

Réseau Oudinot

savoir faire et savoir être ensemble

« Être acteur de son devenir »

ÉDITO

CHRISTOPHE ÉTIENNE

PRÉSIDENT DU RÉSEAU OUDINOT &
DIRECTEUR DE BUSINESS UNIT - ZOETIS2019
un bon cru
pour le Réseau
Oudinot

Plus de **450 membres mobilisés**, plus de **75% de renouvellement**, qui se retrouvent aussi bien autour de conférences professionnelles qu'autour de thématiques conviviales.

Ainsi le **Réseau Oudinot** a convié tour à tour, dans l'année, un ex Commandant de l'OTAN aujourd'hui dans l'industrie privée, une personnalité hors du commun 1^{ère} femme au monde pilote de haute voltige, et aussi le Fondateur du Réseau Oudinot aujourd'hui reconverti dans les vignes bordelaises, accompagné d'un de nos membres Directeur France d'Ambrosi, l'un des plus beaux fromagers... Pour une dégustation hors pair ! Cet assemblage d'événements, ces composantes de métiers et fonctions diverses au sein de notre association forment toute la richesse du Réseau Oudinot, et dégagent la dynamique et la mise en mouvement de nos membres.

Gageons que 2020 sera encore plus porteur d'enthousiasme, d'énergie, et de plaisirs, pour un partage sans faille de nos expériences et parcours professionnels. Au nom de l'Association du Réseau Oudinot, je vous souhaite de bonnes fêtes et une belle année 2020.

Sommaire

VIE MA VIE

- 2 Quatre séparations et une naissance

VU POUR VOUS

- 3 Commission grande distribution : Bilan et retour d'expérience sur la loi EGALIM
- 4 Dorine Bourneton : « Retour sur une femme audacieuse »
- 5 Éthique et Numérique
- 6 Retour sur la conférence « Les Grands Enjeux Européens » du 22 octobre 2019 L'écriture cursive est morte, vive l'écriture holistique ?
- 8 David contre Amazon ou comment résister quand on est un commerçant ?
- 9 Cépages et fromages, ou « comment réussir avec un parcours atypique »
- 10 LA GESTION DE CRISE : comment s'y préparer pour minimiser son impact.

AUTOUR DE NOUS

- 11 « Transversalisation » des compétences : j'ai testé, ça marche !
- 12 Déterminisme social, une fatalité française ?
- 13 Enquête d'opinion interne... et après ?
- 14 « Burn out professionnel et burn out parental : décodage »
- 15 Quelques astuces pour manager vos équipes à distance !
- 16 L'impact des comportements à l'œuvre sur la performance enfin prouvé !
- 17 4^{ème} « Future of Finance » : les enjeux de la fonction
- 18 David vs Goliath : Pourquoi les startups peuvent faire trembler les grands groupes ?
- 19 Transformer les sumos en triathlètes. L'Agilité dans les entreprises : Opportunité ou obligation ?
- 20 6^{ème} Sommet de l'économie : Réinitialiser le capitalisme
- 21 Le Lab Pareto, une initiative économique sociétale pour développer l'emploi

ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

- 22 Atelier « Les fondamentaux & techniques d'un networking de qualité »
- 23 Participez aux activités de la nouvelle Commission RSE ! (Responsabilité Sociétale des Entreprises)
- 24 La Commission Numérique

- 25 SOUTIEN AU RÉSEAU OUDINOT
MERCI À NOS PARTENAIRES !
À VOS AGENDAS



VIS MA VIE

QUATRE SÉPARATIONS ET UNE NAISSANCE

PAR EMMANUELLE GUILLEROT



DEVEXTER

Business Development



Après 20 ans de salariat chez ADES industriels malmenés par les délocalisations et les crises, et quatre licenciements économiques en 10 ans, j'ai fait un refus d'obstacle : finis l'activisme forcé pour des entretiens sans suite, finis des modifications de virgule sur un CV toujours plus dithyrambique. J'ai donc créé « ma boîte » pour m'employer myself, avec une ligne claire : changement définitif de statut. Pas de test.

Pendant un an, **je me suis préparée comme pour un rallye** (des gazelles) : sport et réseautage (pour le mental), ciblage, offre de service, positionnement prix, argumentaire, elevator pitches (2, 5, 20 étages) et site web en 3 langues. Ah oui, important : j'ai ciblé les industriels allemands. J'ai

donc « bossé » mon allemand rouillé pour les aborder dans leur langue. Efficacité garantie.

Puis, fin 2015, j'ai attaqué la prospection dans le dur : taper aux portes des stands sur les salons, contacter des cibles par téléphone. Mi-2016, j'avais deux beaux clients, qui sont toujours fidèles. Je me souviens de mes maux de tête pendant les 6 premiers mois de prestation...

Et comme dans notre speed networking du RO j'ai travaillé ma story et mon pitch : « vous avez des difficultés avec un fournisseur étranger ? Envoyez-le-moi, je suis leur bureau technico-commercial en France ». Ça semble très opérationnel, mais il faut beaucoup d'expérience pour savoir utiliser tous les leviers : négociation commerciale, connaissances

techniques, management de projet et pilotage des équipes à distance. J'ai formé une assistante « back-office » et je viens d'intégrer mon premier consultant pour développer ma clientèle. Je cherche des locaux pour créer un espace de travail convivial et recevoir des clients avec une touche typiquement française.

J'aime bien cet anglicisme pour résumer mon activité : **one-stop-shop**. C'est court, mais on y trouve tout pour continuer la route. ●

Fondatrice de DEVEXTER
Business Development
<https://www.devexter.com/fr/>

VU POUR VOUS



PAR PHILIPPE TETTAMANTI,
DIRECTEUR DE BUSINESS UNIT COMMERCIALE/ ACHATS

COMMISSION GRANDE DISTRIBUTION : BILAN ET RETOUR D'EXPÉRIENCE SUR LA LOI EGALIM

Olivier Lauriol, consultant dans le cabinet de conseil Arkose, est intervenu dans le cadre de la commission grande distribution le 9 septembre pour faire un point sur la loi Egalim, en vigueur depuis octobre 2018. Issue des consultations des états généraux de l'alimentation mis en œuvre par le gouvernement début 2018, cette loi de sauvegarde sociétale vise à mieux répartir la valeur entre producteurs, transformateurs et distributeurs en restaurant l'équilibre des relations commerciales. Elle cherche également à promouvoir une alimentation saine, durable et accessible à tous.

2 ordonnances encadrent les rapports commerciaux entre distributeurs et producteurs :

Celle du 12 décembre 2018 limite les remises à 34% du prix de vente, plafonne le poids des promotions à 25% du C.A. pour les marques nationales et 25% du volume pour les marques distributeurs, et impose aux distributeurs une marge minimum de 10% sur le prix d'achat (relèvement du seuil de revente à perte).

L'ordonnance du 24 avril 2019 porte sur une modification du code du commerce en apportant plus de transparence et en précisant également les pratiques restrictives ou prohibées et les recours pour prix abusivement bas.

À date, la loi semble avoir partiellement atteint ses objectifs.

En effet, les distributeurs respectent la règle des 34% de remise maximum

sur le prix de vente, mais semblent moins enclins à limiter le poids des promotions dans leur activité globale (critère plus difficile à contrôler).

En revanche, les industriels semblent avoir récupéré du pouvoir dans les négociations grâce à un formalisme accru : utilisation des conditions générales de vente, engagement respectif sur un C.A. prévisionnel, obligations pour l'acheteur de justifier le refus de nouveaux tarifs et de motiver la facturation d'une prestation de service.

Toutefois, cette loi étant très récente, seules les négociations 2020 permettront d'évaluer l'impact réel dans les relations commerciales entre distributeurs et fournisseurs. ●

VU POUR VOUS



PAR ANNE COURTOIS, DIRECTRICE COMMUNICATION & MARKETING BRP FRANCE
ET VICE-PRÉSIDENTE DU RÉSEAU OUDINOT

DORINE BOURNETON :

« RETOUR SUR UNE FEMME AUDACIEUSE »

« Je suis bien meilleure que celle que je crois être ». S'il ne fallait retenir qu'une seule phrase de cet événement organisé par le Réseau Oudinot - le 15 septembre dernier, à l'aérodrome des Mureaux - c'est bien celle-ci. « Rien n'est impossible ». C'est également une des paroles précieuses adressées aux membres et non-membres de notre association présents lors de cette journée exceptionnelle.

De 10h00 à 16h00, Dorine Bourneton, Conférencière, 1^{ère} femme au monde paraplégique Pilote de Voltige, Présidente de l'association Envie d'envol (... rien que cela), nous a fait partager son audace face à l'adversité

des accidents de la vie. Et pour clore le tout : un baptême de l'air pour la gagnante qui, sans le prédire, avait écrit sur son ticket « la fameuse phrase magique ». Un beau clin d'œil.

Dorine, que tous les media s'arrachent, a ceci de commun avec le Réseau Oudinot : partage, bienveillance, entraide... avec une touche de résilience. Des valeurs qui ne peuvent exister qu'avec l'AUTRE. Car, comme elle le dit si bien : « c'est avec les autres que l'on construit... c'est le « faire-ensemble ». N'est-ce pas non plus notre signature corporate ?

Je laisse la conclusion à Emmanuel de St Martin, administrateur du Réseau

Oudinot : « mille mercis pour ton énergie, pour ton sourire, pour cette leçon de vie et d'espoir. Tout le monde avait envie de gagner ce vol en ta compagnie, mais même les perdants sont repartis heureux, regonflés de t'avoir entendue, désireux de te revoir, de te lire, de t'entendre encore. Oui, vraiment, ce fut un très très beau moment du Réseau Oudinot et nous sommes heureux de t'avoir permis cette tribune un peu inhabituelle. Au nom de tous, mille merci encore ! » ●

Pour découvrir cette personnalité hors du commun :
<https://www.dorinebourneton.fr/>



VU POUR VOUS



PAR EVELYNE BERTIN

PROSPECTIVE- CONDUITE DU CHANGEMENT ÉTHIQUE APPLIQUÉE

ÉTHIQUE ET NUMÉRIQUE

L'Éthique peut se définir comme la préservation de la dignité et de l'intégrité humaine.

Mondialisation et Numérique changent radicalement notre vie et l'univers de notre travail. À côté d'aspects très positifs, cette mutation présente aussi des risques : inégalités, perte de libertés, mutations des métiers...

Des formes inédites de travail apparaissent pour lesquels les concepts traditionnels de réalisation de soi, de fatigue, de respect de l'autre n'ont plus le même sens et nécessitent d'autres modes de pensée et d'action.

C'est pourquoi il y a un besoin d'Éthique : un lieu de réflexion et de construction afin de penser et agir pour la place de l'Humain dans ce nouvel environnement.

Ces mutations qui changent profondément la vie des Hommes nécessitent des questionnements pour préserver la place de l'humain dans ce monde et prendre soin (le « care ») des plus fragiles. Des régulations sont déjà à l'œuvre : Lab RH, RGPD, RSE, Quotient de Conscience, LCorp...

Le Numérique du fait de ses champs d'action, ses incidences sur le cerveau et les liens humains peut porter atteinte à la dignité et à l'intégrité humaine.

L'Homme n'est pas qu'un ensemble de data. Le questionnement Éthique est une discipline du pouvoir, en croisant les différents niveaux de la réalité que sont la culture d'entreprise, les enjeux, la déontologie et les parties prenantes. Il s'agit de viser l'efficacité de l'action

ainsi qu'un retour sur investissement tangible et mesurable.

Pour construire un chemin Éthique, il faut d'abord se poser. Il y a nécessité de repositionner la parole et la présence humaine dans les échanges afin de permettre que toutes les parties prenantes soient respectées et aient un avenir.

Le Numérique a été créé par les Hommes, ces mêmes Hommes peuvent en extraire le meilleur et être vigilants. Cette mutation augmente notre capacité d'action, elle pose aussi la question de nos responsabilités.

Le care, l'Éthique et la résilience permettent de construire ce chemin vers un monde plus humain. ●

VU POUR VOUS



PAR SILKE KUNSTREICH, EXECUTIVE CONSULTANT
COMMUNICATION MARKETING 360°

RETOUR SUR LA CONFÉRENCE « LES GRANDS ENJEUX EUROPÉENS » DU 22 OCTOBRE 2019

C'est la volonté de mettre fin à l'affrontement européen après des décennies de guerre, qui a conduit le président français Charles de Gaulle et le chancelier allemand Konrad Adenauer à signer le traité d'amitié franco-allemande, dit « traité de l'Elysée » le 22 janvier 1963. L'objectif principal du traité est de faire une alliance étroite entre les deux pays.

Le 22 janvier 2019, le président Macron et la chancelière Angela Merkel signent le « traité d'Aix la Chapelle », baptisé « traité sur la coopération et l'intégration franco-allemande ». Ce traité prévoit une plus grande coopération entre la France et l'Allemagne dans les domaines de la politique, de la défense, de l'économie, de l'écologie, du territoire et de la culture. Lors de son exposé passionnant,

Jean-Dominique Giuliani évoque une Europe porteuse d'un message d'universalité, qui prône la paix et la coopération entre les peuples et le respect des droits de l'Homme. Son histoire, ses expériences, ses succès économiques et commerciaux l'autorisent à peser davantage dans les relations internationales et font en sorte que son modèle a été imité dans le monde entier.

Face aux défis divers que représentent les enjeux démographiques, écologiques, économiques et technologiques, il constate que l'Europe devra néanmoins s'adapter. D'autant plus, que les enjeux actuels demandent des actions coordonnées et efficaces. Le rôle de l'Europe sera important.

Jean-Dominique Giuliani reste positif. Selon lui : « pour réussir il sera impératif de décloisonner

l'Europe de ses murs, d'apprendre à vivre ensemble, de profiter des différences et des complémentarités pour arriver à une taille pertinente d'un point de vue économique et politique qui permet d'agir ». Pour lui : « il est important d'accélérer la création de l'Europe pour passer à une deuxième phase qui sera plus transparente et marquée par une politique apaisée qui permettra aux peuples de percevoir l'Europe comme un vrai acquis dont ils sont fiers ». ●

CONFÉRENCE

Organisée par le RO au Goethe-Institut de Paris, avec le soutien de la CFCA. Intervention de Jean-Dominique Giuliani, expert des questions européennes.

<https://www.jd-giuliani.eu/biographie.php>



VU POUR VOUS



PAR ANNE COURTOIS, DIRECTRICE COMMUNICATION & MARKETING BRP FRANCE
ET VICE-PRÉSIDENTE DU RÉSEAU OUDINOT

L'ÉCRITURE CURSIVE EST MORTE, VIVE L'ÉCRITURE HOLISTIQUE ?

C'est sous le sceau de l'interactivité que **Martine Chomentowski** nous a offert cette Thématique du 5 novembre dernier. Un moment d'échanges avec les membres du RO venus assister à une présentation ludique sur l'évolution de l'écriture, et plus précisément, sur « les mots dans tous leurs aspects ». Entre questions pointues de l'audience et interrogations, voire doutes... l'écriture aujourd'hui est-elle morte ou en voie de disparition ?

Avant de vendre la peau de l'ours... revenons au tout début de la conférence. Au commencement était le verbe. Enfin presque. L'intervenante nous explique, que l'Humanité avec un grand H, commence avec l'écriture – il y a 5 000 ans. Avant, c'était la préhistoire. Une écriture dont le berceau est en Mésopotamie

(Irak actuelle), puis l'Égypte, la Chine et l'Amérique Centrale. C'est tout d'abord une affaire d'initiés (sacralisation de l'écriture). Puis, cette sacralisation décroît au Moyen Âge. Et nous voilà, aujourd'hui, à la croisée d'une écriture revisitée. Nous vivons, une expérience holistique de l'écriture : avec des liens hypertextes (vous savez les <https://www>), les images 3D, les QR codes, les vidéos... jusqu'aux fameux emojis, émoticônes. Assistons-nous alors à la fin de l'écriture cursive ? « Peut-être un peu, mais l'évolution sera lente », conclut notre experte.

Quant à moi, je ne boude pas mon plaisir de vous faire partager mon avis avec ces quelques mots d'écriture augmentée :

« 🖋️ 🗑️ ? - 🖋️ 🗑️ ? - ❌ - ❤️ ABC »

MARTINE CHOMENTOWSKI,
lectrice et collaboratrice
scientifique de l'Université
de Fribourg. Formatrice et
Hypnopraticienne : [https://
fr.linkedin.com/in/martine-
chomentowski-26827699](https://fr.linkedin.com/in/martine-chomentowski-26827699)

UNE HISTOIRE SANS MOTS,
le roman de Xu Bing
entièrement écrit
en pictogrammes :
<https://bit.ly/2QEUogN>

Pour ceux que cela laisse sans voix...
ou plutôt sans plume... au moins cela
a le mérite d'interpeller. ●



VU POUR VOUS



PAR STÉPHANE PEYRÉ
MANAGER COMMERCIAL / MARKETING



DAVID CONTRE AMAZON OU COMMENT RÉSISTER QUAND ON EST UN COMMERÇANT ?

Cette période de grève n'est qu'un détail domestique pour l'ogre de Seattle qui « *aspire à lui* » vos cibles grâce à une stratégie agressive ! *Don't worry*, Yves de Beauregard vous a concocté une petite potion magique pour résister !

Il est vrai qu'en seulement 25 ans, Jeff Bezos a marqué son territoire :

- 20 B\$ pour acheter 86 sociétés... avec une forte accélération depuis 2012 (record 2017 : 12 acquisitions)
- Morgan Stanley voit la firme croître de 16 % chaque année jusqu'en 2025
- Cloud, logistique, domotique et publicité sont les nouveaux secteurs visés par Amazon

Les processus d'acquisition d'Amazon reposent sur 4 points-clé : rapidité, confidentialité, internalisation et continuité.

Mais au-delà du *bad buzz* autour des conditions sociales des salariés et des freelances très flexibles, il existe une arme pour contrer Amazon : la personnalisation ! En B2C avec la micro-segmentation de la clientèle grâce à l'I.A., décelant des corrélations de comportements en temps réel. Selon Yves, « *les entreprises orientées B2B doivent dépasser l'approche unidimensionnelle de leurs clients en ajoutant le contexte et la pertinence pour chacune des parties prenantes* ».

Cela requiert une maturité digitale interne portant sur :

- la digitalisation du catalogue
- sa logistique d'approvisionnement et distribution
- l'anticipation des besoins clients

Soyez moteur de la relation digitale dans votre écosystème car une bonne solution de personnalisation est une recette entre les mix :

- media : mail, mobile, web, store, call center, bot... en synergie omnicanale,
- I.A. : recherche et navigation, contenus générés par la marque et recommandations clients et de la société selon des micro-segments,
- data qui exploite l'historique des données clients, revendeurs et marché (tendances, concurrents, météo).

Ouvrez l'œil : chaque data a un impact sur votre relation client ! L'union fait la force et de bons partenariats, comme une *marketplace*, peuvent renforcer votre valeur à leurs yeux. ●

Source de l'image
Source : huffingtonpost
<https://bit.ly/2EiCZ62>

VU POUR VOUS



PAR CHRISTOPHE CHAMBRON
DIRECTEUR DES ACHATS



Bienvenue dans le monde
du terroir, des appellations
contrôlées, de l'affinage,
du vieillissement en cave,
des arômes et des saveurs...

Ce soir tous nos sens ont rdv !
nez, palais, longueur en bouche, caudalie



Être atypique

C'est quoi être atypique ?

- Ne pas cocher les cases du profil idéal
- Exemple :
- Comment on en prend conscience



CÉPAGES ET FROMAGES, OU « COMMENT RÉUSSIR AVEC UN PARCOURS ATYPIQUE »

Pour la troisième fois en deux ans, une soirée vins et fromages était organisée par le Réseau Oudinot le 10 décembre. 80 membres (et conjoints, amis ou amis), ont ainsi dégusté les vins produits par le Domaine de la Haute Faucherie (Montagne Saint-Emilion) accompagnés d'un copieux et délicieux plateau de fromage transalpin.

Remercions Marie et Alain Desouche (fondateur du Réseau Oudinot) et Geneviève et Étienne Khemtemourian, fondateurs du domaine de la Haute Faucherie et Éric Hamel, Directeur Commercial chez Ambrosi Emmi (importateur de fromages suisses et italiens), sans lesquels cette soirée n'aurait pas eu lieu. Les participants ont entendu deux histoires différentes et pourtant semblables :

Comment des profils atypiques ont-ils pu réussir dans des environnements pour lesquels ils n'étaient pas les mieux armés ? Résilience, préparation, confiance en soi ; le trio gagnant !

Ainsi, Éric a réussi à progresser dans de grandes sociétés du secteur agro-alimentaire sans avoir les diplômes pertinents, grâce à une approche méthodique du réseau comprenant ciblage d'entreprises, identification des problématiques et offres de services résumées dans un discours percutant. Malgré quelques déceptions et de grands moments de solitude, Éric a toujours cru en sa capacité de rebond. De la même façon, Marie, Alain, Geneviève et Étienne n'avaient aucun atout pour devenir vigneron. Pour

autant, à la suite d'un héritage (voir newsletter avril 2018), le quatuor se lance dans cette aventure et apprend sur le tas ce nouveau métier qui, au-delà du savoir-faire, demande des qualités similaires à la recherche d'un poste : patience (développement végétal), persévérance (aléas climatiques), rigueur (entretien de la vigne, vendanges, vinification) sont les clés de leur succès collectif.

Une part de chance est sans doute nécessaire, mais encore faut-il la provoquer. Gary Player, célèbre golfeur, disait à l'envi : « plus je joue au golf, plus j'ai de la chance ! ».

Ceci s'applique sans aucun doute à la recherche d'un poste ! ●



PAR ANNE COURTOIS, DIRECTRICE COMMUNICATION & MARKETING BRP FRANCE ET VICE-PRÉSIDENTE DU RÉSEAU OUDINOT

LA GESTION DE CRISE : COMMENT S'Y PRÉPARER POUR MINIMISER SON IMPACT.

« *Ma petite entreprise ne connaît pas la crise* ».

Cela pourrait commencer par une chanson. Et pourtant, comme le dit si bien Warren Buffet : « *il faut 40 ans pour construire une réputation et quelques minutes pour la détruire* ».

Jean-Michel Piau, membre du Réseau Oudinot, Manager de transition et spécialiste en gestion de crise en grande consommation et Retail nous a fait partager ses bonnes pratiques et son expérience, le 2 décembre dernier. Expérience n'est pas un vain mot : entre braquage de la bijouterie de son hypermarché, écroulement de travaux tout juste réalisés, affaissement d'un centre commercial, fermeture administrative, grève...

ce ne sont pas les crises qui lui ont manqué. Et dans l'univers de l'alimentaire, notamment, nul besoin de vous en rappeler certaines (laits contaminés, viande de cheval, rappels de produits...).

La crise possède plusieurs dimensions qui interagissent dans un système complexe (économique, juridique, éthique, humaine et sociale, financière, politique et institutionnelle, technique, environnementale et médiatique), introduit-il. Et de poursuivre : « *il existe un cycle de la crise qui tourne autour de la veille, la prévention, la planification, l'événement, la gestion de l'urgence, la gestion de la crise et le retour d'expérience* ». Au cours de ces

étapes, il faut s'organiser et mettre en place des procédures, des outils, des responsabilités. Sans oublier de faire preuve d'un sang froid absolu.

La présentation s'est faite sous forme d'échanges interactifs : « *une crise en efface une autre* », « *comment j'ai sauvé une crise, par une bonne gestion* » ou encore « *un community manager – stagiaire - qui provoque une crise sur les réseaux sociaux, par son immaturité* », évoquent les membres présents.

Aux entreprises qui n'ont rien prévu, rien planifié, Jean-Michel conclut par « *prévoyez, préparez-vous, car le risque zéro n'existe pas* ». ●



PAR PHILIPPE TURA, DIRECTEUR ACHATS,
PHT ACHATS ET PERFORMANCE

AUTOUR DE NOUS

« TRANSVERSALISATION » DES COMPÉTENCES : J'AI TESTÉ, ÇA MARCHE !

J'exerce comme Directeur des Achats. Mon expérience est très marquée par l'industrie pour de grands équipementiers automobiles où télécoms.

J'ai construit mon nouveau projet professionnel autour de ces compétences en ciblant des secteurs et des entreprises moins matures dans l'industrie et dans les achats. C'est à ce type d'entreprises, en effet, que je pouvais amener de la valeur. J'ai donc approché des recruteurs du secteur de la pharmacie, des équipement, médicaux, du BTP... Tous ont considéré mon projet comme clair et pertinent : une vraie satisfaction, j'avais un beau projet ! Mais, au moment du passage à l'acte, est venue la fameuse phrase bien connue : « *mais vous ne connaissez*

pas le secteur ; le Client ne voudra pas ! » Ah, ce satané Client qui ne veut pas d'une bonne idée !

Il y a un peu plus d'un an, par l'intermédiaire d'un cabinet de management de transition qui a « poussé » ma candidature, me voilà parti comme Directeur Achats d'une PME de la cosmétique. J'ai transformé cette fonction qui maintenant contribue efficacement et durablement à la performance de l'entreprise.

Pour que la « greffe » prenne, il faut cependant prendre quelques précautions :

- Bien comprendre la maturité du métier que l'on exerce dans l'entreprise. Toutes les méthodes et outils ne fonctionnent pas au même moment. Cet aspect nécessite de

la prise de recul par rapport à sa pratique professionnelle.

- Rassurer les équipes en expliquant, en communiquant sur les étapes qui vont conduire à des progrès dans cette maturité.
 - Garder en tête que l'on ne connaît pas le secteur : s'appuyer sur l'expertise des « sachants ».
 - Tenir compte des « us et coutumes » du secteur, même si parfois celles-ci semblent ralentir le plan de marche fixé. L'adhésion des équipes est du temps et de l'efficacité gagné.
- Bref, prenez du professionnalisme métier, de l'humilité, de la remise en cause personnelle, de la pédagogie et un zeste d'enthousiasme, mélangez bien, ne laissez pas reposer : **la « transversalisation » des compétences est réussie !** ●



PAR SILKE KUNSTREICH, EXECUTIVE CONSULTANT
COMMUNICATION MARKETING 360°

AUTOUR DE NOUS

DÉTERMINISME SOCIAL, UNE FATALITÉ FRANÇAISE ?

A lors qu'en matière d'écart de revenus la France fait partie des bons élèves de l'OCDE, en matière de mobilité sociale, elle se place en avant dernière position. La redistribution fiscale ne permet pas de lutter contre la véritable injustice qui mine la société : les inégalités de destin.

Le « déterminisme social » renvoie à l'idée selon laquelle la position d'un individu à l'âge adulte serait en partie déterminée à sa naissance par l'origine socio-économique de ses parents.

Concrètement, en France le déterminisme social engendre d'abord des inégalités scolaires. Ce qui conduit, ensuite, à des inégalités de diplômes. Ces inégalités de diplômes se traduisent, enfin, en inégalités de revenu... et finalement

en inégalités de destin. Comme l'a révélé l'OCDE (2018) en France, « il faudrait 6 générations pour que les descendants de familles modestes atteignent le revenu moyen ».

La lutte contre le déterminisme est d'abord un devoir moral. L'égalité devant la loi doit pouvoir se traduire par une réelle égalité des chances et non aboutir à une société à castes informelles. C'est également un enjeu économique. Ces inégalités présentent un coût pour la société. Le déterminisme social coûte 10,1 milliards d'euros par an aux finances publiques et engendre un manque à gagner de 44 milliards d'euros. En fin de compte, c'est un enjeu du siècle qui vient – la transformation technologique menace de nombreux métiers et requiert de la part des travailleurs

une adaptabilité et une agilité accrue. Pour lutter contre le déterminisme social la société civile et l'école sont des leviers principaux. Une grande partie de la solution réside dans la capacité des individus à s'émanciper du corps social, à prendre conscience des barrières qu'ils s'imposent afin de parvenir à s'auto-déterminer. Un travail qui requiert un réel changement culturel. Il sera nécessaire d'adapter le système éducatif, par des réformes et une extension de la formation initiale des enseignants pour mieux les préparer aux enjeux de la lutte contre le déterminisme social. ●

(Source : Sondage Ifop
« Le regard des Français
sur l'ascenseur social »,
rapports OCDE (2016/2018))



PAR OLIVIA NIKOL,
DRH, MONALBUMPHOTO.FR



AUTOUR DE NOUS

ENQUÊTE D'OPINION INTERNE... ET APRÈS ?

De nombreuses entreprises font des enquêtes d'opinions internes. Mais combien sont-elles à exploiter les résultats, et à en faire un vrai plan d'engagement ?

Il est impératif, après une enquête interne, d'en restituer les résultats à l'ensemble des équipes.

Ensuite, il convient de creuser : pourquoi a-t-on ce score sur le management ? La stratégie ? La communication ? Un plan de progrès se construit avec les équipes : les réunir en groupes (12-15 personnes maximum), les faire réfléchir ensemble, éliminer les frustrations, leur demander quelles

sont leurs idées d'amélioration. On se rend vite compte que les cristallisations (notamment sur les salaires, comme bien souvent) révèlent en réalité des soucis bien plus profonds : manque d'écoute, « d'empowerment », de compréhension des objectifs, de vision claire... L'ensemble des idées des salariés doivent être étudiées avec soin, certaines seront faciles à mettre en œuvre, d'autres moins. Certaines sont trop complexes ou coûtent trop cher.

Dans tous les cas, la transparence est de rigueur : il faudra expliquer pourquoi telle idée a été retenue (ou

pas). Les propositions apportant le plus de valeur et faciles à exécuter (les « quick win ») doivent être mises en place très rapidement. Ainsi, les équipes voient immédiatement l'impact de ce qu'elles ont remonté, et que cela apporte de la valeur à l'entreprise.

Puis, une communication régulière sur ce qui est fait doit être partagée. Enfin, une mesure des résultats (avec une nouvelle enquête) doit être déployée : on construit ainsi un cercle vertueux où l'amélioration continue individuelle et collective devient le quotidien. ●



PAR CORINNE MELOT, « CONSEIL QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL »
 À « SOPHROLOGUE CERTIFIÉE RNCP - DU SANTÉ DE L'ADOLESCENT »

AUTOUR DE NOUS

« BURN OUT PROFESSIONNEL ET BURN OUT PARENTAL : DÉCODAGE »

Il existe de nombreux points communs entre le **burn out professionnel** et le **burn out parental**. Tous deux résultent de l'exposition prolongée à un stress chronique auquel la personne concernée ne se sent plus capable de faire face. Une personne en burn out professionnel se sent épuisée en lien avec le travail, mais peut continuer à avoir de nombreuses activités familiales et sociales qui lui permettent de « tenir ». Inversement, une personne en burn out parental peut conserver de l'énergie dans sa vie professionnelle, et ne se sentir épuisée que pour les tâches en lien avec les enfants.

Quelles sont les dimensions de ce phénomène tabou, le burn out parental ?

Un épuisement physique et émotionnel lié à son état de parent : « Saturé face à la charge », le parent a une sensation de cumul, de trop plein, d'épuisement. Cet épuisement peut être d'ordre émotionnel (irritabilité, humeur dépressive, relations interpersonnelles affectées, etc), cognitif (sensation de ne plus pouvoir réfléchir, oublis, etc.) et/ou physique (fatigue intense, douleurs chroniques, problèmes de sommeil, etc.).

Une distanciation affective progressive avec les enfants. Le parent est alors en « mode pilote automatique », sans énergie pour s'investir pleinement dans la relation. Il ou elle fait le minimum pour assumer les besoins indispensables, primaires (repas, douche, coucher, trajets à l'école...),

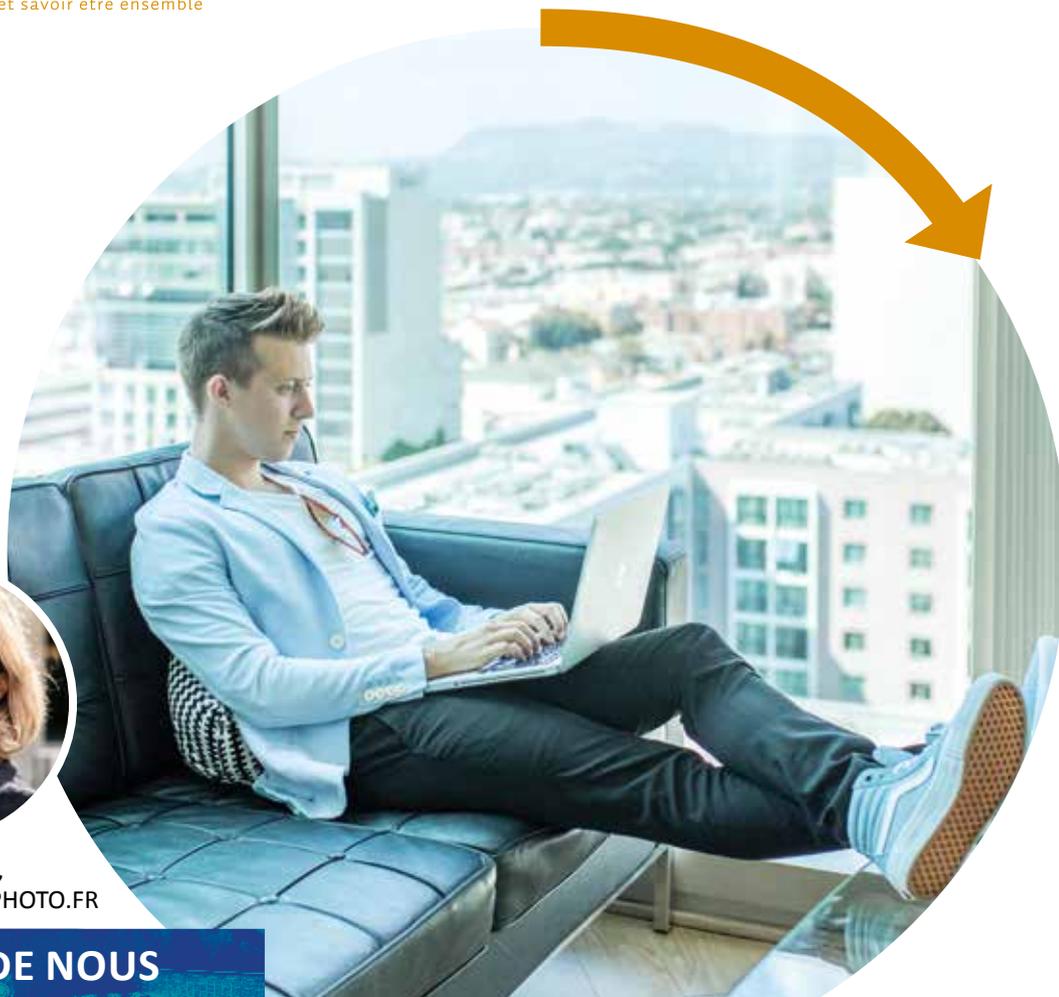
sans amour, marque d'affection. Une perte d'épanouissement et d'efficacité dans son rôle de parent, avec la sensation de perte de plaisir à s'occuper des enfants. On ne peut pas démissionner de son rôle de parent, ni se mettre en congé de maladie de ses enfants. Alors, on prend soin de soi. ●

POUR SAVOIR COMMENT EN SORTIR OU NE PAS TOMBER DEDANS

<https://bit.ly/2MpkYRz>



PAR OLIVIA NIKOL,
DRH, MONALBUMPHOTO.FR



AUTOUR DE NOUS

QUELQUES ASTUCES POUR MANAGER VOS ÉQUIPES À DISTANCE !

Savoir manager une équipe éclatée géographiquement est une vraie compétence.

Tout d'abord, il faut connaître les membres de son équipe : sont-ils habitués au travail à distance ? aiment-ils cela ? Avec des collaborateurs éloignés, il convient d'être encore plus à l'écoute des besoins individuels, et d'identifier rapidement les signaux faibles de démotivation (celle-ci est en effet moins visible à distance car l'informel n'existe pas) : planifier des RDV individuels à une fréquence élevée et de durée courte (car on s'essouffle vite sur un meeting à distance), et faire parler sur les projets, mais aussi sur les ressentis.

Des bons outils (Slack, Zoom...) et une connexion internet de qualité sont de rigueur. Pour l'animation, le mieux est de donner un temps de parole équivalent à chacun, regarder la caméra, faire des comptes rendus, et utiliser des outils collaboratifs (One Drive, Google Drive...).

Si les équipes sont internationales, pensez à articuler et parler lentement ! Il conviendra également de gérer les fuseaux horaires. De même, garder le lien physique est primordial (se voir à minima une fois par an).

Le sentiment d'appartenance à l'entreprise ou à une équipe pouvant se diluer dans le temps, le

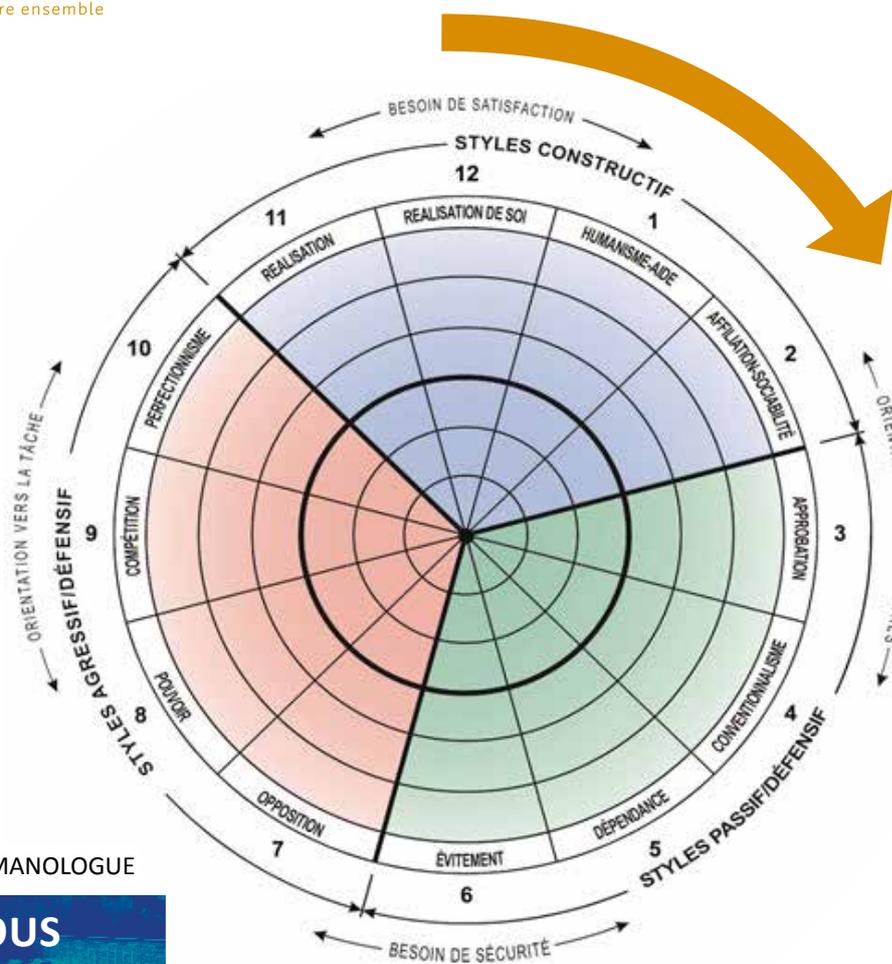
manager se doit d'être exemplaire : fixer des objectifs SMART, établir des feedbacks réguliers, donner de la reconnaissance, et avoir une attention personnalisée pour éviter les décrochages. Il se doit également de rappeler les valeurs et la raison d'être de l'entreprise, afin de faire perdurer son ADN : c'est ce que font de jeunes CEO de start up (Big Mama, Phenix) qui commencent systématiquement leurs réunions par rappeler ces éléments.

Cela paraît l'évidence, mais parfois, l'évidence n'est pas toujours l'apanage de tout un chacun ! ●



PAR KARINE SAVIGNY, HUMANOLOGUE

AUTOUR DE NOUS



L'IMPACT DES COMPORTEMENTS À L'ŒUVRE SUR LA PERFORMANCE ENFIN PROUVÉ !

Au début des années 70, Dr J. Clayton Lafferty, psychologue clinicien, a créé un modèle permettant de mesurer les schémas de pensée et comportements. Ce modèle intègre de nombreuses recherches (Maslow, Rogers, Douglas McGregor, Sullivan, Horney, etc.) et définit 3 grands domaines : les styles constructifs, passifs et agressifs. Ces styles se positionnent sur 2 axes : l'intérêt pour les personnes ou pour les tâches, la recherche de satisfaction de nos besoins de croissance et de développement ou de sécurité et de protection.

A partir de ce modèle, différents outils ont été développés : notamment un 360° individuel, un 360° d'équipe, des 360° organisationnels pour

mesurer la culture et l'efficacité organisationnelle.

Aujourd'hui, des milliers de personnes et d'organisations les ont utilisés et il y a assez de données pour prouver le lien entre les comportements et la performance. Ainsi, il a été démontré que les styles constructifs, qui encouragent l'accomplissement des objectifs organisationnels grâce au développement des personnes, et favorise le travail d'équipe et la synergie pour améliorer les performances individuelles, de l'équipe et de l'organisation favorisent la performance et la pérennité organisationnelle. En revanche, les styles agressifs qui poussent les personnes à se préoccuper de leurs propres besoins plutôt que de ceux de

l'équipe ou de l'entreprise engendrent du stress, augmentent le turnover et rendent la performance irrégulière. Les styles passifs, qui incitent les personnes à se positionner en exécutants, à réprimer leur créativité et leur esprit d'initiative, augmentent l'immobilisme de l'entreprise et la rendent vulnérable. ●

POUR SAVOIR PLUS

Webinaire à 12H
LE 14 NOVEMBRE.

Pour s'inscrire :

<https://bit.ly/366D2yH>
karine.savigny@human-
harmony.com

[https://www.linkedin.com/in/
karinesavigny/](https://www.linkedin.com/in/karinesavigny/)



PAR ÉRIC D'HARCOURT
DIRECTEUR DU CONTRÔLE INTERNE

AUTOUR DE NOUS

4^{ÈME} « FUTURE OF FINANCE » : LES ENJEUX DE LA FONCTION

Plus de 1 000 financiers ont participé à cet événement organisé par Deloitte début novembre. Voici les principaux enseignements :

« From Mark to Market to Mark to Planet » : le marché est un élément clé de la solution de la transition vers un développement durable avec la convergence des préoccupations des consommateurs qui souhaitent payer le juste prix pour le bon produit / service et la pression croissante des investisseurs sur l'étiquetage « vert » / RSE des acteurs économiques et financiers.

Il ne semble pas qu'une solution d'intelligence artificielle globale pour la Finance puisse apparaître un jour car les données financières doivent être certifiées et traçables

dans le temps. En revanche, la digitalisation est inéluctable et la vitesse de transformation est clé ; la fonction Finance doit donc accélérer l'automatisation de ses processus.

De plus en plus de profils d'ingénieurs intègrent les équipes Finance en lien avec la transformation numérique de la fonction. La fonction n'attire pas forcément la nouvelle génération, l'image d'un financier passant son temps sur des tableaux Excel n'étant pas un facteur attractif !

La fonction Finance doit être résolument orientée client et travailler en collaboration active avec les autres fonctions/opérations et non en silo. A la fonction régaliennne vient s'ajouter une fonction de service à haute valeur ajoutée, partenaire privilégié

du business. Si elle n'est pas vouée à disparaître, elle a donc pour enjeu de se transformer profondément et rapidement.

Quelques questions pour les directions financières en cette fin d'année pour préparer au mieux demain :

Avez-vous défini les bonnes priorités pour la transformation de votre fonction ?

Avez-vous identifié les obstacles auxquels vous pourriez faire face ?

Avez-vous planifié de revoir les missions et l'organisation de la fonction ?

Avez-vous commencé cette transformation digitale avec les bons projets ? ●



PAR **THIERRY ROBERT**, DIRECTEUR DE PROGRAMMES DE TRANSFORMATION, DIGITAL, OPTIMISATION DE PROCESS MÉTIER

AUTOUR DE NOUS

DAVID VS GOLIATH : POURQUOI LES STARTUPS PEUVENT FAIRE TREMBLER LES GRANDS GROUPES ?

Depuis des décennies, l'innovation est devenue en soit une forme de stratégie, accélérée par la mondialisation. Et expliquant en partie l'arrivée des méthodes agiles des années 2000 : développer plus vite et coller à des besoins utilisateurs évoluant très vite.

L'avènement des sociétés exponentielles

10 ans plus tard, on assiste au fulgurant succès de très jeunes entreprises atteignant rapidement une échelle et valorisation impressionnantes : Snapchat dépasse le milliard de \$ en moins de 2 ans (8 ans pour Google). Certains grands groupes, tels Kodak,

Motorola, BlackBerry et Nokia ont trébuché, voire chuté à cause de disruptions fortes dans leurs marchés. Les grandes entreprises auraient-elles perdu leurs principaux atouts ?

La puissance actuelle des PC et smartphones, le faible coût du stockage de données, l'avènement du Cloud challengent directement les piliers fondamentaux des grandes entreprises classiques. Leurs faiblesses bien connues (lourdeur, lenteur, déconnexion du terrain, ...) étaient jusqu'à présent compensées par leurs tailles, infrastructures et capacités d'investissements. Mais ces avantages disparaissent

quand l'innovation vient de la data. La concurrence est multiforme et ne se limite plus à de grands groupes étrangers : Elle peut venir de petites structures n'importe où dans le monde.

Ainsi aujourd'hui, les grandes entreprises sont passionnées par les incubateurs et leurs startups, ces David en puissance... ●

DÉCOUVREZ L'ARTICLE
INTÉGRAL

<https://bit.ly/2OzIm6R>



PAR **THIERRY ROBERT**, DIRECTEUR DE PROGRAMMES DE TRANSFORMATION, DIGITAL, OPTIMISATION DE PROCESS MÉTIER

AUTOUR DE NOUS

TRANSFORMER LES SUMOS EN TRIATHLÈTES. L'AGILITÉ DANS LES ENTREPRISES : OPPORTUNITÉ OU OBLIGATION ?

L'avènement de la data a permis le développement d'entreprises à croissance dite « exponentielle ». La technologie vit une nouvelle révolution. Nombre d'entre elles (Intelligence artificielle (IA), Objets connectés (IOT – *Internet Of things*) et *blockchain* peuvent être considérées comme des « technologies à usage général » qui auront une influence à long terme sur une foule de domaines encore non identifiés. On connaît aujourd'hui leurs premières applications dans l'automatisation de processus métier (*RPA-Robotic Process Automation*), le traitement de l'image, de la voix et des documents ainsi que la production d'analyses et prédictions jusque-là impossibles.

Tout devient-il data, à qui cela profite-il ?

Les sociétés informatiques s'en emparent mais ce phénomène s'étend dorénavant à des sociétés et métiers bien plus larges. En effet, avec l'arrivée de l'IOT, de la RPA et de l'IA tout devient information : systèmes de production, transports, agriculture, BTP, ville connectée, médecine, ...

Ces innovations créent des ruptures profondes et font tomber des barrières historiques. La vitesse de sortie de nouveaux produits ne cesse d'accélérer. C'est une des raisons de la naissance des méthodes de développement dites agiles.

Chaque révolution industrielle apporte ses transformations organisationnelles.

Cette transformation est la plus profonde depuis des décennies et nous inonde de nouveaux rôles et de méthodes : Les CDO (*Chief Data Officers*) se généralisent, les étapes projets se mesurent via des OKR (*Objectives Key Results*), les montées de version se font par Sprint sous la coordination de scrum masters.

Ne pas développer cette agilité revient à laisser la concurrence piloter les évolutions du marché, imposer leurs approches et potentiellement remporter toute la mise.

La force pure devient moins prépondérante au profit de la vitesse et de l'agilité. ●



PAR ÉRIC D'HARCOURT
DIRECTEUR DU CONTRÔLE INTERNE

AUTOUR DE NOUS

6^{ÈME} SOMMET DE L'ÉCONOMIE : RÉINITIALISER LE CAPITALISME

J'ai participé à cet évènement organisé par Challenges au Palais de Tokyo, le 4 décembre dernier. Il réunissait entre autres des personnalités comme Thomas Piketty, les patrons de Saint Gobain, Sanofi, Véolia, Valéo et EDF.

Sur la thématique de Reconstruire l'entreprise a été évoquée l'importance grandissante et inéluctable de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) compte tenu de la prise de conscience générale (notamment des millenials) qu'il faut agir pour sauver la planète. Les entreprises sont au cœur de la Cité et doivent être donc conscientes

des impacts de leurs décisions et actions. Elles doivent se soucier de toutes leurs parties prenantes (clients, salariés, fournisseurs ...) et sont amenées de plus en plus à participer au bien commun. Pour ce faire, il faut que leurs insertions dans les territoires se renforcent. Leurs décisions d'investissements doivent prendre maintenant en compte la dimension RSE; par ailleurs, les investisseurs s'engagent de plus en plus dans l'investissement responsable.

La performance financière ne suffit donc plus ; c'est une photo du passé. La performance extra financière

est une projection de l'avenir de l'entreprise. La Déclaration de Performance Extra Financière qui comprend des informations sociales, sociétales et environnementales doit donc permettre de comprendre les risques auxquels pourraient être confrontés l'entreprise comme les risques réputationnels, les pertes potentielles de business. En résumé, les futures pertes possibles de valeur de l'entreprise. La performance liée à la RSE n'est donc pas du tout contradictoire avec la performance économique. Au contraire ! Aux entreprises de passer des intentions aux actions pour laisser une planète vivable aux prochaines générations. ●



PAR CHRISTOPHE CHAMBON
DIRECTEUR DES ACHATS

AUTOUR DE NOUS

LE LAB PARETO, UNE INITIATIVE ÉCONOMIQUE SOCIÉTALE POUR DÉVELOPPER L'EMPLOI

La **Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)** est la prise en compte volontaire par les entreprises de sujets **environnementaux, éthiques et sociaux** dans le cadre de leur activité économique.

Le développement de l'emploi étant très rarement à l'agenda d'une stratégie RSE, le Centre des Jeunes Dirigeants (CJD, association patronale dédiée aux TPE-PME) décide de combler cette lacune et crée en 2016 une association, Le Lab Pareto, destinée à instaurer la confiance entre ses adhérents et les grands donneurs d'ordre, permettant à terme d'accroître le courant d'affaires de ses adhérents avec les grands groupes et de créer des emplois.

De nombreux groupes de travail créatifs (les Lab), composés

d'adhérents du CJD et d'Acheteurs issus des grandes entreprises volontaires (Covea, BPCE, Pierre et Vacances, Enedis, Allianz,...), membres de l'Association des Directeurs et Responsables Achats (ADRA, partenaire du projet), rédigent une charte, identifient des problématiques communes, et conçoivent le Parcours Pareto : des binômes (acheteur grand groupe / dirigeant PME) découvrent leur environnement et contraintes réciproques au travers de « *vis ma vie* » d'une journée. Une restitution collective est ensuite organisée afin d'enrichir l'expérience de tous.

Après plusieurs « *vis ma vie* » organisés en 2018 et 2019, les participants confirment une évolution des mentalités : Les acheteurs intègrent les contraintes

des PME dans leur processus achat (appels d'offre, contrats, factures). Et perçoivent le Parcours Pareto comme un enrichissement personnel, au même titre qu'une formation.

Les PME s'adaptent aux attentes des grands groupes et, in fine, gagnent des marchés !

Après cette expérimentation réussie, Le Lab Pareto souhaite maintenant capitaliser sur des « *ambassadeurs* » (participants aux « *vis ma vie* »), pour accélérer la cadence : expansion en régions, développement d'outils et d'indicateurs, recrutement de grands groupes partenaires.

Une très belle initiative RSE ! ●

POUR EN SAVOIR PLUS :
<https://labpareto.com/>



ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

ATELIER « LES FONDAMENTAUX & TECHNIQUES D'UN NETWORKING DE QUALITÉ »



PAR **CHRISTOPHE ÉTIENNE**
PRÉSIDENT DU RÉSEAU OUDINOT

Le networking évoque pour certains une appréhension ou une dose d'effort difficile à surmonter. Pour d'autres, à l'inverse, une évidence telle qu'ils finissent par en oublier les « b.a. ba ». Résultat, que de déception ou d'incompréhension lorsqu'un contact établi ne produit pas ces « fruits ».

Le networking obéit à des « règles du jeu » particulières, à des techniques, une rigueur insoupçonnée, au risque de déconvenues ! Au Réseau Oudinot, on apprend... Un temps de recul nécessaire, avant de « partir en chasse », et être prêt sur un éventail de situations. Toutes ces expériences vécues ont été recueillies et font désormais l'objet d'un module de formation, destiné à qui veut pratiquer un networking garantissant 90 % de réussite d'obtenir un rendez-vous.

Voici les clés de succès avec quelques outils :

La présentation d'un projet clair, résumé dans une minibiographie (condensé de CV) et un tableau avec les secteurs cibles dans lesquels sont listés des entreprises « déjà approchées » ou « à approcher ». La mise en forme soignée

laisse à son Interlocuteur un support compréhensible en un clin d'œil.

Un « pitch » parfait, testé et re-testé, de 2' maximum, afin de séduire son Interlocuteur... Sans le fatiguer !

Pour étayer ses qualités professionnelles, répertorier les réalisations marquantes expliquant le « pourquoi » et « le comment » ; moyen de démontrer les qualités personnelles auxquelles on a fait « appel ».

L'utilisation complémentaire du mail + sms + tel, à bon escient, avec des jours et des créneaux téléphoniques clairement identifiés, permettent d'enclencher la prise de rendez-vous.

Un fichier de suivi (excell) est un impératif de base.

Tous ces outils, illustrés par des exemples lors de cette formation, permettent à chacun de prendre conscience des pistes d'amélioration. L'attitude et l'assertivité enfin, et l'exercice répété sous forme de « mises en situation », donnent de véritables armes pour un networking réussi ! Alors, si vous cherchez à augmenter votre pourcentage de réussite en networking, venez vous inscrire à la prochaine session de novembre ! ●



ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

PARTICIPEZ AUX ACTIVITÉS DE LA NOUVELLE COMMISSION RSE !

(RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES)



La RSE se définit comme la façon dont les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales et économiques à leurs valeurs, à leurs prises de décisions et à leur stratégie. Il s'agit pour les entreprises de développer et d'appliquer des pratiques respectueuses des principes du développement durable, c'est-à-dire, avoir un impact positif sur la société et aussi mieux respecter l'environnement tout en étant économiquement viable.

Cette commission est **ouverte à tous les membres du R.O. qui s'intéressent aux thèmes RSE** (environnementaux, sociaux, sociétaux, de gouvernance et d'éthique, entre autres).

Vous pouvez vous inscrire à la Commission pour être régulièrement informés ou seulement pour participer à une des sessions dont le sujet vous intéresse.

La nouvelle commission a été créée fin juin 2019 avec l'objectif de « Comprendre la RSE et se l'approprier pour l'appliquer au quotidien » en trois axes :

- 1- Réunir tous les membres qui s'intéressent à un modèle d'économie responsable.
- 2- Approfondir mutuellement ses connaissances et ses compétences.
- 3- Développer des solutions concrètes.

La Commission entend aussi apporter des éléments de réflexion au fonctionnement du Réseau pour s'assurer de son adéquation aux démarches responsables.

Les premières réunions seront dédiées à la définition de son mode de fonctionnement, et ensuite elles seront consacrées à l'échange sur les thèmes RSE. ●



ALESSANDRA LOBBA
DIRECTRICE DÉVELOPPEMENT DURABLE
MARIE BRIZARD WINE & SPIRITS



EVELYNE BERTIN
PROSPECTIVISTE
ET PSYCHANALYSTE



MURIEL RÉMY LATOUR
DIRECTRICE GÉNÉRALE
RETAIL & ENERGY - CEI EMEA

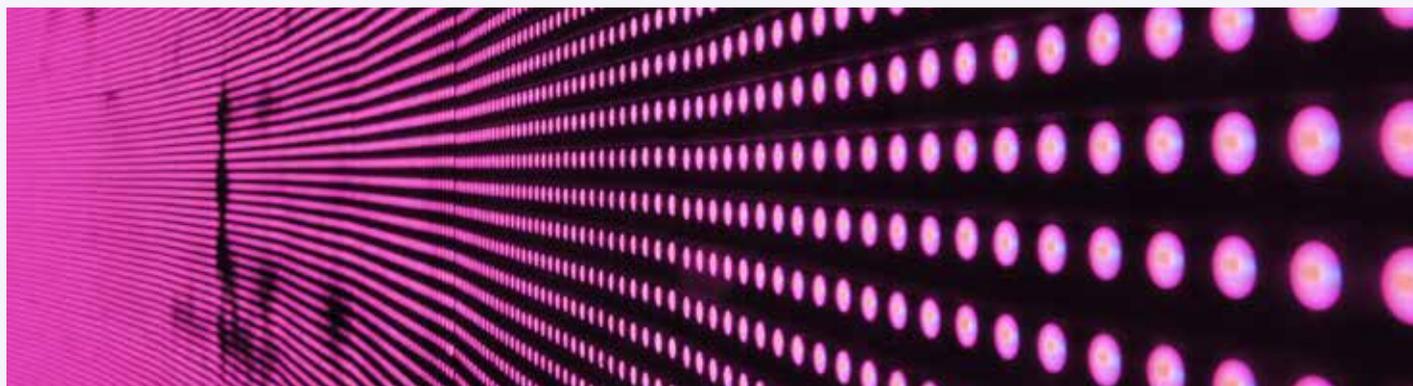
FORMAT

La commission se réunit tous les derniers mardis du mois, à 18h45 avant la mensuelle. Une trinôme l'anime.



ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

LA COMMISSION NUMÉRIQUE



Le numérique gouverne nos vies. Chaque jour son emprise s'étend de plus en plus. Tous les secteurs d'activités sont désormais concernés, que ce soit dans l'entreprise, pour offrir de nouveaux services, ou qu'ils modifient nos habitudes de vie... La révolution numérique est en marche et chacun de nous se demande bien quel sera le monde de demain.

La Commission Numérique traite ainsi de l'influence du Numérique sur ces domaines d'activité, de son impact sur les fonctions de l'entreprise, ainsi que des conséquences sur notre façon de vivre. Loin d'être réservée aux spécialistes et autres « digital native », elle est ouverte à tous les membres du réseau Oudinot qui souhaitent approfondir ou découvrir ce nouveau monde.

Notre objectif est l'élargissement des connaissances des membres du réseau Oudinot ; nous traitons tous ces sujets de manière compréhensible pour tous. Participer à la commission numérique c'est se permettre de se poser les

bonnes questions sur le devenir de la technologie et de ses conséquences, c'est également pouvoir se positionner professionnellement dans le futur monde de l'emploi, découvrir de nouvelles opportunités.

Les sujets abordés dépendent des compétences des membres du réseau (et elles sont nombreuses), ainsi que de l'actualité.

Cela nous a permis d'échanger sur des sujets tels que le Big data, la cybersécurité, l'intelligence artificielle, les smart cities..., récemment un magnifique exposé sur l'Éthique et le numérique, suivi de nombreuses questions.

Nous aborderons lors des prochaines réunions la santé 4.0, le financement des start-up numériques, le Design Thinking, l'ordinateur quantique

La commission se réunit chaque troisième jeudi du mois, dans les locaux d'Octo Technology / Accenture, près de l'Opéra.

Nous vous y attendons : pensez à vous inscrire en avance. ●



HERVÉ LEPISSIER
DIRECTION COMMERCIALE IT &
TELECOMMUNICATION



YVES DE BEAUREGARD
DIRECTEUR COMMERCIAL



CHRISTOPHE DURAND
CONSULTANT SI
OCTO TECHNOLOGY



SOUTENEZ LE RÉSEAU OUDINOT

Reconnu d'intérêt général, le **Réseau Oudinot** ne bénéficie d'aucune subvention publique. Seules les cotisations des membres et les aides privées permettent de financer ses activités et son développement. **Aidez-nous** à contribuer à l'employabilité des cadres soumis aux aléas de carrière ou ayant envie de changer de trajectoire.

FAITES UN DON

<https://bit.ly/2Qe0in2>

(déductible fiscalement
à hauteur de 66%)



UN GRAND ET CHALEUREUX MERCI !

À tous nos partenaires qui nous soutiennent, pour certains, depuis de longues années.



RETOUR SUR LES ÉVÉNEMENTS DU TRIMESTRE



1^{ER}, 8 ET 15 OCTOBRE
À 18H30

72^E SPEED NETWORKING

3^e, 4^e et 5^e sessions d'entraînement

Aidez les candidats à parfaire leur présentation en jouant le rôle de Sparring Partner.

17 OCTOBRE À 19H15

ÉTHIQUE ET NUMÉRIQUE

(commission numérique)

La **mutation numérique** une opportunité pour les organisations avec l'Éthique, le Care et la Résilience ?

22 OCTOBRE À 19H30

« LES GRANDS ENJEUX EUROPÉENS »

(commission France-Allemagne)

Conférence par **J.D. Giuliani**, Président de la Fondation Robert Schuman et de l'Institut Libre d'Études des Relations Internationales (ILERI).

5 NOVEMBRE À 19H50

L'ÉCRIT DANS TOUS SES SENS

(Thématique) - **Des hiéroglyphes aux emojis**, entre neuroscience et poésie, une animation interactive assurée par **Martine Chomentowski**, lectrice et collaboratrice scientifique de l'Université de Fribourg.

12 NOVEMBRE À 20H00

LES FONDAMENTAUX DU NETWORKING

Revue de détail des bonnes pratiques pour réseauter efficacement.

Atelier animé par **Christophe Étienne**.

25 NOVEMBRE À 19H15

COMMENT CONTRER AMAZON AVEC SES ARMES ET SES OUTILS

(commission numérique).

Quelles idées et stratégies mettre en place pour les concurrencer avec succès.

2 DÉCEMBRE À 20H00

LA GESTION DE CRISE

(Commission Grande Consommation)

Comment anticiper une crise, la piloter et communiquer - Présentation de **Jean-Michel Piau** (membre du RO).

3 DÉCEMBRE À 20H00

COMMENT REBONDIR ET RESTER POSITIF APRÈS UN ÉCHEC

Atelier animé par **Valérie Faure** (fondatrice de Bloom-Idées) et **Claude Degrèse**.

10 DÉCEMBRE À 19H30

DÎNER VINS ET FROMAGES

Dégustation de fromages suisses et italiens accompagnés de Bordeaux.

Évènement ouvert aux amis et proches des membres.