec une courte présentation de l'histoire du produit/service et de l'objectif de vente (p. ex. avec des photos !)			
Organiser la caisse et prévoir de la monnaie en suffisance ; noter la somme à disposition dans la caisse ; préparer des reçus			
Rédiger des textes publicitaires à inscrire sur des affiches ou des textes informatifs pour les réseaux sociaux ou le site Web de l'école			
Concevoir des panneaux ou des affiches publicitaires et des flyers (incluant le lieu, la date et l'heure)			
Distribuer les textes publicitaires pour les réseaux sociaux aux parents, distribuer les flyers, installer les panneaux ou affiches publicitaires à l'école et à d'autres endroits			
Élaborer un tableau de service pour le stand de vente (ne jamais prévoir plus de 3-4 élèves à la fois sur le stand)			
Avant la vente, réfléchir aux informations que vous souhaitez communiquer aux client-e-s concernant le produit/service et l'objectif lié à la vente – voir l'étape 6 – Réussir sa vente			
Désigner un-e élève qui notera après chaque vente la quantité vendue et le montant obtenu			
Transporter les produits, les accessoires requis pour la fourniture du service, la décoration et les équipements pour le stand (caisse, monnaie, reçus, crayons, papier, ciseaux, colle) sur le lieu de vente			
Après la vente : compter l'argent, calculer les recettes, mettre l'argent en lieu sûr			
Démonter le stand, éliminer les déchets dans le respect de l'environnement			
Débarrasser le lieu de vente des produits + équipements restants			



	Produit	Services
DÉPENSES	<p>Combien coûte le matériel ?</p> <p>= Dépenses</p> <p>€ _____ € _____</p> <p>Évalue le nombre de pièces que vous pourriez fabriquer.</p> <p>Estimation : _____ Pièce</p> <p>Dépenses : nombre de pièces = dépenses par pièce</p> <p>€ : _____ = _____ €</p>	<p>Combien coûte le matériel ?</p> <p>= Dépenses</p> <p>€ _____ € _____</p> <p>D'autres dépenses sont-elles à envisager ?</p>
PRIX DE VENTE	<p>Pour que ton travail soit rémunéré et qu'il reste de l'argent à la fin, le prix de vente doit être plus élevé que les dépenses, p. ex. 2 fois plus élevé.</p> <p>Dépenses par pièce × (p. ex.) 2 = Prix de vente par pièce</p> <p>_____ € × _____ = _____ €</p> <p>Combien de pièces devez-vous vendre pour qu'il vous reste de l'argent ?</p> <p>Dépenses : Prix de vente par pièce = nombre minimum de pièces de produits vendus (sinon : perte !)</p> <p>_____ € : _____ € = _____ Pièce</p> <p>Est-ce équitable pour tou-te-s ?</p>	<p>Combien vaut ton temps de travail ? (p. ex. 5 €/heure)</p> <p>Calcule un prix de vente qui te semble équitable. Ce prix est-il également équitable pour tes client-e-s ?</p> <p>Prix de vente équitable par service (S)</p> <p>_____ €</p>
RECETTE	<p>Prix de vente par pièce × pièces vendues = recettes</p> <p>_____ € × _____ Pièce = _____ €</p> <p>Nombre maximum de pièces → Recettes maximales</p>	<p>Estime à combien de reprises tu rais vendre le service.</p> <p>Estimation : _____</p> <p>Prix de vente par S × S vendus = recettes</p> <p>_____ € × _____ = _____ €</p>
BÉNÉFICE	<p>_____ € - _____ € _____ €</p> <p>Recettes - Dépenses</p> <p>Bénéfice</p>	<p>_____ € - _____ € _____ €</p>

Matériel et vidéos complémentaires :

- Outil d'apprentissage numérique sur la méthode du design thinking : ***www.flipchallenge.at*** (Entrepreneurship Challenge)
- Vidéo sur l'identification de défis : ***youtu.be/VONVm0q8pul***
- Vidéo sur le développement d'un esprit d'initiative : youtu.be/iw4iGvqXBPk

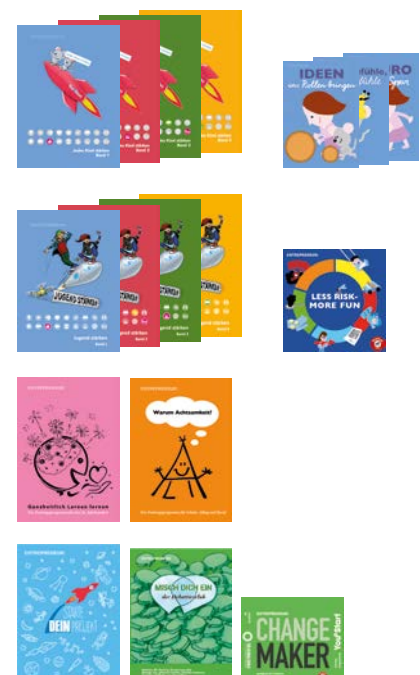
Activité supplémentaire :

- Journée de marché pour enfants et adolescent·e·s : www.ifte.at/markttag

Matériel pédagogique de la série ENTREPRENEUR :

- Jedes Kind stärken, vol. 1–4 (niveau fondamental)
- Cahiers de lecture (niveau fondamental) : En avant les idées !, Mes sentiments – tes sentiments, Sur les traces d'un billet de 20 euros !, L'atelier des inventeurs « WILMA », Créer de la valeur, Selling is fun!
- Jugend stärken, vol. 1–4 (niveau secondaire I)
- Less Risk – More Fun (jeu de table)
- Apprendre à apprendre de manière holistique. Programme d'entraînement pour le 21^e siècle
- Pourquoi la pleine conscience ? Un programme d'entraînement pour l'école, le quotidien et la vie professionnelle
- Starte Dein Projekt
- Misch dich ein – club de débat
- Changemaker (jeu de cartes)

Pour commander le matériel : www.ifte.at/entrepreneur



« **Jugend stärken / Autonomiser les jeunes** » est un programme pédagogique global destiné au niveau secondaire I.

Il fait partie intégrante du programme des « Youth Start Entrepreneurial Challenges », développé pour les enfants et les adolescent·e·s du niveau fondamental jusqu'au cycle supérieur de l'enseignement secondaire.

Tous les **niveaux de compétence (du niveau A1 = niveau fondamental au niveau B2 = niveau secondaire II)** sont disponibles gratuitement en téléchargement sur **www.youthstart.eu** en allemand, en anglais et en partie dans cinq autres langues.

La rubrique « Corps & Esprit » comporte le programme *Youth Start « Pleine conscience »* et de courtes vidéos avec des exercices physiques propres à favoriser l'activation et la concentration.



Le programme **Jugend stärken / Autonomiser les jeunes** dispose également de son propre site internet : **www.jugendstaerken.at** Tous les supports pédagogiques, y compris des vidéos explicatives, y sont disponibles gratuitement sous forme numérique et peuvent y être commandés en version papier.

Conditions d'utilisation :

Tout le matériel mis à la disposition des enseignant·e·s et des élèves issu du programme des « Youth Start Entrepreneurial Challenges » est soumis à la licence Creative Commons. Les documents peuvent être reproduits et diffusés sous n'importe quel format et sur quelque support que ce soit, à condition d'en mentionner les auteur·e·s en bonne et due forme. Ce matériel n'est en aucun cas destiné à un usage commercial. Les documents peuvent être modifiés, mais leur diffusion doit s'effectuer sous la même licence que l'original. Les détails exacts sont disponibles sur : <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>.

Clause de non-responsabilité :

Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue en aucun cas une approbation de son contenu, lequel reflète uniquement le point de vue de ses auteur·e·s. La Commission décline toute responsabilité quant à l'usage qui pourrait être fait des informations y figurant.

Mentions légales :

Éditeur·rice·s : Eva Jambor, Johannes Lindner

Auteures : Eva Jambor, Gerda Reißner, Marietta Steindl

Collaboration : Gerald Fröhlich, Susanne Spangl

Rédaction : Eva Jambor

Relecture : Julia Spengler

Conception : Stefan Torreiter (illustrations, smileys, pictogrammes), Claudia Marschall – Grafik Design (concept et mise en forme, www.claudiamarschall.at), Peter Stromberger (mise en forme, pictogrammes Youth Start), Florian Wagner (mise en forme)

Ce matériel didactique est paru en version imprimée dans le volume 3 de la série « Jugend stärken », manuel des enseignant·e·s.

Titre : Jugend stärken. Handbuch für Lehrer*innen, vol. 3

1^{re} édition : Vienne 2021

ISBN : 978-3-7063-0856-4

Pour commander le matériel : **www.jugendstaerken.at** (gratuit pour les écoles viennoises)



© 2021 Initiative for Teaching Entrepreneurship
Conception et développement – www.ifte.at



Kirchliche Pädagogische Hochschule Wien/Krems

Développement et formation continue pour les enseignant·e·s à Vienne et en Basse-Autriche – www.kphvie.ac.at/fortbildung



Chambre du travail de Vienne

Coopération dans le cadre du programme « Arbeitswelt & Schule » – www.wien.arbeiterkammer.at/aws