

Dolce vita pour les jeunes diri

Rome Du 5 au 7 juillet derniers, Bus & Car et ses partenaires ont accueillis dans la Ville éternelle une vingtaine de jeunes autocaristes de moins de 35 ans dans le cadre de la 6^e édition des Rencontres Jeunes Dirigeants.

Texte et photos Pierre Cossard



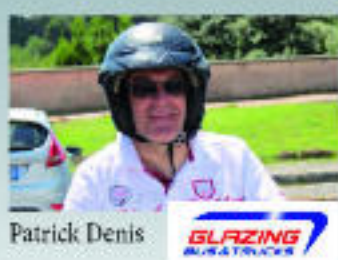
Dominant Rome sous le soleil de ce début d'été, invités et partenaires des Rencontres Jeunes dirigeants 2013 prennent la pause avant de poursuivre leur découverte de la Ville éternelle en Vespa.

Comme toujours, dans une ambiance conviviale et sous le soleil estival, les Rencontres Jeunes Dirigeants version 2013 ont tenu leurs promesses. Moment d'échange privilégié, ces trois journées ont avant tout été ryth-

mées par les séances de travail et de réflexion. Cette année, elles portaient sur le bon usage du marketing dans les métiers du transport interurbain de voyageurs. Bien entendu, cette opération ne connaîtrait pas le succès qui est le sien si elle ne permettait pas aussi de visiter



Les partenaires



geants



de façon ludique – cette fois au guidon d'une Vespa – la ville d'accueil de cette édition et si chacun ne mettait pas régulièrement les mains à la pâte, au sens plus ou moins propre du terme, pour découvrir les secrets culinaires du pays. Pari tenté, encore une fois. ■



Frédéric Pinet



Franck Le Péculier



Les invités



Mathieu Barrière
Autocars Barrière



Bertrand Bemini
Autocars Viabus



Gregory Cordier
Autocars Augereau



Adrien Duclos
Duclos Voyages



Amaud Francotte
Autocars Francotte



Paul Valéry Gllalot
Noyon Cars



Pascal Gautier
SAS Voisins Services



Maxime Ginhoux
Ginhoux Voyages



Mathieux Hamon
Cars Le Vacon



Christophe Herviaux
Cars Herviaux



David Jalicon
Tourisme D. Jalicon



Rodolphe Leroux
de Bretagne
Voyages Inglard



Jonathan Margouët
Dupasquier Autocars



Eugénie Mouchet
Cars Mouchet



Maris Pinet
Autocars Pinet



Lise Sarro Lesclaux
Cars Sarro



Christophe Seyfritz
Voyages Seyfritz



Pierre-Jean Seyt
Seyt Voyages



Clément Verdé
Verdié Autocars





Du bon usage de transports inter

Réflexions Sous la direction d'Éric Omnès, du cabinet EO Consultant, invités et partenaires ont travaillé de concert sur l'importance à accorder au marketing dans les réponses aux appels d'offres du transport routier de voyageurs.

En préambule des débats qui ont rythmé la 6^e édition des Rencontres Jeunes Dirigeants, Bus & Car et Éric Omnès qui animait les séances se sont posés les questions suivantes : « dans le cadre d'un appel d'offres en TRV, lorsque les prix sont proches, comment sortir du lot et retenir l'intérêt de l'autorité organisatrice ? En d'autres termes, comment valoriser ses engage-

ments volontaires, tout en préservant l'offre de base ? » Les réponses ont pour l'essentiel trait à un bon usage du marketing. Comme à notre habitude pour cette opération, pas question de dévoiler dans nos colonnes tous les éléments mis en lumière lors des séances et des exercices réalisés en groupe par les participants. Nous retiendrons en revanche quelques principes présentés par Éric Omnès. Ce dernier insiste

par exemple sur l'obligation pour le chef d'entreprise de prendre régulièrement du recul par rapport à son quotidien afin de mieux définir les pistes de développement de sa société.

Prendre du recul

Face à un appel d'offres, il faut avant tout « tenter d'analyser les axes sous-jacents qui permettront de comprendre la stratégie de l'AOT. » Face à cela, il s'agira ensuite, grâce aux

actions marketing justement, de « toujours mettre en avant les points forts de l'entreprise par rapport à l'appel d'offres en question. »

D'un point de vue pratique, Éric Omnès préconise aussi « de prendre du temps pour bien réfléchir en amont, de sélectionner soigneusement les collaborateurs avec lesquels vous discuterez de votre réponse et, lors de la présentation, de venir éventuellement accompagné de l'un d'entre eux. »

Enfin, en matière de communication, il est bon de retenir que « l'AOT n'aime généralement pas découvrir par elle-même. Il faut donc prendre les devants et, qu'il s'agisse d'éléments positifs ou négatifs, la tenir informée dès le départ. » ■





u marketing dans les urbains de voyageurs



Qu'il s'agisse d'une réflexion menée en commun sous l'œil attentif d'Éric Omnès, régulièrement épaulé par Brigitte Bensimon directrice de clientèle de Bus & Car, ou d'un exercice réalisé en groupe plus restreint, invités et partenaires des Rencontres Jeunes Dirigeants se sont beaucoup investis dans les différentes séances de travail. Et une conclusion s'est d'ailleurs imposée au fil des travaux : « Il faut rendre les choses vivantes, car nous sommes dans un secteur de services et que l'humain est au cœur du métier. »



Dans la peau de Gregory Peck...

La dolce vita, en vrai... Les villes italiennes, et Rome en particulier, sont connues pour la densité de leur circulation automobile et pour l'omniprésence des deux-roues. *Bus & Car* et ses partenaires n'ont pas pu résister. En une après-midi, les jeunes dirigeants ont visité la ville au guidon d'une Vespa, et usé immodérément du klaxon de leurs engins. Succès garanti auprès des Romain(e)s...



Sous l'écrasante chaleur de ce début d'après-midi romain, la trentaine de Vespa composant le cortège des Rencontres Jeunes Dirigeants n'est guère passée inaperçue des touristes présents dans la capitale italienne.

A grand renfort d'avertisseurs sonores, nos jeunes autocaristes ont bien fait savoir à tous, du Colisée à la place Saint-Pierre, que les opérateurs français du transport routier de voyageurs avaient investi la Ville éternelle.

Guidé par Dominique Friedman, de Sept et Demi, et encadré par l'équipe des loueurs de scooters, c'est sous un angle différent qu'ils ont visité Rome.





Ce que ne révèlent guère ces images, c'est que le périple s'est terminé sous les trombes d'eau d'un orage d'été dont Rome a le secret. Après une longue course en pleine chaleur, quelques minutes seulement avant le retour à l'hôtel, tous les participants ont donc bénéficié d'une abondante douche naturelle.

Les mains à la pâte !

Apprentissage culinaire Qui dit cuisine italienne dit évidemment pâtes ! Mais pas question ici d'ouvrir un beau paquet et d'en verser le contenu dans l'eau bouillante. Pour le plaisir de toutes et de tous, il a fallu cette fois apprendre et faire. Résultat : un nouveau savoir engrangé, un bel esprit d'équipe et un excellent déjeuner.



La cuisine italienne, première, deuxième ou troisième du monde selon les points de vue, est aussi un travail d'équipe. Réaliser un repas typique pour trente personnes plutôt affamées réclame en effet un peu de doigté, un véritable esprit d'équipe et une certaine patience. C'est ce que jeunes dirigeants et partenaires de l'opération ont pu découvrir dans cette école de cuisine le jour du départ. Après deux heures d'apprentissage et de préparation, le repas qui a suivi a été une délivrance pour les estomacs en même temps que la récompense d'un travail accompli dans la bonne humeur et la convivialité.



