

**Les réseaux professionnels et les réseaux sociaux représentent aujourd'hui deux moteurs pour progresser et s'épanouir dans votre métier et votre carrière. Enclenchez le turbo !**

La Nuit de l'Orientation, Aslog.



# Un, deux, trois... réseautez

**N**ever eat alone ! Le réseau est un pilier indispensable à la carrière, à remonter dans votre to do list. Bien faire son job est une chose, le rendre visible en est une autre. Ayez un plan de networking, conseille Emmanuelle Gagliardi, coauteure de l'ouvrage « Réseaux au Féminin » aux éditions Eyrolles et cofondatrice de l'agence de consulting et de communication au féminin Connecting WoMEN. *Développez trois réseaux : un d'anciens de votre école, le plus naturel et bienveillant, un sur votre secteur ou votre fonction pour les échanges. Et sortez de votre zone de confort avec un réseau transversal, éventuellement féminin, qui évite la consanguinité. Les réseaux sociaux sont un complément nécessaire. En amont, réfléchissez à vos spécificités et expertises pour savoir vous présenter en quelques secondes dans les réseaux.* » C'est un investissement en temps : montrez-vous dynamique pour votre

réseau - tout en conservant une certaine éthique pour ne pas tomber dans la pente glissante du népotisme - et il vous le rendra bien ! Ciblez vos réseaux, la qualité est préférable à la quantité.

Les associations et clubs professionnels spécialisés en Supply Chain se fondent tous sur le partage d'informations, d'expériences, l'échange et l'entraide de façon conviviale pour progresser dans son travail et sa carrière. Mais chaque réseau professionnel a ses spécificités. Rencontre avec des responsables d'Afilog, de l'Agora du Supply Chain Management, de l'Aslog, de Fapics, de la Feef et de Pil'es.

## **Afilog : réflexions stratégiques et lobbying**

Claude Samson, Président d'Afilog, ancien Directeur RH puis logistique, a compris depuis longtemps la force du réseau : il a

déjà été recruté grâce à son réseau et a recruté par le même biais. Il a été membre du Club Demeter Environnement et Logistique, et de l'Agora du Supply Chain Management : « *Personne ne détient seul la vérité ; chacun a besoin du réseau. Par exemple, la mutualisation en Supply Chain nécessite de se connaître et donc le réseau* ». Afilog, qui veut représenter tous les métiers de la Supply Chain et de l'immobilier logistique, créée en 2001, est à l'origine un club de réflexion et de lobbying orienté immobilier logistique. Elle compte 95 entreprises adhérentes (à 6.000 € l'inscription annuelle), représentant environ 300 personnes, deux tiers dans l'immobilier, un tiers côté chargeurs et prestataires, plus sept commissions sectorielles. « *Elle fait émerger les problèmes du secteur, afin de les traiter à un niveau stratégique et de faire du lobbying auprès des pouvoirs publics à*



**Ruben Grave,**  
Directeur associé  
de Thinknetwork



**Claude Samson,**  
Président  
d'Afilog



**Michael Lejard,**  
Co-président  
d'Agora Clubs



**Pascal Carrier,**  
Président  
d'Aslog Alsace



reconnu dans son entreprise. Notre réseau évite la solitude, permet de relativiser ses problèmes en s'apercevant que d'autres ont les mêmes. Il évite de faire les mêmes erreurs, grâce au partage de savoir-faire, à travers des conférences, des visites de site. La qualité d'un réseau tient aussi à ses leaders ». L'Aslog Alsace, grâce à des subventions de la chambre de commerce et du Conseil régional, a mis en place un audit de performance globale logistique des PME. Pascal Carrier est aussi membre de plusieurs réseaux régionaux : Stammtisch des chefs d'entreprises de la vallée de la Bruche, cercle de l'Ill rassemblant des personnalités économiques, politiques et du secteur public, frontalières (françaises, allemandes et suisses). Il met en avant la réunion annuelle interclubs de la région, importante pour développer son réseau.

qui elle peut servir d'experte », explique Claude Samson. Aujourd'hui, à travers notamment des petits-déjeuners informels, dont le but est essentiellement de se présenter les uns aux autres, Afilog tend vers un réseau.

### **Agora du SCM : apprendre des autres, apprendre aux autres**

L'Agora du Supply Chain Management compte 250 directeurs membres à Paris, Lyon, Lille et en Belgique, avec huit rendez-vous par an, financés par des sponsors qui restent discrets car « pas là pour vendre ». C'est l'une des 17 communautés de l'Agora Fonctions, chacune étant dédiée à un métier et réservée aux directeurs d'entreprises de plus de 500 salariés (cotisation annuelle : 420 €HT par personne). Des réunions transversales rassemblent différentes fonctions. « Apprendre des autres, apprendre aux autres » est le credo de Michaël Lejard, Co-Président d'Agora Clubs, créé en 2005 : « Les managers viennent pour échanger, loin de l'idée reçue du club pour

trouver un boulot ou faire des affaires. Aujourd'hui, pour trouver du travail, dans le monde entier on passe par les réseaux sociaux. Par la mutualisation des compétences, l'Agora permet aux directeurs d'anticiper les problèmes de demain. Elle fait gagner du temps aux membres et ne vit que par eux. La poignée de main renforce la relation, rien ne vaut les rencontres ». Toutefois, l'Agora, terme faisant référence à la place publique de la Grèce antique, s'accompagne au 21<sup>e</sup> siècle d'un réseau virtuel, via l'espace membre. Si quelqu'un a une question « flash », les réponses arrivent rapidement.

### **Aslog : partage de savoir-faire**

L'Aslog, Association professionnelle pour la logistique, multisectorielle, annonce plus de 1.500 membres. Pascal Carrier, Dirigeant de GPC Logistique, groupe de transports et de logistique, est Président d'Aslog Alsace depuis sa création, en 1996, délégation de 45 adhérents : « Le Directeur Supply Chain est seul dans son métier, pas toujours

### **Fapics : promotion de certifications internationales**

Caroline Mondon, Présidente de Fapics, qui promeut les certifications Apics et désormais aussi d'autres certifications internationales, souligne : « Fapics est un réseau d'experts en management des opérations de la chaîne logistique avec un esprit coopératif qui a pour but d'aider en particulier les PME et les ETI à réindustrialiser la France. A travers les rencontres autour du jeu The Fresh Connection, notre association contribue à fédérer la communauté Supply Chain, qui a un langage et des références communs. Nous allons créer un groupe LinkedIn de joueurs à ce serious game qui sera présenté au congrès Fapics le 12 juillet à Paris ; il permettra de dynamiser les échanges entre les membres de Fapics, les professionnels et étudiants en Supply Chain ». Ruben Grave, Fondateur de think-network, qui accompagne Fapics-CPIM de



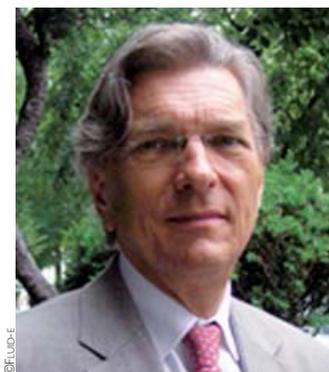
**Emmanuelle Gagliardi,**  
Coauteure  
de « Réseaux au féminin »



**Laurent Lamatière,**  
Président  
de Pil'es



**Caroline Mondon,**  
Présidente  
de Fapics



**Maël Barraud,**  
Président de Fluid-e, et Président de  
la commission logistique de la Feef

France dans sa communication, animera ce groupe LinkedIn. Toutefois, Caroline Mondon déplore « le faible nombre d'adhérents aux réseaux professionnels Supply Chain tels que l'Aslog ou Fapics - qui compte 702 membres - quand en Allemagne deux associations Supply Chain et Logistique rassemblent près de 20.000 membres. En France, les ingénieurs privilégient la cotisation au réseau de leur école, limitant le dynamisme des réseaux professionnels. Aussi parlons-nous aux écoles et universités pour créer des réseaux communs. Nous souhaitons également à l'avenir nous rapprocher d'autres associations professionnelles complémentaires. »

### Feef : rencontrer les distributeurs loin des tensions

La Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France (Feef) rassemble des dirigeants de plus de 600 PME fournisseurs de la grande distribution alimentaire dont elle défend les intérêts. Elle organise 6 à 10 petits-déjeuners par an avec un dirigeant d'une enseigne qui explique sa stratégie et sa politique de relations fournisseurs. Maël Barraud, Président de Fluid-e, et Président de la commission logistique de la Feef, explique : « Nous rencontrons deux à trois Directeurs Supply Chain d'enseignes dont nous visitons un entrepôt, loin des tensions. Les positions sont plus rondes et constructives que dans le rapport de force traditionnel. La Feef est un fil de plus dans votre réseau ! »

Maël Barraud est également impliqué dans l'ECR (Efficient Consumer Response) et GS1, qui œuvre à la normalisation du codage de la chaîne logistique.

### Pil'es : du concret, du concret et encore du concret

Le Pôle d'Intelligence Logistique Europe du Sud (Pil'es) est la grappe d'entreprises des experts de l'usine logistique en Nord-Isère, avec 85 entreprises adhérentes et 350 professionnels (cotisation allant de 100 € par personne physique à 2.500 € pour une grande entreprise). Pil'es est très actif et pragmatique : il organise annuellement Logistic Expo, salon des métiers et formations logistiques, fait du lobbying auprès des acteurs politiques qui méconnaissent la logistique, a rédigé un livre blanc sur le développement de zones à vocation logistique, a géré la formation continue de 100 managers de proximité et noue des partenariats avec des entreprises en logistique durable. « Les plates-formes logistiques sont les usines d'aujourd'hui, souligne Laurent Lamatière, Président de Pil'es et Asset Manager de la Foncière Europe Logistique. Nos groupes de travail et manifestations débouchent sur des actions concrètes, comme la mutualisation de transport entre plates-formes de l'Isle d'Abeau, par exemple. » Pil'es est le plus connecté de tous les réseaux professionnels rencontrés, présent modestement sur Twitter et Viadeo, mais aussi sur Facebook, avec une page régulièrement mise à jour, réseaux qu'utilise éga-

lement son président. « Les acteurs de la Supply Chain n'ont pas le réflexe réseaux sociaux dans une logique professionnelle », remarque-t-il.

### Et le gagnant 2.0 est... LinkedIn

Si les réseaux logistiques sont pour l'instant peu orientés Web 2.0, les Supply Chain Managers ont bien compris l'importance des réseaux sociaux. Ils plébiscitent le réseau de relations professionnelles LinkedIn, plus international et avec un niveau de responsabilité moyen plus élevé que Viadeo, même si certains sont présents sur les deux. Vous pouvez donc retrouver les témoins (en encadré) et la rédactrice de cet article sur LinkedIn... et beaucoup de chasseurs de tête que vous avez appris à apprivoiser (cf. Supply Chain Magazine n°73). Twitter, moins utilisé, est très intéressant pour trouver de bonnes informations sur des fils spécialisés Supply Chain. Facebook, comme le confirme une de nos témoins, est souvent réservé aux enfants. En France, même si des entreprises ont leur page Facebook, ces comptes ont rarement l'orientation professionnelle qu'ils peuvent prendre outre-Atlantique.

L'art de bien utiliser les réseaux repose donc sur un paradoxe : savoir sacrifier du temps à court terme pour en gagner à moyen terme. Oui, être un membre actif de réseau est chronophage. Oui, utiliser les réseaux sociaux l'est également. Mais ce n'est pas du temps perdu, bien au contraire ! ■

**CHRISTINE CALAIS**

### Sonia Muzzatti,

Directrice Supply Chain internationale

**« Il n'y a pas de réseau idéal. Il en faut donc plusieurs ! »**



Selon Sonia Muzzatti, Directrice Supply Chain internationale, « Il n'y a pas de réseau idéal. Il en faut donc plusieurs : un réseau pluridisciplinaire et un réseau Supply Chain ! » Après avoir occupé diverses fonctions de management dans l'industrie, la pharmacie ou le luxe - son dernier poste est chez le joaillier Mauboussin - Sonia Muzzatti s'est rendue aux manifestations de l'Agora du SCM, qu'elle a trouvées un peu trop « formelles », également gênée par la présence de prestataires sponsors, qui selon elle, étaient « un peu trop là pour faire du business ». Mais l'expérience est positive, elle continue à réseauter avec des membres de l'Agora. Elle souhaite s'inscrire à l'Aslog, dont elle trouve les conférences de bon niveau. Selon elle, le SITL est un événement réseau : « Les prestataires dont on fait le tour des nouveautés ou des nouvelles technologies en buvant du champagne sont moins nombreux qu'auparavant. Avec ceux qui sont encore là, j'ai eu de vrais échanges professionnels. J'ai trouvé cette année les conférences d'un grand intérêt ». Depuis bientôt trois ans, elle fait partie du réseau Oudinot, pluridisciplinaire, guidé par des valeurs fondatrices (bienveillance, respect d'autrui et entraide), qui regroupe plus de 400 cadres et organise une réunion par mois sur un thème présenté par des intervenants extérieurs. « Pas de consultants à l'horizon qui viennent vendre quelque chose ! Ce réseau, c'est l'entraide et l'échange entre différentes fonctions. Par exemple, quand j'ai eu une mission d'export de métaux précieux vers l'Algérie, j'ai été bien orientée vers les chambres de commerce et d'industrie et les exportateurs. » Le réseau est néanmoins partenaire de cabinets de recrutement et de management de transition qui transmettent leurs offres en avant-première, pour aider les cadres du réseau en recherche de poste. Côté réseaux sociaux, elle privilégie LinkedIn, plus international que Viadeo, abandonné suite à « beaucoup de démarchages commerciaux. LinkedIn permet de rencontrer des gens que je ne rencontrerais pas sinon », estime-t-elle. ■

**Olivier Poisson,**  
Directeur Supply Chain et Achats,  
La Maison du Chocolat  
**« Le réseau social permet d'abolir les  
frontières, le réseau professionnel est plus  
un plaisir qu'un travail »**



©POISSON

Olivier Poisson, Directeur Supply Chain et Achats de La Maison du Chocolat, est entré par cooptation à l'Agora du SCM il y a un an. Il apprécie ce réseau : s'il est au comité de Direction, il est le seul à porter la voix de la Supply Chain dans son entreprise, qui compte une quarantaine de magasins et 350 salariés dans le monde. « J'essaye d'aller à toutes les réunions pour échanger sur l'organisation, la relation transporteur, le choix de prestataires, qui sont les consultants efficaces... Avec mon homologue

chez Playmobil, nous avons par exemple discuté de la saisonnalité de Noël. L'Agora est plus un plaisir qu'un travail. » Très occupé par ses responsabilités professionnelle et familiale, ce réseau professionnel lui suffit pour que cela reste un « moment de détente, sans courir ». Cet ingénieur AgroParisTech, diplômé en 1999, est fidèle au réseau d'anciens de son école : il garde contact et aide des étudiants à approfondir leur choix de carrière, car son profil interpelle. Après des débuts en R&D, il est passé par le contrôle de gestion, les systèmes d'information et la Supply Chain : « Ce sont toujours des pilotages de flux, qu'ils soient financiers, d'information ou physiques ». Présent mais peu actif sur Viadeo et LinkedIn, il les trouve pratiques pour « abolir les frontières » et prendre un premier contact avec quelqu'un qu'on ne connaît pas. A travers eux, il a été contacté par des chasseurs de tête. ■

**Bastien Boreal,**  
Responsable Logistique  
**« A travers les réseaux sociaux, je vois l'intérêt  
que suscite mon profil »**



©C. JAUS

Bastien Boreal est présent sur les réseaux sociaux professionnels, sur Viadeo depuis plus de cinq ans et sur LinkedIn depuis plus de deux ans : « Ils donnent de la visibilité. D'une part, je vois l'intérêt que suscite mon profil. J'ai été chassé par des cabinets de recrutement. D'autre part, je développe mon réseau : sont dans mes relations mes connaissances mais aussi des gens qui comptent en Supply Chain ». Il s'intéresse aux publications de ses relations sur LinkedIn et aux informations logistiques relayées sur les fils Twitter. Il

cotise à l'association des Alumni de l'Essec. Mais il n'est pour l'instant que très peu présent sur les manifestations professionnelles, même s'il lit les comptes-rendus de conférences comme celles d'ECR. A 30 ans, cet autodidacte a commencé à travailler à 19 ans chez Coca-Cola, en 2002 et y a gravi les échelons pendant 10 ans « merveilleux », jusqu'à être Central Planner. L'entreprise lui a financé un Master en Supply Chain Management à l'Essec, obtenu en 2012. Contacté via LinkedIn par un chasseur de tête, il devient Responsable approvisionnement à l'Européenne d'Embouteillage à Aix-en-Provence, expérience rapide car ne correspondant finalement pas à ses attentes. Aujourd'hui, il vient de décrocher le poste de Responsable logistique dans une PME agroalimentaire : Michel & Augustin. ■

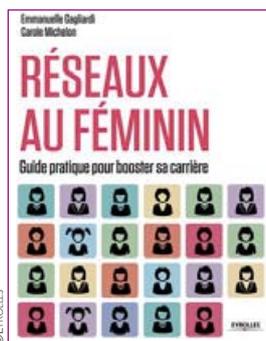
**Pauline Lechertier,**  
Directrice Supply Chain

**« LinkedIn est un moyen économique et rapide de recruter pour les entreprises »**



Pauline Lechertier a obtenu en 2004 en formation continue le Cesa Achats & Supply Chain d'HEC. Elle est membre de l'Aca, l'Association des diplômés du Cesa, d'HEC au Féminin et d'HEC 78, très dynamiques selon elle. Elle anime le pôle industrie du Ressyv (Réseau de Soutien Solidaire en Yvelines) : « *Nous partageons notre réseau et notre expérience avec des personnes en recherche d'emploi* ». Après un an et demi de missions, elle a retrouvé début 2013 un poste de Directrice Supply Chain via LinkedIn, sur lequel elle s'est inscrite en 2005, contactée par le DG de Smart&Co, propriétaire de la marque Smartbox. « *Les entreprises embauchent de plus en plus via la cooptation sur LinkedIn, moyen économique et rapide de recruter* ». Elle est active sur le réseau : si elle a récolté 76 recommandations, elle aime regarder qui a consulté son profil et mettre en relation des personnes qu'elle connaît. Elle a utilisé LinkedIn pour recruter un Responsable de fabrication spécialisé dans l'édition. Elle se tient informée des manifestations à travers les groupes de discussion. Pauline Lechertier, membre de l'Agora du SCM, y a introduit deux personnes : « *Cette communauté repose sur le partage d'expériences pour progresser dans notre métier : y sont échangés dans la convivialité les bonnes pratiques et les écueils à éviter* ». Amatrice de vins, elle rejoindrait bien un club dédié, mais conseille néanmoins de « *ne pas trop élargir ses cercles, car ils sont très consommateurs de temps, si on veut les animer et rester en contact avec leurs membres. Toutefois, les réseaux professionnels et sociaux nous permettent de gagner du temps quand on travaille sur un sujet, dans un monde qui va très vite. Cela remplace d'une certaine manière les consultants et les formations* ». Ainsi, dans le cadre d'un projet de prévision des ventes, ses relations l'ont aiguillée vers les outils qu'elles utilisent. ■

Mes news Ressources Humaines



**Des réseaux au féminin pour booster sa carrière**

Savez-vous qu'il existe plus de 400 réseaux féminins en France ? Une centaine environ sont recensés dans « Réseaux au féminin, guide pratique pour booster sa carrière » d'Emmanuelle Gagliardi et Carole Michelon, cofondatrices de l'agence de consulting et de communication au féminin ConnectingWoMEN, aux éditions Eyrolles. Emmanuelle Gagliardi analyse : « *Quand les hommes sont dans un réseau, c'est souvent pour développer des contacts dans une orientation business. Les femmes mettent en avant la solidarité et le partage, l'échange notamment lors de choix de vie au cours de la carrière ; elles sentent qu'elles ne sont pas seules dans leur cas. Les femmes inventent leur networking en fonction de leurs contraintes horaires, en se réunissant lors de petits déjeuners ou de déjeuners.* » L'ouvrage comporte des fiches sur les réseaux d'école, les réseaux par secteur d'activité, par profession, par entreprise, les réseaux transversaux, les réseaux d'entrepreneures, et même les réseaux lobbyistes, politiques et religieux ou les réseaux sportifs, culturels et solidaires. Présentation, noms des responsables, nombre de membres modalités d'adhésion et coordonnées complètes, jusqu'au fil Twitter et le groupe LinkedIn. Il comporte des témoignages de membres actives. ■ CC



**Santé-sécurité : partage de bonnes pratiques**

La Caisse d'Assurance Retraite et de la Santé Au Travail Aquitaine (CARSAT) et le groupe Afnor ont animé un réseau de 13 entreprises aquitaines reconnues pour leurs pratiques matures en matière de prévention (dont Fenwick Linde et Fabre Maintenance). Ils publient un guide de bonnes pratiques en matière de management de la santé et de la sécurité au travail de 64 pages, téléchargeable sur le site de l'Afnor. 14 fiches pratiques claires et aérées traitent de l'évaluation, de la compréhension et de la prévention des risques et de leur prise en compte lors de la conception de lieux de travail. Chacune d'elles commence par une définition, donne des pistes d'actions, souligne les pièges à éviter, comporte un encadré « conseils et bonnes pratiques », met en avant des témoignages et termine par des renvois pour en savoir plus. Ce guide s'adresse à toutes les entreprises. ■ CC

### Carol Ptak, Experte en Demand Driven MRP « Trouvez votre association professionnelle et impliquez-vous ! »

Carol Ptak s'est créé un réseau professionnel international, via l'Apics et ses responsabilités chez IBM et Peoplesoft. Pour elle, c'est la clef du succès de sa carrière car ce réseau lui a permis de conforter et d'enrichir ses connaissances, de faire des rencontres marquantes et d'atteindre son but de « transformer le monde du Manufacturing ». Cette pionnière, qui a rédigé sept ouvrages sur le MRP, la TOC et l'ERP, a repris son bâton de pèlerin pour promouvoir avec Chad Smith une nouvelle vision révolutionnaire du pilotage des flux : le Demand Driven MRP.

Les études de biologie ne prédestinaient pas Carol Ptak à devenir experte du pilotage de flux. Et pourtant, après des débuts chez un fournisseur de matière vivante à des écoles, où elle expérimente le juste à temps, c'est avec beaucoup de bon sens qu'elle instaure du flux tendu chez un fournisseur de stérilisateurs pour hôpitaux, à l'heure où le MRP (Material Requirements Planning) et le flux poussé sont pratiques courantes.

#### L'Apics pour booster sa carrière

Son supérieur lui recommande de trouver une association professionnelle pour s'y impliquer et booster sa carrière. Elle devient membre de l'Apics (American Production & Inventory Control Society). A partir de ce moment, son parcours professionnel ne va cesser de progresser en même temps qu'elle se professionnalise via les formations Apics : elle devient CPIM (Certified in Production & Inventory Management) en 1988, puis CFPIM (F pour Fellow). A 33 ans, elle emménage à Seattle pour devenir Directrice de Production d'un équipementier aéronautique où 127 personnes lui reportent. Avec neuf autres membres de son équipe formés par l'Apics, elle instaure pour la 1<sup>ère</sup> fois une organisation combinant Lean, MRP et TOC (Theory of Constraints) pour une nouvelle production sous-traitée par Boeing. « Dès les sept premiers mois, nous avons monté le taux de rotation du stock à 42 fois par an et avons généré plus de cash que ce qui avait été investi : Boeing nous payait à 10 j quand nous payions nos fournisseurs à 60 j », explique Carol Ptak. Elle soumet alors son 1<sup>er</sup> article à l'Apics intitulé « Yes you can ! ». En 1996, elle crée sa

propre société et écrit son 1<sup>er</sup> ouvrage intitulé « *MRP and beyond* », pour prouver sa crédibilité sur le sujet en tant que femme. Elle décroche ainsi des clients comme Microsoft et IBM.

#### Demand Driven MRP : une vision révolutionnaire

En 1999, ayant gagné en célébrité, elle est nommée présidente de l'Apics et écrit un 2<sup>nd</sup> ouvrage : « *ERP, Tools, Techniques and Applications for Integrating the Supply Chain* ». Remarquée par Eli Goldratt, auteur de « *The Goal* »,

**« Je pense que la plus grande force des femmes est leur aptitude à créer des liens ».**



elle co-écrit son 3<sup>e</sup> ouvrage avec lui et Eli Schragenheim : « *Necessary but not Sufficient* », qui dénonce l'argent investi à perte dans la technologie et les ERP. En 2002, elle sort une 2<sup>e</sup> édition de son livre sur les ERP. Nommée Analyste ERP par IBM, elle doit orienter les investissements de Big Blue vers les meilleurs des 132 éditeurs d'ERP recensés. Alors qu'elle note la fulgurante ascension de Peoplesoft, un chasseur de tête lui propose justement un

poste de Vice President chez cet éditeur. Consciente du challenge, elle abandonne sa confortable existence pour accomplir la mission qu'elle s'est fixée qui est de « transformer le monde du manufacturing ». Ce qu'elle fera jusqu'au rachat de Peoplesoft par Oracle. Elle publie son 5<sup>e</sup> ouvrage avec Dean Gilliam : « *Quantum Leap* ». Elle accepte un poste de Visiting Professor and Executive in Residence à l'Université Pacific Lutheran, puis en 2007 apporte à Chad Smith son réseau pour promouvoir « la pièce innovante qui relie toutes les autres : le DDMRP. MRP, DRP, TOC, Lean et Six Sigma sont tous des outils complémentaires qu'il faut utiliser à bon escient. Et une fois que votre esprit s'est adapté à cette nouvelle vision du DDMRP, vous comprenez que les règles selon lesquelles vous utilisez ces outils doivent changer », révèle Carol Ptak, co-auteure de la 3<sup>e</sup> édition d'« *Orlicky's Material Requirements Planning* ».

#### Savoir se mobiliser

Ce qui a été le plus difficile selon elle durant sa carrière, c'est l'énergie qu'il lui a fallu déployer. « Il faut prendre du temps pour soi et pour se ressourcer, recommande-t-elle, sinon, c'est le burn out ! ». Si pour elle « il ne fait aucun doute que nous sommes dans un monde d'hommes », elle conseille aux femmes de « ne pas s'excuser pour leur sexe, de se mobiliser quand c'est légitime, d'être visible et d'être juste la meilleure de ce que l'on peut être. Et de conclure : Je pense que la plus grande force des femmes est leur aptitude à créer des liens. Trouvez votre association professionnelle et impliquez-vous ! » ■

CATHY POLGE