

ÉDITO

CHRISTOPHE ÉTIENNE
PRÉSIDENT DU RÉSEAU OUDINOT
ET DIRECTEUR DE BUSINESS UNIT SANTÉ

ANCRÉ, BRANCHÉ, OSÉ...



Le Réseau Oudinot est résolument ancré dans l'économie, la variété et la richesse de nos webinars en sont le meilleur témoignage : « **Le sourcing de dirigeants** » avec Anne Stéphan, « **Une journée de séminaire sur la prise du poste du Dirigeant** » avec Nicolas Lemoine, « **Administrateur ou Administratrice, pourquoi pas vous ?** » avec Lise Bachmann et Anne Navez : 3 événements, parmi d'autres, vécus par nos membres ce mois-ci !

Le Réseau Oudinot poursuit son ancrage et crée ainsi les « rendez-vous de l'éco du Réseau Oudinot ». Ce 1^{er} rdv, nous vous le donnons le 14 juin prochain, avec un Invité de marque. Pascal Demurger, à la direction générale de la MAIF -entreprise « à mission »-, viendra partager avec nous ses convictions sur les clés de la réussite conciliant performance et engagement. Un rdv ouvert à tous pour cette première ! Nous vous attendons nombreux.

Le Réseau Oudinot, c'est une communauté de 450 talents engagés, qui, avec le déconfinement, veut aller plus loin, plus haut, et organise son premier « team-building » dans un lieu « branché » ! Osé ? Et oui, nous nous retrouverons dans un « accrobranche », accompagné d'un Coach « athlète de l'entreprise » -Philippe Remacle-, et d'une autre grande figure du sport emblématique de l'esprit d'équipe, avant de conclure par un dîner convivial. Notre moteur ? : accélérer la construction de nos liens forts, et dynamiser nos parcours professionnels.

Vous voulez oser l'aventure ?

Rdv sur notre site www.reseau-oudinot.com

Sommaire

VIS MA VIE

2 Marraine avec Parrains par mille

3 LU POUR VOUS

Business-modèles des Néo-banques : le coup d'état permanent.

VU POUR VOUS

- 4 Oser le conflit - Éviter la violence
- 5 Chasser son job : le dessous des cartes
- 6 En route vers les conseils d'administration. Pourquoi pas vous ?
- 7 Ateliers de Co-Développement : l'expertise exponentielle du groupe.

AUTOUR DE NOUS

- 8 Hydrogène, l'énergie du futur ?
- 9 Mon partenaire Chinois veut déjà renégocier ?
- 10 Les fantômes des entreprises *
- 11 Avec le programme Green20, la French Tech se met au vert !
- 12 Les grands patrons français racontent un an de crise.

ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

13 30 commissions au service du Réseau Oudinot !

14 TRUCS ET ASTUCES À VOS AGENDAS



VIS MA VIE

MARRAINE AVEC PARRAINS PAR MILLE



PAR SÉVERINE FLETCHER-COLOMBEL, DIRECTEUR DES ACHATS

Le but de l'association **Parrains Par mille** est d'accompagner des enfants, ado et jeunes adultes vulnérables pour **découvrir le monde autrement et (re)prendre confiance** en leurs capacités. Il s'agit de parrainage socio-culturel ou socio-professionnel, pas de soutien scolaire. L'association est présente dans plusieurs régions. Pour devenir Parrain ou Marraine on passe des entretiens avec un de ses responsables et une psychologue. Une fois la candidature validée, il faut suivre une formation en ligne. Puis un filleul vous est proposé et c'est le grand jour de la rencontre avec un peu la boule au ventre. J'ai la chance d'accompagner un garçon de 10 ans

prénomé Ewan. Il est très sportif et a besoin de beaucoup d'attention. Il est drôle, très intelligent et aime montrer ses connaissances. Le confinement a complexifié le parrainage mais je suis certaine que dans les prochains jours cela va s'arranger.

J'ai souhaité devenir marraine car je trouve intéressant de faire découvrir à des jeunes qui n'ont pas forcément la chance de pouvoir le faire des musées, des endroits insolites, de les sortir de leur quotidien, non pas pour remplacer leur famille mais pour les accompagner. Au fil de nos rendez-vous bimensuels, nos liens se renforcent. La confiance s'instaure.

Pour moi, ce parrainage est à la fois extrêmement fort mais aussi challengeant. J'ai trois enfants mais la relation se doit d'être totalement différente et j'ai eu de l'appréhension au début. J'aime le sourire d'Ewan quand nous nous rencontrons. Toujours demandeur, il a aussi envie de me montrer ce qu'il sait. Ce sont des moments de partage extraordinaires. La réciprocité est très importante.

En résumé, je ne peux que vous inciter à entrer dans une forme de parrainage très enrichissante et pourquoi pas au sein de Parrains par Mille ? ●





LU POUR VOUS

BUSINESS-MODELS DES NÉO-BANQUES : LE COUP D'ÉTAT PERMANENT.



PAR **FRANCK BESSON**
CONSULTANT MARQUE, STRATÉGIE DE COMMUNICATION



Alors qu'historiquement les entreprises étaient des producteurs d'actifs ou des fournisseurs de services, le besoin de croissance en Europe à partir de 2010, combiné au développement du digital, a fait émerger de nouveaux modèles : les créateurs de technologie et les opérateurs de plateforme.

On connaît le succès des Facebook, Alphabet, ou Just Eat : +20 % de croissance sur 5 ans (US, Europe, 2012-2017).

-C'est ce que nous explique pédagogiquement l'ouvrage collectif « **Une nouvelle ère du marketing ? L'impact des nouveaux business models** » (Ed. Pearson).

Les acteurs du secteur bancaire ont eux aussi bien compris

l'« uberisation » des business models, et les néo-banques sont vite apparues, remettant le client au centre, leur apportant rapidité, flexibilité, et disponibilité permanente, là où les banques traditionnelles pâtissaient encore de lourdeurs, voire de mépris envers leurs clients.

Le moment était venu pour des services personnalisés et digitalisés, fondés sur l'analyse des données en temps réel, directement sur le portable.

Le client au centre : la révolution permanente.

Ne raisonnant plus « offre produit » mais « expérience client », les modèles de fonctionnement des néo-banques doivent être réinventés en permanence pour

rester concurrentiels. Et les fintechs, ces start-ups développant des technologies au service de la finance, les y aident... ou les concurrencent ! Dans la pratique, la finance pèse plus de 4 % du PIB français et la France est le premier pays européen pour l'usage d'internet dans les services bancaires (Bque de France).

Selon Deloitte, l'avenir semble même être au « *beyond banking* » (au-delà du bancaire) : « *pas uniquement aider l'individu quand il a un besoin financier, mais se positionner et le conseiller en amont et en aval de ce besoin* ». ●

Linkedin : Franck Besson
[Cliquez ici](#)

VU POUR VOUS



LAURENT QUIVOGNE
COACH ET ACCOMPAGNEUR,
SPÉCIALISTE DU CONFLIT

PAR **DOMINIQUE MONDOLONI**
ANIMATRICE DE LA COMMISSION DES RICHESSES HUMAINES,
DRH ET COACH ORIENTÉE SOLUTIONS

OSER LE CONFLIT - ÉVITER LA VIOLENCE

Et si aller franco au conflit, au contact, permettait d'écartier la violence ?

Violence : abus de la force pour contraindre. C'est elle qui amène le conflit.

Conflit : opposition, divergence de points d'intérêt. Il est inhérent à toute relation : étant tous singuliers, nos besoins sont différents, souvent antagonistes.

Éviter le conflit, c'est laisser s'accumuler des énergies négatives (ressentiment, frustration...)

Le conflit, c'est ce que nous ne savons pas résoudre. C'est un désaccord qui nécessite un **ajustement** avec l'autre. Apprendre à s'ajuster dans sa

relation à autrui, c'est la clé. Écouter l'intention, la perception, et faire vivre le cadre. Sinon, on augmente la violence.

Ce qui suppose d'écouter l'autre, et d'exprimer qui nous sommes, ce que nous voulons.

La méthode ?

D'abord, ralentir : suspendre son jugement. Car souvent, nous réagissons trop vite.

Ensuite, s'interroger sur les faits : de quoi parle-t-on ? Sur quelle réalité peut-on s'accorder ?

Les besoins sont « dépliés ». Chacun exprime en « je » son besoin concret et factuel. Et on regarde ensemble ce qui nous réunit, et ce qui nous oppose.

Enfin, « monter au balcon ». Quitter le terrain de la confrontation pour se hisser au niveau de la relation : que se passe-t-il entre nous ? Qu'est-ce qui se joue ? Le fait de commenter la scène apaise le climat.

En laissant apparaître nos besoins antagonistes, nous savons vraiment qui nous sommes, l'un et l'autre, et où nous voulons aller.

Donc le conflit, c'est la voie vers LA rencontre authentique.

Et **LA rencontre authentique**, c'est fondamentalement **LA source de joie**.

CQFD ! ●

VU POUR VOUS



PAR PHILIPPE TURA
DIRECTEUR ACHATS

CHASSER SON JOB : LE DESSOUS DES CARTES

Ane Stephan travaille au sein du cabinet ADEO Research, spécialiste du « sourcing de candidats ». Ce cabinet recherche des candidats aux profils rares pour les cabinets de chasse. Elle a présenté le 4 mai aux membres du Réseau Oudinot les techniques de recherche de candidats utilisées pour les cabinets de chasse. Nous avons pu vivre en direct « l'envers du décor » expliqué par une spécialiste.

Segmentation des 1 800 cabinets français tout d'abord :

- Comment et où les trouver à partir des sites (Cercomm...)?
- Comment les cibler suivant leurs spécialités ?
- Qui cibler dans ces cabinets ? Le chargé de recherche est le pivot car c'est lui qui est l'opérationnel

de l'approche des candidats, qui propose la première liste de candidats.

Comment atteindre les cibles identifiées grâce à LinkedIn ?

Anne Stéphan réalise alors « en live » une série de recherches en montrant quelques-uns de ses secrets, dont l'utilisation de critères combinés avec des opérateurs booléens. Et ils sont efficaces !

Comment approcher ces cibles ensuite. Anne Stephan a une recommandation majeure, « oser contacter son réseau avec qualité » : mail personnalisé, sans erreur de ciblage, relance du destinataire... Ses conseils visent à obtenir un rendez-vous avec un consultant. Réussir cet entretien, nécessite ensuite de la réciprocité : le candidat par sa

connaissance du marché, par son réseau peut aider le consultant. Il faut qu'il le lui montre.

Comment entretenir son réseau ensuite : mail envoyé au retour des vacances d'été par exemple pour indiquer sa disponibilité et garder le lien crée. En effet, son réseau s'entretient.

Enfin se tenir au courant de l'actualité d'une entreprise ou d'un personne grâce à twitter ou LinkedIn et le montrer. Nous n'avons pas tous ce réflexe.

Pour connaître le dessous des cartes des chasseurs de jobs rendez-vous aux membres du réseau Oudinot sur l'intranet pour regarder l'enregistrement de cet évènement ! ●

VU POUR VOUS



PAR STÉPHANE PEYRÉ
BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER

EN ROUTE VERS LES CONSEILS D'ADMINISTRATION POURQUOI PAS VOUS ?

La **Gouvernance** concerne toutes les Entreprises (cotées et non cotées), associations,...

Elle définit l'orientation de l'entité et contrôle la mise en oeuvre de sa stratégie, décide des restructurations et croissance externe, contrôle les informations fournies aux actionnaires, clients, salariés... À ce titre, elle garantit l'intérêt social de l'entreprise, contrôle et accompagne les dirigeants dans la croissance (stratégie, contre-pouvoir (on nomme le dirigeant, pérennité de l'activité,...)).

Afin de développer l'entreprise et de la transmettre, vous pouvez rencontrer 2 types de gouvernance :

- **formelle** : gouvernance obligatoire (selon statut => SA et SAS)

- **informelle** : libre choix du dirigeant

Comment est composé un Conseil d'Administration ?

- Pluralité des compétences en terme de savoir-faire (international, digital, réseaux...) comme de savoir-être (écoute, bienveillance, respect...).
- Diversité (loi Copé-Zimmermann en 2011) : actuellement 46 % des membres d'un Conseil d'entreprises cotées en France sont des femmes à travers différents comités (RSE, cybersécurité, RH, juridique,...).

Qualités d'un(e) bon administrateur :

Il/elle doit être aligné(e) avec les valeurs de l'entité et apporter une expertise complémentaire à un Conseil. Avec curiosité et courage, il/elle défend l'intérêt social et cherche

à améliorer continuellement la gouvernance (loi Pacte, RSE...).

Un poste d'Administrateur n'est pas un job et sa rémunération, non-obligatoire, varie en fonction de sa présence et assiduité en Conseil.

Pour trouver votre prochain mandat, n'hésitez pas à :

- consulter l'IFA, AMF, APIA, ECODA, HCGE,...
- animer votre réseau... après avoir ciblé les 3 entreprises sur vos 3 secteurs de rêve
- « fouiller » LinkedIn pour y trouver les décideurs de ces 9 sociétés et rajouter sur votre profil votre intérêt pour un mandat d'Administrateur
- approcher les rares cabinets et fonds d'investissement spécialisés. ●

VU POUR VOUS



PAR FRANCK BESSON
CONSULTANT MARQUE, STRATÉGIE DE COMMUNICATION

ATELIERS DE CO-DÉVELOPPEMENT : L'EXPERTISE EXPONENTIELLE DU GROUPE.

Lundi 17 Mai, 18h30 : mon premier **Atelier de Co-Développement**. Présentation attirante : « profiter de l'intelligence collective, du regard extérieur d'un groupe bienveillant, pour avancer sur un projet qui ne se déroule pas comme prévu ou tout simplement se remettre en action ».

Nous sommes 6, dont Karine et Antoine, animateurs très pros et chaleureux, qui nous expliquent le bon fonctionnement : chacun se présente, ainsi que son projet ou problème à résoudre, et l'on vote pour le « client » qu'on a le plus envie de conseiller. Celui-ci est alors bombardé de questions de clarification, qui doivent rester bienveillantes et ne pas apporter de solution à ce stade. Ces questions sont déjà autant

de nouvelles perspectives pour l'intéressé, qui au bout de 15 minutes, va redéfinir son problème à résoudre, ou selon le terme établi, « reformuler son contrat de séance ».

La force de cet atelier peut ainsi se résumer par l'équation suivante :

puissance collective du groupe
> Σ **puissance individuelle des membres qui le composent.**

Et là, encore plus puissante que précédemment, la force exponentielle du groupe accélère. Chacun rebondit sur la proposition du précédent, les reformulations de l'offre du « client » et les conseils s'affinent à la vitesse de la lumière !

« Définir le critère discriminant dans sa façon de faire, quelle est la « transformation » apportée, la valeur

ajoutée ? Susciter la confiance à des prospects qui ont peur, packager son offre pour simplifier l'acte d'achat... »

L'accélérateur de particules qu'est le groupe atteint sa vitesse maximale, permettant au « client » de définir les 3 particules élémentaires, les 3 actions à faire après l'atelier pour constituer le noyau de son offre.

Presque essouffés par le rythme atteint (J), les participants énoncent leur apprentissage de l'atelier, et attendent ardemment les prochains dès septembre pour recommencer cette expérience enthousiasmante ! ●

LinkedIn : Franck Besson
[Cliquez ici](#)



PAR PHILIPPE-JEAN FIEDLER
SÉNIOR EXECUTIVE PERFORMANCE COACH - CONFÉRENCIER

AUTOUR DE NOUS

HYDROGÈNE, L'ÉNERGIE DU FUTUR ?

L'hydrogène (H), n'est pas un sujet écologique. Il relève de la géopolitique qui parfois pousse à la géostratégie, touche l'économie mondiale et les très délicats équilibres des nations.

Bref, les énergies fossiles sont vouées à disparaître car elles polluent et se raréfient. Encore que, la science faisant des progrès à pas de géant, il n'est pas interdit de penser que l'Homme trouvera encore un moyen de maltraiter Gaïa.

Je ne ferais pas la démonstration du procédé de fabrication de l'Hydrogène. En 1 800 caractères, impossible.

L'H est partout dans la nature, dans les hydrocarbures, dans l'eau, le soleil, les étoiles. C'est une ressource

abondante. L'H a cependant besoin d'énergie pour être produit.

On parle de l'H Gris, Bleu, Jaune & vert. Le Gris issu des énergies fossiles (2020 +de 90 % de la production). Le Bleu est identique sauf que les émissions de CO₂, le truc qui tue, est capturé pour limiter sa dissipation. Puis vient le Jaune/Vert qui sert au procédé d'électrolyse de l'eau (pour récupérer le dihydrogène H₂). Jaune car l'énergie bas carbone utilisée vient du nucléaire, Vert car l'énergie vient du renouvelable. Encore faut-il s'entendre sur la pollution générée ou non des éoliennes (sic).

L'avantage de l'H par rapport aux énergies renouvelables est qu'il se stocke et qu'il rejette dans l'atmosphère, de la vapeur d'eau.

Son utilisation est possible pour les gros (avions, bateaux, camions), reste controversé pour les petits (voiture, investissement).

Deux détracteurs emblématiques, Elon Musk et le PDG de Volkswagen. Le fait qu'ils aient investi massivement dans l'électrique n'a évidemment aucun rapport.

Futur or No Futur ?

Futur, s'il est associé à d'autres formes d'énergies décarbonées pour être produit et que la volonté politique et industrielle se rejoignent.

*Quod tandem, Hoc illud est quod puto*¹. ●

¹ tributis serviens au Professeur Rollin

LinkedIn : Philippe-Jean FIEDLER
[Cliquez ici](#)



PAR JEAN-LUC ROSSIGNOL
DIRECTEUR MARKETING ET
BUSINESS DÉVELOPPEMENT



AUTOUR DE NOUS

MON PARTENAIRE CHINOIS VEUT DÉJÀ RENÉGOCIER ?

Vous avez bien préparé votre projet de développement (cf. newsletter de janvier) ; vous avez compris la formation du prix de vente (cf. newsletter de février) ; vous avez saisi les enjeux du digital (cf. newsletter de mars) et vous savez que les consommateurs Chinois d'aujourd'hui ne sont plus ceux d'il y a 10 ans (cf. newsletter d'avril). **Mais rien ne se passe ! Pourquoi ? Deux cas de figures : Au mieux la négociation n'est pas terminée, au pire votre partenaire n'est plus intéressé.**

Il souhaite renégocier : En Chine un contrat paraphé est considéré comme un projet. Il reste une forme de déclaration d'intention, la base pour une relation commerciale de

confiance mais **il faut être prêt à le modifier, à l'adapter aux conditions du moment.** La culture Chinoise s'adapte très bien au flou, à la notion de transition d'un état à un autre, au changement permanent à l'inverse de la culture occidentale qui a besoin d'un point fixe, d'un début et d'une fin, d'un avant et d'un après. **Le Tao (道), la voie, le chemin,** est une notion floue, changeante et est une des bases de la culture Chinoise. Aussi comme l'a commenté un patron français : « Comme dans un contrat de mariage, tout ce qui se passe avant et après est bien plus important finalement que le papier qu'on a signé ».

Très souvent votre partenaire ne vous fera pas comprendre directement qu'il souhaite renégocier, pour ne pas vous faire perdre la face. Il ne faut pas entrer dans un rapport force car il a signé un contrat et doit l'honorer mais entrer dans cette démarche du **Guanxi (关系) : « Nous sommes dans le même réseau, nous devons nous entraider, que devons-nous faire ? ».** S'il ne répond pas à cette relance, alors **il est passé à autre chose.** Les importateurs ont accès à de très nombreuses marques car tout le monde veut venir en Chine. Il a donc donné la priorité à une autre marque. **Là encore, le contrat signé ne l'engage pas. C'était juste une première étape... ●**



PAR OLIVIA MIKOL, HEAD OF GROUP PEOPLE GROW AT ALBELLI (MONALBUMPHOTO.FR)

AUTOUR DE NOUS

LES FANTÔMES DES ENTREPRISES *

« Nos vies quotidiennes, organisationnelles comme sociales, ne sont pas limitées à des interactions et collaborations matérielles, entre acteurs physiquement présents » : il peut arriver qu'elles cohabitent, parfois, avec des sortes de fantômes... De nombreuses figures charismatiques (Christian Dior, Steve Jobs...) laissent une empreinte fascinante et ce, même après leur disparition, des années plus tard.

Pourquoi ?

« Une personne absente peut conserver une influence sur le quotidien d'une entreprise » : c'est très palpable chez Apple par exemple, où le bureau de Steve Jobs est resté tel quel après sa disparition !

Chez Dior, ce sont les salariés eux-mêmes qui parlent de son créateur Christian, et l'appellent même encore, parfois, par son surnom : « Cricri ». Le poids de l'héritage est lourd pour les successeurs de ces personnages emblématiques... faut-il faire différemment ? à l'identique ? comment le travail de création peut-il, (mais le doit-il ?) être dans la mouvance du fondateur, si c'est une autre personne qui prend le relais ? comment respecter la tradition, tout en y injectant une touche de modernité, pour coller à la société qui évolue ? Autant de questions aux réponses difficiles, parfois impossibles.

En tout état de cause, pour gérer ces « fantômes », mieux vaut les saisir, « les accueillir pour mieux les rencontrer, d'arriver à leur répondre ou à s'en défaire. Il s'agira donc surtout de ne pas les ignorer, de ne pas nier leur présence, car on se priverait alors de leur source d'inspiration, des défis qu'ils nous lancent, et de l'ancrage qu'ils permettent dans l'histoire et la culture de l'organisation. Être hanté par Christian Dior, c'est finalement un signe que l'on fait alors réellement partie de la maison »... ●

* Source : article de Yoann Bazin, Professeur en Ethique des affaires, paru dans Madyness (28 mars 2021)

FRENCH TECH GREEN20



PAR JEAN-MICHEL HUA, DIRECTEUR EXPÉRIENCE CLIENT

AUTOUR DE NOUS

AVEC LE PROGRAMME GREEN20, LA FRENCH TECH SE MET AU VERT !

Chacun sait que La transition écologique fait partie des principaux enjeux de la société actuelle.

Le gouvernement a dévoilé le 3 mai dernier le **nouveau programme « French Tech - Green20 »** qui a pour objectif d'accompagner 20 startups aussi vertes que tech à devenir des « *leaders technologiques de la transition écologique* ».

Lancée fin 2020, la dynamique French Tech for the Planet vise à renforcer la place des enjeux environnementaux dans la stratégie French Tech et Green20 en est le 1^{er} volet.

Les 20 startups, choisies parmi 200 candidates, l'ont été en raison de l'impact environnemental de leurs

solutions et de leur capacité à les déployer à grande échelle.

Certaines ont la capacité de devenir de futurs leaders internationaux dans leur secteur. L'objectif est de les aider à accélérer leur développement en France comme à l'international.

Les 20 startups greentech sélectionnées bénéficieront ainsi de l'accompagnement de la Mission French Tech qui travaille de façon rapprochée avec les équipes du Ministère de la Transition écologique. Outre le booster de visibilité, l'accompagnement renforcé des services de l'Etat couvre un spectre complet d'aide et de conseil allant du financement au développement international en passant par la

réglementation, le recrutement de talents ou les achats.

Sur les vingt retenues, la moitié des startups sont localisées en dehors de l'Île-de-France et un quart ont été fondées par des femmes.

Chacune apporte « *des solutions innovantes à différents enjeux allant de la lutte contre pollution de l'air, à la rénovation énergétique, ou encore la végétalisation des villes* ». Certaines interviennent également dans le secteur agroalimentaire et beaucoup travaillent sur de processus industriels complexes.

La prochaine licorne française sera peut-être verte... ●



PAR FRANCK BESSON
CONSULTANT MARQUE, STRATÉGIE DE COMMUNICATION

AUTOUR DE NOUS

LES GRANDS PATRONS FRANÇAIS RACONTENT UN AN DE CRISE.

Comment les grands patrons d'entreprises ont-ils vécu la crise du Covid 19 de l'intérieur ?

La société Perles d'Histoire, agence d'ingénierie archivistique, a interrogé plus de 40 dirigeants de grands & moyens groupes français (ADP, Air France, Lemoine, Pomona, Renault, Sodexo, Total, ...).

Avant 2020, les organisations avaient bien des procédures de crise rodées (catastrophe industrielle, cyberattaque, ...), mais n'étaient pas prêtes au scénario d'une pandémie qui affecte à la fois tous les collaborateurs et toute la chaîne de valeur de l'entreprise, en se doublant d'une crise économique liée à une baisse d'activité.

Un contexte de flou constant, un devoir d'humilité.

C'est l'intégralité du fonctionnement des entreprises qui a dû être revue, dans un contexte particulièrement anxiogène et tendu dont le dirigeant devait tenir compte. Les dirigeants ont dû faire preuve d'humilité, comme le rappelle l'un d'eux : « *En trois jours, du fait de la fermeture des écoles et des entreprises, on a perdu 60% de notre CA. On s'est rendu alors compte de la violence de la crise.* ». Plusieurs évoquent l'importance du digital, qui a « permis de réagir à la crise », en facilitant le télétravail et le maintien de la relation-clients. Sont évoquées aussi la fonction RH et de bonnes relations personnelles entre la direction et les parties prenantes (équipes dirigeantes, syndicats, etc).

Enfin, un grand sentiment de fierté apparaît concernant la résilience de leur organisation, l'adaptabilité des équipes, l'implication et la solidarité de tous.

« *Le partage des expériences va renforcer notre aptitude à tirer des leçons. La pédagogie de l'anticipation sera l'une des clés de la formation des dirigeants de demain* », souligne Frank Bournois, DG de ESCP, partenaire académique de l'initiative. ●

Linkedin : Franck Besson

[Cliquez ici](#)

**Site internet :
THE CONVERSATION**

[Cliquez ici](#)



ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

30 COMMISSIONS AU SERVICE DU RÉSEAU OUDINOT !



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

Deux ans après le 1^{er} article, que deviennent nos commissions ? Nombreuses sont restées, mais surtout de nouvelles se sont créées. Nous n'arrêtons pas l'engagement de nos membres ! Ainsi, il existe **6 formats de commissions** rebaptisées pour l'occasion :

8 Commissions de « gouvernance »

Recrutement & intégration	Équipe Recruteurs Parrains	Mécénat	Opé événementielles	Les « Rendez-vous de l'éco »	Newsletters	Communication Marketing & Digital	Pilotage commissions
---------------------------	----------------------------	---------	---------------------	------------------------------	-------------	-----------------------------------	----------------------

Elles contribuent au bon déroulement, au développement et au rayonnement du réseau.

7 Commissions « opérationnelles » métiers et secteurs

Distribution & Grde Consommation	Numérique	Santé et Beauté	Finance	RH	RSE	Groupes Interactifs métiers de DG, DirCom, DSI, Dir. Achats
----------------------------------	-----------	-----------------	---------	----	-----	---

Lieux de partages réguliers entre les membres. Ils « vivent » ces temps de façon récurrente et échangent entre eux, font des propositions et construisent ensemble thématiques conférenciers, expertises.

4 Commissions de « statuts d'emploi »

Manager son emploi	Reprise & création d'Entreprise	Managers de Transition	Temps Partagé	Club des Prestataires de Services
--------------------	---------------------------------	------------------------	---------------	-----------------------------------

Elle propose son expertise aux entreprises

2 Commissions « internationales »

CCI Internationales et la commission DACH	Franco-Allemagne-Suisse-Autriche
---	----------------------------------

Elle développe son réseau au travers de ces partenariats.

5 Ateliers et Formations

Atelier Fondamentaux du Networking	Speed Networking	Atelier LinkedIn	Atelier Co-développement	Groupes Mastermind
------------------------------------	------------------	------------------	--------------------------	--------------------

Elle favorise un retour de l'emploi. Il s'agit de temps structurants & formateurs : le membre le « vit » 1 fois.

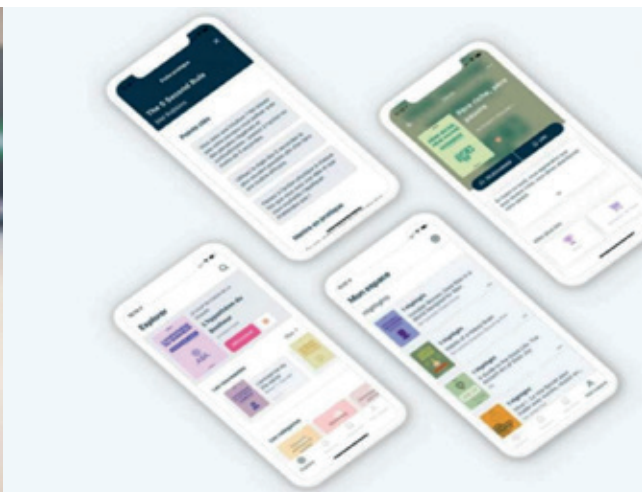
Et enfin 3 Groupes techniques

Bons Plans	Whatsapp	Xerfi
------------	----------	-------

Près de 30 commissions qui participent au dynamisme de notre réseau et permettent à nos membres de rester dans leur dynamique de carrière ! ●



TRUCS ET ASTUCES



Comment découvrir le contenu de livres professionnels en moins de 20 mn

L'application Koober propose une solution simple et efficace à travers **8 catégories** :

« Management et leadership, " Economie " »... en mettant à disposition des lecteurs un résumé, pour une lecture rapide.

L'application est payante mais c'est un bon moyen pour ne pas perdre de temps et découvrir des sujets professionnels quitte à les approfondir ensuite...

À VOS AGENDAS



PROCHAINE MENSUELLE (ZOOM)
le 29 juin en visioconférence



7 JUIN À 18H30

INTERVENTION EXCEPTIONNELLE EN VISIOCONFÉRENCE

François-Xavier Oliveau...

Centrale Paris, Sciences Po, Harvard, DG de Lucibel, auteur de « **La crise de l'abondance** ».

14 JUIN À 19H00

PERFORMANCE ET ENGAGEMENT

Visioconférence animée par **Pascal Demurger**, DG de la MAIF – 1^{er} des « RDV de l'éco du Réseau Oudinot », ouvert aux non-membres.

17 JUIN À 18H00

VIVE LE PRÉSENTIEL - LE RÉSEAU OUDINOT SE DÉCONFINE

Team building (lieu proche de la gare Montparnasse) avec **intervention d'une grande figure du sport** + dîner en extérieur.