FORMATION INGENIEUR DE L'ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DES ARTS ET METIERS SPECIALITE TRAVAUX PUBLICS EN PARTENARIAT AVEC AFITP-PACA

SESSION AVRIL 2017

FRANÇAIS

Temps : 1 heure

MENTIONNER VOTRE NOM EN DEBUT DE CHAQUE PAGE

NE PAS DÉSAGRAFER LE SUJET

EPREUVE SANS DOCUMENT ET SANS CALCULATRICE

Quels enseignements les dirigeants d'entreprise actuels peuvent-ils tirer de leurs futurs successeurs ?
Cette étude compare les points de vue des leaders de la génération actuelle et de la nouvelle génération sur la croissance, l'éducation, la technologie et les responsabilités dans l'entreprise.

« …L'une des conclusions les plus saillantes des résultats de l'étude menée auprès des membres de l'AIESEC, l'une des principales organisations étudiantes à l'échelle mondiale, est le degré de confiance affiché par ces jeunes leaders.
Par exemple, 60 % d'entre eux considèrent que la croissance économique connaîtra une embellie au cours des 12 prochains mois, contre seulement 27 % des dirigeants d'entreprise actuels.
Si cet optimisme peut être mis sur le compte de la jeunesse, il pourrait également traduire une véritable réflexion de ces futurs leaders sur des tendances de fonds, telles que la révolution digitale. Pour la nouvelle génération, la révolution digitale est synonyme d'opportunités, tandis que les générations précédentes la voient comme génératrice de coûts et de risques.
Bien qu'ils soient plus optimistes que les dirigeants d'entreprise actuels à bien des égards, les répondants de l'AIESEC estiment également que les organisations devraient s'inquiéter davantage de certaines menaces qui pèsent sur elles :
- Pour 86 % des jeunes sondés, les entreprises devraient s'inquiéter de la cybercriminalité, tandis que seuls 61 % des dirigeants d'entreprise s'en préoccupent.
- Ils sont 85 % à considérer l'évolution des habitudes de consommation comme une menace, contre 60 % des dirigeants.
- 83 % d'entre eux citent un manque de confiance de l'opinion publique dans l'entreprise, contre seulement 55 % des dirigeants.
La perception des risques diffère nettement d'une génération à l'autre. Reflet de la difficulté que de nombreux chefs d'entreprise éprouvent à passer d'une vision de court terme à une optique de long terme, les dirigeants citent parmi leurs trois premières préoccupations : l'excès de réglementation, les incertitudes géopolitiques et la volatilité des taux de change. A l'inverse, les répondants de l'AIESEC adoptent une vision à plus long terme, et estiment que les dirigeants devraient se préoccuper davantage de problématiques de long terme, telles que l'instabilité sociale, le changement climatique et les dégâts environnementaux, ou encore le chômage.
…
Les deux générations s'accordent à dire que la réussite des entreprises au XXIe siècle ne se résumera pas aux seuls profits financiers. Cependant, <u>les répondants de l'AIESEC estiment que les entreprises aujourd'hui restent essentiellement focalisées sur la création de valeur pour les actionnaires, malgré les progrès déjà réalisés par les dirigeants et leurs aspirations futures à se rapprocher davantage de l'ensemble de leurs parties prenantes (clients, pouvoirs publics, collaborateurs, société civile…).</u>
L'étude souligne des différences intéressantes dans la manière dont les deux groupes étudiés hiérarchisent les catégories de parties prenantes. Les uns comme les autres s'accordent à dire que les clients sont ceux qui ont l'influence la plus forte sur la stratégie de l'entreprise, et qu'il faut aussi compter avec les pouvoirs publics et les régulateurs.
Cependant, les médias revêtent une importance plus grande aux yeux des jeunes leaders interrogés par l'AIESEC (74 %) que pour les dirigeants d'entreprise actuels (25 %), de même que les populations locales (52 % contre 27 %), le grand public (50 % contre 30 %) et les ONG (40 % contre 9 %).
Ces résultats laissent à penser que les jeunes leaders ont une conception nettement plus prononcée de la nécessité de communiquer auprès d'un éventail élargi de parties prenantes. Ils ont notamment intégré les notions suivantes : comment la technologie rend possible la communication instantanée avec ses parties prenantes, quels sont les défis liés à la réputation des entreprises, et de quelle manière les organisations doivent s'adapter en conséquence.
Selon Agnès Hussherr, associée chez PwC France et 'Global Diversity leader' au sein du réseau international PwC :
« *Les leaders de demain sont à l'affût des opportunités, mais ils ne sont pas pour autant naïfs face aux risques. Ils s'intéressent à des problématiques sociales et environnementales plus larges et comprennent que l'accélération du progrès technologique fait évoluer les attentes des parties prenantes de l'entreprise. Bien que la rémunération et les profits soient des critères importants, la culture et les valeurs d'une organisation passent souvent au premier plan. Les membres de la génération Y veulent être fiers de leur employeur ; ils veulent voir que les valeurs de l'entreprise sont en adéquation avec leurs propres valeurs et que le travail qu'ils effectuent a du sens et contribue à la réalisation d'un objectif plus large… »*
(Eléments d'article extrait de «Communications - Publications » PwC - juin 2016)

Chacune des trois questions suivantes devra être traitée en évitant toute paraphrase. Nous attendons, pour les questions 2/ et 3/, un développement structuré et argumenté.

1/ Quels sont, de façon **synthétique,** les enseignements clés que vous tirez de cet article ? *(une dizaine de lignes maximum ; 8 points)*

2/ Un passage de cet article a été souligné : que pensez-vous de l'opinion qui y est formulée? *(une page maximum ; 6 points)*

3/ En tant que professionnel, quels éléments clés sont de nature à vous rendre fiers de votre entreprise ? *(une page maximum ; 6 points)*

NOM :…….. *Session 2017*

Prénom : ……

NOM :…….. *Session 2017*

Prénom : ……

NOM :…….. *Session 2017*

Prénom : ……

NOM :…….. *Session 2017*

Prénom : ……

NOM :…….. *Session 2017*

Prénom : ……