

TRIBU 12

Juillet
Août
Septembre
2010

LE MAGAZINE DES DIRIGEANTS COMMERCIAUX DE FRANCE

www.reseau-dcf.fr



80 ans
80 associations

LA BAULE
FLORILÈGE

5



Retour sur
le Congrès 2010

ACTUALITÉ
NATIONALE

14



Objectif Metz

PORTRAITS
CROISÉS

16



Les 2 lauréates
du CNC 2010

DCF EN RÉGION

18



L'actualité de votre
association

DCF SPORTS

29

La Rochelle - 25 septembre 2010



1^{ères} REGATES

1^{ères} régates DCF



LE RÉSEAU DES MANAGERS DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE



LA POSTE
SOLUTIONS **BUSINESS**

ET SI VOUS PASSIEZ AU MARKETING DIRECT AVEC LA POSTE POUR FAIRE DÉCOLLER VOTRE ACTIVITÉ ?

Recruter ou fidéliser des clients, faire connaître une promotion, créer du trafic dans votre magasin ou sur votre site Internet... n'a jamais été aussi simple et économique. Avec La Poste, vous bénéficiez de toutes les solutions de marketing direct : location de fichiers, création, fabrication, envoi de mailings et e-mailings, réalisation de post-tests pour vérifier l'efficacité de vos campagnes.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.laposte.fr/marketing-direct

La Poste Solutions Business, les nouveaux choix pour développer votre entreprise.

LES SPECIALISTES
ENTREPRISES

3634
LE 3634, C'EST LA POSTE BUSINESS



LA POSTE



LA CONFIANCE DONNE DE L'AVANCE

www.laposte.fr

SOMMAIRE & ÉDITO

Jean-Pierre Arnaud

3

LA BAULE FLORILÈGE

Précongrès

Accueil / Discours

La salle

Gala

Stands

CNC

4

PARTENAIRES DU CONGRÈS

Kadeal

Vecteur plus...

11

ACTUALITÉ NATIONALE

14

PORTRAITS CROISÉS

Les 2 lauréates du CNC 2010

16

DCF EN RÉGION

DCF Saintes

DCF Aveyron

DCF Le Puy

DCF Colmar...

18

SOUVENIR

Les années CNC

24

REVUE DE PRESSE

Parus ce trimestre

Dans la presse...

26

BRÈVES

29

TRIBUNE

Quand la communauté rassure...

30



80 ans, 80 associations

Cher(e) Ami(e) DCF,

De l'expertise, des bonnes pratiques, une vision portée toujours vers l'avenir et des liens forts, tels sont les piliers du mouvement DCF.

A La Baule, nous avons pu explorer ensemble les grands dossiers du mouvement ; Luc Ferry nous a apporté des éléments de réflexion sur la place de l'Homme dans la mondialisation ou l'entreprise ; Marc Touati nous a livré des clés pour comprendre et sortir de la crise depuis la macroéconomie jusqu'à l'entreprise ; nous avons balayé les idées reçues liées à la vente et à nos métier grâce à l'intervention du Conseil Scientifique et nous nous sommes interrogés sur l'intégration des jeunes à travers le CNC et la conférence de Ralph Hababou.

Depuis 80 ans, telle est la vocation du mouvement DCF : être à l'origine d'évolutions économiques ou sociales, apporter une analyse prospective pour améliorer l'entreprise et l'humain afin de mener à la performance en regardant toujours vers l'avenir.

L'avenir est si proche : nous fêterons l'année prochaine les 50 bougies du CNC, nous irons ensemble à Metz dans deux ans pour un nouveau Congrès National. D'ici là, le réseau s'enrichira encore en contenu, en expertise, en contacts humains et en convivialité, grâce à vous, j'en suis convaincu.

80 ans d'existence et 80 associations unies. Je n'y vois aucun hasard mais bel et bien un signe fort en faveur de notre avenir à tous.

La Baule était un succès pour tous les DCF présents, aussi je souhaite tous vous encourager à être présents en Lorraine pour un nouveau cru de cet événement DCF.

A ceux qui, pour des motifs souvent professionnels, n'ont pu nous rejoindre lors de cette édition 2010, je vous souhaite une excellente lecture.

Amitiés DCF,

Jean-Pierre ARNAUD
Président National

La Baule : florilège



DCF congrès national La Baule

Le Congrès de La Baule nous a permis de nous projeter vers l'avenir des métiers commerciaux et celui de notre réseau. Riche en intensité et de la qualité des différents intervenants qu'elle a su mettre en avant, l'édition La Baule de ce rendez-vous DCF écrit, pour les 80 ans du mouvement, une nouvelle page de la vie du mouvement.

Lors du plateau **DCF Les yeux dans les yeux**, les membres du comité exécutif ont rappelé la stratégie globale du mouvement et les chantiers en cours ou à venir : Site web, formation, définition du statut de DCF-Junior, essor du mouvement et du Club Premier des DCF, résultats de l'étude menée par l'Observatoire Permanent de la Fonction Commerciale, ... le réseau va encore évoluer vers plus d'interactivité, une offre révisée pour les adhérents et de nouvelles associations.

Les 5 séances de **10 minutes pour convaincre**, animées par le conseil scientifique ont mis en relief et démenti les principales idées reçues sur la fonction commerciale :

La fonction commerciale n'intéresse plus les jeunes Francis Schillio ; *L'avènement du commercial virtuel* Lionel Bobot ; *Tout le monde sait vendre* Isabelle Barth ; *Les grands comptes c'est pas pour les PME* Sylvie Mantel-Lacoste et *Les commerciaux sont impossibles à manager* Pascal Brassier.

En plus de ces instants DCF, des conférenciers de talent, une soirée de gala conviviale en l'honneur des 80 ans DCF, un espace exposant à l'ambiance exceptionnelle... Un congrès historique à revisiter dans ce dossier.

Précongrès



« J'ai eu beaucoup de plaisir et de satisfaction lors de nos rencontres avec les DCF. J'ai vraiment apprécié vos travaux et votre approche avec les jeunes. Votre dynamisme, votre réalisme économique et vos compétences pour l'entreprise sont positifs et encourageants. Merci pour La Baule ».

Yves Métaireau – Maire de La Baule

Accueil / Discours



Luc Ferry, *La place de l'homme dans la société et la mondialisation*

Paradoxalement, alors qu'un confort matériel existe dans notre société, les générations actuelles sont bercées par un climat de crainte constante.

L'optimisme qui a bercé l'Europe depuis le XVIII^{ème} siècle est porteur

jusqu'à la fin des années 60, d'une vision progressiste d'un monde meilleur. Cet optimisme sera une énergie décisive dans la construction européenne.

En 1968, la déconstruction des valeurs traditionnelles dans le but de renier ouvertement le traditionalisme bourgeois mène à une perte de repères. Parallèlement, la mondialisation économique croît et aboutit à un climat de compétition perpétuelle, basé sur la production et la consommation. Ce sont donc des changements moraux, technologiques ou sociétaux, qui ont mené à une déconstruction des valeurs traditionnelles.

Aujourd'hui, nous abordons la deuxième phase de la mondialisation au sein de laquelle règne la peur et le pessimisme. Les projets humanistes ont cédé leur place à une compétition permanente entre tous les acteurs du marché, de la culture, des

services, des peuples ou des hommes. Cette course à la compétition vient drastiquement modifier l'histoire et la vocation initiale de l'idée de mondialisation.

Outre la déconstruction des valeurs traditionnelles, la mondialisation, omniprésente, a des effets inquiétants tels que l'opacité du monde (nous sommes poussés dans le dos par la course à l'innovation et non la représentation d'un grand dessein de civilisation ou d'humanité) ou la dépossession démocratique (les leviers de la politique nationale face à un contexte international ne représentent que l'ombre de leur pouvoir passé).

Face à ce constat, une forme d'optimisme subsiste à travers la sacralisation de l'humain : Dans ce contexte nouveau, les valeurs familiales et humaines sont mises en avant. Le sacré – au sens où l'on peut se sacrifier pour une cause – n'est plus d'actualité vis-à-vis de Dieu, de la patrie ou pour une révolution. Ces trois grands motifs de sacrifice ont disparu en Europe, au bénéfice de l'intérêt pour l'Homme.

Nous ne vivons pas le désenchantement du monde. Au contraire, cet intérêt pour l'Homme doit nous pousser à l'optimisme car il va crucialement révolutionner les visions politiques, sociales et collectives à venir. Ainsi, tout nous prêche à croire que ce mouvement de fond pourra réconcilier les valeurs humaines et la course à l'innovation.

Hadrien Lavielle - hadrien.lavielle@dcf-france.fr

La salle



Marc Touati, Directeur général de Global Equities et président du cabinet de conseil ACDEFI. Après la crise, la reprise. Quelles opportunités pour les entreprises françaises ?



Suite à la crise financière historique, certes, mais non systémique que les économies mondiales ont essuyée, les arguments pour le rebond ne manquent pas. Les prix pétroliers et des matières premières restent contenus alors que les banques, sauvées de la faillite, retrouvent une meilleure santé et leur dynamique d'essor.

La baisse des taux directeurs par les banques centrales, l'effet conjugué des efforts communs entre G20, Etats-Unis, Chine et FMI et la disparition de 60% des *hedge funds* : tout semble annoncer clairement un climat propice à la reprise économique.

Aujourd'hui, pour de multiples facteurs, on peut croire en une augmentation raisonnée du prix des matières premières et une limitation claire de l'hyperinflation. Déjà, les Etats-Unis retrouvent une croissance supérieure à 3% pour fin 2010 avec une reprise croissante des investissements ce qui, à terme, canaliserait le chômage. Les pays émergents, avec la Chine qui reste

de loin un leader économique, ont tendance à tirer vers le haut la croissance mondiale.

Dans ce contexte, la zone Euro semble quant à elle souffrir des différences qui l'ont créée. L'Allemagne est clairement sortie de la récession tandis que l'Espagne ou la Grèce inquiètent. A trop compter sur les non-résidents pour financer leur dette publique respective, les pays européens risquent gros et la banque centrale est en position très délicate pour légiférer entre des cas extrêmes.

La France, plus particulièrement, la reprise commence tout juste sans nécessairement se faire dans une atmosphère euphorique. La bulle immobilière se dégonfle et la consommation reste encore assistée face à un déficit public inquiétant. Pour sortir par le haut de la crise ? Raisonner principalement sur trois points clé :

- les stratégies de niche,
- la R&D
- la croissance internationale

En plus de ces trois possibilités, ne jamais oublier que les performances des entreprises sont directement liées au bien-être des employés. S'orienter donc vers un modèle durable de développement, opter pour la transparence, notamment au niveau des salaires et développer la qualité des services, tels sont les moyens de sortir de la crise aujourd'hui.

Hadrien Lavielle - hadrien.lavielle@dcf-france.fr

Gala



Stands



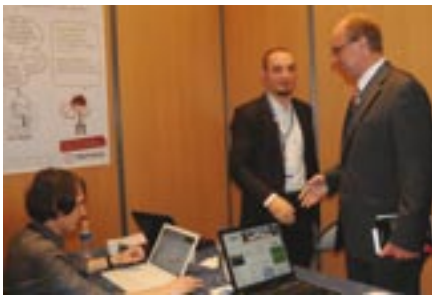
« J'ai découvert la grande famille des DCF il y a maintenant plus d'un an et je ne suis pas prête de faire demi-tour ! Les expériences humaines et professionnelles de mes aînés me permettent d'avancer chaque jour dans mes projets. »

Céline Eckert, la « génération W » des DCF-Vendée.

« Nous avons au choix : Professionnellement partagé un moment amical et amicalement partagé un moment professionnel. »

Roland Busca – DCF-Pau





« Cette façon de penser, cette façon d'être, me séduit depuis maintenant près de 24 ans. Plus on avance et plus je mesure la chance d'avoir connu ce mouvement. »

Jacques Vivat, un « Ancien pétillant » des DCF-Clermont-Ferrand



« Nous avons été très satisfaits des contacts que nous avons eu avec chacun d'entre vous et très surpris par cet esprit de famille accueillant et convivial. »

Cyrille Malherbe – Exposant SAP Business





« Quand je serai grand, je serai commercial » était un thème audacieux, c'est grâce à des grands dirigeants commerciaux – tant dans l'organisation que dans le public – que cet événement DCF a été un succès. Après deux ans d'organisation, je réalise le chemin parcouru jusqu'à ces trois jours d'instantanés professionnels et conviviaux. Trois jours de bonheur ! Merci à tous les DCF qui y ont participé, le rendez-vous est pris pour Metz dans deux ans ! L'équipe de La Baule / Nantes sera au grand complet en Lorraine."

Claude Chartrain, Directeur du Congrès de La Baule



Ralph Hababou, Génération W : La révolution est en marche



Ralph Hababou voit dans les nouveaux acteurs de la société (personnes nées entre 1980 et 2000) une génération qu'il a surnommée « W » et qu'il considère prête à relever de nombreux défis.

Très souvent, l'image que l'on peut avoir des jeunes est révélatrice des difficultés que leur arrivée dans l'entreprise soulève.

D'aucuns diront que cette nouvelle génération, fière de la technologie qu'elle sait maîtriser, manque d'objectifs, de motivation ou d'optimisme. Il n'en est rien car au contraire c'est à trois révolutions en forme de rupture – ou trois W – que les plus jeunes acteurs s'attèlent conjointement avec une énergie et un optimisme rare.

W pour web car cette génération a vu la révolution digitale transformer l'information et les outils de travail. « Depuis que Google existe, on ne peut plus dire « Je n'étais pas au courant » ». Un fossé réel existe entre la pratique du web des W et celle de leurs aînés. Le web – qui n'en est qu'à ses débuts – continuera

encore à évoluer drastiquement dans les années à venir et sera sans pitié pour ceux qui n'auront pas su ou voulu évoluer avec.

W pour woman. Après son émancipation, il s'agit aujourd'hui de redonner aux femmes la place qui leur revient dans la société. Toujours plus nombreuses aux postes clé des entreprises, elles sont à l'origine d'une révolution managériale et humaine sans précédent dans l'histoire. La question est d'être à même de collaborer ensemble riche des spécificités de chacun. « De la mixité à la diversité, il n'y a qu'un pas ».

W pour weather. Les enjeux climatiques ou écologiques sont au cœur des comportements des personnes ou des entreprises. « Bienvenue dans l'économie carbone ! » entend-on comme leitmotiv sociétal.

« Être attentif aux technologies et respecter les générations qui sont nées avec ; rester vigilant sur la mixité, se soucier de la diversité, s'occuper et se préoccuper du destin de notre planète en y étant moins indifférent. Voilà le programme que nous prépare ce début de siècle ».

Nous sommes tous plongés dans un monde où les appréhensions doivent laisser place à un état d'esprit guidé par le « to care ». Le débat n'est pas d'atténuer les écarts mais bel et bien de valoriser les différences et de raisonner collectivement pour que chacun puisse aider et être aidé. Bienvenue dans le XXI^{ème} siècle !

Hadrien Lavielle - hadrien.lavielle@dcf-france.fr

Les partenaires du Congrès

Philippe Duhamel, Fondateur et Directeur Marketing Kadeal



H.L. : Peux-tu présenter les activités de Kadeal, partenaire officiel du Congrès DCF 2010 ?

P.D. : Kadeal est une jeune entreprise créée en mai 2009. Nous proposons un outil web de prospection qui fonctionne par agrégation de contenus issus du web. Grâce aux croisements de données de sources diverses (sites web des entreprises, réseaux sociaux professionnels ou sources business et presse), nous offrons de trouver des prospects ciblés et des contacts qualifiés de prospects.

H.L. : A qui s'adresse une telle offre ?

P.D. : Nous avons certes commencé par toucher les PME mais aujourd'hui nous axons nos efforts vers les grands comptes parmi lesquels les entreprises clientes disposent de leur propre équipe commerciale et/ou marketing. Nous balayons l'ensemble des secteurs d'activité mais nous adressons à ce jour à de nombreuses entreprises adeptes des NTIC.

H.L. : Quels sont les apports essentiels du web à votre activité ?

P.D. : En plus des réseaux humains, se développent aujourd'hui les réseaux sociaux et le web 2.0. Chacun peut partager du contenu et des informations. Nous nous sommes appuyés sur un modèle Web2 pour permettre à chacun de nos clients d'intégrer avec une base de données de contacts collective. Ils peuvent ainsi rectifier certaines informations sur les contacts présents sur la page, les qualifier ou même échanger des contacts personnels avec d'autres.

H.L. : Cette place prépondérante d'Internet et l'arrivée d'une génération très web est donc pour vous une opportunité je résume...

P.D. : Il est nécessaire de souligner que tout réseau se construit sur l'humain. Le web et les outils dits virtuels qu'il propose facilitent la gestion d'un réseau mais ne le créent pas en soit. Ainsi, chez Kadeal, nous ne sommes pas ayatollahs de cet outil. Cependant, la qualité des informations chaudes et mises à la disposition de tous, nous permet de gagner en rapidité et en efficacité pour traiter nos bases de données.

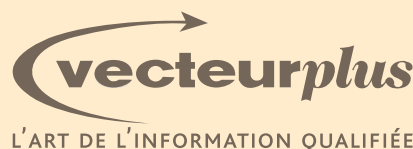
H.L. : Vous étiez au Congrès DCF de juin 2010. Vos impressions...

P.D. : Le titre du congrès est très parlant de lui-même : « *Quand je serai grand, je serai commercial !* » La nouvelle génération, ses aspirations et son caractère « digitalnative »

retient toute notre attention chez Kadeal. Il faut effectivement faire découvrir nos métiers et notre savoir faire aux plus jeunes car la fonction commerciale a le vent en poupe. Cette nouvelle génération doit aujourd'hui comprendre que le web n'est pas la réponse à tout, que le terrain et les relations humaines sont au cœur de toute relation commerciale. Outre l'expertise commerciale, j'ai pu constater au Congrès DCF que le réseau est un tissu humain très fort.

Philippe Duhamel - propos recueillis par Hadrien Lavielle, hadrien.lavielle@dcf-france.fr

Jean-Loïc Gertgen, PDG de Vecteur Plus



H.L. : Pouvez-vous nous rappeler rapidement les activités de Vecteur Plus, partenaire officiel du Congrès DCF 2010 ?

J.-L.G. : Vecteur plus est une entreprise qui existe depuis 1995, date à laquelle elle a été créée par trois associés : Eric Legrand, Didier Hartereau et moi-même. Vecteur Plus est aujourd'hui leader français de la veille commerciale : Nous livrons tout à la fois du contenu et son contenant, c'est-à-dire les outils de gestion pour l'exploiter. Notre clientèle en veille est constituée à 50% des entreprises du BTP bien que nous couvrons l'ensemble des métiers. Notre objectif est d'étendre notre activité de vente de bases de données et d'outils de gestion (en plus de la veille) à tous les secteurs d'activité. Ce pack complet, déjà en place pour le BTP et l'IT (technologies de l'information) avec notre filiale Come Back, leader de bases de données en IT, devraient couvrir très prochainement les secteurs de l'événementiel, des ressources humaines et du marketing.

H.L. : A quel type d'entreprise vous adressez-vous plus particulièrement ?

J.-L.G. : Comme je l'évoquais notre cible est multisectorielle néanmoins, nous distinguons les 45.000 entreprises clientes qui répondent au marché public (avec 5.000 clients majeurs) des 40.000 entreprises s'adressant aux marchés privés. Cette seconde partie de notre portefeuille est en plein développement. Au sein de cette cible, nous remarquons plus particulièrement 2.500 entreprises clientes de plus de 20 personnes disposant de 2 à 300 vendeurs dans leurs effectifs. Notre objectif est de faciliter le travail du Directeur Commercial de ces structures en permettant à ses vendeurs d'effectuer un ciblage qualifié. Nous proposons une fenêtre sur l'action commerciale allant de la gestion de l'information en amont (appels d'offre ou base de contacts qualifiés) jusqu'au reporting final grâce à des outils dédiés.

H.L. : Je suppose que le web a crucialement changé votre activité, tout particulièrement pour la gestion de la veille commerciale. Pouvez-vous nous en dire plus sur vos sources de veille commerciale ?

J.-L.G. : Nos sources d'informations sont variées et se composent de l'étude de 8.000 sites web ainsi que de 900 titres de presse spécialisés qui font systématiquement l'objet d'une enquête téléphonique qualifiante. Pour exemple, pour un appel d'offre en BTP, nous livrons à nos clients le projet détaillé ainsi que des contacts (architecte, maître d'ouvrage, bureau d'étude, ...).

Le web a fait évoluer notre activité ainsi que les solutions que nous proposons qui ne nécessitent ni outils dédié, ni installation, ce qui permet une mise à jour immédiate de l'information. Pour la profession, le web a permis l'échange rapide et le développement de bonnes pratiques commerciales sans nécessairement passer par la voie « classique » de descente de l'information. Nous pouvons directement nous adresser au commercial en bout de chaîne et ainsi proposer une personnalisation totale de d'information (à ce jour nos solutions se traduisent sur 20.000 profils personnalisés).

H.L. : Durant le Congrès National de La Baule, les DCF réfléchissent à l'avenir des métiers de la fonction commerciale. Quel est votre opinion sur ce point ?

J.-L.G. : En France, le commercial n'a pas été mis assez en valeur. Mondialisation et crise économique aidant, les professions commerciales doivent plus que jamais être au cœur des stratégies de création de produit ou service. « Vendre pour vendre » n'est plus un modèle cohérent et l'élaboration des stratégies commerciales doit aujourd'hui se faire d'une manière conjointe à la stratégie produit. Les outils développés par Vecteur Plus tendent justement à intégrer et mettre en musique l'élaboration de ce plan de vente.

Le manque de vendeurs dans l'hexagone – que nous subissons aussi chez Vecteur Plus – s'accompagne conjointement d'un changement radical des pratiques. Exit les mauvaises habitudes de la vente à court termes car l'augmentation ponctuelle du chiffres d'affaires n'est plus la clef du développement des entreprises. Ceci se traduit par une relation humaine exacerbée entre clients et vendeurs au sein de laquelle l'écoute, la découverte et la confiance sont maîtres de la qualité et de la pérennité des échanges.

H.L. : Que vous inspire le thème du Congrès national des DCF ? Que diriez-vous à un jeune à l'heure de ses choix de formation ?

J.-L.G. : Les métiers de la vente mettent avant tout en avant la faculté de s'intéresser aux autres. Ainsi, je crois que toute formation qui traduit une certaine curiosité – qu'elle soit marketing, vente ou communication – peut amener aux métiers de la fonction commerciale. Ainsi, j'accorde un intérêt tout particulier aux profils riches en expériences au contact des personnes. Indépendamment de la théorie et des technique, c'est – je crois – cette prédisposition à l'échange humain qui définit un bon commercial.

Le Congrès des DCF est porteur de ce renouveau de la fonction commerciale. Il est plus que temps de la valoriser et les DCF permettent à chacun de mettre en avant les métiers qui la composent à la fois en entreprise et auprès des générations à venir.

Jean-Loïc Gertgen - propos recueillis par Hadrien Lavielle,
hadrien.lavielle@dcf-france.fr

La Poste

Les marchés s'ouvrent sur des défis technologiques, concurrentiels et humains

La Poste fait face à trois révolutions simultanées : la révolution Internet ; la révolution écologique ; la révolution de la concurrence avec la libéralisation des marchés postaux en 2011. La Poste s'y prépare depuis longtemps, en s'appuyant aussi sur son meilleur atout : l'humain. Revue de détail avec Marc Pontet, directeur général adjoint, directeur marketing et commercial du Courrier, membre du club premier des DCF (photo).

Devenue SA depuis le 1er mars dernier, La Poste dispose d'atouts supplémentaires pour relever les nombreux défis qui s'offrent à elle et se développer.

La Poste est déjà ouverte sur l'international, avec Geopost (dont plus de la moitié du chiffre d'affaires est réalisée hors de France), mais aussi La Banque Postale et le Courrier. En 2010, le Courrier est présent sur les plus grands marchés de courrier transfrontaliers (Etats-Unis, Grande-Bretagne et Allemagne), il se développe en Europe sur le marché de l'imprimé publicitaire et du marketing relationnel avec sa filiale Médiapost.

Face à la baisse annoncée des volumes, La Poste a engagé un projet stratégique « 2015 Réinventons le Courrier ».

Ce projet s'appuie sur une conviction simple : les entreprises utilisent le courrier au service de leur relation client; il doit donc devenir media premium de la relation client qu'il s'agisse de courrier publicitaire ou de courrier relationnel.

Le courrier doit trouver pleinement sa place dans la société numérique : le mois de septembre verra également le lancement du service Digiposte, à la fois boîte aux lettres universelle, coffre numérique et espace de partage.

Pour soutenir le déploiement de ces deux axes, un vaste chantier d'amélioration de la vie au travail a été lancé. Ce chantier a pour objectif de construire l'avenir grâce à un pacte social clair et assumé. **C'est en mettant l'humain au cœur des évolutions à venir que La Poste réussira la réinvention du courrier.**

Différents programmes ont ainsi été ouverts visant à améliorer la vie au travail au quotidien et à donner confiance aux postiers : « santé au travail », « nouveaux parcours professionnels », « décentralisation », « recherche permanente de l'accord social ».

Cette ambition concerne également les métiers commerciaux : La Poste vise à ce que ses chargés de clientèle deviennent des vendeurs de media, elle propose des reconversions à des personnels issus de l'univers de la production qui souhaitent rejoindre les centres d'appels (service consommateur, télévente...).

Enfin, s'agissant du thème de l'« Equilibre entre vie privée et vie professionnelle », La Poste vise à assurer le bien-être des équipes en renforçant les solutions existantes ou en innovant



au besoin.

Une grande enquête est conduite par l'institut IPSOS sur l'ensemble des collaborateurs du Courrier depuis près de 3 ans.

En 2009, 100 000 postiers du Courrier y ont répondu. 68% d'entre eux se déclarent très ou assez satisfaits de l'équilibre vie privée/vie au travail. 71% d'entre eux se disent par ailleurs satisfaits du contenu de leur travail. 65% déclarent avoir confiance dans le management de proximité.

Depuis 2007, la direction du Courrier de La Poste a noué des relations étroites avec les dirigeants commerciaux de France (DCF). En tant que membre associé, elle est partenaire actif de chaque événement annuel (Congrès et semaine nationale de la performance commerciale).

A ce jour et au niveau local, de très nombreux directeurs commerciaux sont actifs partageant avec leurs homologues d'autres entreprises et clients de La Poste, des bonnes pratiques, innovations, attentes et orientations stratégiques.

mais pas seulement ?

Oui, il est clair que dans la phase opérationnelle du partenariat nous allons entrer en contact avec les présidents d'associations DCF pour les sensibiliser sur le terrain à certaines bonnes pratiques voire les accompagner, ainsi que vos membres. Et c'est capital. Pour autant, ça ne s'arrête pas là puisque nous sommes propriétaire du premier site internet contributif (2.0) pour les PME : Le portail des PME. Il compte actuellement plus 80 000 visiteurs uniques. Il va permettre à votre réseau de communiquer sur ses actions locales et de valoriser les grands événements DCF en particulier le Concours National de la Commercialisation, la Semaine Nationale de la Performance Commerciale...et bien sûr votre prochain congrès à Metz en 2012 !

Propos recueillis par Carole Papolroy
carole.papolroy@dcf-france.fr

Manageo

Les DCF préparent une rentrée axée sur leur développement

Les DCF lanceront à la rentrée 2010 une grande opération de marketing direct destinée à mieux faire connaître le réseau auprès des managers commerciaux français et bien sûr à recruter de nouveaux adhérents. Manageo, société de service et d'information pour les TPE-PME, filiale d'Altarea, va ainsi mettre en place 3 campagnes successives de e-mailing auprès de 30 000 décideurs susceptibles d'être intéressés par rejoindre notre Mouvement.

Manageo, entreprise créée en 1999, est en effet spécialisée dans l'information B2B sur la cible spécifique des PME et TPE. Son activité couvre l'ensemble des métiers de l'information : de la collecte à la diffusion en passant par le traitement et l'enrichissement.

Le savoir-faire de Manageo c'est aussi le portail Manageo.fr qui permet d'accéder à toutes les informations juridiques, légales et financières sur plus de 7 millions d'entités économiques Françaises : les entreprises inscrites au Registre du Commerce et des Sociétés, mais aussi celles qui relèvent du Registre des Métiers tels que les artisans et les professions libérales.

Manageo.fr propose toute l'information nécessaire à une bonne maîtrise du risque client : fiches d'identité juridique, identité des dirigeants statutaires (gérants, présidents ...), annonces légales, l'historique des événements depuis l'immatriculation jusqu'à la radiation, les procédures collectives éventuelles (liquidation, redressement judiciaire...), bilans analysés et notés, scores de défaillance... Mais aussi des informations encore plus pertinentes sur les entreprises comme les décideurs fonctionnels (dirigeants commerciaux, financiers, RH, achats, marketing, techniques...), les filiales et actionnaires, les privilèges, les comportements de paiement, les encours recommandés, le contexte sectoriel dans lequel évolue l'entreprise...

Un partenaire de choix donc, grâce à la puissance de ses bases de données et à expertise en matière de marketing direct.

carole.papolroy@dcf-france.fr

Prospactive

DCF et Prospactive, deux réseaux, un même combat !



Frédéric Liotard, président fondateur de Prospactive.

Prospactive est un réseau d'experts proposant aux TPE, PME et PMI de 5 à 200 salariés d'externaliser tout ou partie de leur développement commercial pour leur permettre d'accroître leur activité.

Les DCF viennent de signer un accord de partenariat avec cette entreprise créée en 2003 par Frédéric Liotard, lui-même anciennement cadre commercial. Interview de ce chef d'entreprise passionné par ce qui anime les DCF : la valorisation des métiers de la fonction commerciale.

Quelle valeur ajoutée Prospactive peut apporter aux DCF ?

Les DCF sont composés principalement de chefs d'entreprises et dirigeants commerciaux. Chez Prospactive, nous sommes les 2. Chacun des 65 dirigeants de cabinets Prospactive est un chef d'entreprise, et même si le réseau est là pour l'accompagner, son développement commercial est un enjeu majeur dans le développement de son entreprise. En parallèle, il structure et accélère le développement commercial de ses clients qui sont des chefs d'entreprises. Notre compréhension de la PME et des enjeux liés au développement de la fonction commerciale est donc optimale.

Quand ce partenariat va-t-il démarrer ?

La première étape consiste à mobiliser les hommes. Chez Prospactive nous allons commencer par fédérer tout le réseau dans le cadre de notre Université D'été qui se tiendra à Lyon du 16 au 18 septembre 2010 au cours de laquelle Bernard Derne, votre 1er vice-président en charge des partenariats, viendra présenter nos projets communs.

Ce partenariat va favoriser le rapprochement des individus,

2012 : Objectif Metz pour le Congrès National !



L'association lorraine présidée par Dominique Boulanger et riche de 67 adhérents à ce jour se mobilisera avec la région pour accueillir les Dirigeants Commerciaux de toute la France.

Rendez-vous dans deux ans en Lorraine pour un nouveau Congrès National, riche en expertise, en convivialité et en instants DCF !

Jean-Luc Volpez - Directeur du congrès DCF 2010
jl.volpez@wanadoo.fr

Challenge 1=2

En 2010, parrainez !



Le parrainage est une manière simple d'étendre la portée du réseau DCF en favorisant l'entrée de vos proches contacts dans le mouvement. Parrainer, c'est un acte de foi qui consiste à faire découvrir le mouvement à un dirigeant commercial de votre connaissance et de participer entièrement à son intégration au sein de l'association.

Le parrainage installe une relation de confiance et de proximité entre les adhérents c'est pourquoi la campagne de recrutement 1=2 a été mise en place. Elle vise à faciliter l'apport de sang neuf dans les associations et vous permet – grâce au challenge associé – de remporter différents lots à titre personnel ou pour l'association que vous représentez. Les adhérents eux-mêmes sont les premiers et les meilleurs ambassadeurs du mouvement. Nous comptons sur vous pour élargir encore la richesse et l'ampleur du réseau DCF !

A ce jour, suite au point étape fait en juin 2010 pour le challenge inter-association, ce sont les DCF de Clermont Ferrand qui sont en tête du classement. Félicitation aux 56 adhérents qui ont contribué à la grandeur du réseau DCF !

Retrouvez le règlement et les lots du challenge 1=2 sur IRIS, l'espace communautaire des DCF, dans l'atelier 1=2.

Jacques Benn – Vice-président national et DCF-Limoges

Lancements !

4 nouvelles associations pour le réseau DCF !

Cette première moitié de 2010 a été riche en lancements d'associations DCF. Nous comptons désormais dans le réseau les associations de **Morbihan** (Lancement le 3 mars à Vannes), **Seine-Saint-Denis** (Lancement le 16 mars 2010 à la CCI de Bobigny), **Vosges** (Lancement le 20 mai à Epinal), et **Angoulême** (Lancement le 25 mai 2010).

Félicitations aux adhérents et présidents qui sont désormais dans l'aventure du mouvement.

Pour ses 80 ans, celui-ci dispose aujourd'hui de 80 associations réparties sur le territoire.

Adoum Djibrine-Peterman – Président DCF-Seine-Saint-Denis
(adpeterman@inxeo.com)

Thierry Grandieres – Président DCF-Angoulême
(brunet.angouleme@brunet-groupe.fr)

Jean-Michel Burow – Président DCF-Morbihan
(jm.burow@bestwestern-vannescentre.com)

Christophe Oliveira – Président DCF-Vosges
(christophe.oliveira@fidal.fr)



Seine Saint-Denis

Vosges

Angoulême

765 DCF sur le web



Vous avez été 765 adhérents à vous connecter sur l'espace communautaire des DCF.

Compte tenu de l'ouverture d'IRIS en février dernier, c'est un résultat encourageant : chaque jour de nouveaux adhérents se connectent et remplissent leur profil.

Remplir son profil permet à tous les DCF de bénéficier d'un **annuaire web** beaucoup plus complet que sa version papier. Le remplir, permet aux adhérents de vous trouver au sein du réseau par situation géographique, secteur d'activité ou mots clés.

Sur IRIS, vous pouvez déjà trouver dans les **différents ateliers** des outils de supports pour votre association : Catalogue des conférenciers, Photos du congrès, Offres d'emploi, Documents types et outils de communication, ...

IRIS vous permet par ailleurs de **communiquer et de vous connecter avec l'ensemble du réseau**. N'hésitez pas à y rechercher une personne ou un prestataire.

Pour **vous connecter**, rien de plus simple : rendez-vous sur www.reseau-dcf.fr/espace-membre/. En cas d'oubli ou de perte de votre login et mot de passe, un module de récupération vous permet de les recevoir directement par courriel.

N'hésitez pas à nous faire part de votre expérience de navigation ou de nous appeler si vous souhaitez créer le minisite de votre association.

Hadrien.lavielle@dcf-france.fr

Le saviez-vous ?
 Inspheris, partenaire DCF et créateur du site web était à La Baule pour recueillir vos témoignages de navigation.
Des évolutions devraient découler de ces entretiens !
 Les solutions Inspheris : web 2.0, réseaux sociaux et travail collaboratif



NE RECRUTEZ PAS DE CANDIDATS !

Surtout ne recrutez pas de candidats ! Non, ne recrutez pas un diplôme, une expérience, des compétences... N'achetez pas une « force de travail ».



Recrutez plutôt un homme ou une femme ! Quelqu'un avec qui vous avez envie de travailler. Quelqu'un qui va s'intégrer facilement à votre équipe. Quelqu'un que vous aurez plaisir à revoir chaque matin.

Recrutez des qualités humaines, des aptitudes relationnelles.

Le savoir, lié aux connaissances, s'apprend. Le savoir-faire, lié à l'expérience, se perfectionne. Le savoir-être, en revanche, est intimement lié à la personne et évolue rarement.

Songez aux derniers cas de rupture de contrats de travail dont vous avez connaissance. Les séparations n'étaient sûrement pas dues à une incompétence « technique » mais plutôt à des problèmes relationnels mettant en jeu ce fameux savoir-être.

Dans ces conditions, ne vous échinez pas à recruter des clones, des candidats venant de la concurrence et qui vous apparaissent comme directement opérationnels.

Privilégiez les hommes et les femmes avec qui vous avez un bon feeling et qui disposent d'un bon potentiel. Le potentiel est souvent préférable à une compétence utilisée dans un autre contexte (laquelle peut décevoir dans un tout autre cadre de référence) et liée à une personnalité aux qualités humaines défailtantes.

Certes, il est plus difficile d'évaluer le savoir-être d'une personne plutôt que son savoir et son savoir-faire, mais en utilisant différents outils complémentaires d'appréciation, le risque d'erreur diminue.

Cela prend du temps, cela oblige à faire taire ses a priori, ses préjugés, mais le jeu en vaut la chandelle.

En d'autres termes, privilégiez le Quotient Emotionnel au Quotient Intellectuel et recrutez Jean plutôt que DUPONT...

Loïc DOUYERE
Gérant du Florian Mantione Institut
DCF Montpellier



BAZARLAND, créé il y a 20 ans est un concept moderne de discount de l'équipement de la maison et de la personne ayant pour spécialité, la diffusion d'articles textile, cadeau, décoration, art de la table, loisirs et bazar ménager. C'est aujourd'hui un réseau de 30 franchisés rattachés à une centrale de référencement avec 140 fournisseurs, 10 000 articles référencés, 130 rayons et 40 gammes. La forte progression de l'enseigne nécessite, aujourd'hui de recruter :

Directeur Commercial et Référencement h/f

Mission : en poste au siège de la société à Saint Hilaire de Brethunas (30), sous la responsabilité du Directeur Général et de l'actionnariat, sa mission principale sera d'une part, de mettre en place et suivre la stratégie commerciale de l'enseigne (choix des produits, optimisation des implantations...), d'autre part de piloter le service référencement en évaluant les besoins du réseau, en fixant les objectifs des acheteurs, en organisant le calendrier commercial de la centrale, en analysant les indicateurs de ventes des franchises et en gérant la relation avec les fournisseurs et les franchisés.

Profil : de formation BAC +2 minimum, plus qu'un diplôme, une expérience métier dans les produits discount dans une fonction équivalente est nécessaire. Vous êtes une réelle force de proposition dans l'entreprise aussi bien dans vos fonctions de Direction Commerciale que de Responsable des Référencements. Professionnel de la distribution, vous détenez nécessairement le sens du produit et vous avez l'expérience du bazar.

Consultez la définition de fonction et postulez en ligne sur www.florianmantione.com (rubrique Offres d'Emploi) sous la référence LR10G239 (réponse assurée sous 24H).

Florian Mantione Institut
Réseau international de conseil en R.H. www.florianmantione.com



GAN ASSURANCES (2,33 Mrds de CA, 2 500 collaborateurs, 5ème réseau en France), filiale de Groupama depuis 1998, propose une gamme complète de contrats et de services d'assurance et de banque, recrute, sur le département du Rhône (69) :

Commercial Assurances Entreprises h/f

Mission : prospecter, développer et fidéliser une clientèle d'entreprises et de professionnels en identifiant leurs besoins en solutions individuelles et collectives d'assurances Santé, Prévoyance, Epargne et Retraite. Créer et animer un réseau de prescripteurs (experts comptables, avocats...).

Profil : vous justifiez d'une expérience commerciale réussie avec une expérience en assurance ou en service connexes (banque, patrimoine, fiscalité...) idéalement auprès d'entreprises. Votre personnalité et vos résultats commerciaux sont vos meilleurs atouts. Le goût du challenge et l'atteinte d'objectifs sont des valeurs qui vous animent.

Consultez la définition de fonction et postulez en ligne sur www.florianmantione.com (rubrique Offres d'Emploi) sous la référence LR10F216 (réponse assurée sous 24H).

Florian Mantione Institut
Réseau international de conseil en R.H. www.florianmantione.com

Portraits croisés : Deux jeunes femmes

Lauréate Bac +2/3 - Anaïs Gateau

Lycée B.Palissy pour l'association DCF de Saintes

H.L. : Peux-tu nous évoquer ton parcours ? Comment t'a-t-il mené au CNC ?

A.G. : J'ai passé un BAC STG Marketing et suivi une formation en BTS Négociation Client. Suite à ma première approche vers le commerce, cette orientation s'est fait naturellement. Aujourd'hui, c'est évident : je veux être commerciale. Le Concours National de la Commercialisation s'intègre parfaitement dans la formation que j'ai suivie et reste une étape idéale pour se faire connaître ou rencontrer des acteurs de la fonction. Actuellement, je suis en stage commercial au Crédit Agricole. Dans le monde de la banque, donc, mais je reste ouverte à toute opportunité et le concours est une occasion idéale pour ouvrir de nouveaux horizons.

H.L. : Comment as-tu vécu le CNC en lui-même ? Qu'as-tu pensé du sujet ?

A.G. : J'ai assez bien vécu l'ensemble du concours. En réalité, mon tout premier oral récompensait le meilleur candidat de ma classe. Comme j'avais déjà eu l'année dernière la récompense de meilleure copie espoir, j'ai pensé qu'il fallait tout faire pour obtenir le prix. Ont suivies les sélections régionales et nationale et j'ai été très surprise d'arriver en finale.

Par rapport au concours de l'an dernier, le sujet était moins évident pour moi car je ne suis pas très sportive dans l'âme. Par conséquent, j'ai dû défendre à l'oral un sujet sur lequel je ne connaissais que très peu. Je me suis donc basée sur ma présence, mon travail en amont et ma décontraction.

H.L. : Pour y arriver, as-tu bénéficié d'un soutien ou d'un coaching particulier ?

A.G. : Il y a bien sûr Maurice Méquies des DCF qui m'a soutenu et à qui j'ai présenté mon travail en avant première avant les régionales et la finale. Les DCF de Saintes m'ont également soutenue mais pour le reste, je me suis basée sur du travail

personnel et de l'entraînement.

H.L. : Après la finale, que se passe-t-il ?

A.G. : De mon côté, je ne réalise pas encore tout à fait. Je suis à la fois heureuse et surprise de voir autant de félicitations, d'encouragements ou de fierté autour de moi. J'éprouve en grande satisfaction car – encore une fois – je ne pensais pas aller si loin dans la compétition. Grâce au concours, j'ai tissé des liens forts avec les DCF-Saintes. Pierre Gangloff, le responsable des DCF Juniors m'a proposé de le recontacter dès que j'aurai intégré une fonction et je crois que le concours est un excellent levier pour rencontrer des professionnels.



H.L. : Un message à faire passer à tous les futurs candidats ?

A.G. : Il faut vous donner à fond dans cette expérience à la fois professionnellement et personnellement parlant. C'est une très belle aventure qui permet de prendre la parole face à des centaines de dirigeants ou chefs d'entreprise et de défendre une idée, un projet face à eux. Il n'est pas nécessaire de stresser car cette expérience ne peut être que bénéfique alors allez y et faites vous plaisir. Si c'était à refaire, j'y retournerais sans hésiter, en particulier pour l'oral. J'ai adoré présenter et défendre mes idées.

H.L. : Des remerciements à faire passer ?

A.G. : Tout d'abord un grand merci à tous les DCF car ils permettent à des milliers d'étudiants de la France entière de participer à un concours complet et national. Plus particulièrement, un grand merci aux DCF de Saintes qui m'ont chouchoutée et soutenue depuis les épreuves locales jusqu'à ces deux jours passés au Congrès National de La Baule.

Anaïs Gateau - propos recueillis par Hadrien Lavielle, hadrien.lavielle@dcf-france.fr

Thibaut Ciccone >
2ème prix
IUT Metz



< Olivier Olek
3ème prix
Lycée Paul Duez



lauréates 2010 au CNC

Lauréate Bac +4/5 - Claire Marvillet

ESC Brest pour l'asso. DCF de Brest

H.L. : Commençons par ton parcours avant d'en arriver au CNC...

C.M. : Je suis originaire de Laval où j'ai passé un Bac ES, suivi d'un DUT Technique de Commercialisation duquel j'ai fini major. Outre des matières liées directement à la vente et au marketing, c'est le travail en groupe et la proximité de chefs d'entreprise qui m'ont plu. Pour aller plus loin, j'ai intégré l'ESC Brest, une voie royale pour accéder aux métiers du marketing. En troisième année, 90% des étudiants suivent au moins 12 mois d'apprentissage en entreprise. Actuellement en première année, je m'oriente plus vers le marketing du fait de mon côté créatif (j'ai toujours pratiqué le dessin et aujourd'hui la peinture). J'apprécie néanmoins les aspects commerciaux en particulier pour leur côté découverte, écoute et rencontre.

H.L. : Comment as-tu vécu le Concours en lui-même ?

C.M. : L'ESC Brest est très liée aux DCF. En 3ème année, chaque étudiant de la promotion est parrainé par un adhérent. Ainsi, le CNC proposé en première année est une première approche du réseau et, au fil des sélections, les DCF ont été un réel soutien. Le coaching initial a laissé vite sa place à une intégration totale dans l'association : les plénières m'ont apporté une vision plus proche de l'entreprise et plus concrète que la théorie des études.

Le sujet du CNC a fait l'unanimité : C'est rare et très stimulant de travailler, non pas sur un produit ou une entreprise, mais sur la candidature d'une ville. Les JO, cela rapproche et oriente vers l'avenir et la modernité. J'ai retrouvé cette projection dans le futur tout au long du Congrès de La Baule.

H.L. : Le congrès, justement, et la finale du concours... ça fait quel effet ?

C.M. : C'est à la fois stressant mais surtout stimulant de se trouver face à des chefs d'entreprise pour leur livrer nos idées sur un cas. J'ai trouvé un réel plaisir à constater que le lien qui existe entre les DCF et les étudiants est fort et s'exprime grâce au CNC. Face à des professionnels, c'est sur le concret qu'on

est jugés. Le théorique nous y prépare mais face à la salle c'est un peu différent. De mon côté, je me suis lancée avec du cœur et de la passion pour ce sujet inspirant.

H.L. : Après ta victoire au CNC 2010, quels sont tes projets ?

C.M. : Dans la suite de mon cursus à l'ESC, je dois passer l'année prochaine à l'étranger et trouver un apprentissage pour ma 3ème année. En plus de la carte de visite que représente le concours, il m'a permis de découvrir les DCF et j'ai été intronisée dans l'association de Brest. Je veux m'impliquer dans la vie du mouvement et continuer à tisser des liens avec les adhérents. J'ai fait de nombreuses rencontres à La Baule. Axé vers la modernisation du réseau, le congrès exprimait clairement que le monde change et que les DCF évoluent et grandissent avec. C'est grâce à ce type d'approche que les jeunes de ma génération se reconnaîtront dans un réseau tel que les DCF.



H.L. : Que dire aux futurs candidats ?

C.M. : Le CNC est une chance unique pour tous les futurs acteurs de la fonction commerciale. C'est une opportunité de découvrir et de se faire découvrir. Je crois que notre génération a beaucoup à dire et souhaite disposer de moyens concrets de s'exprimer face aux générations antérieures. Le CNC est un des moyens d'y parvenir. Alors, n'hésitez pas à vous lancer en sachant que les adhérents DCF et les anciens lauréats sont aussi là pour les épauler.

H.L. : Des remerciements ?

C.M. : Merci à tous les DCF pour m'avoir accueillie. Plus particulièrement, je salue chaleureusement les DCF-Brest qui m'ont intégrée au-delà du cadre professionnel. Je pense en particulier à Philippe Le Bot et Arnaud Lemonnier (président DCF-Brest). Enfin, un grand merci à l'ESC Brest pour le soutien lors des éliminatoires et un merci dédié à Béatrice Sommier, mon enseignante de Marketing.

Claire Marvillet - propos recueillis par Hadrien Lavielle, hadrien.lavielle@dcf-france.fr

Riad Chajiddine >
2ème prix
IAE Niort



< Camille Feutren,
3ème prix
IDRAC



DCF en région

DCF Pau

Pelote basque et tapas pour les DCF-Pau

6 juillet – Restaurant Le Pilota au Jaï Alai

L'arrivée de l'été est l'occasion pour tous de profiter des instants DCF pour partager des moments festifs et, pourquoi pas, d'aller à la découverte de sports dans une ambiance décontractée. C'est dans cette optique à la fois curieuse et estivale que les DCF-Pau ont organisé le 6 juillet dernier une soirée d'initiation à la pelote basque.

Grâce à la présence des membres de la Section Paloise, les adhérents présents ont eu le loisir d'apprendre les rudiments de ce sport traditionnel et local. Du sport, donc mais aussi beaucoup de rires, d'échanges pour une soirée sous le signe des vacances et de la détente. Cette soirée d'été s'est prolongée d'un dîner tapas au restaurant Le Pilota avant de reprendre dès septembre des débats plus orientés sur la fonction commerciale.

Vincent Lucas – Président DCF-Pau
v.l@wanadoo.fr

DCF Strasbourg

Dirigeants Commerciaux et E-Commerce à Strasbourg - 21 juin



Le 21 juin dernier, les DCF-Strasbourg ont reçu Jean-Marc Kolb, CCI Strasbourg et du Bas-Rhin, Directeur adjoint TIC et Systèmes d'information, Olivier Kubler, Fondateur et gérant d'AD-VISA Web-agency, et Président de l'UCCA (Union des Conseils en Communication Alsace), Stéphane Bourhis, Fondateur de RED-ACT, spécialiste en contenus rédactionnels pour internet et Marc Grossmann, Dirigeant des Foies Gras du Ried pour une table ronde sur l'e-commerce. Sous la houlette de Benoit Verscheure, les intervenants ont débattu de l'impact et des bouleversements de l'e-commerce sur le commerce traditionnel.

Aujourd'hui, l'e-commerce représente une réelle opportunité pour les entreprises française, en particulier pour les PME qui peinent parfois à se lancer dans l'aventure web. On compte aujourd'hui 25 million d'e-consommateurs dans l'hexagone et le web admet par essence moins de frontières que les voies plus traditionnelles du commerce.

Benoit Verscheure – Président DCF-Strasbourg
contact@abilens.com

DCF Midi Pyrénées

Formation en alternance : Guider les plus jeunes

27 mai – IUT de Toulouse II Figeac



De g. à d. : Olivier Drouard-Pascarel (Directeur de l'IUT de Figeac), Emmanuel Grard (Président DCF-Midi Pyrénées), Bernard Robert (Président DCF-Rodez), Dominique Serieys (Adhérent DCF-Rodez), Pierre Dubouix (Inspecteur de l'apprentissage pour l'enseignement supérieur), Sébastien Julé (Proviseur adjoint du lycée Champollion), Pierre Martin (Direction Départementale du travail du Lot) et Martine Lagarde (Responsable DFPA Bureau Territorial du Lot, Région Midi Pyrénées).

A l'initiative des DCF-Midi Pyrénées, et grâce au concours d'Olivier Drouard-Pascarel (Directeur de l'IUT), Patricia Gontier (Chef du dpt. TC) ainsi que Reine Bousquet et Sébastien Julé (Proviseur et proviseur adjoint des lycées Champollion), l'IUT Toulouse II a accueilli une manifestation d'information dédiée à la formation commerciale et aux jeunes. Les deux tables rondes (« Statut de l'apprenti » et « L'insertion professionnelle et la poursuite d'étude ») donnaient lieu à une série de conférences :

- L'enseignement supérieur par alternance
- Les ponts forts des formations par apprentissage
- L'enseignement supérieur par alternance en Midi-Pyrénées

Emmanuel Grard – Président DCF-Midi Pyrénées
egrard@dcf-midipyrenees.com

Ecrivez-nous !

Tribu, c'est avant tout le journal interne des adhérents DCF, votre journal trimestriel. Votre association a organisé une manifestation que vous souhaitez partager avec l'ensemble du réseau ; vous désirez mettre en avant la visite de l'entreprise d'un partenaire local ou encore solliciter les témoignages ou la participation d'autres associations à l'une de vos opérations ? N'hésitez pas à nous envoyer un article sur le déroulement de la soirée (nombre de participants, lieu, date, thème de la manifestation, ambiance générale, ...) ainsi qu'une photo. Nous ferons le maximum pour mettre en avant votre information et la transmettre à travers Tribu à l'ensemble du réseau.





Contact : Hadrien Lavielle, responsable de la communication
(hadrien.lavielle@dcf-france.fr)

Le saviez-vous ? :

Grâce au nouvel outil web, chaque association peut développer sa propre vitrine Internet et partager directement avec la région son calendrier ou son actualité ! Pour plus d'informations ou si vous souhaitez créer le minisite de votre association, contactez-nous !



Le spécialiste toulousain des imprimés informatiques, des carnets et des blocs...

-  **Imprimés informatiques, administratifs et de gestion :**
facture, bon de livraison, bon de commande, contrat, attestation, liasse coupée, étiquette...
-  **Carnets et blocs autocopiants et personnalisés.**
-  **Papeterie :**
papier à en-tête, enveloppe, carte de visite, carte de correspondance
-  **Objets et documents de communication :**
calendrier, tapis de souris, sous-mains, bloc note, marque-page, affiche, prospectus, mailing, flyer, dépliant, plaquette, autocollant, chemise à rabat...

Un plateau technique performant : Rotative - Presse Offset - Presse Numérique - Cylindre de découpe
Assembleuse - Plieuse - Massicot - Service PAO



49 impasse de la Glacière
BP 92109
31020 Toulouse Cedex 2
Tél. 05.61.47.65.48
Fax 05.61.47.02.73
contact@imprimerie-sanjose.com
www.imprimerie-sanjose.com



MAGNY
MADÉLINE GARDNER NEW YORK

www.madelinegardnernewyork.com



RONALD JOYCE
UNITED KINGDOM

www.ronaldjoyce.com



MoriLee
by Madeline Gardner

www.morilee.eu

Pour la liste de nos depositaires contactez :
Just Married - www.just-married-france.fr
contact@just-married-france.fr - Tel: 05 59 06 49 64 - Tel: 06 72 81 91 61

DCF Bayonne Pays Basque Les Clubs Sportifs et la fonction commerciale 24 juin - CCI de Bayonne

Bien loin des idées reçues, les Clubs sportifs doivent se comporter en véritable entreprise pour survivre ... et devenir leaders ! En cela, chaque équipe est confrontée à des problématiques commerciales liées à la stratégie du club dans son ensemble, à la recherche de partenaires ou la négociation sur les différentes formes que peut revêtir le sponsoring.

La cible sportive adhère plus souvent par passion à une équipe que par intérêt financier que qui transforme certes l'approche commerciale mais n'en dénature pas moins l'enjeu. En présence de présidents de clubs sportifs de plusieurs disciplines (Football, Rugby, Surf, Roller Hockey, Basket ou encore Base Ball), les adhérents basques ont pu échanger sur les spécificités de ces véritables entreprises à vocation sportives que sont les clubs.

Bruno Buron – Président DCF-Bayonne Pays Basque
brunoburon.dcf@free.fr

DCF Aveyron Naissance des Business Time trimestriels 22 avril



La toute première soirée Business Time organisée par les DCF Aveyronnais traitait du thème « *Le stress au travail* ».

Le concept de ces rendez-vous trimestriels ? Un thème d'actualité est traité par différents orateurs et un débat s'organise ensuite entre eux et avec la salle pour aboutir à une soirée riche en échanges dynamiques et interactifs. Pour cette première édition, les DCF ont reçu Mathieu Larroutou (expert en préparation mentale et directeur de la société Cialfi) qui a décortiqué la notion de stress en proposant des méthodes simples pour le maîtriser ; Aline Gateff (sophrologue caycédiennne) qui a démontré l'importance de la respiration sur l'apparition des symptômes et a proposé une séance collective de relaxation et Anne-Sophie Barthet (membre de l'équipe de France de ski alpin) qui a apporté son témoignage sur la préparation mentale des sportifs de haut niveau.

Le 23 septembre prochain, la soirée Business Time traitera du thème « *La crise, quelle crise ?* ».

Bernard Robert – Président DCF-Aveyron
externforce@orange.fr

DCF Besançon Finale du 2ème Training-vente DCF-IMEA 19 avril – Novotel de Besançon



Le « Training vente » permet aux 27 étudiants de 2ème année Affaires Internationales de l'IMEA de participer à une action de vente sur le terrain, en situation réelle, pour le compte de 6 entreprises régionales. Associé au training en lui-même, un challenge inter-étudiant est organisé pour la deuxième année consécutive et c'est au Novotel de Besançon que s'est déroulée la finale orale de cette nouvelle édition. Parmi les jeunes talents de la fonction commerciale, Laura Linero (photo), étudiante en 2ème année Affaires Internationales à IMEA, s'est vu récompenser du titre de meilleure vendeuse du Trophée.

Henri Chagué – Président DCF-Besançon
henri.chague@yahoo.fr

DCF Metz L'avenir est en marche !



La section DCF-Avenir encadrée Par Dorian Tacconni (à g.) et Dominique Boulanger (à d.)

Avant de remporter l'organisation du Congrès National de 2012, l'association messine ouvrait, le 20 avril dernier, après 4 mois de labeur, une section « *Avenir* » pour ses juniors. A cette même date, l'intronisation de 11 jeunes faisait des DCF-Metz la première association en nombre de juniors. Véritable lieu de rencontre entre professionnels et jeunes actifs, cette section « *Avenir* » a pour but premier de décloisonner le monde professionnels pour les nouveaux entrants tout en offrant un vivier de talents aux dirigeants en poste. Dorian Tacconni, l'animateur de la section « *Avenir* » messine aura donc pour mission de faire le lien entre deux générations.

Dominique Boulanger – Président DCF-Metz
dboulanger57@wanadoo.fr

DCF Colmar

Quel modèle entrepreneurial gagnant pour ce XXIème siècle ?

7 juin – Hôtel Restaurant Baltzinger

Gérard Cappelli, auteur de « *Faire croître une PMI* », actuellement dirigeant de la société « Croissance PMI » et ancien directeur commercial et marketing de la société SOCOME a animé une conférence pour les DCF de Colmar. Il a mis en avant les qualités requises pour développer une PMI (leadership, stratégie, RH, partenariats, ...) sans nécessairement remettre en cause le modus vivendi existant. Si le contexte actuel génère un nouveau visage aux échanges entre grands groupe et société de plus petites tailles, s'adapter à ce changement ne nécessite pas obligatoirement une refonte globale de l'entreprise. Le management se présente en revanche comme la clé de voute de ce passage de cap obligé d'après crise.

Christophe Gless – Président DCF-Colmar
cgless@calixo.net

DCF Montpellier

Energies renouvelables : une économie durable ? 2 juin – Hôtel Mercure Antigone



De g. à d. : Naïma Sabil (Gérante de DONAUER Techniques Solaires), Renaud Cohen (adhérent DCF-Montpellier), Nicolas Schneider (président des DCF-Montpellier), Sébastien Michel (Directeur commercial URBASOLAR), Thierry Lafont (Adjoint au délégué régional de l'ADEME), Jochen Dietzmann (Co-gérant de VENTS D'OC ENERGIES RENOUVELABLES), Martin Andersch (président de l'association RAFAL et directeur du développement de BELELECTRIC France), Roland Ickowicz (adhérent DCF-Montpellier et vice président de RAFAL) et Loïc Douyere (vice-président DCF-Montpellier)

La question méritait bien que l'on s'y attarde et les DCF-Montpellier, en association avec RAFAL (Réseau d'Affaires Franco-Allemand du Languedoc) l'ont fait. Suite à un état des lieux des différentes énergies renouvelables et de leur marché en France, au rappel des objectifs ambitieux à l'horizon 2020, les représentants des différentes branches du métier (cf. photo) se sont vite rejoints sur leur perception du marché français. Le manque de visibilité réglementaire à long terme alors même que ce marché représente des investissements longs en R&D ou en installation n'altère en rien la bonne marche du marché. Quant à l'existence d'une « bulle verte » spéculative, cette hypothèse a été effacée au profit d'un enthousiasme partagé par la centaine de participants. Les énergies renouvelables s'imposent clairement comme un modèle au long cours et tout particulièrement dans le cadre de l'Europe qui ne dispose ni de réserve fossile ni de gisement d'uranium.

Nicolas Schneider – Président DCF-Montpellier
nschneider@agence.general.fr

DCF Seine-et-Marne

La négociation et la gastronomie

16 mars – Hôtel Clarion Sénart

La jeune association de Seine-et-Marne a organisé une conférence sur un thème très apprécié par les français et les commerciaux de surcroît. Animée par Lionel Bobot (photo) et suivie par une cinquantaine de participants, cette conférence avait pour objectif de remettre la gastronomie à la place qui lui est due au cours des négociations, principalement en France. Véritable soft power dans les échanges humains, la gastronomie peut à la fois être un avantage de choix mais également un piège à connaître lorsqu'on fait des affaires à l'étranger. Parmi les invités qui ont participé ensuite au dîner-débat DCF : le vice président de la CCI et le responsable du rectorat de Créteil.



Jean-Louis Marie – Président DCF-Seine-et-Marne
jlml@mcofrance.fr

DCF Saintes

Acheteur et Vendeur, deux métiers placés à tort dans une logique de confrontation

Complexe Végas de Saintes



Deux clubs d'entreprises, les DCF-Saintes et HA17 ont organisé une soirée conjointe au complexe Végas de Saintes. L'objectif de la soirée : échanger et débattre sur les contraintes spécifiques des deux métiers, décloisonner, tisser des liens. Suite à une rapide présentation de leurs clubs respectifs, les deux capitaines (Henry Brémond pour les DCF et Jérôme Lombard pour HA17) ont lancé la soirée articulée autour de quatre scénettes illustrant les échanges parfois tendus entre acheteurs en commerciaux. Une centaine de personnes a pu assister à la soirée et participer aux débats qui suivaient les quatre représentations.

Henry Brémond – Président DCF
hbremond@ouvrard.com

DCF Rennes

De l'air marin pour les DCF-Rennes

8 mars – Saint Malo



De g. à d. : Bob Escoffier, Daniel Bouvier, Yvan Bourgnon, Frank-Yves Escoffier, Philippe Blanchard, Servane Escoffier, Victorien Erussard, Patrick Le Guen

Les DCF d'Île-et-Vilaine ont été reçus par Bob Escoffier, navigateur, armateur de navires à passager et vieux gréements, trois fois concurrent de la Route du Rhum et fraîchement président de la Société Nautique de la Baie de Saint-Malo (une des trois plus ancienne société nautique mondiale dont la création remonte à 1848 et berceau mythique de la Route du Rhum). Reçus par Victorien Erussard, Yvan Bourgnon, Franck-Yves et Servane Escoffier – qui souhaitent participer à la prochaine édition de la prestigieuse régates transocéanique – les adhérents ont pu partager avec eux sur le métier et la passion qui les animent. Préparation physique, dépassement de soi, sponsoring, recherche de partenaires, ... autant d'enjeux clef en amont d'une participation ou d'une victoire à la voile. Départ de Saint Malo le 31 octobre prochain.

Philippe Blanchard – Président DCF-Rennes
blanchard35@free.fr

DCF Limoges

Stratégie marketing et retrouvailles

05 juillet – Centre commercial de Saint Martial

A l'occasion de leur statutaire de juillet, les adhérents de Limoges ont été accueillis par Pascal Sanvoisin, directeur du centre commercial de Saint Martial. Au cours de la visite, il a pu leur expliquer les enjeux commerciaux et la stratégie marketing du centre.

A l'issue de cette visite, les adhérents ont partagé un dîner au restaurant *Le Bœuf à la mode*. Le jeune propriétaire de l'établissement, Frédéric Beaufort, connaît les DCF de longue date puisqu'il est le lauréat régional 2001 du Concours National de la Commercialisation qu'il avait remporté en exposant ses idées sur la carte Mozaïc du Crédit Agricole. Des retrouvailles DCF dans un cadre à la fois convivial et professionnel !



DCF Paris

Cadre privé, soirée exceptionnelle

6 juillet – Hôtel de Massa, Siège de la société des lettres



Dans un cadre autant historique que privé, au bout du jardin de l'observatoire et dans la perspective directe du jardin du Luxembourg, les DCF parisiens se sont retrouvés pour une soirée exceptionnelle autour de deux thèmes choisis. Jean de Bony, biotypologue, a expliqué « *Quelles informations psychologiques nous apportent les caractéristiques des mains de nos interlocuteurs ?* ». A suivi une rencontre gourmande organisée par Christophe Kaprelian orientée autour de « *La quintessence de l'esprit DCF : professionnalisme et convivialité* ».

Yves Jacob – Président DCF-Paris
yvesjacob@purconseil.fr

DCF Nantes

Les 4 invariants de la réussite

19 avril – Restaurant Les Petits Saintes, Nantes



De g. à d. : Jean-Pierre Arnaud (président national), Frédéric Livenais (président des DCF Angers) et Gérard Mailhot (secrétaire national)

Anthony Priou et Valéry Challier ont animé une conférence sur un thème de qualité pour les DCF nantais. Dans le cadre exceptionnel niché sous les voûtes d'une église (photo), ils ont rappelé aux adhérents présents les 4 invariants de la réussite à savoir : Faire simple et visuel, Mettre du fun autour de soi, Choisir son état d'esprit et Être authentique.

La soirée était par ailleurs l'occasion d'introniser trois nouveaux adhérents : Emmanuelle Dupont (AVIP), Laurent Audureau (OUEST Bureau) et Christophe Babaud (INEO Atlantique) ce qui porte les effectifs de l'association de Nantes à 67 membres dont 13 intronisés depuis le début 2010.

Bruno Roger – Président DCF-Nantes
bruno.roger@cadre-expert.fr

DCF Niort

Les conséquences des catastrophes naturelles

21 mai – Lycée de La Venise Verte

Pour leur deuxième édition de « *Regards Croisés* », les DCF-Niort ont fait se rencontrer pour une conférence un notaire, un banquier et un assureur sur le thème – hélas trop actuel – des catastrophes naturelles. Sur trois aspects différents, ces experts ont pu expliquer leur point de vue :

- en termes de règles d'urbanisme applicables à la construction et/ou reconstruction et les conséquences en matière de vente, succession ou donation (Jean-Philippe Dagès)
- en termes d'impact sur les clients particuliers au regard des assurances et garanties (Xavier Konopacki - La Banque Postale)
- et enfin en termes d'assurances, compte tenu des dommages occasionnés et de la législation applicable quand il s'agit de catastrophes naturelles (Adrien Parrinello - Cedap, cabinet de Philippe Nicolas).

La soirée s'est conclue par un repas aux saveurs italiennes au restaurant *Dolce Vita* afin de finir sur une note plus positive.

Véronique Cousin, présidente DCF Niort
veroniquecousin@aol.com

des solutions innovantes en matière de gestion des « flux temporaires » et est par ailleurs spécialisée en engineering d'accès pour les sociétés industrielles. Le concept est parti d'un constat simple : comment réguler les accès d'un site industriel d'une manière temporaire lorsqu'une zone est bloquée. « *Nous avons eu l'idée, en partant d'une simple cabane de chantier, de réaliser un poste de garde mobile (photo) (...) et nous installons les modules de contrôle d'accès : personnel piéton entrant et sortant, mais aussi véhicules* » détaille le gérant. Une idée originale et basée sur l'unique besoin d'un client.



Annie Derly – Présidente DCF-Le Havre
derly.annie@free.fr

DCF Le Puy

26 mars – Société Janisset – JTTI Group



Les adhérents du Puy ont eu l'occasion de visiter la société Janisset. Autour de son cœur de métier, le tissage et la création de fils de qualité, l'entreprise a su évoluer depuis sa création pour aujourd'hui proposer – en plus de son métier d'origine – des services de surmoulage de pièces et boucles plastiques directement sur sangle ainsi que la confection et l'assemblage de produits complets (découpe et couture). Riche d'une expérience de près de 30 ans, l'entreprise a toujours su mettre son savoir faire et son souci du travail bien fait *made in France* au service des marques les plus prestigieuses telles que Louis Vuiton. Une visite sous le signe frenchy de la mode, du style et du savoir faire.

Frédéric Pacotte – Président DCF-Le Puy
fpacotte@iris-interactive.fr

DCF Île de France

Prix du Livre Île-de-France de la Fonction Commerciale

10 juin – Boutique Rollet Pradier, Paris



A l'occasion de la troisième édition Prix du Livre Ile-de-France de la Fonction Commerciale, les DCF ont récompensé six ouvrages parmi une trentaine, sélectionnés par des libraires de la Fnac et jugé par un lectorat DCF :

- Alain Roussel pour « *Au top de la vente* » aux éditions Maxima, dans la catégorie « Outils et Méthodes »
- Julia Jouffroy, Guillaume Ber et Martin Tissier pour « *Internet Marketing 2010* » aux éditions Elenbi dans la catégorie « Expérience vente et marketing »
- Jean-Claude Larréché pour « *L' Effet Momentum* » aux éditions Pearson dans la catégorie « Stratégie d'entreprise ».
- Michel Rainelli pour « *Commerce international* » aux éditions Découverte, dans la catégorie « Commerce international ».
- Joël GUILLON pour « *Vendre ses prestations* » aux éditions Organisation, dans la catégorie « Prix spécial des conférenciers DCF ».
- Marc Meynardi pour « *Bien communiquer avec des interlocuteurs chinois* » aux éditions Afnor, dans la catégorie « Prix spécial des membres DCF ».

Richard Compte, président DCF Paris
richard.compte@fnac.tm.fr

DCF Le Havre

4 juin – Visite de la société CAVAS

Après avoir été reçus le 25 mai par Armelle Fontaine, général manager de l'entreprise NORMALAB, les DCF du Havre ont été accueillis par Gilbert Fournier pour une visite de la société CAVAS. Créée il y a moins d'un an à Bolbec, l'entreprise propose

Les années Concours DCF

- 1996 (35^{ème}) MANPOWER
- 1997 (36^{ème}) HEWLETT PACKARD
- 1998 (37^{ème}) MAAF ASSURANCE
- 1999 (38^{ème}) FRANCE TELECOM
- 2000 (39^{ème}) VULCANIA
- 2001 (40^{ème}) CREDIT AGRICOLE MOZAÏC
- 2002 (41^{ème}) LES DIRIGEANTS COMMERCIAUX DE FRANCE
- 2003 (42^{ème}) LA CONFEDERATION FRANCAISE DE LA BOULANGERIE-PATISSERIE
- 2004 (43^{ème}) LE MOUVEMENT LECLERC
- 2005 (44^{ème}) BOUYGUES TELECOM
- 2006 (45^{ème}) NRJ Group
- 2007 (46^{ème}) PARU VENDU COMAREG
- 2008 (47^{ème}) McDONALD'S France
- 2009 (48^{ème}) MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'EMPLOI
- 2010 (49^{ème}) COMITE DE SOUTIEN DE LA CANDIDATURE DE LA VILLE D'ANNECY AUX J.O DE 2018



➤ 2006



➤ 2007



➤ 2008



➤ 2009



➤ 2010

50^{ème}
EDITION

CNC
2011

50^{ème} édition du CNC en 2011 !

Un nouvel anniversaire nous attend à l'horizon 2011 : la 50^{ème} édition du Concours National de la Commercialisation.

Rendez-vous le 31 mars prochain pour l'épreuve écrite ! D'ici là, nous comptons sur vous pour motiver un maximum d'établissements !

Amis DCF,

*Offrez-vous l'opportunité d'annoncer
sur le magazine TRIBU
ou sur l'Annuaire DCF !*

CONTACTEZ-NOUS

Octavo - Régie DCF

Tél. : 06 73 89 92 85

E-mail : eg@octavo.fr



Profitez, en tant que DCF, d'un **tarif privilégié** !

Parus ce trimestre



I. Barth – Nouvelles perspectives en management de la diversité.

L'émergence de la thématique « diversité » qui semble s'installer durablement au-delà des effets de mode, justifie qu'on en livre un décryptage pour aider aussi bien les chercheurs en sciences sociales que les managers et autres responsables en entreprise, à en comprendre les enjeux et les finalités.

Isabelle Barth, membre du conseil scientifique DCF, professeur des universités à l'EM Strasbourg et directrice de la recherche et du laboratoire CESA, vous décrypte les *Nouvelles perspectives en management de la diversité* aux éditions EMS Management & Société.



Délicieux DCF – 80 ans de goût de vendre

En 80 ans, tout a changé : les objets, la vie, la communication, les transports, la société, le monde. Le mouvement DCF, fondé en 1930, a résisté à tous ces bouleversements. Cet ouvrage retrace avec humour 8 décennies de vie DCF et de bouleversements socio-économiques. C'est un bel objet, à offrir à vos partenaires, élus régionaux et organismes socio-économiques et consulaires pour mieux le faire connaître le réseau DCF.

Réalisé avec le concours de la Caisse d'Épargne, Konica Minolta et Négocia, l'ouvrage *Délicieux DCF* vous permet de revivre les moments forts du mouvement. Disponible à la vente à la fédération DCF, contactez Stacy Fordant (federation@dcf-france.fr / 01.45.25.11.44).



Dans la presse...



Une de Nouvel Ouest

Les Dirigeants Commerciaux de France à La Baule – Luc Ferry au Congrès National



L'Étudiant

Quel avenir pour les métiers de la vente et du marketing ?

QUELS CHOIX D'ÉTUDES AUJOURD'HUI ?

JEAN-PIERRE ARNAUD

« Il y a de la place pour tout le monde. Bien sûr, les entreprises rechercheront des collaborateurs le mieux formés possible, et donc diplômés d'écoles de commerce ou de masters. Les BTS ont néanmoins leur place, avec de vraies missions opérationnelles, car pour l'instant le nombre d'étudiants issus de ces formations n'est pas suffisant pour répondre aux besoins des entreprises. »

« De la place pour tout le monde »

QUELS SONT LES MÉTIERS QUI RECRUTERONT D'ICI À CINQ ANS ?

JEAN-PIERRE ARNAUD

« Globalement, la fonction commerciale est un métier en tension, avec une forte demande qui devrait perdurer dans les cinq ans à venir. Je vois deux raisons essentielles à cela. D'abord, disposer de commerciaux bien formés est un facteur clé du développement du chiffre d'affaires de l'entreprise. Ensuite, il y a toujours de nouveaux marchés à conquérir du fait de l'élargissement des frontières, l'explosion des moyens de communication... Pour moi, les deux secteurs qui recruteront le plus seront celui du Web et celui de l'environnement. Ces secteurs sont en train de se structurer et seront plus matures dans cinq ans. Ils seront donc en forte demande de commerciaux pour préserver la croissance de leur chiffre d'affaires. »

« Un facteur clé du développement du chiffre d'affaires »



AVEC CEZAME : OUVREZ DE NOUVEAUX HORIZONS A VOTRE ENTREPRISE !

- Voyages de stimulation et de motivation
- Missions et voyages professionnels
- Séminaires, conventions et congrès
- Opérations de relations publiques
- Lancements de produits
- Billetterie d'affaires

Ecoute, Conseil, Réactivité, Créativité, Implication ...

CEZAME - 5 rue Galliéni 92 100 BOULOGNE - Tél : 01.58.17.01.01 - Fax : 01.58.17.02.92

Licence d'état n° LI 092 03 0005 - IATA : 2025046 2

www.cezame.fr



L'objet publicitaire
au service de votre communication

- Une large gamme d'**objets publicitaires** au design percutant
 - Un **marquage** personnalisé
 - Un **devis «sur mesure»** et une réponse optimisée
 - Un **conseil** en promotion et **stimulation des ventes**
 - Des supports cohérents avec votre **stratégie de communication**



Contact : gbi@gbipub.fr
05 61 48 04 27

www.gbipub.fr

NEO2 *la DIESTER Cup*

PEOPLE TRAINING



Les sensations vous manquent?

NEO2 l'Ecole de Pilotage du Circuit d'Albi



Depuis maintenant 3 ans nous réalisons des stages de pilotage avec des véhicules performant issus de la compétition tout en respectant l'environnement par l'utilisation d'un bio-carburant qu'est le DIESTER (Huile de Colza-Tournesol à 30% et 70% Gazoil)

- Stages pour particuliers
- Séminaires, Team Building ...



www.neo2.fr - 05 63 43 01 20

Ouverture

Association Carrefour France-Sichuan

Siège de Groupama, le 2 juin dernier.



A g., Bernard Debray (Past-président national et président de l'association Carrefour France-Sichuan) et (à d.) Jean-François Lemoux (Rirecteur général international de Groupama)

Une conférence-table ronde organisée conjointement par l'Association Carrefour France-Sichuan et Groupama a permis à près de 200 spectateurs de mieux appréhender le thème Chine - Sichuan. Actualités, accélérations et nouvelles dynamiques. L'occasion de réfléchir ensemble sur les voies possible pour faire des affaires dans le Sichuan et d'échanger autour du cocktail dinatoire qui a suivi. Parmi les intervenants, Marc Meynardi (auteur de *Bien communiquer avec vos interlocuteurs chinois* aux éditions AFNOR), Philippe Guelluy (ancien ambassadeur de France au Sichuan), Jean-François Lemoux (Directeur général international de Groupama).

L'association, présidée par Bernard Debray, organise par ailleurs une mission en Chine du 13 au 23 Octobre prochain, à l'occasion de la 11^{ème} Foire Internationale du Sichuan. Cette mission inclut de nombreux rendez vous d'affaires personnalisés à la Foire Internationale de Chengdu et à World Expo à Shanghai.

Plus d'information auprès de Bernard Debray - 06 08 26 08 28 francesichuan.bd@wanadoo.fr

DCF Sports

Trophée DCF Cleveland Golf

14 mai - Golf International de Toulouse Seilh



Pour cette première édition, le trophée de golf organisé par les

DCF de la région toulousaine a été couronné d'un franc succès : Un green coloré grâce aux 18 entreprises sponsorisant l'événement, 76 joueurs sur le parcours de 38 sociétés différentes pour un scramble à deux avec départ en shotgun. Clôturée par un cocktail dînatoire, la compétition conviviale pense déjà à renouveler l'expérience.

Eméric Guérard de Latour
DCF-Toulouse (eguerard@partitio.com)

Premières régates DCF

La Rochelle - 25 septembre 2010



25 septembre - Toutes voiles dehors pour les DCF La Rochelle !

Les DCF de La Rochelle organisent la 1^{ère} régates du réseau le 25 septembre 2010. Cet événement d'envergure nationale, à dimension économique et à caractère sportif et amical, rassemblera des DCF de toute la France, ainsi que d'autres associations et réseaux économiques.

Vous souhaitez participer ou rejoindre un équipage ? Inscrivez-vous rapidement auprès de Grégoire Monnétreau (06 87 40 92 77 / regate@dcf-larochelle.com) ou rendez-vous sur <http://regate.dcf-larochelle.com/>.

Septembre 2011, Objectif : Marathon de Berlin

Un constat s'impose au sein du réseau DCF : les adhérents sont nombreux à pratiquer la course à pied. C'est pourquoi, Philippe Le Bot (DCF-Brest) a l'initiative de fédérer les coureurs qui le souhaitent sous un projet et une équipe communs. L'idée est tout à la fois de créer une équipe DCF mais également de partir à la découverte des capitales européennes grâce aux marathons qu'elles organisent. Premier rendez-vous est pris pour celui de Berlin, fin septembre 2011 !

Ce projet vous intéresse et vous souhaitez rejoindre l'équipe ? Contactez Philippe Le Bot (philippe.lebot@groupe.asten.fr).



Toute l'actu sportive sera bientôt sur IRIS !

Calendrier

- 25 septembre - Départ de la première Régate DCF, La Rochelle-sur-Yon
- 23/24 septembre - Séminaire des présidents de région à Paris
- 13/23 octobre - Mission en Chine - Association Carrefour France-Sichuan
- 29/30 octobre - Séminaire des présidents d'association à Paris
- 26/27 novembre - Séminaire des présidents d'association à Paris
- 31 mars 2011 - Epreuve écrite de la 50^{ème} édition du Concours National de la Commercialisation

Tribune de Négocia*

Quand la communauté rassure...

Pas si simple de maintenir le cap dans une mer déchaînée ! Et pourtant, c'est toujours dans les périodes de tempête que l'on apprécie de revenir vers des bases solides et structurantes. De celles qui nous rassurent et nous maintiennent en vie. Leur seule présence suffit à nous convaincre que notre audace finira toujours par payer. Si l'on tombe, on pourra se relever. Parce que ces bases nous aident à aller de l'avant, à oser, à aimer les défis et à ne pas avoir peur de l'avenir...

Le dernier congrès des DCF était de cette veine : il y était question de l'avenir des commerciaux de demain, des stratégies commerciales à venir, des nouvelles formes de management, des innovations produits, bref, de tout ce qui va faire vivre l'économie de demain... Et qui intéresse NEGOCIA en tant que partenaire fort des DCF, les problématiques de l'un étant celles de l'autre. Les décideurs et chefs d'entreprises présents, quoiqu'inquiets par la situation actuelle, n'ont pas craint de se retrouver au beau milieu de ces interrogations sur leur futur. Parce que tous unis par le défi et la passion de leur métier mais aussi, et surtout, rassemblés par une structure fédératrice d'identité : la communauté des dirigeants commerciaux de France, celle qui allie toutes les cultures, toulousaines et lorraines, normandes ou bretonnes où chacun est riche de sa différence...

Cette communauté de différences, où tout le monde n'est qu'un, c'est aussi l'esprit NEGOCIA. Réunissant un public de formations différentes, comme les commerciaux, les acheteurs, les merchandiseurs, l'école réussit à les rassembler autour d'une identité commune. Le réseau des anciens en est une des plus fortes illustrations. Pas moins de 8000 diplômés la composent. Les uns ont rejoint des groupes d'envergure internationale où ils occupent désormais des fonctions stratégiques, les autres ont pris la direction d'entités et sont devenus décideurs... Ils constituent à présent un réseau prestigieux, qu'ils ouvrent volontiers aux jeunes diplômés... et à leurs anciens professeurs. Véritables traits d'union entre le monde de l'entreprise et celui de NEGOCIA, ces diplômés se posent comme un point d'ancrage solide. Mais leur vrai rempart reste l'école ; celle qui a nourri leurs ambitions, celle qui les a construits et préparés et qui restera toujours le moteur et l'élément fédérateur de la communauté NEGOCIA, surtout en cas de crise.



Stéphane Vincent
Responsable Relations Entreprises et Partenariats NEGOCIA

* NEGOCIA est la Grande Ecole du Commerce de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

Tribu - Le magazine des Dirigeants Commerciaux de France

Fédération des Dirigeants Commerciaux de France
1 villa George Sand - 75016 Paris
Tel 01 45 25 11 44 - Fax 01 40 50 15 56 - federation@dcf-france.fr

Editeur : Fédération Nationale DCF

Directeur de la publication : Jean-Pierre Arnaud

Directeur-adjoint : Bernard Derne

Directrice de la rédaction : Carole Paplorey

01 45 25 75 55 - carole.paplorey@dcf-france.fr

Rédacteur en chef : Hadrien Lavielle - 01 45 25 84 30

hadrien.lavielle@dcf-france.fr

Photos :

Couverture : Fotolia

Conception graphique : Octavo - 05 34 31 27 27

Régie : Octavo - Régie publicitaire- 05 34 31 27 27

Impression : Imprimerie San José

Date de création : Avril 2010

Dépôt légal : À PARUTION

N° ISSN : 2100-2347

Tous droits de reproduction réservés pour tous les pays. La reproduction totale ou partielle des articles, photos et plans, sans accord écrit de la revue "Tribu" est interdite, conformément à la loi du 11 mars 1957 sur la propriété littéraire et artistique.

Les articles sont publiés sous la responsabilité de leurs auteurs et ne peuvent apparaître comme une prise de position de la revue sur le sujet traité. La direction se réserve le droit de refuser toute insertion sans avoir à justifier sa décision.

3 SUISSES | ENTREPRISES



Animez &
fidélisez
grâce à nos
**SOLUTIONS
CADEAUX**

Des bénéfices immédiats :

- Un choix de **solutions cadeaux** personnalisables et immédiatement applicables en multi-supports
- Un accès à un très **grand choix de cadeaux**
- Un accompagnement **personnalisé** de vos opérations avec des services **sur-mesure**
- Une mise en place **rapide** grâce à nos solutions **clé en main**
- **Une gestion pointue** technique et logistique de vos opérations
- Une **prise en charge** et un **accompagnement** de vos bénéficiaires pour **une satisfaction maximum**
- **L'expertise** d'un grand groupe de VAD

3 SUISSES | ENTREPRISES

Expert en solution Cadeaux

www.3se.com +33 (0)3.20.20.21.25



©2009 SAP AG; SAP et le logo SAP sont des marques déposées par la société SAP AG en Allemagne et dans plusieurs pays. O&M SAP EU 37/09

*Bien gérer, c'est d'abord choisir SAP.

DANS UN MONDE PLUS CLAIR LES OPPORTUNITÉS NE PEUVENT PLUS PASSER INAPERÇUES

Le marché est en train de changer. Dans ce contexte, les entreprises les mieux gérées sont celles qui s'y adaptent le plus vite. Et c'est pourquoi nombre d'entre elles se tournent vers SAP pour accroître leur agilité et identifier de nouvelles opportunités. Elles se rendent compte ainsi que le succès n'est pas inaccessible mais bien là, à portée de main. C'est comme ça que les entreprises évoluent dans un monde plus clair suisap.com/voirclair

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™ 