

Mars 2008

# Newsletter Chaire VSM

## *Edito d'Eric Mongrolle*

Cette fois c'est bien parti. Les Teams de la Promo 21 ont commencé les recherches autour du thème retenu pour la journée interprofessionnelle du **22 Mai**.

Les nouveaux impératifs de défense de l'environnement du développement durable et de l'éthique peuvent-ils devenir des avantages concurrentiels ?

Le thème, finalement, ne sera peut-être pas formulé de cette façon, car nous n'en sommes pas encore aux propositions, car occupés à cerner les limites et les implications de ce sujet, à la fois très vaste et très « mode ».

Nous sommes par ailleurs conscients de l'aspect incantatoire et à la limite dangereux de certains aspects des exigences formulées et des risques réels de régression économique peu acceptables qui seraient leurs conséquences en cas d'application.

Aussi avons-nous sollicité plusieurs professionnels qui feront l'amitié de nous aider dans notre démarche prospective et nous recherchons auprès de plusieurs entreprises des exemples concrets de prise en compte des impératifs et des réels avantages qui en résultent sur le plan économique et humain.

Les étudiants de la Promo 21 auront le **22 Mai** le redoutable honneur de vous présenter le résultat de leurs recherches, leurs rapports d'étonnement et les exemples qu'ils auront récoltés.

C'est pourquoi nous comptons beaucoup sur vous pour venir en grand nombre à cette journée du **22 Mai** à Cergy et que nous vous convions d'inscrire d'ores et déjà dans vos agendas.

Le **22 Mai 2008** aura lieu notre **JOURNEE DE PROSPECTIVE**  
autour du thème :

*« Les pratiques du développement durable entreprise :  
Impasses, chemins de traverse et voies royales »*

Comment réconcilier l'entreprise et l'individu à travers le développement durable ? Comment intégrer le développement durable à son business ? Faut-il sacrifier la rentabilité sur l'autel du développement durable

**Venez nombreux pour échanger sur cette problématique d'actualité !**

L'Association de l'ESCP « Rue des Enfants » a organisé cette conférence le 12 février 2008 dans le cadre de la journée de sensibilisation au développement durable au sein de l'ESCP. L'objet de cette conférence est d'informer les étudiants et toute personne intéressée par le sujet des liens entre développement durable (dans son sens large) et compétitivité des entreprises. Pourquoi les entreprises sont amenées aujourd'hui à réfléchir sur le sujet? Comment peuvent-elles l'intégrer à leur stratégie et activité?

Depuis 1987, l'expression « développement durable » s'est répandue dans le monde entier.

Le Programme des Nations Unies pour l'environnement indique que les menaces les plus graves pour la planète, notamment le changement climatique, le taux d'extinction des espèces et le défi consistant à alimenter une population croissante figurent parmi les nombreux problèmes qui n'ont pas été résolus et qui mettent l'humanité en danger.

Ne pas traiter ces problèmes persistants peut selon le PNUE anéantir tous les progrès accomplis pour les questions plus simples et menacer la survie même de l'humanité. Mais il insiste : "L'objectif n'est pas de présenter un scénario catastrophe, mais un appel urgent à l'action." Ainsi, il s'agit d'optimiser les ressources.

En outre, des agences de rating notent les entreprises selon des critères sociaux et environnementaux. Elles déterminent à partir de différents critères (qui composent leur méthode de notation) le "niveau de responsabilité" de l'entreprise face au développement durable. Historiquement, le secteur de la notation sociale et environnementale a vu le jour en France en 1997, année de la création d'Arese. Entreprises et collectivités territoriales ont aujourd'hui recours à ces notations. Un des critères pour ces agences est l'adhésion de l'entreprise au Pacte mondial de l'ONU, une charte de bonne conduite de l'ONU. En France, la Charte de l'environnement appartient à la Constitution (article 6).

## « 1 semaine, 1 vendeur »

Du 25 au 29 février, les étudiants ont suivi des vendeurs, au sein des entreprises partenaires de la Chaire. Voici quelques expériences vécues par certains d'entre nous :



La semaine "1 semaine-1 vendeur" s'est déroulée chez JM Bruneau appartenant au Groupe 3 Suisses International. Cette semaine de découverte nous a permis de mieux comprendre l'univers de la vente à distance. Nous avons réalisé des livraisons, des écoutes clientèle, une opération client mystère. Nous avons rencontré plusieurs interlocuteurs de l'entreprise allant du livreur, au directeur général en passant par la directrice marketing. Dans le métier de la vente à distance, le client n'est pas en lien direct avec l'entreprise. C'est un gros challenge, c'est pourquoi JM Bruneau se doit d'être à l'écoute de ses clients et leur proposer de multiples services.

La semaine s'est très bien déroulée et s'est avérée très formatrice. La responsable des ventes en charge de 45 points de vente distribuant les produits Procter (Ariel, Dash 2 en 1, Mr Propre, Pringles, Duracell...), m'a initiée à son métier et au terrain en m'emmenant en magasin et en me faisant rencontrer ses interlocuteurs quotidiens (directeurs de magasin, chefs de rayon, gérants).

Résultat : une vision beaucoup plus claire des problématiques terrain (merchandising, mise en place promotions,...) et commerciales dans leur ensemble (référencement produits, vente de nouvelles gammes, négociations,...)!



Concernant notre semaine chez Michelin, celle-ci s'est déroulée en 2 phases.

Tout d'abord, les 3 jours terrain nous ont permis de suivre le vendeur dans ses rendez vous clients (environ 5 ou 6 par jour) eux-mêmes repartis entre les négociants spécialisés (les acheteurs de pneus, revendeurs) et les clients Utilisateurs (consommateurs finaux, autrement dit des entreprises de transport). Nous avons particulièrement apprécié la diversité de ces rendez-vous qui nous aussi permis d'appréhender une organisation commerciale innovante. Ces 3 jours furent suivis d'une expérience au siège, afin cette fois-ci de faire le tour des métiers de soutien (logistique, administratif, comptable, etc.) des vendeurs terrain.

Nous avons été marqués par la structure et l'excellent suivi (en termes d'indicateur de performance et d'outil de motivation) mis en place, ainsi que par la dimension humaine de cette entreprise et l'importance donnée au développement personnel et à l'épanouissement de ses employés.



Chez Xerox, nous rencontrons chaque jour un commercial différent, terrain ou téléweb qui nous transmettait sa vision du métier de commercial en général et chez Xerox en particulier. Nous avons eu l'occasion de faire des visites de clientèle grands comptes mais aussi des visites de prospection. Ainsi, nous avons pu voir concrètement les différents aspects du métier de vendeur, au-delà de la théorie, en effet beaucoup de points abordés en cours ont pu être éclaircis durant cette semaine.



Notre semaine avec un vendeur s'est déroulée dans une succursale de Renault à Montreuil. Après avoir été accueillis par le Directeur de la succursale, nous avons passé notre journée avec un vendeur magasin. Lors de notre deuxième journée, nous avons suivi un vendeur Secteur Véhicules Neufs, qui est également conseiller commercial pour les agents Renault dont il est responsable. Durant toute la fin de la semaine, nous avons suivi un vendeur Secteur Pièces Détachées, visité les garages de Paris et leur service après vente. Cette semaine aux côtés des vendeurs fut très enrichissante. Nous avons découvert des métiers qui nous étaient jusque là encore inconnus et la structure de la Direction Commerciale de Renault.



Notre semaine à Gaz de France s'est avérée très enrichissante tant sur les plans professionnels qu'humains. Cette semaine nous a permis de mieux comprendre le fonctionnement de Gaz de France, en particulier PROVALYS, le pôle Performance énergétique, la segmentation par canal de vente, les différentes offres en B to B, mais également les nouvelles relations entre fournisseurs, distributeurs et transporteur, à la suite de l'ouverture récente du marché énergétique. Nous avons eu l'opportunité de découvrir l'ensemble des services se trouvant aussi bien en back qu'en front office, à savoir les pôles ressources humaines, qualité, facturation, clientèle, vente, etc. Par ailleurs, les échanges que nous avons eus avec les différents collaborateurs de Gaz de France nous ont beaucoup apporté. L'entreprise est résolument tournée vers l'humain et favorise une grande mobilité interne, source de valorisation des compétences.



## Missions de Conseil.....quelques news...



Un point a été établi le mercredi 12 mars. Nous sommes en train de finaliser les questionnaires prospects et clients ainsi que les listes des entreprises à contacter (farming et hunting) afin de commencer la mission. Les entretiens auprès de 36 entreprises débuteront la semaine du 24 mars.



Concernant la mission de conseil Michelin, nous avons eu l'occasion pendant notre passage au siège de rencontrer le département juridique afin de comprendre les différents enjeux de la problématique. Ainsi, nous avons débriefé avec notre tuteur de mission afin d'élaguer les pistes qui avaient pu germer.

A temps régulier (idéalement toutes les semaines), nous envoyons un compte-rendu de nos avancées, à la responsable de notre projet, Liza Ducreux. Nous réalisons également des reportings réguliers téléphoniques.

Dans le cadre de notre mission, nous travaillons actuellement à un benchmarking. En outre, nous avons défini récemment la méthodologie avec laquelle nous allons travailler les trois prochains mois.

Enfin, nous avons déjà eu l'opportunité de rencontrer la responsable de notre mission lors du forum ESSEC et aurons l'occasion de rencontrer l'ensemble de son équipe, le 20 mars, lors d'une visite à la Direction Marketing de GDF.

Lors de notre premier rendez-vous chez Renault, nous avons défini le Web 2.0, le benchmark constructeurs automobile et grande conso. A l'occasion du second entretien, nous avons parlé des attentes des marques et des internautes en terme de web 2.0, ainsi que des outils d'évaluation des campagnes web 2.0. Enfin, pour ce qui est du prochain rendez-vous, nous évoquerons le squelette du document final autour des valeurs de la marque Renault et la classification des outils web 2.0.

Nous travaillons sur un benchmark du marché des lessives et sur les différentes méthodes promotionnelles mais pas de deadline de rendu fixé. Pas de travaux achevés pour le moment.

Nos 2 derniers rendez-vous au siège ont été annulés par Alexis Guffroy à cause des négociations récentes et intenses encore en cours avec les distributeurs. Actuellement, nous sommes en train de planifier un nouveau rendez-vous avec notre interlocuteur.

Suite à la semaine « 1 vendeur » chez JM Bruneau, nous sommes actuellement en train d'effectuer des recherches, chacun de notre côté, sur la problématique de notre mission de conseil.

**Le Repas des Anciens** aura lieu le **jeudi 27 mars**  
à la **Maison des ESSEC à partir de 19h30.**

### **Coordonnées :**

Maison des ESSEC  
70 Rue Cortambert  
75116 Paris

[www.essec.net.com](http://www.essec.net.com)

**Nous aurons le plaisir de vous retrouver très nombreux !**





## *Compte-rendu Conférence ESSEC : La Responsabilité Sociale de l'entreprise.*



Intégrer la responsabilité sociale et économique constitue un enjeu majeur pour les entreprises. Bien qu'il s'agisse à prime abord d'une contrainte, il n'en est pas moins vrai qu'il s'agit d'un levier de performance et d'une forme de développement durable pour l'entreprise. Pour cela, entreprises et institutions doivent travailler main dans la main.

Trois ateliers ont été organisés afin de traiter de la mise en place de la RSE au sein des grands groupes et des PME. Animé par Vivianne de Beaucourt, le 1<sup>er</sup> atelier traite des efforts des entreprises qui passent notamment par la rédaction et diffusion de chartes. Dans le second atelier portant sur la gouvernance d'entreprise, Philippe Zarlowski parle de la nécessité de mettre en place des indicateurs afin de mesurer les résultats des politiques menées, en comparaison des objectifs.

Enfin, une table ronde a clôturé la journée. Elle a porté sur la formation des collaborateurs et des dirigeants à la RSE. Plusieurs problématiques ont été soulevées telles que la nécessité d'obtenir des résultats dans un court délai, alors que les politiques sont planifiées sur le court, moyen et long terme. Au cours de cette table ronde, Pierre Dutrieu de la Caisse d'Épargne a évoqué l'indispensable pédagogie en termes de transmission d'informations financières et bancaires au client.

Pour Olivier Stephanopoli (Exane) les comportements constituent un fort enjeu pour une PME. C'est pourquoi, il propose un scénario win-win entre l'ESSEC et sa société, qui permettrait aux dirigeants d'assimiler ces valeurs. Alexis Angot, quant à elle, estime qu'il serait intéressant de considérer que la RSE et le développement durable ne doivent pas faire l'objet de cours mais faire parties de la vie quotidienne des étudiants. Sur ce point, Pierre Tapis estime que la liberté des étudiants prévaut. Face à des entreprises de plus en plus puissantes et présentes dans le domaine public et au scepticisme des consommateurs en ce qui concerne leurs valeurs et éthique, il est plus que jamais indispensable de penser responsabilité sociale et économique.

**La Team Newsletter aura le plaisir de vous retrouver au mois d'avril avec d'autres news sur la Chaire !!  
Thomas BENHAMOU - Joel BLIN - Anne-France DEYBER**