

Les barmans du GAC

Skier, c'est bien, le ventre plein, c'est mieux ! Nourrir 1000 participants pour 1 semaine entière à la montagne est un sacré défi pour l'association. Le pôle Partenariats Grande Consommation est donc en charge de cette mission. Composé de 5 membres, le pôle doit donc démarcher des marques de la grande distribution, mais aussi gérer l'Ice Bar, le bar sculpté dans la glace situé au centre du village partenaire. A la fois professionnels et transversaux, la grande conso nous raconte.

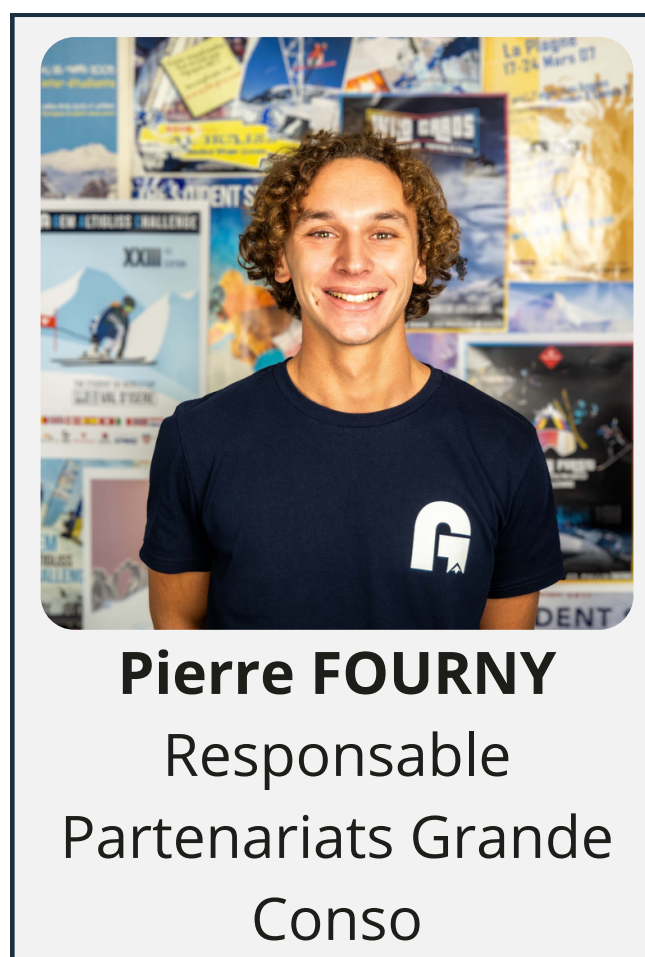


Je m'appelle Valentin, et suis Responsable Partenariats Grande Consommation à Altiglist. J'ai choisi Altiglist pour son **projet ambitieux et professionnalisant, ce qui est très motivant !** Je m'épanouis complètement dans ce pôle dans lequel j'évolue depuis 2 ans. Concernant mon parcours, j'ai fait une classe préparatoire au lycée Jacques Decour à Paris. J'aimerais travailler dans le monde de la finance, en commençant par un stage dans un grand cabinet d'audit à Paris.

On travaille avec Pierre Fourny, co-responsable avec nous et qui est en alternance à Paris. Il doit donc jongler entre Paris et Grenoble, et on a réussi à **trouver un équilibre** puisqu'il travaille pour le pôle sur des plages horaires définies.



Je m'appelle Pierre-Louis, j'ai choisi Altiglist pour son projet, qui est un **grand événement sportif rassemblant des étudiants de toute la France, et hyper professionnalisant**, de par le nombre de postes qui compose l'association. Mon parcours professionnel est en train de se dessiner, puisque je cherche des stages dans le domaine d'activité de l'achat et de la vente... **être assistant chef de produit me plairait beaucoup par exemple**, notamment dans la grande distribution, avec qui nous faisons des partenariats en Grande Consommation.



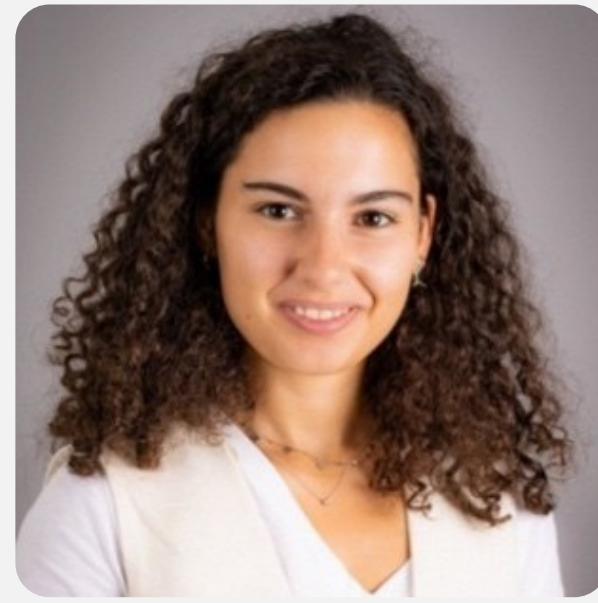


Camille FAVRE-FELIX

Assistante
Partenariats Grande
Conso

Je m'appelle Camille, j'ai 19 ans, je suis à GEM et fait partie de l'association Altiglist, en tant qu'Assistante Partenariats Grande Consommation. J'ai fait une classe préparatoire au Lycée Ampère à Lyon, et ai décidé d'intégrer l'association Altiglist, pour **son renom et l'immense événement qu'elle organise**. C'est donc pour moi l'occasion de me

professionnaliser à travers une expérience enrichissante : on n'organise pas tous les jours un événement rassemblant 1000 étudiants à Val d'Isère ! J'aimerais bien travailler en **marketing** et en **RH**, plutôt dans le secteur de l'industrie, après une première expérience en stage chez Framatome.



Léna COTTIN

Assistante
Partenariats Grande
Conso

Je m'appelle Léna, et ai fait une classe préparatoire au lycée Carnot à Paris. En découvrant Altiglist à GEM, j'ai très vite apprécié **l'ambiance conviviale, notamment pendant l'entretien avec les 2A**. Le pôle Partenariats Grande Consommation m'attirait beaucoup, notamment pour le fait d'**être auprès**

d'entreprises que je peux côtoyer, démarcher, et comprendre leurs attentes ! Plus tard, j'aimerais travailler dans **l'audit**, et compte faire un stage dans un cabinet d'audit à Paris pour découvrir le métier.

Quel est le rôle du pôle grande consommation ?

PIERRE-LOUIS :

Notre rôle premier est de **nourrir les 1000 participants du GAC pendant une semaine**, en trouvant des dotations en nourriture et en boisson auprès de partenaires de la grande distribution et de la grande consommation. En nourrissant les participants, **on met en avant toutes ces marques pendant le GAC. Ils mettent également en avant leur marque employeur !**

VALENTIN :

Comme on vend un pack all-inclusive aux participants, on leur fournit **la nourriture pendant une semaine**, donc petits-déjeuners, déjeuners, goûters, dîners et pots, ce qui fait 5 moments de consommation par jour, c'est conséquent ! C'est un rôle important et stimulant, car **je peux vous assurer qu'à n'importe quel événement, si les participants ne mangent pas assez ou mal, ils ne reviendront pas !** C'est pour ça que toutes ces responsabilités sont très gratifiantes.

PIERRE-LOUIS :

C'est un pôle clef, car le budget alloué à la nourriture est très important, et il faut le réduire au maximum chaque année. C'est presque le jeu de la grande conso chaque année, **sans altérer la qualité ni l'expérience des participants**.

Comment vous organisez-vous dans votre travail à 5 ?

CAMILLE :

Léna et moi avons été **formées par nos responsables en début d'année**, en nous donnant des outils à utiliser (trello, apollo, hubspot...). Ils servent à mettre à jour les marques qui ont été démarchées et nous permettent de ne pas se marcher dessus dans nos processus de démarchage. **Nos responsables ont également fait de la reconduction** pour certains partenaires de l'année dernière, donc nous avons découvert tout ça avec Léna et nous concentrons sur le démarchage de nouvelles entreprises.

LENA :

Très vite, nous avons fait des réunions tous ensemble pour que nous, 1A, voyions comment ça se passe. Et en plus du démarchage des nouvelles entreprises, **nous étions aussi missionnées sur les besoins des challenges** (Challenge Ski, Challenge Montagne, et Challenge Village), ce qui été un vrai défi pour trouver des partenaires spécifiques pour chacun d'entre eux. Mais ça n'a pas pu vraiment aboutir, car les marques spécialisées dans le sport (les barres protéinées, etc.) n'étaient pas vraiment intéressées.

"Si les participants ne mangent pas assez ou mal, ils ne reviendront pas !"



VALENTIN :

En reconduisant nos partenaires, on s'est concentré sur des partenaires clefs, de grande ampleur, qui sont essentiels dans l'ensemble de nos dotations. On a dû le faire avant même l'arrivée des 1A, et en termes d'organisation plus générale, on essaie de faire des points hebdomadaires sur nos avancées, et pour essayer de prendre toutes les décisions stratégiques en groupe.



Comment démarchez-vous vos partenaires ?

"On s'est concentré sur des partenaires clefs, de grande ampleur."

VALENTIN :

On fonctionne beaucoup par mailing. On a établi une nouvelle stratégie de mailing, qui devait être repensée vis-à-vis de celle de l'an dernier. Cette nouvelle stratégie a su faire ses preuves ! On commence par une phase d'accroche, à laquelle s'ensuit une phase durant laquelle on va expliquer notre événement, nos besoins... Puis on planifie des réunions avec les partenaires, réunions qui peuvent changer selon les entreprises ! Mais globalement, la trame est la même : une première réunion pour présenter le projet, exprimer nos besoins, négocier les produits qui nous intéressent et les quantités ; puis le partenaire va en discuter en interne avant une deuxième réunion pour valider les quantités, et en fonction de celles-ci Altiglist va déterminer le niveau de contrepartie qu'on va pouvoir offrir au partenaire. Et enfin, la dernière réunion va fixer les derniers détails logistiques nécessaires.



"Les marques sont ainsi associées à l'image du GAC, qui est un événement étudiant, sympa, à la montagne..."

PIERRE-LOUIS :

Pour les étudiants, c'est un moment de consommation de produits dont ils n'ont pas forcément l'habitude de s'offrir. Les marques sont ainsi associées à l'image du GAC, qui est un événement étudiant, sympa, à la montagne, dans une belle station à Val d'Isère. Et enfin, pour certaines entreprises, on offre une très bonne visibilité employeur auprès de profils étudiants en recherche de stage, d'alternance, de CDI...

CAMILLE :

Et on propose également une grande visibilité sur nos réseaux sociaux en faisant des posts Instagram, LinkedIn, etc. Il y a beaucoup d'entreprises qui misent sur la communication directe donc en étant vraiment visibles lors du GAC, et en étant plus qu'un produit : ils ont des affiches, des stands, avec des moyens humains parfois présents sur le village.

VALENTIN :

Ce qu'on explique à nos partenaires, c'est que les étudiants vont vivre une semaine de rêve et qui va les marquer dans leur vie étudiante, avec tout le lot de souvenirs qui va avec. Notre objectif, c'est d'associer ces marques et ces produits aux souvenirs des participants, c'est vraiment un argument fort.

Comment se passe le GAC pour vous ? Quel est votre rôle principal ?

VALENTIN : Le premier jour est un jour vraiment clé pour la semaine du GAC. En effet, le samedi, tous les participants arrivent, et les membres de chaque équipe vont passer au club des sports de Val d'Isère, que la Grande Conso va aménager sous forme de supermarché. Nous distribuons à chaque participant, en fonction du nombre de personnes dans leur chambre, toute la nourriture dont ils auront besoin pour la semaine. C'est un moment très important, où toute l'association est mobilisée, car il ne faut pas se tromper sur les quantités, nous avons des stocks réduits avec des quantités limitées.



"Le club des sports de Val d'Isère est aménagé en supermarché."

Particulièrement cette année, avec le succès de l'événement, on devra **distribuer aux dotations près, il y a donc un gros enjeu sur cette répartition**. C'est un moment fort et gratifiant, où **on se rend compte de l'ampleur du travail fourni**, car nous avons devant nous toutes les dotations que nous avons réussi à obtenir !

"La distribution est un moment fort et gratifiant : nous nous rendons compte de l'ampleur de notre travail !"



PIERRE-LOUIS : Nous avons une autre promesse pendant le GAC : ce sont les pots et goûters, fournis aux participants chaque jour sur le village. **Nous sommes les responsables de l'Ice Bar**, un bar taillé dans la glace en plein milieu du village que nous gérons, et où les gens viennent s'approvisionner. C'est ici que nous distribuons tous les goûters, les pots... Et **nous sommes responsables des quantités, car nous nous devons de faire une distribution équitable pour chaque participant**. C'est donc également un **rôle de surveillance** que nous prenons, et de barman. Nous sommes sur place directement, et aidés par quelques membres de l'association.

VALENTIN : Il y a toujours au moins un membre de la Grande Conso présent sur place, et c'est lui qui connaît les demandes particulières de la marque, les quantités à distribuer, c'est ce membre qui supervise le pot, accompagné par 5 ou 6 membres d'Altiglist. Nous faisons aussi de la gestion dans la logistique de tout ce qui se rapporte aux dotations tout au long de la semaine, mais également auprès des partenaires sur place.

Quelles sont les difficultés que vous rencontrez durant l'année et potentiellement pendant le GAC ?

LENA : Concernant le démarchage, il est vrai que Valentin, Pierre-Louis et Pierre nous ont conseillé d'envoyer des mails à de nombreuses personnes au sein d'une même boîte qui ont des rôles clé : chef de produit, RH ou encore en Marketing. Et malgré ces efforts d'envoi de nombreux mails, **nous n'avons parfois pas de réponse de la part des marques, ou alors des réponses négatives**.

Les **réponses négatives sont parfois instructives**, elles nous permettent de cerner les raisons des réponses négatives, pour mieux comprendre le fonctionnement de certaines marques. Cependant, même les réponses qui au premier abord sont positives, ne le sont plus par la suite. En effet, ce qu'il se passe parfois c'est qu'au moment de la négociation nous n'arrivons pas à obtenir les quantités que nous espérons, ou bien que la marque demande davantage de contreparties.



"Il y a forcément des entreprises qui trouveront un intérêt à nous rejoindre."

CAMILLE : Un des défis, plus qu'une difficulté, c'est de **ne pas baisser les bras**, et de continuer à démarcher même si nous prenons beaucoup de refus plus ou moins bien amenés de la part des marques. Il y a **forcément des entreprises qui trouveront un intérêt à nous rejoindre**. Rien n'est perdu, c'est beaucoup de persévérance !

VALENTIN : Pour parler des difficultés que l'on peut rencontrer sur place au GAC, si je me réfère à un exemple de l'année dernière, c'est qu'**un de nos partenaires**, après qu'une convention ait été signée avec des quantités très précises, nous annonce **une baisse du nombre de dotations**. De ce fait, nous nous devons de revoir toute la stratégie de logistique de la chaîne de ravitaillement. Nous pouvons aussi être amenés à faire face à des participants qui veulent prendre un peu plus que ce qu'on leur donne. **Nous devons nous assurer que tout le monde ait à manger, avec la quantité qui leur est prévue**.

Quel bilan faites-vous, à ce stade de l'année, sur votre expérience à Altiglist ?

PIERRE – LOUIS : Sur l'aspect professionnel, j'ai beaucoup appris sur la **communication avec les personnes du monde professionnel**, je suis bien plus à l'aise durant les discussions que j'ai avec eux. J'ai évolué dans ce monde-là qui aujourd'hui me paraît familier, **je n'ai plus aucune crainte à aborder quelqu'un du milieu professionnel**. Dans l'aspect négociation, je suis bien meilleur qu'avant ! Et c'est la même chose sur le point promotionnel, sur ce qui est de vendre le GAC à des professionnels pour qu'ils nous fassent confiance. Par rapport à l'association, nous formons une mini-entreprise, **j'ai beaucoup appris sur les relations inter-associations**, comment est-ce qu'on se comporte avec chacun pour que tout se déroule bien. C'est par le biais de l'asso, en tant qu' "avant-entreprise", qui me permet d'apprendre sur le vrai milieu de l'entreprise. Aujourd'hui, je suis très à l'aise avec tout le monde, et **je sais faire la part des choses actuellement entre le personnel et le professionnel, et c'est génial !**



"Nous sommes aujourd'hui plus à l'aise avec le monde de l'entreprise"

« On arrive à voir la différence entre nos différentes réunions. »



CAMILLE : Ça ne fait que quelques mois que je suis dans l'association donc c'est un peu compliqué d'avoir une idée fixe sur mon expérience. Mais au niveau de la professionnalisation qu'offre le pôle dans lequel je suis, même si on passe beaucoup sur du mailing pour prendre contact avec les marques, on a pu faire des réunions avec des marques dont les réponses ont été positives, et j'ai trouvé ça très enrichissant de communiquer avec des professionnels. **On voit surtout la différence entre les différentes réunions**, la troisième n'a plus rien à voir avec la première, et c'est très intéressant de voir cette évolution, on devient plus à l'aise, on sait comment aborder les choses, on sait de quoi est-ce qu'il faut parler. C'est quelque chose qui me plaît beaucoup ! Plus le temps passe, plus nous rencontrons, faisons des réunions, et devenons à l'aise. Au niveau de l'association, ce que j'apprécie, c'est la diversité des gens, on a à la fois des profils très sérieux, calmes, posés, et des personnes qui débordent d'énergie ! **Altiglass est une association où le sérieux et le travail sont très importants, et en même temps, nous savons nous amuser, faire des activités, créer des liens.**



«Je me suis amélioré en négociation, [...], en communication pro, [...] et en management ! »

LENA : C'est vrai que je n'avais pas forcément connu d'expérience professionnelle, et je vois maintenant à quel point l'asso est enrichissante pour moi sur cet aspect-là. Même si je ne souhaite pas forcément par la suite travailler dans le marketing ou dans la communication, la relation client reste présente dans une multitude d'emplois. **J'ai aussi appris à avoir une certaine aisance**, comme l'expliquent Pierre-Louis et Camille, au fur et à mesure des réunions et des discussions avec les partenaires. Personnellement, peu importe notre façon d'être, **nous pouvons trouver notre place dans l'association** et y mêler notre vie privée et professionnelle. Altiglass fait le lien entre les deux, tout en sachant faire une distinction.

VALENTIN : Tout d'abord, je tiens à souligner pour nous tous **notre rigueur qui est très présente dans notre travail**, surtout pour Camille et Léna qui ne sont là que depuis quelques mois et qui ont très bien su faire leurs preuves. De mon côté, sur le point professionnel, **le contact entreprise est très intéressant**. J'ai aussi beaucoup travaillé sur la négociation, j'ai fait beaucoup de progrès, savoir où il faut tirer sur la corde, avec qui, et de quelle manière. Également, et c'est propre à cette année, **j'ai beaucoup développé sur le Management d'équipe**, avec l'arrivée des premières années, savoir comment les motiver, comment leur donner envie de participer au projet, **c'est très important, intéressant et enrichissant !** Sur le plan personnel, je retiens vraiment beaucoup de rencontres, que ce soit professionnelles ou dans l'association, et ai donc appris sur les autres, et appris des autres, sur leurs différentes méthodes de travail, leurs caractères... C'est vraiment ce côté **"enrichissement personnel"** que je retiens d'Altiglass.



Propos recueillis par Guilhem Ricour-Dumas et Chloé Sala