



**Le meilleur
des événements,
des interventions,
des conférences et
des salons vus par les
membres du G.C.I.C.
mis à votre disposition.**

Cette publication, réalisée et diffusée en Mai 2013, reflète la perception et l'opinion du G.C.I.C. à la date de sa diffusion. Elle est réalisée à titre purement informatif et n'engage que ses auteurs.

« GENERATION Y ET ENTREPRISE :

LE CHOC DES GENERATIONS N'AURA PAS LIEU »

Le père de la notion de Génération Y en France, Benjamin Chaminade, a voulu présenter la Génération Y sous un angle volontairement provocateur et faire prendre conscience de façon participative que l'opposition entre Génération X (voire antérieure) et Génération Y n'existe que d'un point de vue commercial et marketing.

Le Jeudi 11 avril, dans l'amphithéâtre du CESI de Mont Saint-Aignan, l'antenne régionale de l'association « Femmes Chefs d'Entreprises » a accueilli Monsieur Benjamin Chaminade devant un auditoire d'une soixantaine de personnes.

Débutée avec un quart d'heure de retard afin de prendre en compte les problèmes de circulation actuels à Rouen et ses alentours, Monsieur Chaminade a consacré une heure et demie à la Génération Y, avec ce titre volontairement interrogatif voire provocateur :

« Génération Y : Le choc des générations n'aura pas lieu ! »



FCE Normandie

Madame Clotilde Vaissaire Agard
22 avenue Gallieni
76130 Mont Saint-Aignan
Mail : fcenormandie@gmail.com

<http://fr.linkedin.com/in/clovaissaire>
<http://fr.viadeo.com/fr/profile/clotilde.vaissaire>



CESI

1 rue G. Marconi
Parc de la Vatine
76130 Mont Saint-Aignan
France

Tél : 02 35 59 66 20
Fax : 02 35 59 94 62
www.cesi-entreprises.fr

Présentation du conférencier : Benjamin CHAMINADE



B. Chaminade aide les entreprises à faire évoluer leurs pratiques de gestion des talents, de management, de Ressources Humaines, de vente et de marketing liées aux nouveaux comportements, aux nouvelles technologies et aux nouveaux usages.

Surtout connu en France pour avoir parlé, le premier, de la Génération Y et de sa culture associée, son véritable rôle est d'assister les PME et les grandes organisations – françaises et internationales – à identifier les tendances actuelles pour trouver des opportunités de développement où les autres n'en voient pas.

Ses clients – PME et grandes entreprises – parmi lesquels comptent Accenture, Airbus, AXA, British Telecom, Christian Dior, Club Med, le Conseil de l'Union Européenne, Danone, Décathlon, le Ministère de la Défense, Disneyland Paris ou Vinci, etc. – l'ont engagé pour challenger leurs pratiques, sortir du copier-coller et identifier de nouvelles sources de profits.

« De « futurologue » à « maintenantologue »

Il a toujours eu du mal à définir son métier en peu de mots car il se réinvente sans cesse. Tantôt

- « Architecte RH », il aide les entreprises à définir et établir leurs process RH,
- « Asskicker », il insuffle la volonté de changement dans les organisations en décryptant les mouvements en jeux
- « TrendSetter », il aide les chefs d'entreprises à identifier les tendances qui les concernent.

Il aide donc les entreprises à se structurer face aux nouvelles attentes des salariés et des consommateurs.

Tantôt « Chasseur de tendances » ou « Agrégateur d'innovations », il conseille les entreprises en innovation d'égal à égal en tant que chef d'entreprise et ex-DRH.

Au delà de cette expérience de consultant international, d'auteur et de conférencier, il est avant tout un entrepreneur et un chef d'entreprise.

Que ce soit en Australie avec InsideHR, conseil en Talent Management ou en France avec Technoraid dans le domaine de la compétition automobile, Green Perspectives dans le conseil en énergies renouvelables auprès des collectivités locales, et bien sûr le blog Génération Y 2.0 décryptant les nouveaux comportements et outils ayant un impact sur les collaborateurs, lieu de travail, modes de commercialisation et de communication.

Aujourd'hui, il anime Trendemic un réseau de sociologues, philosophes, journalistes et consultants qui l'aident à identifier tendances et idées qui permettent d'inspirer managers et chefs d'entreprises dans leur mission quotidienne.

L'offre de service de Monsieur Chaminade est composée de conférences, d'ateliers et de formations sur mesure. L'objectif de toutes ces interventions est de présenter à ses clients les tendances actuelles relatives à leur activité, leur business, leur entreprise ou encore leur équipe. La finalité est de co-construire une stratégie de séduction, de recrutement, d'intégration, de carrière, de management, de fidélisation ou encore de communication alignée avec leurs valeurs et leurs objectifs, tout en présentant et mettant en œuvre des pratiques innovantes. Il a créé le SHIFT !

Site :

www.generationy20.com

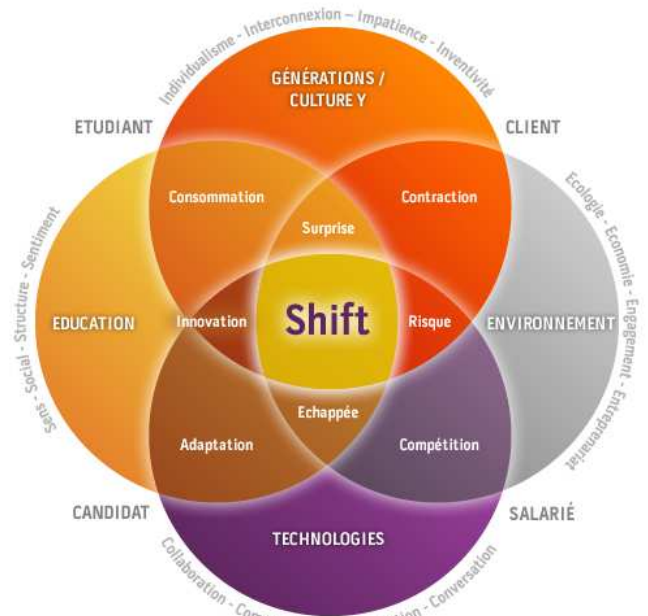
www.benjaminchaminade.com

<http://trendemic.net/>

Mail : benjamin@generationy20.com

<http://fr.linkedin.com/in/bchaminade>

<http://www.vimeo.com/fr/profile/benjamin.chaminade>



« Le tout venant a été piraté par les jeunes, alors qu'est ce qu'on fait ?...
On se risque sur le bizarre ? »

Michel Audiard – Les Tontons Flingueurs – 1963

La « Gen Y » une terminologie apparue en France en 2004

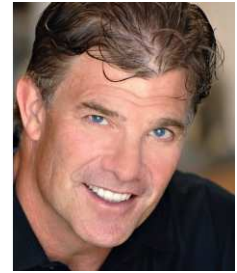
Le lancement de l'intervention de Monsieur Chaminade a été consacré à dresser le contexte. Ainsi l'orateur déclare qu'il est l'apporteur, en Europe, de la terminologie de « Gén Y ». Ce terme est apparu, en 1993, dans une logique marketing visant à placer des consommateurs dans une case (Y). Ces consommateurs étaient difficilement quantifiables et leur caractéristique principale était leur « infidélité » aux marques et à leurs produits/services.

C'est en 2004-2005 que le terme « **GEN WHY** » prend le sens qu'on lui connaît vraiment, terminologie que l'on doit à Monsieur **Eric G. Chester**, la Gen Y voulant demander « **POURQUOI ?** » à la terre entière !
www.linkedin.com/pub/eric-chester/2/123/6b9

La carrière de Monsieur Chaminade a commencé en Australie où il dirigeait une entreprise spécialisée dans le recrutement de cadres et dirigeants d'un « certain niveau ». A cette époque, dans un marché australien qui ne présentait pas les mêmes caractéristiques de croissance qu'actuellement, il a fait face à des candidats d'un « nouveau genre ». Monsieur Chaminade a retrouvé ces comportements lorsqu'il était à la recherche de personnel « moins éduqué » lors de sa seconde activité professionnelle, une entreprise spécialisée dans la compétition automobile.

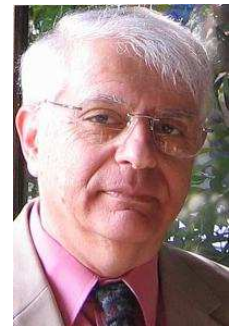
Ainsi face à des publics et situations différentes, il était confronté aux mêmes difficultés et à des traits comportementaux similaires. Il a donc cherché à comprendre pourquoi, face à des perspectives d'emplois, les candidats adoptaient des comportements moins classiques qu'auparavant. Ces comportements étaient axés autour de la recherche de sens et de responsabilités immédiates, faisaient état de difficulté dans le respect des horaires et des consignes, étaient mus par un questionnement perpétuel remettant notamment en cause l'autorité et la hiérarchie.

Il trouva en partie la réponse à ses recherches dans les travaux du sociologue américain de l'Université de Stanford, **Mark Granovetter**, l'un des experts mondiaux dans l'étude et la caractérisation des réseaux humains et sociaux. Le Professeur Granovetter est plus particulièrement à l'origine de la théorie des « **Liens Faibles - Liens Forts** » au sein des processus de circulation de l'information dans les réseaux humains et sociaux.
http://en.wikipedia.org/wiki/Mark_Granovetter



Eric G. Chester

Théoricien de la
Génération Y ou des
« Millenials »



Marc Granovetter

Expert des réseaux
humains et sociaux

De « futurologue » à « maintenantologue »

Une fois cette présentation réalisée, Monsieur Chaminade a tenu à indiquer qu'il avait « inventé » son métier passant de futurologue à chasseur de tendances.

Et de poursuivre sur un ton humoristique qu'il était dorénavant « **maintenantologue** », tenant ainsi de décrypter les relations actuelles entre les générations au sein des organisations et entreprises.

Il accompagne ainsi les organisations dans leur approche de la gestion du changement et de l'intégration des jeunes générations, inscrivant ces thématiques dans une logique d'innovation et d'optimisation de leur fonctionnement. Parmi son champ d'action, il « **challenge** » les **pratiques des organisations** (généralement de grands groupes internationaux), les invite à **sortir du « copier / coller »** et de l'application systématique des modèles passés et « dépassés » de management et d'organisation afin de les aider à identifier de nouveaux relais de croissance..



La caractérisation de la « Génération Y » : la compréhension pour l'adaptation



Dans cette **logique participative**, il a invité la salle à lui fournir à la volée un certain nombre de mots sensés représenter la « Gen Y ». Parmi ces mots, on retrouve les termes suivants : enfant roi-gâté, connecté, décomplexé, Individualiste, opportunité – opportuniste, tout tout de suite – impatient, critique, désabusé – réaliste, exigeant, responsable, autonome, participant – enthousiaste, quête de sens, j'en foutiste, participatif, rêveur, créatif, adaptable

L'exercice suivant a consisté en la pondération de ces termes, la tendance amenant à décrire la « GEN Y » de façon plus positive que négative et indiquant qu'à l'inverse, lorsque la « Gén Y » décrivait les générations précédentes, leurs managers ou responsables directs, la perception était inversée.

C'est donc un problème de perception que B. Chaminade souhaitait mettre en évidence. Et d'insister sur **le vrai enjeu pour les organisations** de la compréhension de la « Gén Y ». L'évaluation et la compréhension de « Comment » ce comportement générationnel et cette vision du monde vont s'ancrer durablement et impacter les organisations où cette génération évoluera. L'enjeu est donc de **décider de l'opportunité ou non à s'adapter !**

La génération WHY : une génération globalisée et modelée par les évolutions sociétales

L'intervenant essaie dans un premier temps d'établir les raisons de cette interrogation actuelle au sein des organisations. Et de souligner que l'on met en avant la **notion « d'environnement élargi »**, de nouvelles technologies et outils. Mais il rebondit sur le fait que pour ce qui est de l'environnement, la crise est globalement la même partout, le chômage étant omniprésent, les technologies sont disponibles de façon croissante pour le plus grand nombre et, au-delà des outils il faut se questionner sur leurs « Usages ».



L'intervenant essaie dans un premier temps d'établir les raisons de cette interrogation actuelle au sein des organisations. Et de souligner que l'on met en avant la **notion « d'environnement élargi »**, de nouvelles technologies et outils. Mais il rebondit sur le fait que pour ce qui est de l'environnement, la crise est globalement la même partout, le chômage étant omniprésent, les technologies sont disponibles de façon croissante pour le plus grand nombre et, au-delà des outils il faut se questionner sur leurs « Usages ».

Ainsi Monsieur Chaminade a décidé d'orienter son exposé sur ce qu'il considère comme la véritable raison de ce questionnement, à savoir **l'évolution de la structure familiale au sein de nos sociétés**. Ces sociétés ont connu une structure traditionnelle (père, mère, enfants) au sein de laquelle les rôles étaient assez bien définis et respectés (travail pour le père, foyer et ses tâches ménagères pour la mère, les enfants devant obéir à l'autorité paternelle et avec une certaine rareté de la notion de divorce). La famille actuelle est, quant à elle, définie en tant que « **Famille 2.0** », à savoir une famille éclatée et « dé ou re » composée impliquant un changement dans les comportements et les valeurs héritées.



Il décide alors d'aborder ce fameux système de valeurs basé selon lui sur différents fondements. Ce premier fondement, la « **tradition** », est aussi connue dans le monde professionnel sous le concept « **d'entreprise paternaliste** » où la réplique des systèmes et modes de fonctionnement est érigée en règle.

Vient ensuite l'entreprise dont les fondements se trouvent dans « **l'ordre établi** », auquel on se conforme et via lequel on trouve une récompense classique (évolution professionnelle notamment). Mais avec la généralisation des procédures et des normes, la récompense au sein de l'entreprise est le résultat de la mesure et de l'évaluation, la réussite en étant la conséquence principale.

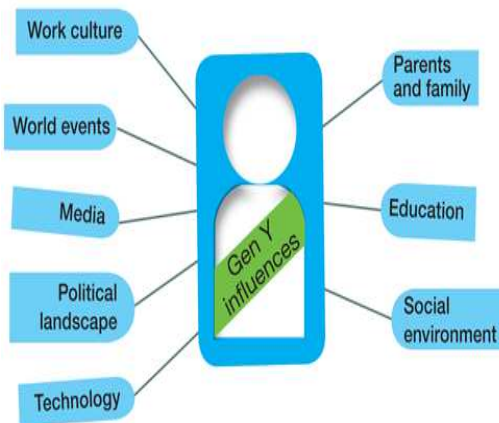
Puis dans les années 90, la femme diplômée a l'opportunité d'accéder aux responsabilités managériales. S'opposant frontalement à la logique du « succès », la femme tient à mener de front ses deux vies, la vie professionnelle et la vie familiale, apportant ainsi une approche « équilibrée » du management en entreprise. Enrichi de l'approche du développement durable, ce phénomène « d'empowerment » qui allie autonomie et responsabilité fait son chemin au sein de la société. Mais les femmes, face à la pression qui règne dans les organisations, éprouvent des difficultés à maintenir cet équilibre. Et les conséquences sur le modèle familial auprès des membres de la famille et plus particulièrement des enfants, se traduisent par l'« **autonomie** », la « **responsabilisation** » et la « **collaboration** ».

Monsieur Chaminade citera notamment le magazine Fortune avait titré il y a quelques années sa revue « Vous les avez élevés ! Maintenant managez-les ! ». Dorénavant, on se place dans une logique de « **Liberté mille-feuille** », et on retrouve dans le monde la multitude des systèmes évoqués précédemment !

Une « Génération Y », non... plutôt une « Culture Y » !

Partant de cette démonstration relative aux systèmes de valeurs, Monsieur Chaminade tente d'aborder l'entreprise, celle dans laquelle vous évoluez ou celle que vous managez. La réponse ne se fait pas attendre ! **En effet au sein de vos entreprises se retrouvent les systèmes les plus anciens, tandis que votre système de valeur personnel est lui plutôt moderne !**

Ainsi au-delà d'une « Génération Y », c'est plutôt une « Culture Y » montante qu'il est nécessaire de prendre en compte, **une culture faisant émerger de nouveaux défis au sein de la société et des sociétés.**



A quoi fait donc référence la notion de « Culture » : des théories, des logos et des modèles. Dorénavant cette culture actuelle n'est plus en adéquation avec les logos et modèles des générations passées..

Et de tenter d'établir une échelle permettant de situer la culture en entreprise.

Où place donc t-on le curseur selon les 4 facteurs que sont :

- le rapport au Temps : du long terme au court terme
- le rapport à l'Incertitude : de la sécurité au risque
- le rapport à l'Autorité : de l'obéissance à l'indépendance
- le rapport à l'Émotion : de la retenue à l'expression

Cette culture « mondiale » de la « Génération Y », n'est pas seulement anglophone, car partout dans le monde, ses acteurs jouent aux mêmes jeux, regardent les même séries ou programmes, et ont donc, selon l'intervenant, plus de choses en commun et à partager que les générations précédentes n'en avaient,

Face à cette culture, quels sont les comportements observés au sein des entreprises ?

B. Chaminade vise à donner les **4 grandes tendances** de près de 800 chefs d'entreprise et encadrants qu'il a eu l'opportunité d'interroger jusqu'à présent.

Comment ces dirigeants perçoivent-ils cette « Génération Y » ? Il liste ainsi ces réponses autour des quatre mots clefs qui servent de façon communément admise à définir cette « Génération » à savoir : **l'individualisme, l'interconnexion, l'impatience, et l'initiative.**

Et bien à contre-pied de tout ce qui se dit ou s'écrit, B. Chaminade met en avant les mots clefs suivants :

L'individualisation - La volonté d'être considéré comme **différent de la masse** mais appartenant néanmoins à des corps ou communautés sociales.

L'émotion - Les membres de la « Gén Y » sont connectés au niveau de leurs émotions et démontrent leur appétence au **partage** de celles-ci.

La capacité - Qui n'est pas impatient ou sensible à la mesure de la capacité et donc sujet à la reconnaissance ? Selon l'intervenant, à la place de chercher le « **Talent** », il faut rechercher la motivation et le passionné !

L'impact - Comment sont écoutées, sont perçues les initiatives des collaborateurs les plus jeunes au sein des entreprises ? L'écoute a pour résultante la **reconnaissance**, le respect et l'initiative porte en elle-même un certain impact !

L'entreprise face à la « Culture Y »

Individualisme
Interconnexion
Impatience
Initiative

VS

Individualisation
Émotion
Capacité
Impact

Potential Benefits of Enterprise 2.0



La Génération Y au sein de processus « Métiers » de l'entreprise

Monsieur Chaminade décide ensuite d'aborder le comportement ou l'intégration de la Génération Y au sein de grandes fonctions « Métiers » de l'entreprise. Celle-ci est impactée par cette modification culturelle et cette « Génération Y » dans l'ensemble des ses métiers et fonctions

Entreprise 1.0
Hiérarchie
Friction
Bureaucratie
Rigide
Technologie contrôlée DSI
De haut en bas
Centralisé
Equipes "localisées"
Silos et Territoires
Le pouvoir de l'information
Systèmes d'information structurés et imposés
Taxinomies (CMS)
Complexité (trop)
Fermé (standards propriétaires)
Planifié
Cycles longs (Time to market)

Processus de recrutement - Les candidats deviennent des « investisseurs » en leur employeur et dans les valeurs de leur entreprise.

Processus d'intégration - Il est nécessaire pour le management d'intégrer le nouveau collaborateur sur une période de 2 à 3 mois afin de jeter les bases du contrat de la collaboration. Et qui dit contrat implique la présentation des contours, des règles, des parties prenantes etc. Il est crucial, lors de l'intégration d'un nouveau collaborateur qu'un manager puisse présenter l'entreprise, à savoir ses valeurs et l'aventure à laquelle le nouveau collaborateur va prendre part (créateurs et fondateurs de l'entreprise, expériences etc.). Le Manager doit aussi pouvoir parler de lui et expliquer comment « on » va travailler ensemble et quelles seront les règles du jeu de la collaboration etc.

Processus de définition du poste - Il faut aussi présenter le métier du collaborateur, c'est-à-dire la mission qui lui incombe, la distance mise entre son travail et son responsable hiérarchique, l'ambiance qui existe entre les équipes et au sein des équipes.

Processus de management - Il s'agit de passer d'une organisation Taylorienne basée sur la commande, le contrôle, la crédibilité et le compartimentage, autant de critères qui ne fonctionnent plus, à une organisation « ensemble », basée sur la confiance, la collaboration, la co-réalisation, la co-responsabilisation etc.

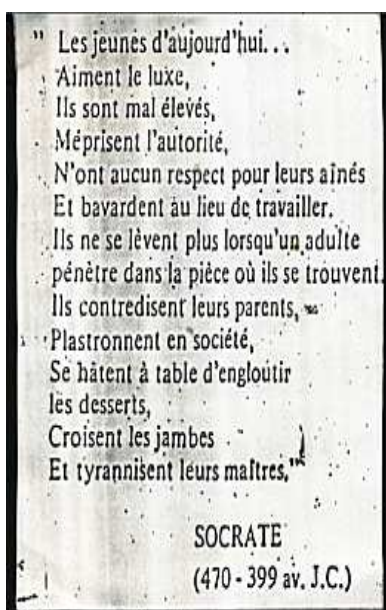
Processus de vente - Il est de plus en plus difficile de recruter des commerciaux car ceux-ci, dans les générations les plus jeunes, ont été élevés en mode « consommateur », impliquant ainsi une impossibilité croissante à la négociation, sans en faire bien entendu une généralisation.

Processus de fidélisation - Que cela soit pour les clients comme pour les collaborateurs, une organisation doit savoir susciter et valoriser l'engagement. Ainsi on veut dorénavant des « Cœurs et non plus des Corps »

Entreprise 2.0
Organisation plate
Fluidité
Agilité
Flexible
Technologie pilotée utilisateur
De bas en haut
Distribué
Equipes "globalisées"
Territoires en mouvement et frontières ouvertes
Transparence
Systèmes d'information émergents
Folksonomies (Tags)
Simplicité
Ouvert
A la demande
Cycles courts (Time to market)

Conclusion :

Les jeunes de maintenant, c'est du n'importe quoi !!



Avant de laisser place à la partie de Questions / Réponses, B. Chaminade conclue en insistant sur les différents points suivants, toujours avec son ton décalé !

- **Ne pas lire** ou prendre à la lettre **tout ce qui se dit** ou s'écrit sur le concept de la « Génération Y »
- **L'entreprise doit s'adapter** à cette nouvelle culture et non pas l'inverse !
- **Faire son introspection** et mieux connaître son fonctionnement, ses valeurs, son système de pensée et d'action.
- « Ne jamais oublier Mme Lucie Walter », étudiante ayant réalisé un mémoire sur la Génération Y et qui en discutant avec l'intervenant déclare : « les jeunes de maintenant, c'est du n'importe quoi ! »
- Socrate disait déjà à son époque : « les jeunes d'aujourd'hui... ils sont mal élevés ! »
- **Ne pas reporter la faute sur autrui** car c'est Vous qui avez donné naissance à la Génération Y !

La fin de l'intervention a été consacrée à la séance « traditionnelle » des questions, réponses et autres rebonds ou témoignages, puis s'est ensuivi un cocktail.



Les Femmes Chefs d'Entreprises

Les Femmes Chefs d'Entreprises est une association qui pour objectif premier la prise de responsabilités des femmes chefs d'entreprises dans la vie économique et le renforcement de leur présence dans les instances décisionnelles au niveau local, régional et national, d'informer et de former ses membres.

Peuvent être membres de l'association toutes les femmes entrepreneurs de fait et de droit, c'est à dire des femmes qui gèrent leur entreprise et en sont financièrement responsables.

L'association porte des valeurs de promotion de la solidarité, de l'amitié et du partage d'expérience au travers de liens privilégiés que les membres entretiennent dans leur délégation, en France et dans le Monde.

Cette association prend naissance il y a plus de 60 ans, FCE ayant, depuis, largement essaimé dans le monde et contribuant au développement d'un réseau relationnel actif sur les cinq continents.

Ces femmes participent au développement économique de leurs pays, tant dans les pays industrialisés que dans les pays émergents. Par-delà les frontières et les disparités, elles défendent avant tout les entreprises et la représentation des femmes dans toutes les instances de décision économique.

Une délégation est constituée sur un département à partir de 15 membres.

L'association est présidée par Madame Marie-Christine OGHLY.



Marie-Christine OGHLY
Présidente FCE FRANCE

Contact : FCE FRANCE

Mobile : 06 81 41 32 22

E-mail : contact@fcefrance.com

Site : www.fcefrance.com

La délégation FCE de Normandie compte parmi ses membres des femmes dirigeant des entreprises de tous secteurs d'activité, et de toutes formes juridiques. Les entreprises sont de tailles variées, mais une même passion les réunit : ENTREPRENDRE.

Les objectifs sont de constituer un réseau féminin de compétences, permettant d'obtenir des réponses rapides aux problèmes posés par les adhérentes, de participer aux décisions économiques et à la vie des acteurs économiques de notre région, de soutenir l'entrepreneuriat au féminin.

Les membres se réunissent une fois par mois pour une conférence sur des thématiques variées et intéressantes la femme chef d'entreprise, conférences animées par des experts. Ces réunions sont suivies d'un dîner, ou d'un apéritif dinatoire, occasion de convivialité, d'échanges et de partages, de solidarité.

La thématique de l'année 2012-2013 est celle de la Communication : communication interne, externe, communication interculturelle, image de l'entreprise et communication sur les réseaux sociaux, toutes les facettes de la communication seront abordées cette année.



Contact : FCE NORMANDIE

Présidente : Mme Clotilde VAISSAIRE-AGARD

Conseil et Formation en Ingénierie d'Information Documentation

Tel : 02 35 89 77 56

Mobile : 06 83 14 40 63

E-mail : clotilde.vaissaire@cf2id.fr

Site : <http://cf2id.jimdo.com/>



Groupement de Compétences pour l'Information et la Compétitivité »

Le GCIC, groupement de compétences pluridisciplinaires vous accompagne dans une démarche d'intelligence économique :

- Maîtrise et management de l'information stratégique
- Sécurité des systèmes d'information et de l'Internet
- Protection du patrimoine informationnel
- Gestion des risques

Il a vocation à favoriser la synergie entre les différentes compétences et expertises de ses membres pour exploiter les ressources de l'intelligence économique, en tant qu'approche globale et transverse, au service de la politique générale de l'entreprise et du territoire.

Plate forme de collaboration et d'échanges, le G.C.I.C se concentre sur les aspects dédiés à l'information et à la compétitivité.

Vous souhaitez participer à nos activités ?

Nous serions heureux de vous rencontrer. N'hésitez pas à nous contacter !

Nos centres d'intérêt :

L'ingénierie en management de l'information
Le courtage d'informations
La veille et la gestion des connaissances
L'accompagnement et soutien au développement des entreprises, y compris à l'international
L'appui au développement économique des territoires et à l'innovation
L'ingénierie dans les processus et systèmes d'aide à la décision
La gestion des risques
La sécurité et sûreté des entreprises
La protection du patrimoine informationnel
La sécurité des SI
La recherche et l'investigation privée
Le coaching des dirigeants et des cadres
La formation

Nos Valeurs :

Convivialité
Travaux collaboratifs
Déontologie et éthique
Loyauté
Engagements de réciprocité, d'équité, de profitabilité, de non concurrence
Synergie des compétences
Amitié

**Association loi 1901
Créée en 2004
+ 30 adhérents
+ 700 sympathisants**

Contact :

Eric DAVID de SAULSES

E-mail : eric.david@gcic-asso.fr

Site : <http://gcic-asso.fr>

Association enregistrée en Préfecture sous le n° 0913013723

Déclaration CNIL n° 1178543 SIRET n°754 099 521 0017

Adresse : Mairie d'Orsay / Maison des Associations 7, avenue Maréchal Foch, 91400 ORSAY



Vincent DROUET
ANALYSTE – CONSULTANT

Haut-normand, Vincent est Diplômé de l'Université des Affaires Internationales du Havre en Commerce et Management International (Maîtrise et DESS).

Fort d'une spécialisation sur les marchés latino-américains, il a complété ce cursus international par un Master en Alternance « Intelligence Économique et Compétitivité des Entreprises » délivré par l'ISEAM duquel il est sorti Major.

Ses expériences professionnelles lui ont permis d'évoluer au sein de différentes structures (Préfecture de Région, PME du BTP, SSII, Multinationale des télécommunications, ADIT Cabinet Conseil en Intelligence Économique) en France et au Mexique.

Au sein de celles-ci, il a occupé les fonctions de Chargé de mission, Analyste « business », Chef de projet et Consultant en Intelligence Économique

Son parcours professionnel et ses centres d'intérêts lui ont permis de développer des compétences et expertises en développement économique, en gestion de projet (relation et fidélisation client, projet informatique, veille etc.) et il dispose d'une forte appétence pour les nouveaux usages numériques et collaboratifs.

Il parle couramment l'anglais et l'espagnol et possède de solides bases en portugais et allemand.

Vincent est membre du Groupement de Compétences pour l'Information et la Compétitivité (GCIC) et a récemment fondé « Normand Intelligence Économique ». Soucieux de promouvoir cette culture et « état d'esprit » sur son territoire d'origine, la Haute Normandie, il cherche à évangéliser les acteurs économiques de cette région en mettant en avant la maîtrise et l'analyse de l'information stratégique comme vecteur d'identification de nouveaux relais de croissance, de conquête de marchés et de leviers d'influence.

Vincent a récemment été nommé correspondant du GCIC pour la Normandie.



Contact :

Mobile : 06 86 97 99 21

E-mail : vincent_drouet@yahoo.fr

CV en ligne : www.doyoubuzz.com/vincent-drouet

Twitter : @vidrouet

fr.viadeo.com/fr/profile/vincent.drouet

fr.linkedin.com/in/drouetvincent/fr

www.scoop.it/u/vincent-drouet