

CRÉATIVITÉ ET GESTION DE PROJET

DURÉE : 2 HEURES.

SUJET

« LES TOUTOUS DE LA POMPADOUR »

Chargé(e) de mission au sein d'une Consulting Society, votre associé vous propose de prendre en charge un marché avec un client important pour votre société de conseil qui s'est lancée il y a peu de temps. Votre activité consiste à conseiller les entreprises dans leur mise en conformité avec les principes du développement durable, principalement sur l'aspect écologique puisque c'est votre spécialité.

Vous prenez connaissance du dossier de l'entreprise REDWOOD qui est une PME de près de 500 salariés, spécialisée dans la fabrication de matériaux en bois de décoration d'intérieur. Elle fabrique en France une partie des produits qu'elle vend aux magasins de décoration, mais en importe également une autre part des pays d'Asie (Chine, Inde) pour satisfaire la demande des clients très intéressés par les meubles exotiques.

Vous décidez donc d'organiser un premier rendez-vous avec l'entreprise, votre associé et vous pour écouter leurs attentes et mieux comprendre quels sont leurs besoins. C'est une partie du comité de direction qui vous reçoit composé de son directeur général (DG) Charles Dubois, du directeur logistique (DirLog) André Fauque-Samarache, du directeur communication (DirCom) Steve Clash et de la directrice des ressources humaines (DRH) Annie Lhomme. Vous comprenez à la présence de tous ces responsables que l'enjeu de cette mise en conformité est important pour l'entreprise. La discussion s'engage et les acteurs prennent tour à tour la parole :

- Charles Dubois (DG) : « Je constate que l'entreprise REDWOOD œuvrant dans le secteur de la décoration en utilisant des matériaux naturels a tout intérêt à être cohérente à la fois avec son activité (production et distribution d'objets de décoration bois) qu'avec ses produits eux-mêmes. Le souci de préserver la planète est devenu aujourd'hui une tendance qui touche autant les clients que les salariés de l'entreprise. Je souhaiterais donc que les salariés participent TOUS et activement à cette évolution de l'entreprise et que les clients sachent combien l'entreprise contribue au développement durable ».
- Annie Lhomme (DRH) : « Cela signifie donc que vous souhaitez que les salariés de l'entreprise contribuent à faire des économies ? Mais comment vont-ils faire ? Je pense qu'ils ne seront pas contre, mais nous sommes tout de même 480 ! »
- Steve Clash (DirCom) : « Il est vrai que si notre entreprise veut soigner son image, elle a tout intérêt à "faire du Green", c'est très tendance dans le marketing et surtout ça fait vendre ! Cependant il ne faut pas perdre de vue que les salariés sont de tous les âges. Je m'occupe de la partie communication avec la clientèle et je laisse à la société de conseil le soin de trouver des idées pour convaincre et impliquer les salariés de l'entreprise. »

- André Fauque-Samarache (DirLog) : « Oui, mais moi je suis intéressé aussi par les conseils de cette société parce que je suis sûr qu'il y a des choses à faire dans le choix et le transport des produits. »

En sortant du rendez-vous avec REDWOOD, votre associé et vous, vous rendez dans un café pour faire le point. Vous convenez que les principaux besoins de l'entreprise sont surtout internes. Il va falloir réfléchir à une stratégie qui implique tous les salariés. L'idée d'une grande campagne de sensibilisation auprès des salariés sur une durée d'un mois (4 semaines) est retenue.

Travail à réaliser

1. Reformulez les attentes de l'entreprise REDWOOD en précisant bien les souhaits de chacun des acteurs.
2. Proposez toutes les actions possibles auprès des salariés pour les impliquer dans plusieurs actions écologiques visant à réduire :
 - le gaspillage (papier, carton...) ;
 - les émissions de carbone (CO₂)
 - l'utilisation de matériaux non-recyclables.
3. Elaborez enfin un plan d'action sur quatre semaines pour permettre à la direction et aux 480 salariés de proposer et mettre en action leurs idées dans les 3 domaines cités précédemment.