



HAVAS MEDIA GROUP

DOSSIER DE PRESSE

HAVAS MEDIA GROUP INVITE LES DIGITAL NATIVES DANS SON COMITÉ DE DIRECTION

PORTRAITS DE JEUNES TALENTS INVESTIS AU SOMMET DU GROUPE

LE COMEX DIGITAL NATIVES HAVAS MEDIA GROUP ENTAME SA DEUXIÈME ANNÉE, FORTE D'UNE PREMIÈRE SAISON RICHE D'INNOVATIONS ET DE DISRUPTIONS.

FAIRE CONFIANCE À SES NOUVEAUX TALENTS

En septembre 2015, à l'initiative de Raphaël De Andréis, Président – Directeur Général HAVAS MEDIA GROUP France, le groupe se dotait d'un « shadow cabinet », comex miroir, composé d'une trentaine de millennials, femmes et hommes, parmi les plus jeunes talents issus de tous les métiers et entités du Groupe : du conseil à l'expertise, du social media au mobile en passant par le trading programmatique (innovation d'achat publicitaire en ligne), du juridique à la finance et les ressources humaines.

LE POSTULAT EST SIMPLE :

« COMMENT PENSER L'AVENIR DE L'ENTREPRISE SANS INCLURE DANS LA RÉFLEXION ET LA DÉCISION CEUX QUI L'INCARNERONT DEMAIN ? »

Une interrogation qui rejoint les attentes de cette nouvelle génération de collaborateurs : l'étude menée par le cabinet indépendant Bason Project* pour le compte du Groupe a montré que ces derniers souhaitent s'impliquer activement dans l'avenir de l'entreprise et participer – au plus près de la Direction – à ses décisions stratégiques.



« Cette génération va évoluer dans un monde professionnel où de nouveaux métiers, leurs futurs métiers, apparaissent chaque jour, naissant de l'importance de la data, du mobile, du social, de la publicité digitale aujourd'hui et de la blockchain, de l'intelligence artificielle demain. Dans ce nouveau contexte, il

est essentiel que l'entreprise sache aussi écouter et impliquer les plus jeunes. Leur mode de vie les place en effet au cœur de l'impacts de ces évolutions et ruptures technologiques dans notre société »

Delphine Castanet, Directrice des Ressources Humaines HAVAS MEDIA GROUP.

Initié en 2015, le projet se révèle à l'usage être un modèle de partage et d'innovation vertueux.

Audacieux et agile, plus proche des modes de vie et de consommations actuels, ce Comex Digital Natives s'est vite imposé comme le grain de sable nécessaire au sein du Groupe, celui qui permet des inflexions nouvelles.

Mené par Stéphane Guerry, Directeur Général d'ARENA MEDIA, l'un des réseaux du Groupe, ce shadow cabinet s'est réuni tous les mois.

AU PROGRAMME :

PARTAGE

Des informations clés sur l'activité du groupe : données financières (évolution des billings, de la marge...), new business offensif et défensif, évolution des offres, annonces internes et externes, changement d'organisation...

FEEDBACK

Tel un crash test sans filtre, une nouvelle offre, une nouvelle façon de travailler ensemble, un « business case », est passé au crible de la critique acerbe mais toujours constructive de cette nouvelle génération de collaborateurs.

BUZZ

La sélection par chaque groupe de l'opération de com qui les a le plus marquée dans le mois, en positif comme en négatif.

DISRUPT

Projet d'une année travaillé en 5 groupes de 5 à 6 personnes et pierre angulaire de ce shadow cabinet, Disrupt consiste à imaginer le nécessaire bouleversement du groupe en partant de leurs propres rapports aux marques, aux médias mais aussi du service et de la valeur ajoutée apportée aux annonceurs.

IMAGINER LE FUTUR POUR SE TRANSFORMER AUJOURD'HUI

En mode « startups » et sous la supervision d'un sponsor du Comex, chaque groupe imagine ainsi un projet innovant et en rupture pour nos métiers. Les projets sont ensuite présentés et soumis à l'approbation du Comex HAVAS MEDIA GROUP.

CINQ PROJETS ONT VU LE JOUR DEPUIS LA CRÉATION DU COMEX DIGITAL NATIVES

Cinq projets créatifs et innovants dans le rapport des consommateurs aux marques et aux médias ont vu le jour et seront dévoilés progressivement dès le début d'année.

« Impatients et exigeants, les jeunes talents se sont montrés enthousiastes à l'idée de pouvoir donner leur avis et orientations pour le futur du Groupe. Pourtant, ils étaient inquiets face à l'ambition de Disrupt, et la responsabilité qui leur était donnée. Neuf mois de gestation plus tard, leurs idées ont toutes été achetées par le Comex du Groupe. Le Groupe bénéficie maintenant de 5 projets qui sont de véritables game changers dans leur catégorie ou pour le futur de nos métiers »



Stéphane Guerry.

PAROLES DE MILLENNIALS

Pour Julie, qui faisait partie de la première promotion, « le fait d'être en contact proche et régulier avec la direction et de voir qu'ils tiennent compte de nos remarques est très valorisant. Cela donne confiance, et je pense que ça s'est répercuté sur mon travail au quotidien où j'ai gagné en assurance. »

« Le Comex Digital Native est une preuve de la confiance d'Havas Media Group en la jeunesse et de sa volonté de se développer en intégrant les talents. C'est une formidable initiative et je suis fière d'en faire partie, d'autant que je suis en train de réaliser mon propre projet au sein de l'agence ! » **continue Lolita.**

Jean-Baptiste se souvient quant à lui : « Ce projet nous a apporté une réelle ouverture d'esprit sur les différents métiers de l'agence. Cela a également contribué au développement de notre réseau interne ce qui nous ouvre des portes pour progresser et avancer dans nos projets. C'est une réelle chance de pouvoir prendre de la hauteur sur son quotidien. »

« Donner la parole aux « nouvelles générations » est une chose, supporter leurs nouvelles initiatives jusqu'au bout en est une autre. Cette opportunité nous a permis non seulement de réfléchir, mais aussi et surtout de développer des projets qui sortent du cadre de nos missions professionnelles. Cela nous a fait aller de l'avant, nous a poussé à innover et créer quelque chose qui n'existe pas ailleurs, ce qui est une réelle chance. » **conclut Romain.**



Julie, 26 ans, Chef de Groupe Search



Lolita, 27 ans, New Business Manager



Jean-Baptiste, 29 ans, Chef de Groupe Vidéo



Romain, 27 ans, Global solutions manager @Mobext

À la rentrée 2017, cinq autres initiatives concrètes seront ainsi implémentées : nouvelles offres, partenariats, événements, data, Entertainment ou initiatives entrepreneuriales, les projets « Digital Native » participent à la révolution millennials en cours.

CONTACT PRESSE

LA NOUVELLE AGENCE

Irina Gudina

irina@lanouvelle-agence.com

+33 (0)1 83 81 71 40

À PROPOS DE HAVAS MEDIA GROUP

Havas Media Group rassemble toutes les compétences media du Groupe dans une structure simplifiée et axée sur les clients : Havas Media, Arena Media et FullSix Media soutenues pour l'offre « contenu et expérience de marque » par Havas Sports & Entertainment ainsi que par plusieurs entités spécialisées telles que Havas Event et Havas Productions.

havasmediagroup.com