

L'EXPERT

Le projet GenY, ou la libération de l'appétence pour défier le futur



STEEVES EMMENEGER
FONDATEUR D'EMMENEGER,
COMPÉTENCES ET CONSEILS

Nombreux sont ceux qui en parlent, mais certains prennent le risque de le faire: impliquer les plus jeunes de leur organisation dans leurs réflexions stratégiques. C'est la magnifique expérience vécue par l'horloger le plus prestigieux de la vallée de Joux. Pour bousculer les idées reçues et enrichir les réflexions liées aux perspectives de la marque, dans le contexte de l'intense évolution que nous connaissons, Aude-

mars Piguet a lancé ce projet tout à fait novateur. La manière de consommer des produits de luxe va profondément changer ces prochaines années et qui mieux que les nouvelles générations pour imaginer les relations avec les clients de demain?

La marque a donc décidé de proposer à ses jeunes collaboratrices et collaborateurs de la génération Y, les «GenY» âgés de 20 à 30 ans, de participer à un groupe de réflexion qui travaillera pendant une petite année, après un *boot camp* de deux jours et à raison d'un jour par semaine, à imaginer son futur. La première étape du projet entreprise l'an passé a été de sélectionner une équipe de foot de 11 participants parmi les 150 collaboratrices et collaborateurs

de cette classe d'âge travaillant dans les différentes entités du groupe en Suisse.

Après la présentation du projet par l'emblématique directeur général à l'ensemble de cette population, les personnes intéressées pouvaient faire acte de candidature et entrer dans un processus confidentiel de sélection confié à un intervenant externe spécialisé. Environ un tiers de ces jeunes issus de toutes les fonctions et professions que peut rassembler un groupe industriel de plus de 1600 collaboratrices et collaborateurs a décidé d'entrer dans la démarche. Un premier tri s'est opéré sur la base d'une lettre de motivation, ce qui a réduit le nombre de postulants à environ 25 participants. Ensuite, les personnes retenues ont défendu devant

des experts, toujours externes à l'entreprise, trois idées d'innovations susceptibles de changer ou de faire évoluer le monde horloger à horizon cinq ans...

Après une rapide formation sur les techniques d'innovation utilisées dans les start-up, l'équipe de 11 joueuses et joueurs a commencé ses travaux dans une totale liberté: aucune structure, organisation ou hiérarchie arrêtée, aucun thème particulier imposé, la possibilité de voyager pour aller voir des expériences ailleurs. Pour les questions logistiques, ils étaient en lien direct avec le directeur des ressources humaines, initiateur et coach de la démarche. Leur unique objectif était de présenter eux-mêmes, à la fin du temps imparti, leurs projets directement au conseil d'admini-

stration d'Audemars Piguet. Le projet GenY se termine prochainement et trois excellentes idées ont été présentées à un conseil enthousiaste. Très innovantes et pertinentes, disruptives, elles vont permettre à la marque de progresser dans sa stratégie qui est, entre autres, de se rapprocher encore plus de son client final afin de répondre au mieux à ses attentes.

Comme le disait Corneille, aux âmes bien nées, la valeur n'attend point le nombre des années. Ces *digital natives*, qui ont un autre rapport au travail, ont pu s'investir sans contrainte et se projeter librement dans l'univers mobile, multiculturel, connecté, virtuel qui nous attend, et apporter des réponses concrètes. Un exemple à suivre! ■