

Compte rendu de visite de l'entreprise Mac Donald Rennes Longchamps

Responsable Mr Piromalli Enseignants Igr Mr Hannequin, Mr Danet

Bernard Couapel MAE 2eme année

31 janvier 2006

La réunion d'étude au restaurant Mac Donald a eu lieu en Novembre 2005, elle a consisté en un apéritif pendant lequel Mr Piromalli a présenté les principes qui régissent Mac Donald, suivi de la visite l'entreprise cotés client et production. Un repas nous a été offert ensuite pendant lequel nous avons pu apprécier les nouveaux produits de cette chaine de restauration rapide. A la fin du repas, Mr Piromalli a décrit son parcours professionnel et un débat a été amorcé par les étudiants afin de renseigner les 51 questions du référentiel innovation "Entrepreneur – Entreprise" qui sont en cours d'analyse. La discussion s'est déroulée de façon informelle, ce qui a permis la récolte des informations nécessaires à l'analyse de l'entreprise tout en autorisant Mr Piromalli a nous livrer son credo d'entrepreneur.

Sur le plan des techniques de production et de management, les restaurants Mac Donald ont assimilé les techniques modernes de gestion de production informatisées, les résultats sont consolidés au niveau national et mondial. Les normes de sécurité et hygiènes nous ont été présentées et nous avons suivi le parcours de production depuis l'entreposage, la préparation puis le service. Le personnel est en majorité formé d'étudiants des universités rennaises. Les emplois sont temporaires, à durée déterminée voire précaires mais offrent des opportunités de revenus pour les étudiants et jeunes sans emploi. Même le manager du restaurant est lié à Mac Donald par un contrat de 20 ans sans garantie de renouvellement, bien qu'il soit propriétaire du restaurant.

La forme managériale de l'entreprise est typiquement américaine et repose sur un encadrement très strict des procédures de production et de sécurité par un code de l'entreprise. Le marketing est utilisé par la société mère pour renforcer l'image de marque de l'entreprise Mac Donald. L'environnement clientèle ainsi que les protocoles d'échange entre salariés et clientèle sont régis par les concepts imposés par la société mère.

La personnalité de Mr Piromalli s'est révélée un peu pendant la conversation et il nous a présenté une sorte de rêve américain construit en Bretagne par un enfant de l'immigration italienne qui a su allier sa formation dans la restauration française à la restauration rapide et au management américain. Il a embrassé la culture d'entreprise de Mac Donald et ses règles de fonctionnement tout en restant conscient et objectif sur son environnement professionnel. Il déclare de façon sincère qu'il veut agir pour le bien social sans forcément pour cela entrer en politique. Si cette intention est louable, elle semble cependant difficile à mettre en oeuvre dans l'environnement de rentabilité et de compétition qui régit le monde de l'entreprise. L'engagement social de Mr Piromalli au travers de son entreprise ressemble-t-il à celui de Bill Gates qui est grand pourvoyeur d'aide humanitaire dans le monde? La réponse appartient à ces deux personnes et son interprétation dépend de l'éthique de chaque auditeur, tant ce domaine est personnel à chacun. En tout cas, cela pose le problème de la relation entre le secteur non-marchand et le secteur marchand, ainsi que les possibilités pour les entrepreneurs de participer à l'effort social ou d'exprimer un forme d'altruisme. Après tout, la générosité de Bill Gates par l'intermédiaire de Microsoft vaut bien celle des porteurs de drapeaux humanitaires qui transmettent la générosité des actionneurs d'ONG modernes. Que cela vienne de personnes morales ou de personnes physiques,

ce qui compte, c'est le résultat sur le terrain. Les techniques marchandes adaptées au secteur non-marchand peuvent aider à organiser et optimiser la solidarité définie dans les Droits de l'Homme qui représentent l'emblème des sociétés occidentales. Mr Piromalli a su exprimer de façon convaincante et brillante son engagement.

La principale caractéristique de cette très agréable soirée me semble avoir été l'humour de chaque acteur de ce jeu de rôle qu'est notre personne sociale et je ne sais toujours pas du charisme de Mr Piromalli ou du nouveau 280grammes, lequel l'emporte sur l'autre. Ce compliment calqué sur celui que l'on fait à un grand restaurateur est fondé sur le plaisir gustatif partagé avec la gentillesse de l'accueil de la part d'une étoile montante de l'entreprenariat. N'ayant pas de vérité immuable à part sur le stade rennais, je n'ai pas ressenti de difficulté à entrer dans la logique de Mr Piromalli. Ma compréhension de son discours est validée par l'objectivité ou non du mini compte rendu qui débute ce rapport. Quand à ma subjectivité, elle réside dans les questions que me pose cette analyse. J'ai favorisé la partie concernant le social et son interaction avec le capital du fait de mon engagement personnel, et parce que aussi la systématisation des procédures de production de biens et services laisse peu de place à l'imagination. La relation entre le marchand et le non-marchand n'est elle pas le challenge de l'avenir et a ce titre n'a-t-elle pas sa place dans une étude sur l'innovation? Le commerce peut il devenir autre chose que le plumage des consommateurs? En tout cas, le ramage de Mr Piromalli et l'efficacité des techniques de maketing ont porté leur fruit puisque ma fille fêtera prochainement son anniversaire dans un MacDo.

