



Grand Prix ESSEC des industries de la Consommation Responsable

DOSSIER DE CANDIDATURE **Prix: Ressources humaines**

- Tous les champs sont à renseigner.
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 12 octobre 2016**, par mail à l'adresse suivante : GPrixRSE-chaireGC@essec.edu
- **Principe de notation de chaque prix :**
Les initiatives candidates seront évaluées selon 4 critères : Aspect novateur - Mise en œuvre et communication – Impact et résultats – Vision.
Une note sur 10 points sera attribuée sur chaque critère.
Les critères seront pondérés selon des coefficients : Caractère innovant de l'initiative : coefficient 3 - Mise en œuvre et communication : coefficient 2 - Impact et résultats : coefficient 3 - Vision : coefficient 2.
Une note globale sur 100 points sera ainsi affectée à chaque initiative candidate.

Nom de l'initiative: "Give & Take" - Génération Y - Make P&G the best place to work for Gen Y

Nom de l'entreprise candidate (et logo): PROCTER & GAMBLE



Contact - Personne en charge du dossier : Ségolène Moreau - moreau.se@pg.com – 01.40.88.54.51 – Département de la Communication

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. Date de l'initiative :

2. Pitch :

Résumez en 10 lignes votre projet.

Cette description pourra être reprise sur des supports de communication visant à présenter les différents projets.

Réponse:

Travailler chez P&G France, c'est évoluer dans un cadre très jeune (~30 ans). La diversité intergénérationnelle est critique afin d'engager une grande majorité de nos collaborateurs issus de la génération Y. D'autant plus critique que P&G n'utilise que la promotion interne pour recruter ses leaders de demain.

"Give & Take" est un programme de promotion de l'inclusion et de meilleures relations entre les générations.

Les objectifs de l'entreprise sont :

1. attirer et retenir les meilleurs talents
2. faire en sorte que les leaders d'aujourd'hui comprennent mieux les problématiques / opportunités de demain via la génération Y

Les mesures de succès : i) % comité de direction pratiquant le reverse mentoring ii) enquête annuelle sur la diversité

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1

Caractère innovant de l'initiative

(coeff. 3)

3. Décrire le caractère rupturiste / innovant du projet

En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà :

- des pratiques existantes au sein de votre entreprise ?
- de ce qui peut déjà exister dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- des contraintes légales et réglementaires ?

Réponse :

La fonction Vente est la plus « grosse » organisation chez P&G France. 57% de la population des ventes font partis de la génération Y et 100% de nos nouveaux embauchés le sont. D'où la prise d'initiative via la fonction Ventes (avec support des RH), inclusion de l'ensemble

des autres fonctions dans les différentes actions mises en place afin d'avoir un impact sur la totalité de l'Entreprise. Et enfin le choix d'une présentation effectuée par un représentant Gen Y et une représentante de la Gen Baby Boom collaborant ensemble pour permettre à chacun de s'identifier.

Critère 2

Mise en œuvre et communication

(coeff. 2)

4. Qui a donné naissance à ce projet ? (équipe/département) Dans quel contexte ?

Réponse :

"Give & Take" est un programme de promotion de la diversité initié par la fonction "Ventes" (soutenu par les ressources humaines). C'est le projet d'un groupe de 12 salariés, 6 hommes, 6 femmes, juniors ou plus seniors, tous volontaires pour promouvoir la diversité au quotidien @ P&G. "Give & Take", c'est notamment permettre plus d'inclusion et de meilleures relations entre les générations.

5. Stratégie de déploiement de l'initiative

- Etapes et dates clés de mise en place

- Ampleur de la mise en œuvre

(nombre de collaborateurs, de marques, de produits, de sites concernés...)

- Comment avez-vous appréhendé les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative ?

Réponse :

Juin 2015 : constitution d'une équipe de 12 personnes, 6 hommes, 6 femmes (parité parfaite), tous commerciaux et volontaires pour faire avancer les problématiques de diversité au sein de la fonction Ventes.

Juillet 2015 : finalisation d'un plan d'action nommé "Give & Take", avec une mission : fédérer l'ensemble de l'organisation autour de la Diversité et l'Inclusion. "Give & Take", pour changer la perception des leaders sur la génération Y et les connecter avec ceux qui seront les leaders de demain.

1 slogan : "Give & Take : pour que la diversité et l'inclusion ne soit plus l'affaire des "happy fews".

3 actions :

i) Développer les compétences, faire prendre conscience des différences intergénérationnelles pour mieux travailler ensemble

=> design et déploiement d'une formation "Gen Y" à l'ensemble des équipes Ventes et autres fonctions (siège et personnel de force de vente présent sur le terrain) et co-présentée par une personne de la génération Baby-Boom et de la génération Y. 2 points de vue, 2 styles, 2 générations qui parlent du même sujet pour aiguiller sur comment bien travailler entre

générations.

ii) Amener un point de vue extérieur et en débattre

=> intervention d'Emmanuelle Duez (entrepreneure étendard de la génération Y) sur les attentes de la génération Y : "quel leader pour demain ?"

=> session de questions / réponses

iii) Connecter les leaders des générations Baby Boom / X avec les générations Y

=> mise en place d'un programme "adopte un reverse-mentor" (campagne de communication bi-mensuelle auprès de toute l'organisation Ventes, sensibilisation et formation du comité de direction et du middle-management au reverse-mentoring)

6. Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative

- Combien de collaborateurs ont été mobilisés ? (le cas échéant)

- Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour motiver et former les collaborateurs concernés par l'initiative ?

- De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?

Réponse :

JUIN | Constitution d'une équipe de personnes motivées et représentatives de l'organisation : toutes les hierarchies (d'assistant(e)s à Directeur/trice commerciaux. 50/50 hommes femmes.

JUILLET | Design du plan d'action GIVE & TAKE + engagement du comité de direction avec un objectif de 80% de reverse-mentoring

SEPTEMBRE | Présentation à l'ensemble de l'organisation

SEPTEMBRE - JUIN | Actions !

JUIN | Résultats / Partage des résultats / Prochaines étapes pour GIVE & TAKE 2.0

7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet.

Réponse :

- Intervention d'Emmanuelle Duez sur les attentes de la génération Y : "quel leader pour demain ?"
- mise en place d'un programme "adopte un reverse-mentor"
- Les ressources humaines ont soutenu notre projet tout au long de l'année et l'ont nourri notamment via l'organisation cross-fonction du mois de la Diversité & de l'Inclusion

8. Information du consommateur et des parties prenantes.

- Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs et aux parties prenantes du projet, notamment pour faire évoluer leurs comportements avez vous mises en place ? (Supports, moyens, budgets ...)
- Collez un ou deux exemples de communication (visuels développés)

Réponse :

- Création du « D&I month » avec l'intervention d'intervenants extérieurs
- Déploiement du training « Make P&G the best place to work for Gen Y »

Critère 3
Impact et résultats
(coeff. 3)

9. Quels ont été les résultats quantitatifs de cette initiative ?

- Indicateurs clés (économiques, financiers)
- Chiffres bruts (départ / à date)
- Evolution par rapport à la date de démarrage du projet

Réponse :

Score intervention Emmanuelle Duez (sondage ad-hoc) : 9.6/10

% du comité de direction ayant un reverse-mentor : 80%

Résultats à l'enquête annuelle à la question : "mon comité de direction valorise la diversité et l'inclusion pour atteindre les résultats business" => 94/100 (+11pts)

10. Quels ont été les avantages qualitatifs de cette initiative ?

- Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires ...)

Exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative.

>> reconnaissance (s) ayant déjà été obtenu(es) par cette initiative

Réponse :

"Employee survey" : enquête annuelle d'évaluation par les employés

Sondage ad-hoc sur l'évaluation de la session d'E. Duez

11. Quelles ont été les pratiques modifiées suite à ce projet :

- en interne (comportements, méthode de travail, perception du changement...)

- en externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires...), envers l'Homme, l'environnement, sur les bienfaits sociaux...

Réponse :

- Prise de conscience collective. De nombreux volontaires ont envie de rejoindre le D&I team pour accroître l'action mise en place.
- Le déploiement de la formation « Gen Y » par un représentant de la génération Y et une représentante de la génération X a permis à tous de pouvoir s'identifier et de mieux comprendre comment interagir.

Critère 4 **Vision** **(coeff. 2)**

12. Quel est l'objectif à court/moyen terme ? (quantitatifs et qualitatifs)

Réponse :

Les objectifs sont les suivants :

1. Envie : un groupe de passionnés, volontaires, aux profils divers
2. Rigueur : une réunion par mois autour d'un déjeuner pour définir et exécuter le plan d'action
3. Sponsorship :
 - 1 personne du comité de direction (Dir commercial) dans le groupe de travail pour soutenir les stratégies
 - implication tous les membres du comité de direction et du middle management
4. Communication intensive : une communication régulière auprès de l'ensemble de la fonction Ventes tous les 2 mois et également auprès du comité de direction

13. En quoi cette initiative s'inscrit-elle dans la vision et dans la mission de votre entreprise, ou la fait elle évoluer ?

Réponse :

Cette initiative permet d'ôter les biais des recruteurs sur cette génération, de continuer d'attirer mais aussi de retenir les meilleurs talents parce que cette nouvelle génération représente nos Leaders de demain.

Annexes

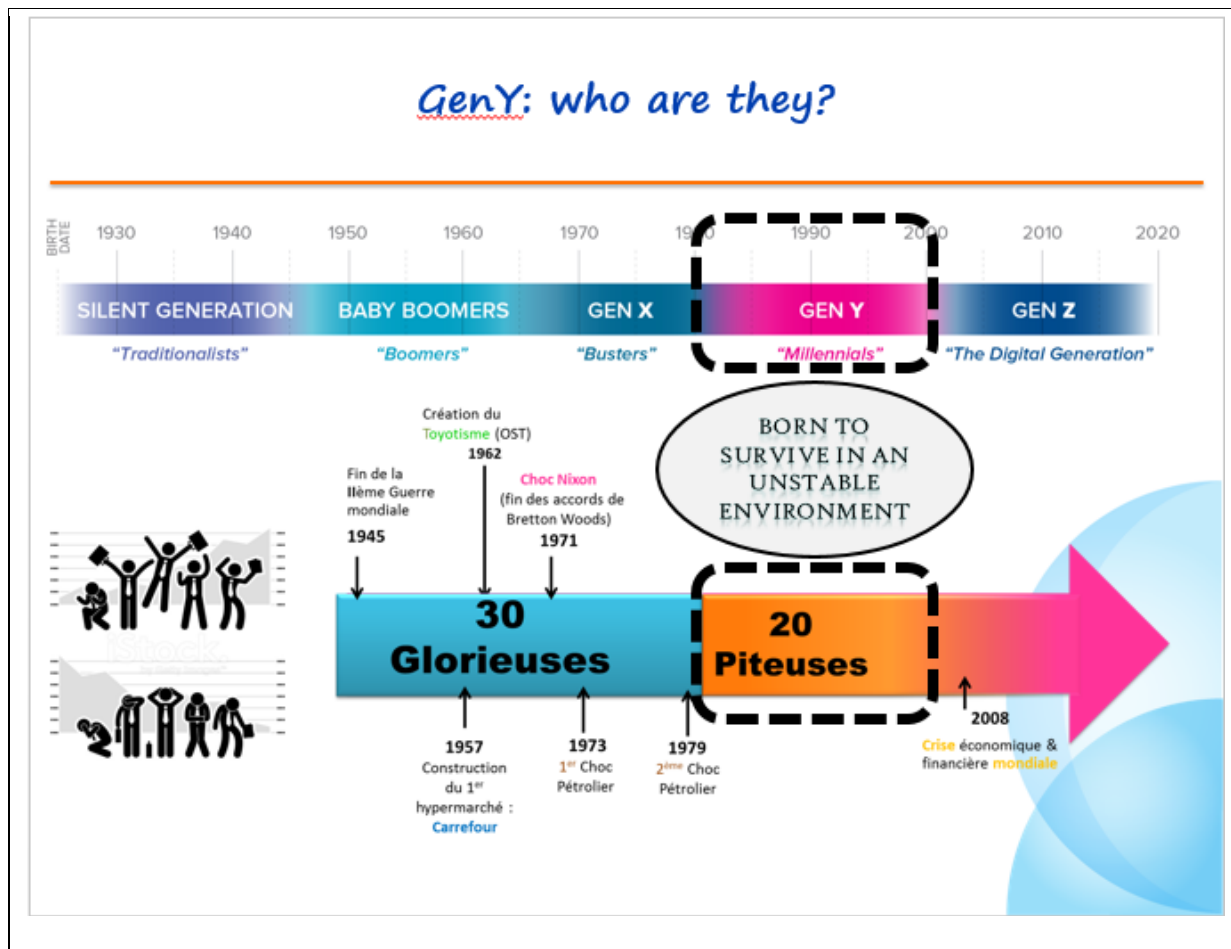
Y a-t-il d'autres éléments utiles que vous souhaitez apporter au jury ?

Réponse ou PJ en format numérique (2max) :



10 tips to manage Gen Y reports

1- Listen	2- Inspire	3- Let them dream	4- Straight talk, Explain	5- Involve
6- Leverage digital flex	7- Coach & train	8- Encourage	9- Work life Balance	10- Have Fun @ work



Autorisation de publication des dossiers de candidatures

Les participants autorisent l'Organisateur à rendre public leur dossier de candidature, et ce uniquement à des fins pédagogiques et de communication.

Cette autorisation est accordée à la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC, sans frais, pour une durée limitée de deux ans à compter de la remise des prix.

Cocher la case ci-après afin de donner votre approbation : ☐

La participation au Grand Prix de la Consommation Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours.

Le règlement peut être téléchargé sur le site www.grandprix-consommationresponsable.com

Le dossier de candidature complété (et annexes) est à retourner à l'adresse suivante:

GPrixRSE-chaireGC@essec.edu

Date limite de renvoi des dossiers : 12 octobre 2016

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet