



06 Distech 1, nouvelle promotion !

10 Actus, Un jeu « pour donner envie »

13 Distech Sup et Management, un moindre coût pour les entreprises

2022



EDITORIAL

Un grand merci et bienvenue !

Qui dit crise sanitaire, dit crise économique, notre filière en sait quelque chose depuis deux ans. Nos étudiants n'y ont pas davantage échappé l'an dernier, pénalisés par le deuxième confinement, car privés de formations pratico-pratiques chez des acteurs de la profession comme Kronenbourg, Lavazza, Bacardi. Distech a su pour autant réagir, s'adapter. L'Université nous a ainsi autorisé à reprendre les cours début mars en présentiel, ce qui a permis aux étudiants de réintégrer leur entreprise dès le début du mois d'avril jusqu'à la fin du cycle à la mi-septembre, sachant que notre volonté de limiter le nombre d'étudiants à une vingtaine pour toujours pouvoir les accueillir en présentiel, s'est révélé salutaire et fidèle à nos métiers. Quant aux entreprises, elles ont, en dépit de deux années compliquées, s'il en est, répondu présentes sans faiblir, en recrutant nos étudiants alternants. Qu'elles en soient remerciées !

Par ailleurs chaque mois, de janvier à juin, Distech a proposé aux entreprises des formations courtes à distance, dans des domaines aussi variés que la télévente, la prospection, le management des équipes, vendre mieux les bières craft, vendre mieux les spiritueux... Au total 250 heures de formation ont ainsi été dispensées.

Trois mandats, dix années à la présidence de Distech : nous saluons, à l'heure du passage de témoin, l'engagement de Jean-Pascal MONTANER et le remercions vivement pour ses initiatives. J'évoquerai notamment son action pour rendre plus accessible encore la formation aux étudiants. Y ont notamment contribué la mise en place d'une aide au double hébergement, l'accueil chaque année d'alternants dans ses entreprises et dans l'ensemble de la filière boissons, l'envoi de collaborateurs à Distech Management, ou encore l'instauration d'une aide financière pour réduire les coûts d'hébergement des cadres stagiaires en formation à Nancy. Issu de la formation Distech, Jean-Pascal MONTANER a été durant toutes ces années un véritable moteur de son développement. Encore un grand merci à lui. Et bienvenue à Gilles CLAUDEL, son successeur, le président du Groupe REGA, lui aussi fin connaisseur du fonctionnement de Distech, et actif partenaire dans l'accueil d'alternants, comme ses collaborateurs le sont, en participant aux jurys de recrutement, aux soutenances de mémoires... De quoi poursuivre avec enthousiasme, et en dépit des aléas de la conjoncture, la belle dynamique en cours !



Isabelle KOHR
Directrice

Sommaire

06

Entretien

Gilles Claudel, président de Distech

08

Distech 1

Promotion 2020/2021 | 94% de diplômés
Sarah Printz, major de promotion
Nouvelle Promotion 2021/2022

12

Actualités

Sébastien Liarte, un jeu « pour donner envie »

15

Distech Sup et Management

Un moindre coût pour les entreprises
Inscriptions 2022-2023 ouvertes

16

Agenda

Les 40 ans de Distech



Entretien

Gilles Claudel Président de Distech

” Une dynamique collective au service de tous les partenaires.

Président du Groupe Rega, Gilles Claudel, le nouveau président de Distech, partage ses motivations et ses projets pour développer une formation qui lui est chère.

Gilles Claudel, vous venez d'accéder à la présidence de Distech. Quel est votre premier message ?

Tout d'abord remercier mon prédécesseur, Jean-Pascal Montaner, pour ses différents mandats à la présidence de Distech, et ses actions pour faire évoluer la formation, notamment l'instauration et le développement des aides au logement pour les apprentis, une excellente initiative

qui facilite leur cursus. Il a su fédérer et établir une réelle cohésion autour de la profession et du thème de la formation.

Je remercie également les partenaires industriels, très impliqués, et les membres du conseil d'administration qui me font confiance pour la suite.

Quelles motivations vous ont poussé à accepter la présidence de Distech ?

De longue date, je suis très attaché à la formation professionnelle. Tous les ans j'accueille dans nos entreprises des apprentis Distech, un cursus référent pour notre circuit. 60% de nos collaborateurs sont par ailleurs issus de Distech. Pour favoriser l'intégration et l'insertion professionnelle, il faut poursuivre et favoriser les parcours en alternance qui ont fait leur preuve.

Cette attention portée à la formation revêt une dimension sociale : être à l'écoute des jeunes, en particulier dans le contexte actuel. Il faut leur ouvrir les portes de l'entreprise, leur donner des formations adaptées, innovantes et évolutives, en accord avec les nouveaux métiers de demain de la distribution.

Je me suis toujours investi dans la formation soit au sein de l'entreprise, soit au sein de C10 et des sociétés où j'exerçais précédemment. Je souhaite continuer, via cet engagement, la dynamique collective au service de tous les partenaires, distributeurs et industriels.

Quelles sont les grandes lignes de votre engagement pour Distech. Quelle vision pour demain ?

Globalement, deux objectifs me tiennent à cœur, en ce début de présidence. Le premier est d'élargir la prochaine promotion, pour accueillir au moins une trentaine d'étudiants. C'est important pour répondre à la demande des entreprises qui ont vu ces deux dernières années partir des collaborateurs, pour les raisons que l'on sait. Cela s'inscrit aussi dans la reprise à venir.

Le second tient dans la réussite à 100% de l'insertion, de l'intégration des jeunes issus des promotions actuelles et futures, de Distech1 et Distech Management.

S'agissant des cursus, je souhaite accentuer la formation dans les produits techniques, tels que le café, le vin, prendre en compte et intégrer la dimension RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises), être plus présent sur les réseaux sociaux. Enfin, développer la formation logistique dans une démarche écoresponsable prenant en compte les enjeux de la livraison urbaine.

UN PARCOURS PROFESSIONNEL DÉDIÉ AUX BOISSONS

Président depuis 2017 du Groupe Rega, Distributeur-grossiste en boissons sur le Grand-Est, membre du directoire du réseau C10, Gilles Claudel, le nouveau président de Distech, connaît bien les réseaux, la filière boissons. Après avoir exercé plusieurs responsabilités au sein du Groupe Kronenbourg et vécu une partie de sa carrière dans le circuit CHD, il s'associe en 2009 pour reprendre les sites de distribution lorrains Elidis, avant de devenir dirigeant du groupe Rega. Lors de ses reprises de société, il met l'accent sur la modernité, notamment logistique, en créant une plateforme nouvelle génération, sur l'A31 entre Metz et Nancy. Développement du digital, création de portail client et de postes de community manager sont dans la même veine.

La présidence de Distech s'inscrit dans la continuité et l'implication constante de ces dernières années dans la formation.



Distech 1

PROMOTION 2020 - 2021

Félicitations 94% de diplômés

Beaux résultats pour la promotion 2020/2021, puisque 94% des étudiantes et étudiants ont obtenu la Licence Professionnelle « logistique et commercialisation des boissons ». Un seul échec est à constater. Encore merci aux entreprises qui leur font confiance, à en juger au fait que 84% des diplômés ont reçu une promesse d'embauche en septembre dernier.

L'effet Covid et le désir de faire une pause ont-ils joué ? 58% des jeunes diplômés ont validé cette proposition et ont intégré le monde entrepreneurial, les autres choisissant le break professionnel ou de voyager à l'étranger. A noter que 90% des jeunes embauchés l'ont été dans les réseaux de distribution, et 10% chez les industriels.

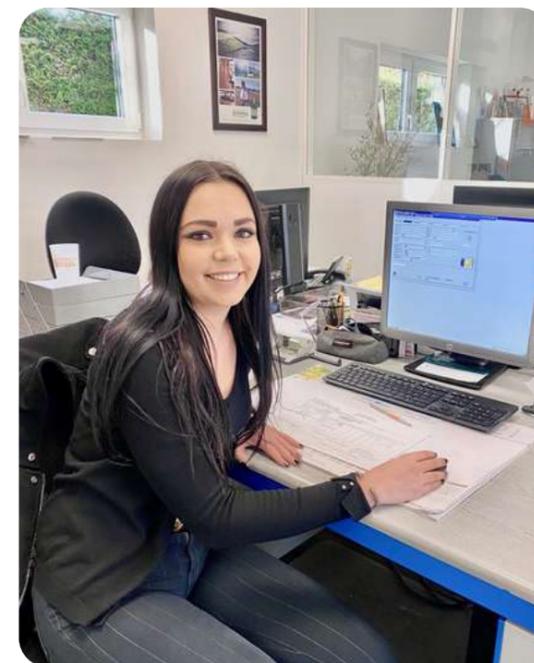
—
PORTRAIT

Sarah Printz major de promotion

» Ce n'est pas la routine. Il y a toujours des nouveautés !

Pas de temps perdu pour Sarah Printz. A 21 ans, la jeune Alsacienne originaire de la région de Wissembourg a décroché un CDI dès sa sortie de Distech, diplôme en main avec en prime il est vrai le titre de major de la promotion 2020 - 2021.

L'entreprise ? Boissons Hetzel à Lembach (67) qu'elle a découverte après un Bac ES en poche, en préparant d'abord en alternance un BTS Gestion de la PME, puis la Licence Pro Distech. Le conseil avisé de Frédérique Lauffer, la dirigeante de Boissons Hetzel, elle-même ancienne de Distech, n'a pu que motiver Sarah Printz à suivre cette formation professionnalisante. Elle n'est en rien déçue, bien au contraire. Ouvrant désormais au sein de la PME d'une dizaine de salariés, rayonnant dans le Nord de l'Alsace avec pour clientèles des CHR, des associations sportives et des particuliers, elle occupe des fonctions à la fois administratives et commerciales. « Je touche un peu à tout dans l'entreprise. Ce n'est pas la routine. Il y a toujours des nouveautés, de nouveaux produits à faire découvrir. On peut y développer des relations avec les clients, au-delà du seul bonjour/au revoir, prendre soin d'eux ». Autant de bonnes raisons qui ont poussé celle qui envisageait un temps, par passion pour l'automobile, de devenir commerciale dans ce secteur, à changer de cap. Des portes ouvertes à Distech ont fini par emporter la décision. Les boissons ont gagné !



Le cursus en Licence Pro n'a fait que conforter cette voie, en dépit de la pandémie qui a privé les alternants de la découverte d'entreprises. Sarah note ainsi « la très bonne cohésion de l'équipe d'étudiants, malgré le temps du confinement en distanciel, les cours très intéressants dispensés par des professionnels et utilisables en entreprise... ». Si les visites d'entreprise ont fait défaut, elle garde un excellent souvenir du séminaire d'œnologie au Domaine Edmond Rentz à Zellenberg avec « la très intéressante découverte des cépages, des vins... ».

Quant à son mémoire qui a séduit le jury, il confirme les vertus de l'alternance. Le sujet : « comment fidéliser les clients après la pandémie ? ». Sarah a ainsi évoqué « l'organisation d'une journée déstockage, l'ouverture permanente, avec horaires aménagés, des deux magasins de Lembach et de Wissembourg pour éviter la fuite de clientèle, la reprise des périmés et la remise à disposition des produits lors de la réouverture, comme celle de matériels pour faciliter l'agrandissement des terrasses, ou encore l'offre de nouveaux produits, telles des bières allemandes, la frontière proche étant alors fermée ». Bilan ? « Aucune perte de clientèle ». Et de quoi confirmer le bon choix de Sarah Printz encourageant qui aime le relationnel et a envie d'exercer un métier vivant, riche en nouveautés, à « faire la formation ». C'est si vrai qu'elle reste fidèle à Distech, en continuant à participer aux formations courtes dédiées aux professionnels. La dernière en date, janvier 2022 « La télévente CHR ». Encore bravo à Sarah !

19 étudiants

venus de tout l'hexagone et une quasi-parité

Comme l'an dernier, la promotion Distech 1 2021/2022 compte 19 étudiants : 9 filles et 10 garçons, soit une hausse du nombre d'étudiantes. Le recrutement s'est opéré sur l'ensemble du territoire hexagonal, les régions représentées étant les Hauts de France, la Bretagne, Provence-Alpes-Côte d'azur, Auvergne-Rhône-Alpes, Nouvelle-Aquitaine et Grand Est.

NOM	PRÉNOM	ENTREPRISE	DEPT	VILLE
BAGUE	Enzo	FRANCHE COMTE BOISSONS SERVICES	25	EXINCOURT
BALLION	Analice	ETS LE BIHAN	33	LA TESTE DE BUCH
CHAREE	Benjamin	RHONE ALPES DISTRIBUTION	73	AIX LES BAINS
CHATEAUROUX	Maxime	LA HALLE AUX VINS	67	UBERACH
CHEBANCE	Mathias	BRASSERIES HEINEKEN	80	AMIENS
CORDIER	Florian	FRANCE BOISSONS	88	EPINAL
DUMONTIER	Laura	SIROPS MONIN	35	RENNES
EL ABBAD MUNIER	Sarah	BRASSERIE LICORNE	67	SAVERNE
GIMENO	Kenzo	MONTANER PIETRINI BOISSONS	34	SAINT JEAN DE VEDAS
HAEGEMANS	Léa	SAS RG LAVIALE GIRONDE	33	LIBOURNE
HARLE	Elise	ETS VANDENDRIESSCHE	59	ERQUINGHEM - LYS
KOHR	Sarah	SOBCAL	31	TOULOUSE
LACROIX	Fabien	ETS COUPEZ	59	HERGNIES
MAURER	Ophelie	ETS TRIBOUILLET	28	GELLAINVILLE
PHILIPPE	Juliette	FRANCHE COMTE BOISSONS SERVICES	25	EXINCOURT
ROMER	Quentin	FRANCE BOISSONS	67	STRASBOURG
SEURIS	Morgan	FRANCE BOISSONS	59	LOMME
WERNERT	Manon	ADAM BOISSONS	67	VALFF
WIRTH	Vincent	RHONE ALPES DISTRIBUTION	69	ST PRIEST



Inscriptions rentrée 2022-2023

Clôture des dossiers le 11 juin et sélection le 21 juin

La prochaine session de recrutement des postulants à la formation alternée en apprentissage Distech 1 « Licence professionnelle logistique et commercialisation des boissons » a lieu le 21 juin 2022. Avec l'espoir que la pandémie prendra fin et que nous allons retrouver nos journées de recrutement en présentiel comme en 2019, à Paris ou sur le site de l'IAE NANCY -Campus Artem. Que les entreprises désireuses d'accueillir un alternant n'hésitent pas à contacter Isabelle KOHR, ou s'ils en comptent parmi leur personnel qui souhaitent poursuivre leurs études, qu'elles les orientent vers Distech.

Le dossier est téléchargeable sur le site internet Distech. La clôture est fixée au 11 juin 2022.

Contact

Isabelle Kohr

06 74 96 01 78
www.distech.fr



INTERVIEW

Sébastien Liarte, un jeu “pour donner envie”

Un Serious Games, un jeu, sérieux donc, où il est question de marketing, de stratégie commerciale, de force de vente et de travail en équipe, occupe les étudiants de Distech. Sébastien Liarte, le responsable pédagogique, y puise matière à aiguiser le raisonnement.

« Faire le lien entre l'expérience du métier acquise en entreprise et des connaissances théoriques qui ouvre le champ de la réflexion » : l'enjeu est là pour Sébastien Liarte, responsable pédagogique de Distech depuis deux ans. Universitaire, il sait l'attente « pratique » des étudiants en alternance. Il est tout aussi convaincu de la nécessité, pour qui s'investit dans le commercial, de « prendre du recul, de réfléchir ». Un cursus universitaire doit, à ses yeux, aider à cela.

Chez Distech, des outils ont déjà été mis en œuvre, tels des cas d'entreprise, de produits, ou encore un Business Game de stratégie marketing pour le lancement de produits... S'inscrire dans la continuité n'empêche en rien l'innovation. Connaisseur des vertus formatrices des Serious Games,

Sébastien Liarte découvre l'existence d'un module sur les boissons tout à fait approprié à la formation. Il l'adapte pour en tirer le meilleur profit pédagogique.

« Ils sont habitués à travailler en équipe. Ils ont des attentes de gestion concrète. Pour eux l'entreprise c'est la vraie vie. J'essaie pour autant de leur véhiculer des messages théoriques ». Voulu par l'universitaire spécialiste reconnu en marketing stratégique, le propos du jeu consiste justement à « commercialiser des produits développés par le marketing ». De quoi déstabiliser parfois, sachant les critiques souvent formulées par les commerciaux à l'encontre de ce dernier. Pour ce qui est du jeu, des groupes concurrents sont formés. A chacun, groupe et individu, de réfléchir et d'imaginer la meilleure stratégie.

Déstabilisation face à un logiciel jugé « trop simpliste », éloigné « de la vraie vie », voire énervement au regard du manque de réussite : les étudiants dont certains n'ont jamais connu cette technique d'enseignement, ne manquent pas de s'interroger. Non sans intérêt.

« Ce jeu leur permet de se jeter dans la piscine. Vont-ils s'y noyer ? Très vite ils s'aperçoivent qu'ils le font un peu. Avant de sombrer complètement, je les rattrape par les cheveux, en leur faisant passer trois ou quatre messages très simples. Arrive alors le moment où ils commencent à faire le lien, à comprendre les messages et à se dire finalement qu'il y a quelques idées derrière et que, si on s'y tient, cela permet aussi de progresser », de comprendre en tout cas que « le marketing ne fait pas n'importe quoi », de saisir tout autant « les raisons des choix mis en œuvre ».

La part belle au groupe

La vertu de la méthode pédagogique tient aussi dans la belle opportunité de découvrir le travail en groupe, de bien poser les idées, les différentes façons de voir. Une session de quatre jours participe au projet. En plus du marketing, les étudiants se mettent également en position de directeur commercial, devant procéder à des choix au plan salarial, en matière de recrutement, de formation.

Un temps est consacré à la présentation et l'explication, en cinq minutes, de leur stratégie commerciale. L'idée ? « Les forcer à l'organiser, à verbaliser ». En fin de session, le dernier jour est consacré à la présentation d'un des produits lancés à travers l'ordinateur. Les objectifs pour l'étudiant ? Se mettre en situation, penser la commercialisation, se faire référencer et faire référencer un des produits dans un CHR. Il est question d'argumenter, en termes de promotion, de communication, d'explication du prix... face aux autres étudiants placés dans la position d'un patron de café et notamment au final la capacité de convaincre du commercial. Car la notation fait, elle aussi, la part belle au groupe. Si la performance de leur entreprise est notée

par l'ordinateur, s'il revient à Sébastien Liarte d'évaluer la présentation de leur stratégie commerciale, celle du lancement de nouveaux produits fait en revanche l'objet d'un vote par les étudiants notant chacun des groupes. Enfin une dernière note est le fruit d'une « autoévaluation » entre les membres d'un même groupe.

Au final les échanges portent leurs fruits. « Sur la douzaine d'heures passées avec eux, je parle au maximum deux heures. Le reste, les dix heures, c'est du dialogue, des échanges... C'est une bonne manière d'aborder les choses. C'est gagné, quand ils se disent en sortant ce n'est peut-être pas si bête que ça, on va y réfléchir à deux fois sur le marché, nos consommateurs... L'idée est de donner envie », résume Sébastien Liarte. « Ils ont beaucoup plus les mains dans le cambouis, poursuit-il, les cas étudiés auparavant se soldaient toujours par une solution, un corrigé. Ici, pas de corrigé. Je ne peux jamais savoir avant le début d'une séance ce qui va se passer ». Outre les indispensables échanges entre enseignant et étudiants, et de groupe en groupe, cette dynamique nouvelle génère enfin des expérimentations. « Ils peuvent tester les choses ».

Conclusion de Sébastien Liarte : « A travers ce jeu, les étudiants découvrent qu'il faut raisonner, réagir avec des données (les ventes précédentes, la concurrence, l'évolution du marché...), appréhender aussi des aspects transversaux, financiers, comptables... ». Exit le mythe du commercial que la seule bonne humeur sortirait de toutes les situations. « Ils découvrent, par exemple, qu'estimer des ventes, cela ne se fait pas comme ça, au doigt mouillé ». Bon pour demain.

Le mot de la fin ?

La crise a mis en lumière le fait que ce secteur est important, qu'il s'agit de réels lieux sociaux, de plaisirs. J'espère contribuer, à travers cette formation, à notre mesure, à aider cette profession à ressortir la tête de l'eau et aller de l'avant.

Taxe d'apprentissage

Merci pour votre soutien !

Toute entreprise reverse désormais les 13% du solde de la taxe d'apprentissage, directement, sans intermédiaire donc, aux établissements de son choix, en l'occurrence en ce qui concerne Distech, à l'Université de Lorraine (A l'exception des entreprises localisées en Moselle et en Alsace dont la collecte se fait en totalité via les OPCO.) De quoi soutenir, entre autres investissements, des projets pédagogiques innovants œuvrant à la professionnalisation des étudiants !

Groupes ou PME, distributeurs et industriels, nombreuses l'an dernier ont été les entreprises à faire ce choix du versement libératoire à Distech. Nous les en remercions vivement. Nous sollicitons bien sûr à nouveau une contribution qui participe pleinement au développement de Distech. Les entreprises seront prochainement destinataires du mode d'emploi pour le versement des 13% de la taxe d'apprentissage.



Distech Sup & Management

Un moindre coût pour les entreprises

Pour Distech Management, c'est reparti. Sur des bases nouvelles. La formation diplômante continue de la filière boissons est plus que jamais fidèle à son objectif : développer les compétences des collaborateurs riches d'une expérience professionnelle assumée dans la filière boissons CHD. L'enjeu est bien de dynamiser la performance de leurs équipes. Les modalités en revanche changent, avec pour maître mot la réduction du coût de la formation de 20% pour les entreprises.

Avec trois sessions en moins, mais toujours le même temps de formation de 288 heures, la nouvelle organisation du temps (50% en présentiel et 50% à distance), d'octobre à mars - il était de septembre à mai auparavant - réduit également les coûts de déplacement.

Nouveauté aussi, et non des moindres : du fait de la qualification Qualiopi obtenue pour une durée de trois ans jusqu'octobre 2024, la formation peut être financée dans le cadre d'une prise en charge OPCO. Distech avait fait de ce projet un objectif. C'est chose faite, avec l'obtention de cette nouvelle marque de certification qualité des prestataires d'actions de formation qui ouvre pour les entreprises l'opportunité de faire financer par les OPCO la formation Distech Management, comme cela est désormais possible pour les formations courtes Distech Sup.

DISTECH MANAGEMENT

Inscriptions 2022 - 2023

Les inscriptions pour la prochaine rentrée sont d'ores et déjà ouvertes, sachant que la formation sera dispensée sous réserve d'un nombre minimum de six participants.

Contact
Isabelle Kohr

06 74 96 01 78
www.distech.fr

Agenda

Les 40 ans de Distech le 20 octobre à Paris

20 octobre 2022. La date est à inscrire sur l'agenda. Distech fête ses 40 ans, à Paris. L'ensemble de la profession, comme les ex-étudiants de Distech, sont conviés au rendez-vous qui intègre la traditionnelle remise de diplômes de la promotion parrainée par Coca-Cola. Une double et excellente raison de faire le déplacement placé sous l'égide des Brasseries Kronenbourg qui soutiennent depuis l'origine la formation diplômante.