

**GRANDES  
ÉCOLES  
UNIVERSITÉS**

# LE MAGAZINE

NUMÉRO 76 - SEPTEMBRE 2017

*Spécial*  
**DG**



**MANAGER PAR LES MANAGERS**

© Fotolia

# Les grands métiers des diplômés de Paris School of Business



Immédiatement opérationnels grâce à leur ouverture au monde de l'entreprise et à d'autres univers académiques, les diplômés de Paris School of Business (PSB) s'insèrent dans des métiers variés. Quels dispositifs mènent à cette excellente professionnalisation ? La réponse avec Emilie Raulet, responsable des relations extérieures de PSB.

À PSB, l'accent est mis sur la professionnalisation et l'opérabilité des étudiants. Ainsi, l'école a noué des partenariats avec La Poste pour son parcours management et contrôle de gestion, ou des cabinets d'audit comme Mazars pour sa formation comptabilité conseil audit. PSB offre encore la possibilité de se former chez Renault Retail à ses étudiants en marketing et stratégie. Tous les parcours sont proposés en alternance. « En deuxième année de cycle master, tous nos cursus sont en rythme alterné. C'est une demande des étudiants toujours à la recherche d'une meilleure employabilité », explique Emilie Raulet.

## LES GRANDS MÉTIERS DES PSB

Selon l'enquête insertion de février 2017, les jeunes PSB ont plébiscité les secteurs de l'audit/expertise-comptable, banque/assurance, luxe et commerce/distribution.

- Les diplômés du master comptabilité conseil audit travaillent à 70 % en cabinet et 30 % en entreprise
- La formation en digital analytics ouvre de nombreux débouchés. Grâce à une demande très forte des entreprises tous secteurs confondus, il y a plus d'offres d'emploi que de diplômés
- A l'issue du master marketing et stratégie, les jeunes diplômés s'orientent vers des métiers de chef de produit, chef de produit CRM, marketing data manager, merchandising, digital brand manager

## PROXIMITÉ AVEC LES ENTREPRISES

Pour Emilie Raulet, il est important d'intégrer les besoins des entreprises dans les maquettes pédagogiques afin de préparer au mieux les étudiants au marché du travail. « Tous les ans, nous organisons des petits-déjeuners où sont conviées les entreprises. Nous mettons à plat la maquette pédagogique et observons les tendances du marché, les métiers qui émergent et nous adaptons nos formations. Il nous arrive de supprimer des matières ou des logiciels qui sont obsolètes. Ainsi, nos étudiants sont opérationnels dès leur entrée dans la vie active. »

## OUVERTURE INTELLECTUELLE

Pour poursuivre son objectif de professionnalisation, l'école a noué des partenariats avec Renault, Strate école de design ou Instituto Marangoni (école de mode). Cette ouverture sur le monde permet aux élèves de PSB de mettre en pratique leurs connaissances tout en ayant des expériences diversifiées. « Nos étudiants travaillent sur des challenges soumis par des entreprises, en partenariat avec des écoles. Nous leur proposons des masterclasses au cours desquelles ils travaillent sur des cas concrets d'entreprises. De cette manière, ils ont eu la chance de travailler sur le lancement de la nouvelle Renault Alpine. »

## L'EXPRESSION ORALE : ATOUT FORT DES PSB

Le taux d'insertion des diplômés de PSB s'explique également par leur aisance orale. « Nous avons développé un partenariat avec le cours Florent. Les étudiants assistent à des séminaires et des ateliers de leadership par le théâtre. Ils suivent également des ateliers d'orientation professionnelle et de création de CV. Ces cours sont obligatoires et intégrés dans le parcours. »

## L'INSERTION DES PSB EN CHIFFRES

**78 %** des diplômés sont en activité dont **74 %** en CDI

**5 %** ont créé leur entreprise

**7 %** sont cadres supérieurs et **70 %** sont cadres

**55 %** des étudiants signent un contrat avant l'obtention de leur diplôme

**25 %** débutent à l'étranger

Salaire brut moyen : **48 500 €** à l'étranger / **37 500 €** en France

Enquête insertion réalisée en février 2017

Maximilien Arengi

Site : <https://www.psb.edu.paris/fr/entreprises/insertion-professionnelle-psb>

INNOVATION ET RÉACTIVITÉ : IL EN FAUT POUR FAIRE SA PLACE SUR LE MARCHÉ DES ACCESSOIRES MOBILES ET CONNECTÉS QUI ÉVOLUE À VITESSE GRAND V ! ET LA SOCIÉTÉ STRAX N'EN MANQUE PAS ! UN COCKTAIL RAFRAICHISSANT QUI A CONVAINCU **STÉPHANE FRANÇOIS (PSB 93)** DE DÉLAISSER LES GRANDS GROUPES POUR **DIRIGER LA BU FRANCE ET EUROPE DE LA SOCIÉTÉ.**



# RETROUVER SON ÂME D'ENFANT AVEC **STRAX**

## DES MASTODONTES À LA PME

Après une carrière accomplie dans les télécoms et la Pay TV, Stéphane François en quête de nouveaux challenges s'apprête à rejoindre un autre grand groupe, lorsqu'un ancien manager d'Orange le met en relation avec STRAX, un de ses fournisseurs. " En rencontrant les 2 patrons islandais du groupe, j'ai apprécié qu'ils me questionnent sur mon expérience démontrable et non sur l'école qui m'avait formé. Quel était mon réseau professionnel ? Savais-je gérer un P&L ? J'ai tout de suite eu envie de travailler avec eux ! "

## ÊTRE ACTEUR DU SUCCÈS DE L'ENTREPRISE

Diriger la filiale française comme il l'entend c'est la proposition qui lui est faite. " You make the call. " N'ayant connu que des systèmes de décisions extrêmement lourds, dans lesquels la marge de manœuvre individuelle s'avérait faible, il entrevoit l'opportunité de sortir d'un confort qui freine de plus en plus à sa créativité. Et il n'est pas déçu ! " Dans une entreprise de 200 personnes, on mesure vraiment sa contribution au succès de l'équipe. Et pour ma part, j'influe également, sur la stratégie du groupe STRAX qui réalise 100 millions € de CA, c'est très gratifiant et nous avons pour ambition d'atteindre les 300 millions € de CA d'ici 2020 ! "



**« Mes enfants, qui passent de la tristesse à la joie de vivre du tout au tout, constituent une source d'inspiration pour moi : rien ne sert de s'apitoyer sur son sort, il suffit de rebondir »**

## L'ENTHOUSIASME ET LA CAPACITÉ D'INNOVATION RETROUVÉE

Chaque nouveau modèle de téléphone, l'entrée sur le marché d'un opérateur comme Free, le passage de la 3G à la 4G, l'avancement des nouvelles technologies... autant de paramètres qui impactent considérablement l'activité de STRAX. Sur un marché très concurrentiel, qui évolue à toute allure, Stéphane François sait qu'il doit prendre des risques pour faire la différence. " Lors d'un appel d'offre sur la conception d'un masque de réalité virtuelle pour Orange, j'ai pris le parti avec mon équipe projet d'intégrer le son, quitte à proposer un produit plus cher que les autres. " Un détail non négligeable qui permet à STRAX de remporter le contrat. " Aujourd'hui ce masque a été primé meilleur produit de l'année à l'occasion de 2 grands prix internationaux ! "

## LA FRANCE, UN MODÈLE POUR STRAX

Initiant une véritable stratégie d'expansion par acquisition, STRAX revêt une forte dimension internationale en étant déjà implantée dans 12 pays. La France toujours très en avance sur les nouvelles technologies et les télécoms fait figure d'exemple pour les autres filiales. " Il y a plus de 2 ans que mes clients me réclament des objets connectés, quand le business démarre tout juste dans les autres pays du groupe. Depuis que je travaille chez STRAX, j'ai du mal à comprendre le french bashing incessant véhiculé dans les médias. Quand je vois l'inventivité, les compétences et les ressources qui sont les nôtres, j'ai envie de crier : soyons fier de notre pays ! "

## L'ERREUR EST ADMISE

" Il y a 2 ans, j'ai perdu un gros client. Mon actionnaire m'a appelé dans la minute, non pour me virer, mais pour me rassurer : " Cela n'a pas d'importance. Tu as beaucoup de succès derrière toi, je sais que tu remporteras le prochain. " Et il avait raison ! " Cet optimisme et ce support du management caractérisent l'esprit STRAX. Accepter l'échec, savoir rebondir, penser positivement, voilà ce qui est attendu des candidats qui souhaitent faire partie de l'aventure !

## DES OPPORTUNITÉS...

en marketing, vente, finance et supply chain ! " A mes yeux la passion compte plus que les grands diplômes. Je recherche des jeunes positifs, smarts et honnêtes ! Je préfère perdre un marché que faire une promesse à un client que je ne pourrai pas tenir. "

## PSB, L'ÉCOLE DE LA RIGUEUR

Je n'ai jamais été pris au dépourvu lors d'un rdv commercial, car je me prépare toujours minutieusement. Cette organisation et cette rigueur, je les dois à ma formation à PSB.

Alexandra Montfort

# ASSURANCES DU CRÉDIT MUTUEL :

## ACCUEILLIR VOTRE ENVIE D'ENTREPRENDRE...



LE SECTEUR DE L'ASSURANCE EST EN PLEINE TRANSFORMATION DIGITALE. UNE PÉRIODE RICHE DE « NOUVEAUX POSSIBLES » IDÉALE SELON **PIERRE REICHERT (PSB 89), PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE DES ASSURANCES DU CRÉDIT MUTUEL**, POUR RÉALISER LA RECETTE GAGNANTE : LA FORTE CULTURE D'ENTREPRISE DE SON GROUPE, CENTRÉE SUR LE CLIENT, ASSOCIÉE À LA CRÉATIVITÉ ET L'ENVIE D'ENTREPRENDRE DES JEUNES DIPLÔMÉS. CQFD...

*d'intérêt général. Nous contribuons à protéger les gens, leur famille, leurs biens et leur patrimoine.»*

Un « sens » qui dirige votre activité, encore renforcé par la dimension mutualiste du groupe Crédit Mutuel. « J'aime cette culture mutualiste qui nous amène régulièrement devant nos administrateurs, désignés parmi nos clients et nos sociétaires. Elle nous conduit à gérer avec sérieux des métiers complexes et techniques tout en nous obligeant à les rendre compréhensibles pour tous. Exposer simplement des mécanismes complexes, financiers ou actuariels, oblige nécessairement à les appréhender dans leur finalité pour nos sociétaires-clients. Ainsi sommes-nous inlassablement renvoyés vers le client, meilleur moyen de ne pas perdre de vue ce qui doit nous animer dans notre action. Pour la recherche de sens, il n'y a pas mieux ! »

### AIDEZ-NOUS À OFFRIR PLUS !

**Comme l'ensemble de la profession, les Assurances du Crédit Mutuel (10,8 Mds de CA) sont en pleine transformation digitale. Une excellente opportunité pour les jeunes diplômés d'écoles d'ingénieurs, d'écoles de commerce,** selon Pierre Reichert « car cette transformation digitale, ce sont eux qui vont nous aider à la conduire. Leurs formations sur les nouvelles technologies, l'expérience client, les nouveaux risques, leur parcours

### « J'aime cette nécessaire dimension de pédagogie et de communication dans mon métier »



Le siège des Assurances du Crédit Mutuel à Strasbourg

digital nous sont nécessaires pour transformer nos métiers de l'assurance vers davantage de simplicité, de services, de proximité avec nos assurés, notamment en transmettant cette culture digitale qu'ils ont aussi développée en tant qu'utilisateurs.»

« Nous vivons une période riche de nouveaux possibles. Et pour trouver son chemin dans cette transformation, il faut une culture d'entreprise forte (ce que nous avons), des gens d'expérience et de talent (ce qui est notre cas) et compléter ces éléments par la fraîcheur, la créativité et l'envie d'entreprendre de jeunes diplômés.

Je crois que c'est la recette gagnante. Alors : bienvenu(e)s parmi nous ! »

### CE QUE JE RETIENS DE MON ÉCOLE...

« La facilité avec laquelle s'est fait le passage vers le monde du travail. J'ai bénéficié d'un enseignement et d'une formation pratiques très orientés vers l'entreprise. Une formation qui prépare à l'intégration en entreprise et qui pousse à l'entrepreneuriat. »

Jérôme Bourguine

Peu de formations, en dehors de l'actuaire, orientent les jeunes talents vers l'assurance, secteur d'activités dont la réalité des métiers est souvent mal connue et dans lequel beaucoup se retrouvent à travailler « par hasard ». Or, pour Pierre Reichert, non seulement « notre secteur propose des métiers très variés, parce que d'une part l'assurance automobile est très différente de l'assurance vie mais aussi de la prévoyance, mais également parce qu'au sein de chacune de ces branches d'assurance, les problématiques sont suffisamment diversifiées pour que financiers, actuaires, ingénieurs, juristes, communicants, comptables et auditeurs y trouvent un domaine d'expression vaste et varié ».

### UN MÉTIER D'INTÉRÊT GÉNÉRAL

Travailler et évoluer dans un groupe d'assurance peut donc justement permettre de découvrir au fur et à mesure de sa carrière ces univers qui font à chaque fois appel à d'autres compétences, d'autres manières d'aborder le risque et les assurés. Mais surtout, comme le souligne Pierre Reichert, « l'assurance est un métier

# RENAULT RETAIL GROUP :

## LE PARI DES GÉNÉRATIONS YZ !

RRG FAIT PARTIE DES TROIS PLUS GROS DISTRIBUTEURS EUROPÉENS D'AUTO-MOBILES, TOUTES MARQUES CONFONDUES. AVEC SES 12 000 COLLABORATEURS RÉPARTIS DANS QUELQUES 240 SUCCURSALES DE 13 PAYS D'EUROPE, CETTE FILIALE REPRÉSENTE À ELLE SEULE 10 % DES EFFECTIFS DU GROUPE RENAULT. PRÉSENTATION AVEC **RICHARD BOULIGNY (ESG 90)** ET **LOÏC GUÉNÉE**, RESPECTIVEMENT PDG ET DRH DE RENAULT RETAIL GROUP.



### UNE PORTE D'ENTRÉE AU TERRAIN DE JEU MONDIAL RENAULT ALLIANCE

Renault Retail Group s'est donné une vraie orientation stratégique sur l'alternance et cela, en réponse à la difficulté à trouver des profils qualifiés sur le marché du travail. « Chacun y trouve ses avantages, précise Richard Bouigny. Cela nous permet de former des jeunes, de les observer dans la durée et sur le terrain... puis de les embaucher dans 80 % des cas. Ils ont eu le temps de s'intégrer à la vie et à la culture de RRG... et de savoir si ils ont fait le bon choix ! » Pour chaque catégorie de diplômé, RRG a noué un partenariat solide et un programme d'alternance avec une école cible vers laquelle il s'investit complètement, échanges ou master class à appui. C'est le cas avec l'Université Paris-Est de Marne-la-Vallée ou avec PSB qui sont au cœur de sa politique de recrutement.

### LE PARCOURS D'INTÉGRATION GRADUATE PROGRAM RRG

Renault Retail Group propose aussi des parcours de carrière dédiés à ses jeunes cadres avec son Graduate Program RRG, un parcours d'intégration de deux ans pour monter en compétences sur des postes opérationnels différents avant d'occuper des postes de management.

« Nous sommes une multinationale qui a un état d'esprit de PME avec cette volonté d'être toujours agiles et en mouvement, explique Richard Bouigny. Obtenir de meilleurs résultats commerciaux et qualitatifs que le réseau privé dans tous les pays d'Europe est notre raison d'être ! A ce titre, nous avons vocation à être « incubateur d'expériences », quitte à essayer les plâtres, de toute nouvelle méthode de vente/après-vente pour le compte de Renault. » RRG a ainsi été la première entreprise automobile à travers le monde à utiliser le réseau social "Workplace by Facebook" début octobre 2016.

### UN SHADOW COMEX GÉNÉRATIONS Y...

Pour faire face aux nouvelles solutions de mobilité qui font évoluer les manières d'acheter et d'utiliser les véhicules de demain sous l'impulsion de la génération connectée, RRG s'est doté d'un shadow comex, un comité exécutif de l'ombre

composé de dix jeunes collaborateurs d'une moyenne d'âge de 27 ans. « Ils vivent déjà cette réalité et sont plus à même de nous alerter sur les tournants qui pourraient avoir lieu », explique le PDG de RRG. Chacun représente un métier différent et a été sélectionné pour son potentiel d'évolution perçu. »

### ... EN ATTENDANT CELUI DE LA GÉNÉRATION Z !

Les pistes à moyen-long terme apportées par ces trentenaires ne sont pas les mêmes que celles des « quinquas » qui composent le vrai Comex RRG ! Les résultats sont étonnants et cette démarche provoque beaucoup d'enthousiasme dans l'entreprise. RRG envisage ainsi de créer en octobre prochain un second shadow comex avec des étudiants de Paris School of Business pour savoir comment la génération Z voit le futur de la distribution automobile.

**« Le moteur principal, c'est l'envie. L'important est d'ajouter des cordes à son arc. »**

« Ils peuvent alors rester au sein de RRG, conclut Loïc Guénée, DRH de RRG, voire même évoluer sur le playground Renault Alliance qui couvre tout le territoire mondial avec Nissan. »

Bertrand Bourjine

### CHIFFRES CLÉS :

**25 %** DE LA DISTRIBUTION DE RENAULT ET DACIA À TRAVERS L'EUROPE  
**38 %** DE LA DISTRIBUTION EN FRANCE  
**526 000** VOITURES NEUVES ET OCCASIONS DISTRIBUÉES PAR AN DANS **13** PAYS D'EUROPE  
**240** SITES  
**9,2 MDS€** DE CHIFFRE D'AFFAIRES  
**12 000** SALARIÉS, DONT **60 %** EN FRANCE  
**1 200** RECRUTEMENTS ENVIRON PAR AN (DONT **7 %** D'ALTERNANTS)

(SOURCE : RRG FIN 2016)



VIAVECH 2017 © Denis Allard / REA

*d'influence, offrant une vision à 360° de l'entreprise, s'appuyant sur une connaissance approfondie de l'entreprise et de solides réseaux internes et externes.*

## BIENVENU(E)S À BORD !

**Chaque année, entre VIE, stages et alternance, Sanofi fait découvrir son univers professionnel à plus de 2 000 étudiants dans le monde.** « Dans chaque pays où nous sommes présents - plus de 100 - nous créons des alliances avec des universités et des écoles spécialisées dans tous les métiers : commerciaux, managers, ingénieurs, chercheurs... notre culture interne étant très collaborative, coaching et mentoring s'y organisent naturellement. De nombreuses occasions sont offertes de découvrir nos métiers comme celle proposée par l'équipe juridique qui, sa directrice en tête, accueille chaque année des étudiants ou aspirants étudiants en droit pour échanger sur leur futur métier et les guider dans leur parcours. »

# SANOFI : VENEZ INVENTER LA MÉDECINE DE DEMAIN

C'EST EN S'ADAPTANT AVEC AGILITÉ AUX DIVERSES MUTATIONS TECHNOLOGIQUES EN COURS QUE SANOFI ABORDE L'ACTUELLE ET ENTHOUSIASMANTE ACCÉLÉRATION DES PROGRÈS MÉDICAUX. SANS OUBLIER DE FAIRE TOUTE LEUR PLACE À SES FUTURS DIRIGEANTS : LES ÉTUDIANTS ! RENCONTRE AVEC **VIRGINIE BOUCINHA (PSB 91), DIRECTRICE DE CABINET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE.**



© Denis Felix

« Jamais les progrès dans notre secteur n'ont été à la fois aussi importants et exponentiels », s'enthousiasme d'entrée de jeu Virginie Boucinha. Grâce aux découvertes sur le génome pouvant indiquer des prédispositions à certaines pathologies, nous allons pouvoir mettre en œuvre ce que nous appelons la médecine des « 4 P » : Prédictive, Préventive, Personnalisée et Participative ; cette médecine qui permettra à chacun d'entre nous de gérer et préserver son capital santé. Par ailleurs, les progrès considérables réalisés en immunologie vont permettre de mieux cibler les thérapies et de gagner en efficacité. Dans le Diabète, les avancées technologiques vont permettre d'intégrer des dispositifs de mesure de la glycémie et d'administration des traitements et ainsi d'améliorer notablement la qualité de vie des patients diabétiques. Alors, oui, vraiment, on peut ajouter un cinquième « P » pour caractériser notre travail : Passionnant ! »

## AU CŒUR DE L'ACTION

Les changements en œuvre dans le secteur de la Pharma sont si rapides que les cursus universitaires n'ont pas toujours le temps de suivre : biotechnologies, solutions embarquées, robotique, digital, prennent une place grandissante. Au point que Sanofi a choisi de créer une université interne qui a déjà formé près de 1 000 personnes aux biotechnologies par exemple. Dans un cadre si mouvant et au sein d'une entreprise de quelques... 110 000 personnes, le poste de Directeur de Cabinet est alors clé.

« A la fois tour de contrôle et vigie, explique Virginie Boucinha, mon rôle est de veiller à ce que la Direction Générale et le Comité Exécutif se focalisent en permanence sur les sujets structurants de l'entreprise. Par ailleurs notre organisation exige un travail collaboratif et il s'agit, en interne, de coordonner des personnes travaillant aux quatre coins du monde. Un poste de confiance et

**« Près de 400 V.I.E. découvrent chaque année le monde professionnel à nos côtés »**

## INSTANT RH... LA MAGIE DU "ET" !

*« J'ai 4 enfants ce qui ne m'a pas empêchée d'accepter 3 expatriations qui furent autant d'aventures familiales extraordinaires et pour mon conjoint, l'opportunité d'enrichir aussi son parcours professionnel. J'ai d'ailleurs postulé pour l'une d'elle enceinte de 8 mois. Aussi : pas d'autocensure ! Vie de famille ET carrière professionnelle sont conciliables. Sanofi offre aux femmes comme aux hommes des parcours professionnels à l'étranger. »*

Jérôme Bourguine

UN TRAVAIL COLLABORATIF

CONTACT : [HTTPS://SANOFI.WD3.MYWORKDAYJOBS.COM/SANOFICAREERS](https://sanofi.wd3.myworkdayjobs.com/sanoficareers)

GRANDES  
ÉCOLES  
UNIVERSITÉS | LE  
MAGAZINE  
NUMÉRO 77 - NOVEMBRE 2017



Observatoire National de La Réussite

*Sur vos campus au mois de novembre*

[www.mondedesgrandesecoles.fr](http://www.mondedesgrandesecoles.fr)

**GRANDES  
ÉCOLES  
UNIVERSITÉS** | **LE  
MAGAZINE**  
NUMÉRO 78 - NOVEMBRE 2017



*Sur vos campus au mois de novembre*

[www.mondedesgrandesecoles.fr](http://www.mondedesgrandesecoles.fr)