

LA LETTRE DE T.E.A.M.

SOMMAIRE

→ Editorial.....page 1

→ Des nouvelles de TAC ...page 3

→ Hommes & Métiers.....page 2

→ Dossiers partage du savoir Page 4

→ Une visite du Salon.....page 2

→ Courrier des lecteurs

→ Editorial

Chers lecteurs,

Depuis sa création en Mars 2003, TEAM a mis toute son énergie à repositionner ses membres en rupture professionnelle, pour la grande majorité, des seniors cadres supérieurs issus de la filière automobile.

Afin d'être plus performant encore, nous avons mis en place un groupe spécifique « Repositionnement », se réunissant 2 fois par mois ; ce groupe a pour but de gérer des offres en adéquation avec les compétences de ses membres, et d'étudier les CV afin de les adapter aux postes proposés. D'autre part, nous établissons des contacts avec des cabinets spécialisés dans le recrutement, et la recherche de profils très spécifiques.

Nous analysons actuellement les facteurs qui ont permis le repositionnement de plus de 20 membres depuis un an, en parallèle, d'autres personnes se sont orientées vers les métiers du Conseil ou de la Formation.

La recherche de l'efficacité et l'obtention d'un plus grand professionnalisme nous conduit à utiliser des ressources externalisées, telles que le coaching ; pour ce faire, TEAM a déposé des demandes de subvention auprès de la Mairie de Paris et du fond social Européen.

En accueillant prochainement son 200^{ème} Membre, TEAM confirme sa légitimité dans le secteur Automobile et le bien fondé de son existence !

Bien cordialement

Christian PETIT

Président de T.E.A.M.



Nous sommes contents d'accueillir :

Florin Afendulis :

59 ans, ingénieur diplômé de l'Ecole Polytechnique de Brasov, Roumanie.

Première expérience en Roumanie (1977 à 1989) dans le domaine technique et projet en tant que responsable de projet.

Deuxième expérience chez Trèves (1989 à 2009) dans le domaine du contrôle de gestion, avec la responsabilité des chiffrages, la réalisation d'un outil de calcul des prix et la formation à l'outil de chiffrage.

Lionel Sainsaulieu :

Il a effectué l'essentiel de sa carrière dans l'automobile, d'abord chez Renault puis chez Siemens-VDO et Continental Automotive où il était directeur général de la filiale française en charge des autoradios et des GPS. Lionel a développé de fortes compétences dans le domaine de la R&D et de la mise en place de nouveaux produits, avec une solide culture industrielle: il a ainsi vendu un produit innovant à Toyota USA et la nouvelle structure de la R&D qu'il avait mis en place a passé avec succès les Audit de Toyota Japon. Il a aussi fortement développé les ventes, aussi bien auprès de ses clients historiques qu'auprès de nouveaux clients: il a convaincu Nissan Japon d'acheter des tableaux de bord chez Siemens VDO plutôt que dans leur filiale Calsonic Kansei.

Frédérique Prévot :

Diplômée de l'école des Mines de Douai titulaire du MBA de l'EM Lyon en 1985, Frédérique Prévot possède une expérience réussie de Direction Commerciale en B to B dans un environnement technique international.

Son parcours professionnel commence dans les ventes chez Fenwick Linde comme ingénieur commercial. Ensuite, elle entre au marketing chez 3M, prend des responsabilités croissantes en vente et en marketing sur un périmètre France ou Europe. Elle implante 3M sur le Marché du remplacement du « Filtre Habitacle Automobile » en Europe. Avec plus de 8 ans d'expérience comme Directeur de centre de profit où elle a fourni l'industrie automobile en produits adhésifs, solutions de filtration et systèmes d'information pour la Supply Chain.

Elle prend la Direction Générale de KINETICO (Filiale française d'un Groupe US, 15 personnes, traitement de l'eau) qu'elle a redressé.

Son projet professionnel consiste, soit à prendre la Direction Générale d'une PME ou dans une entreprise plus grosse la direction d'un centre de profit (BU) pour accélérer son développement commercial.

Philippe Dubourg :

Trente ans d'expérience de Management Commercial, Marketing, Achats dans les Pièces de Rechange Automobiles dont 10 ans dans 2 filiales de constructeurs automobiles (Groupe Volkswagen, Lancia) et 22 ans dans un « aftermarket » indépendant.

Depuis 12 ans Directeur Général Délégué et Directeur Commercial de Motor Service France, filiale française de l'équipementier allemand Kolbenschmidt Pierburg, pièces moteur et pièces techniques, Philippe possède des compétences en stratégies commerciales, animation d'équipes de vente, marketing et achats, négociations, développement de réseaux de distribution et SAP.

Il cherche un poste de Directeur Commercial et rejoint TEAM pour son réseau.

Rappelons-nous le dernier Mondial de Paris en 2008 en pleine crise et les craintes que nous avions tous concernant le futur de ce type de manifestation. Certains disaient même que nous avions vu là le dernier Mondial de Paris. La crise est, presque, passée et l'automobile que nous croyions condamnée alors, nous a démontré les ressources insoupçonnées qu'elle avait.

Ce « Mondial 2010 » montre clairement un changement d'orientation aux antipodes de l'édition passée. Un peu plus de 40 « World Première » au programme cette année.

Tous les constructeurs présentent au moins un modèle électrique, un hybride ou un véhicule vert. Tous sous le signe du politiquement correct mais pas uniquement pour nous montrer les capacités de leurs bureaux d'études car on nous promet de croiser ces nouveaux modèles dans les quelques mois qui viennent pour certains.

Pas de constructeur Chinois cette année à Paris, on se fait les dents sur les marchés sud-américains et africains et on reviendra un plus tard en Europe et aux Etats-Unis même si la Noble (copie chinoise à quatre places de la Smart) est déjà vendue aux Etats-Unis à 6000 dollars mais il est aussi vrai qu'on connaît aussi la crise en Chine. Isuzu est présent pour la première fois au Mondial ainsi que trois constructeurs de voitures sans permis qui ne sont plus relégués dans le couloir du hall 2.3 mais dans la cour des grands : hall 3. Cadillac revient avec un nouvel importateur en Europe après que le précédent, Kroymans, ait jeté l'éponge en 2009.

Les marques du Groupe Fiat, avec cette année Chrysler et Jeep regroupées dans le même hall, sont un peu tristounettes. Pas de réelle nouveauté si ce n'est une Fiat 500 Twinair. Fort heureusement la marque ALFA Romeo rayonnait au milieu des stands du groupe avec la présence de la séduisante Guilletta.

Audi avec quatre nouveaux modèles dont A1 et A7 Sportback, BMW, nouveau X3 et concept Série 6 et Mercedes-Benz trois nouveautés dont Classe A E-CELL, Classe CLS et Classe S frappent très fort cette année pour un salon en dehors de leurs frontières.

Les constructeurs français est c'est bien normal ne sont pas en reste. Citroën nous présente sa nouvelle C4 et DS4 plus un mignon petit concept baptisée « Lacoste » qu'on devrait retrouver en partie dans un futur proche ainsi qu'une intéressante « Survolt ». Peugeot nous dévoile une magnifique et séduisante 508 berline et SW (break) dont la commercialisation est prévue début 2011 et qui remplacera 407 - 607, deux motorisations essence et quatre motorisations diesel au lancement plus une hybride diesel-électrique à venir.

Chez Renault, plein feux sur l'électrique et les concepts Zoe et DeZir plus un nouveau modèle Latitude qui n'est autre que le nouveau modèle haut de gamme de la marque basée sur la Samsung SM5 dont la commercialisation est prévue pour début 2011 avec trois moteurs diesel.

Un des plus beaux véhicules exposés est certainement la Jaguar C-X75 Concept. Ce coupé incarne simultanément l e 75^{ème} anniversaire de la marque et la future « supercar » électrique.

Que penser de l'absence remarquée d'Aston Martin !!!

Au-delà des nouveaux produits, on assiste à une tendance marketing assez surprenante qui concerne les peintures de carrosserie mates. Cela casse un peu la ligne des véhicules et c'est dommage pour mon point de vue d'autant plus que cela n'apporte rien. On dirait presque des peintures de camouflages comme celles qu'utilisent parfois les voitures mulets. L'avenir nous dira si c'est une tendance durable.

Bernard Costes



Notre offre....une approche opérationnelle et pragmatique du conseil qui s'appuie sur la mise en œuvre de modules spécifiques et/ou de prestations "sur mesure".

Les 7 modules de Team Auto Consulting ont été conçus pour répondre aux besoins des dirigeants d'entreprise dans les domaines de la stratégie, du marketing et de l'innovation, de l'organisation et de l'amélioration des réseaux de distribution, de l'accompagnement à l'international et la formation.

Notre participation au MIDEST 2010 a été riche en rencontres, l'occasion de présenter nos modules dédiés aux PME / TPI, bien en phase avec les exigences et problématiques du marché de la sous-traitance



Erratum :

Dans la lettre N° 13, un oubli s'est glissé dans le compte rendu de la communication de Joël Legal rendant une phrase incompréhensible.

A la place de : Avec un allègement plus faible, mais suffisant on peut optimiser économiquement le coût d'une réduction significative de la pollution.

Il faut lire : Avec un allègement plus faible, mais suffisant on peut optimiser économiquement le coût d'une réduction significative de la pollution avec l'emploi d'une motorisation de plus faible cylindrée.

Comment décrocher une première mission.

Par Didier PEBORDE

Le contexte : Les entreprises et les administrations ont de plus en plus besoin d'experts, parallèlement on constate l'explosion en France du nombre d'intervenants exerçant une activité de conseil.

La conduite de mission : L'important dans la mission est de se présenter comme un apporteur de solutions pratiques. Pour ce faire, Il est indispensable de rester dans son métier et dans son environnement. Dans le cadre de la recherche de mission ou de la négociation de cette dernière il est fondamental que ce soit le client qui parle, Il convient donc d'arriver à une situation d'adhésion plutôt que de tenter de passer en force

La recherche de mission : Il faut penser sans cesse que l'on travaille pour un client susceptible de donner d'autres missions. Il convient donc de démontrer son originalité par rapport à la concurrence. (Un consultant peut vivre correctement avec 5 à 10 clients) et définir clairement son statut, ses modes de fonctionnement et de facturation.

Il est important de se faire recommander et d'apparaître comme l'unique expert pour le client final ainsi que d'avoir une excellente écoute pour ce faire il est fondamental d'entretenir son réseau.

Les aides publiques en faveur du déploiement de la filière des véhicules électriques et hybrides rechargeables

Par François TANGUY

La communication est une série de tableau de synthèse dont un résumé ne peut rendre compte de la richesse.

La première partie est une description des différentes technologies actuellement commercialisées dans le monde et des types de lieux où peuvent être installés des bornes de recharge, ainsi qu'une description des caractéristiques techniques

des infrastructures de recharge et des problèmes posés au niveau européen de la normalisation de ces dernières, Et les désaccords actuels au niveau international.

Deuxième partie dresse un catalogue des initiatives a) des collectivités territoriales : Les projets de la région Poitou-Charentes, Heuliez Milla, « Ecco et mobilité », « up go » d'un consortium Franco-suisse, l'appel à projet « véhicule urbain » du conseil général des Yvelines, les quatre projets innovants lauréats de l'appel à projet des véhicules urbains et e projet Seine Aval « Véhicules électriques » .

La Troisième partie fait un recensement des mesures de l'Etat :

Octobre 2009 lancement d'un plan national pour les véhicules électriques, Avril 2010 annonce du plan ville avec redéploiement dans 14 villes pilotes, lancement en 2010 des démonstrateurs d'infrastructure de recharge.

Intégration des véhicules décarbonnés dans les nouvelles solutions de mobilité pour conduire à l'émergence d'une filière française offensive.

Un exemple réussi de relocalisation d'un équipementier automobile :Mann-Humel France

Par Jean Nanoux Président du GPA

Cette présentation est illustrée de nombreuses photos qui la rendent très parlante.

Une présentation de l'entreprise dans sa dimension mondiale, de ses principales productions, de la localisation des infrastructures françaises avant le début de l'opération et particulièrement de l'ancien site de Laval ainsi que la vieille usine située dans le nord de la France.

Démonstration de la validité d'une restructuration sur un seul site comme étant la meilleure solution. Grace à une analyse des atouts du projet.

De très forts gains de productivité et amélioration de la qualité conséquences de la présence sur un même site de la recherche et du développement et des méthodes de production.

Une diminution importantes de nombreuses charges fixes et variables (transport, consommation de flux, assurances etc.)

Une explication détaillée et argumentée est faite de la nécessité d'un recentrage sur Laval avec la création d'un nouvel établissement dans un lieu différent de l'ancien.

L'intégralité de ces communications est accessible directement sur le site de TEAM pour tous les membres de l'association.

Pour les lecteurs non membre qui souhaitent lire ces communications prendre contact avec :

Didier PEBORDE didier.peborde@wanadoo.fr

François TANGUY francois_tanguy@hotmail.com

Jean NANOUX jeannanoux@yahoo.fr



Envoyez vos suggestions à [_la.lettre.de.team@team-auto.org](mailto:la.lettre.de.team@team-auto.org)

Directeur de Publication : T.E.A.M. 8, rue de Varize 75016 PARIS

Comité de Rédaction : Simonetti Jean-Olivier , Petit Christian , Peborde Didier , Podvin Emmanuel,
Mequignon Philippe.

Abonnement gratuit : www.team-auto.org

E.Mail : Team.newsletter@team-auto.org

