**ÉTUDE DE CAS CLIENT**

**Grand groupe de luxe du CAC 40**

**OBJECTIF**

Diagnostiquer, développer et ancrer le une culture d’entreprise apprenante au sein d’un groupe international et multiculturel.

**CONTEXTE**

Depuis 2021, Brightness accompagne un prestigieux groupe du CAC 40 dans l'élaboration et la mise en place d'une stratégie visant à renforcer la culture d'apprentissage continue au sein du groupe. Ce groupe, acteur majeur du secteur du luxe, compte plus de 47 000 employés à travers le monde répartis dans différentes marques emblématiques de la mode, de la maroquinerie et de la joaillerie, connues également sous le nom de "Maisons".

Dans le cadre de l’élaboration de la stratégie, les équipes de Brightness ont aidé à développer un diagnostic en effectuant une série d'entretiens auprès de collaborateurs clés des différentes entités. Cette étape a permis de poser les bases de la stratégie à mettre en place. Les 3 axes de cette stratégie ont été de mieux structurer l’offre existante pour la rendre plus claire et lisible, travailler sur la culture pour rendre l’agilité d’apprentissage accessible à tous, et renforcer la qualité de l’expérience pour tous les collaborateurs, que ce soit pour les outils digitaux que sur les programmes en présentiels.

Pour soutenir le second pilier sur le développement d’une culture apprenante, les équipes de Brightness et le département Learning du Groupe ont conçu et réalisé le tout premier Global Learning Day, un événement hybride qui a réuni toutes les marques du groupe autour d’une thématique commune : « " Build your skills, build your future ».

**ÉVÉNEMENT *GLOBAL LEARNING DAY***

L'objectif principal de ce Global Learning Day était de générer un sentiment de fierté partagée au sein du groupe. Cet événement interne a mis en valeur les prestigieux programmes d'apprentissage offerts par le groupe, ainsi que les réflexions et les réussites internes. L'objectif était également d'intégrer des perspectives innovantes externes à l'entreprise, telles que l'impact positif des contraintes et l'importance de cultiver la curiosité au travail. Brightness a joué un rôle clé dans la création d'une programmation digitale innovante et diversifiée. Cette diffusion en direct a été l'élément central de l'événement, ouvert à tous les employés du groupe.

Pendant près d’un semestre, les équipes Brightness ont conçu et animé des ateliers à destination des interlocuteurs Learning du Groupe issus de différentes maisons, départements et marchés. Basé sur méthodologie rigoureuse de co-création, nous avons développé une programmation polyvalente afin de répondre aux besoins spécifiques de chaque marque. Notre objectif était de proposer des contenus pertinents qui susciteraient l'intérêt des employés aux profils variés, malgré leurs emplois du temps chargés, et les inciteraient à se connecter à la plateforme virtuelle.

NOTRE SCOPE

Plus concrètement, les équipes Brightness ont été mobilisées auprès des équipes client partenaire pour :

* + Définir le formats des sessions (panels, performances en passant, unconference…)
  + Définition structure et script des séances plénières
  + Sourcing d’intervenants et de prestataires externes
  + Conception d’un appel à candidatures/concours à l’échelle du groupe afin d’identifier des intervenants internes
  + Formation de type TED à la prise de parole en public et conception de slides
  + Recommandations UI personnalisation plateforme virtuelle, suivi de paramétrage
  + Production, montage et habillage des séquences pré-enregistrées
  + Production technique, scénographie et diffusion en direct

**RÉSULTATS**

Animé par une journaliste expérimentée et réunissant à la fois **des leaders d’opinion, des spécialistes de leur secteur et des intervenants externes**, l’événement hybride a connu un franc succès.

Plus de 4500 employés se sont connectés à la plateforme virtuelle pendant l’événement, et la note de satisfaction globale des participants a été de 4,23/5.

Cet événement a été enrichi par une Masterclass intitulée " Unlock your Future’ ", axée la notion « d’apprendre à apprendre », délivrée par des ambassadeurs internes en présentiel dans 25 villes à travers le monde et dans 16 langues différentes, touchant ainsi plus de 3700 collaborateurs. De plus, chaque filiale a profité de cette journée pour mettre en œuvre des programmes de formation spécifiques adaptés à leurs employés et en cohérence avec les enjeux locaux. Au total, plus de 15 000 participants ont été enregistrés au cours de cette journée.  
  
L’entreprise a l’intention d’en faire un rendez-vous annuel pour toutes ses Maisons et régions et poursuivre sa démarche d’entreprise apprenante.

**NOTRE SCOPE**

CONSEIL ET STRATÉGIE

AUDIT – ENTRETIENS ET RECOMMANDATIONS

CONCEPTION, ANIMATION ET RESTITUTION D’ATELIERS

CONCEPTION ÉDITORIALE ET ÉVÉNEMENTIELLE SUR MESURE

SOURCING D’INTERVENANTS (RECHERCHE, NÉGOCIATION ET CADRAGE)

COACHING DE STYLE TED

COORDINATION DE LA PLATEFORME VIRTUELLE

MISE EN SCÈNE, RÉALISATION ET DIFFUSION D’ÉVÉNEMENT SUR LE TERRAIN

**CITATIONS**

✓ Inclure une citation de Pauline KIEJMAN sur la collaboration avec Brightness

‘L’accompagnement de Brightness nous a permis d’articuler une stratégie claire et une réalisation qui a démontré une excellence opérationnelle nécessaire dans un contexte d’excellence. Cela nous a donnée de la crédibilité en interne tant auprès de nos clients internes que de nos intervenants. Nous avons pu réellement mobiliser nos collaborateurs en masse pour parler du Learning, un vrai succès!

2021 – Début de la collaboration

15000 – Nombre d’employés ayant pris part au Global Learning Day

12 – Marques représentées

6 – Langues de traduction simultanée proposées aux participants (français, italien, chinois, japonais, coréen)

20 – Intervenants sélectionnés et coachés en vue d’une présentation sur la scène virtuelle