

# CERPET 2013 – Nestlé

Le CERPET offre chaque année la possibilité aux professeurs volontaires d'économie et gestion d'améliorer leur efficacité en suivant, durant une semaine, des stages de formation continue en entreprise, centrés sur les évolutions de leurs enseignements

**Voici le compte rendu du stage que j'ai effectué au sein de l'entreprise NESTLÉ**

Du 24 au 27 juin 2013, j'ai eu l'occasion de suivre un stage de découverte de l'entreprise NESTLÉ, organisé par le CERPET.

Le stage intitulé « *Les différentes facettes du management chez Nestlé : stratégie, qualité, relation client, marketing, RH* » s'est déroulé au siège social de Nestlé France à Noisiel (77) et à l'usine de produits surgelés de Caudry (59).

Le groupe constitué de 30 enseignants a été pris en charge durant toute la durée du stage par Mme PAGEZY, chargée de communication, et a pu :

- assister à des interventions de grande qualité menées par des responsables du groupe ;
- découvrir le groupe Nestlé France ;
- appréhender l'intérêt du consommateur pour Nestlé ;
- participer à une expérience sensorielle ;
- participer à un atelier culinaire ;
- aborder le management des collaborateurs ;
- visiter le siège social de Nestlé France avec une guide (ancienne chocolaterie Meunier) ;
- visiter l'usine de produits surgelés de Caudry ;

grâce à un programme très riche et varié (Voir **ANNEXE**).

## 1. SYNTHÈSE DES CONTENUS

Ce programme a été décomposé en divers modules :

### a. Présentation du groupe

Création en 1867 en France – 1<sup>er</sup> groupe alimentaire mondial – CA 2012 92,2 milliards CHF – 33900 collaborateurs dans le Monde – Présent dans plus de 190 pays – 2000 marques – 10 000 produits – système unique d'évaluation des produits 60/40 + - Fondation Nestlé

### b. Nestlé : entreprise de Nutrition

1993 : création du NQMS (Nestlé Quality Management System)  
Engagement depuis 2000 dans le PNNS (Programme National Nutrition Santé)  
PNNS 3 couvre la période 2011/2015

### c. Building Consumer Relationships

ICom est un service dédié aux consommateurs dont l'objectif est de mieux comprendre la complexité de la personne pour mieux répondre à ses attentes.

### d. Direction Commerciale

Présentation de la méthodologie de négociation d'un accord annuel.  
Présentation des profils de collaborateurs recherchés et de leurs missions.

### e. Management des collaborateurs

Présentation de l'initiative Nestlé Youth Employment Initiative : cherche à atteindre 4% d'alternants dans les effectifs à recruter.

### f. Visite d'usine

Visite de l'usine de CAUDRY qui réalise les pizzas Buitoni.  
La visite s'est déroulée en présence du directeur d'usine Monsieur GONZALEZ et a permis de voir l'ensemble de la chaîne de production depuis l'arrivée des matières premières jusqu'au produit fini prêt à l'expédition.

### g. Customer Relationship Management

Le CRM "Croquons la vie" a pour objectif de développer la valeur du client, donc de le fidéliser.

## 2. RESSOURCES DISPONIBLES

Les présentations Powerpoint des différents intervenants ont été mises à la disposition de tous les stagiaires à l'issue du stage.

Par ailleurs la sitographie suivante est à utiliser :

- [www.nestle.fr](http://www.nestle.fr)
- [www.croquonslavie.fr](http://www.croquonslavie.fr)
- [www.nespresso.com](http://www.nespresso.com)
- [www.nestle-waters.com](http://www.nestle-waters.com)

## 3. TRANSPOSITION DIDACTIQUE ENVISAGEABLE

NIVEAU	THEME	PARTIE DU PROGRAMME
2 <sup>nd</sup> e PFEF	2. Les décisions de l'entreprise	Qu'est ce qu'une entreprise ?
TSTMG Mercatique	1. Mercatique & Consommateurs  2. Mercatique & Marchés	Le consommateur est-il toujours rationnel dans ses choix ? La mercatique cherche-t-elle à répondre aux besoins des consommateurs ou à les influencer ?  L'entreprise vend-elle un produit ou une image ? Une entreprise doit-elle nécessairement faire de la publicité ? Fidéliser ou conquérir : l'entreprise doit-elle choisir ?
BTS AG PME PMI - Pérennisation de l'entreprise	1. Participation à la démarche qualité 4. Participation au développement commercial	Analyser les réclamations et proposer des améliorations Fidéliser la clientèle

## 4. BILAN DU STAGE

- Expérience très enrichissante.
- Stage de grande qualité avec des interventions riches.
- Découverte de la culture d'entreprise Nestlé.
- Échanges intéressants avec les intervenants et les collègues stagiaires.

Ces stages sont nécessaires pour tout enseignant souhaitant être en phase avec le monde de l'entreprise.

# ANNEXE

## PROGRAMME DU STAGE

JOUR 1		INTERVENANTS
9h	Accueil, Présentation programme, Présentation Groupe Nestlé, Présentation Fondation Nestlé	Mme BERREBI Responsable Communication
11h	Visite du site de Noisiel Analyse Sensorielle	Guide conférencière Mme COURTOIS
13h30	Atelier culinaire	Mme WILLEMEN
15h	Nestlé Nutrition	Mme LAURENT
17h	Consommateur : au cœur des préoccupations de Nestlé	Mme HUTEAU
JOUR 2		INTERVENANTS
9h	NQMS	M BOUVET Responsable Système Qualité
11h	Gestion d'une crise « produit »	M HENDEL
13h30	Direction Commerciale Chocolats Négociation d'un accord annuel	Mme AUBERT Directrice d'enseigne
15h	Force de Vente	M BUTOT Directeur Commercial FV
17h	Management des collaborateurs	Mme DELESTRE Directrice Recrutement
JOUR 3		INTERVENANTS
Visite de l'usine de produits surgelés BUITONI à CAUDRY		M GONZALEZ
JOUR 4		INTERVENANTS
8h30	Building Consumer Relationships : Contact Center	Mme SPONTON
10h	Building Consumer Relationships : Voice of the Consumers	Mme SAVOURE
11h30	Building Consumer Relationships : Outils de fidélisation du consommateur	Mme PARISOT Responsable CRM
14h	Révolution des Sens : Nestlé Grand Chocolat	Mme AUDOYER Directrice Marketing chocolat
16h	Bilan du stage	Mme BERREBI