

ESCP
ALUMNI magazine

197 / Février 2022 / Le média des Alumni

L'association, l'entreprise de demain ?



Pioneering our way through.

A profitable sustainable growth model. As pioneers with an alternative vision, we have become a major player in asset management in Europe. Our investment strategy is based on the alignment of interests with our client-investors, combining sustainability and the quest for profitability to support the potential return on savings and boost the vitality of businesses.

PRIVATE DEBT
REAL ASSETS
PRIVATE EQUITY
CAPITAL MARKETS
STRATEGIES

T TIKEHAU
CAPITAL

Alternative Thinking

tikehaucapital.com

FRANCE | UNITED KINGDOM | SINGAPORE | BELGIUM | ITALY | SPAIN | KOREA
UNITED STATES | JAPAN | LUXEMBOURG | NETHERLANDS | GERMANY



L'ÉDITO

D'EVA MOLLAT DU JOURDIN (98)
Déléguée Générale ESCP Alumni

Les plaisirs de l'engagement

Vous nous avez encore inspirés. Il ne se passe pas un jour sans que nous ne pensions à vous, à la meilleure façon de vous être utiles, de vous accompagner, de vous aider à évoluer et à faire des rencontres. Nous cherchons quotidiennement à nous mettre à votre place pour appréhender du mieux possible vos besoins et vos attentes.

Et surtout, vous nous impressionnez !

Alors aujourd'hui, dans ce numéro, nous avons souhaité mettre à l'honneur votre engagement.

Nous savons que votre vie est bien remplie : un job prenant, une famille, des amis, des passions... Malgré cela, vous êtes nombreux à trouver encore du temps à dédier à d'autres, à des causes qui vous sont chères, à des projets qui ont du sens pour vous. Et surtout, vous êtes nombreux à trouver beaucoup de plaisir dans ces actions.

L'engagement associatif séduit de plus en plus. Les entreprises elles-mêmes n'hésitent plus à impliquer leurs collaborateurs dans des actions d'intérêt général. Nous sommes donc allés à la rencontre de ces Alumni qui ont choisi de contribuer bénévolement pour comprendre leurs motivations et ce qu'ils retirent de ces expériences. Leurs témoignages démontrent une fois de plus la solidarité et la richesse de notre communauté.

C'est aussi pour nous l'occasion de remercier le millier de bénévoles qui œuvrent à nos côtés tout au long de l'année. Nous savons ce que nous leur devons. N'hésitez pas à venir les rejoindre...

Amitiés,

The pleasures of commitment

You've inspired us again. Not a day goes by that we don't think of you, of the best way to be useful to you, to support you, to help you evolve and meet new people. We strive daily to put ourselves in your shoes to better understand your needs and expectations.

And above all, you impress us!

So today, in this issue, we wanted to highlight your commitment.

We know that your life is full: a demanding job, a family, friends, passions... Despite this, many of you still find time to dedicate time to others, to causes that are dear to you, to projects that make sense to you. And above all, many of you find a lot of pleasure in these actions.

Getting involved in associations is becoming more and more attractive. Companies themselves no longer hesitate to involve their employees in actions of general interest. We therefore went to meet these Alumni who have chosen to contribute voluntarily to understand their motivations and what they gain from these experiences. Their testimonies once again demonstrate the solidarity and richness of our community.

It is also an opportunity for us to thank the thousand volunteers who work alongside us throughout the year. We know what we owe them. Don't hesitate to join them...

Yours

Sommaire



News

- 8** Zapping
- 10** Ils/elles bougent!
Géraldine OLIVIER (96)
Caroline FERRARI (89)
Charles-Edouard CHEVALLIER (EAP 2000)
Mehdi SINACEUR (92)
- 16** Agenda/Carnet

Dossier

- 18** Les grands défis de l'engagement associatif
- 24** La vie foisonnante des associations à ESCP
- 26** 11 conseils pour bien s'engager
- 28** Engagez-vous !

Carrière

Coaching

- 31** Avoir plusieurs métiers par Axel CANAUD (06)

La grande interview

- 32** Bruno LANNES (78), Partner, Bain & Company

Parcours Singulier

- 38** Cléa DOSNE (20) et sa boulangerie longue fermentation

Créateurs

- 40** Paul PÉRÉTIÉ (16) et sa réponse ADOK
- 41** Lorène PAGES (12) et les podcasts immersifs d'OHZ Masterclass

Réseau

Échos du réseau

- 43** Entrepreneur Challenge 2021 in Ontario
- 44** Les Seniors toujours actifs
- 46** Le Groupe Gouvernance et Administrateurs débat
- 48** Dîner germanopratin pour le Groupe Manager Dirigeant
- 49** Le Groupe Santé sur sa lancée !
- 50** Les projets hauts en couleur du Groupe Vins et spiritueux
- 52** À lire

Campus

École

- 55** The Choice celebrates its first anniversary !
- 58** Brèves

Chairs and Professorships

- 62** Innovation Factory by L'Oréal

Green is Good !

- 64** François GIBERT et Claude SIMON (67), professeur émérite à ESCP s'interrogent : Le capitalisme et l'écologie sont-ils compatibles ?

Fondation

- 68** Les Ateliers d'optimisation patrimoniale de la Fondation ESCP

Student Life

- 70** EAS
- 71** Aware

Culture

Interview

- 73** Mathilde MICHEL (95) nous présente la Philharmonie des enfants dont elle est directrice Générale

Pourquoi j'aime

- 76** Stanislas DE THORE (10) et sa passion pour les automobiles vintage

Regards sur le Monde

- 80** Jérôme NATALI (04) décrypte les Émirats Arabes Unis

Questionnaire de Proust

- 83** Claude SIMON (67)

La vie des entreprises

- 85** La vie des entreprises

RETROUVEZ ESCP ALUMNI SUR :



ESCP MAGAZINE EST ÉDITÉ PAR : L'Association ESCP Alumni – 3-5 rue Armand Moisant, 75015 Paris – Tél. : 01 43 57 24 03 • **DIRECTEUR DE LA PUBLICATION :** Stéphane DISTINGUIN (97) • **DIRECTRICE ADJOINTE DE LA PUBLICATION :** Eva MOLLAT DU JOURDIN (MSC 98) • **RÉDACTEUR EN CHEF :** Arthur JEANNE (MSI 13) • **CONSEILLER EDITORIAL :** Brieux FEROT (04) • **COMITÉ DE RÉDACTION :** Maud AUTRECHY, Romain DOUCENDE, Brieux FEROT (04), Isabelle FERRIÈRE, Gilles GOUTEUX (MD 12), Luc MAROT (83), François VALVERDE (46), Henry DE BROSSES (EAP 82) • **RÉDACTION :** Houda GHARBI, Alexandre DOSKOV, Théo DENMAT, Adrien CANDAU, Florian LEFEVRE, Paul PIQUARD, Audrey BRACHET et François BONTEMPS • **COORDINATRICE DE RÉDACTION :** Linda WAKAM, lwakam@escpalumni.org • **CONTRIBUTEURS :** Romain DOUCENDE, Gilles GOUTEUX (MD 12), Jonathan SARDAS • **MAQUETTE :** Florent CHAGNON • **ILLUSTRATRICE :** Jeanne DETALLANTE • **PUBLICITÉ :** FFE – 15 rue des Sablons – 75116 Paris – Tél. : 01 53 36 20 40 – ffe@ffe.fr – Serge Schando, s.schando@ffe.fr, 01 43 57 91 62 • **RESPONSABLE TECHNIQUE :** Yaël SIBONY • **RÉDACTION DÉLÉGUÉE :** Hannibal + • **IMPRIMEUR :** Espace Graphic.
Commission Paritaire : n° 1121G82354 – Dépôt légal : 6090 – ISSN 2108-257X – Prix de l'abonnement (4 numéros) : 50€ plein tarif – 25€ tarif réduit/jeune promo. Prix unitaire 15€.

News

1x Dans Sa Vie

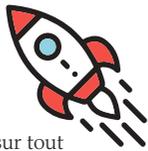
Plusieurs milliers d'entre vous ont déjà décidé de devenir cotisants à vie. Depuis janvier 2020, vous pouvez en effet choisir d'être membre «pour toujours» pour ne plus vous préoccuper de votre adhésion et marquer ainsi votre attachement à notre École. Nos interactions pourront ainsi être centrées essentiellement sur votre accompagnement et celui de vos pairs dans leur développement. Pour celles et ceux qui le souhaitent, la cotisation annuelle reste possible.

BÉNÉFICIEZ DE NOS NOUVEAUX SERVICES TOUT AU LONG DE VOTRE VIE

Réseau

UN RÉSEAU MONDIAL À PORTÉE DE MAIN

Une communauté forte, solidaire et riche de 70 000 Alumni, de plus de 120 nationalités répartis sur tout le globe. Tous réunis autour des valeurs ESCP, contactez-les facilement grâce à l'annuaire en ligne et notre application mobile.



+ DE 400 ÉVÈNEMENTS ORGANISÉS CHAQUE ANNÉE

En visio-conférence ou en présentiel, cultivez votre réseau au-delà des frontières en participant aux événements organisés par les groupes professionnels, socio-culturels et géographiques du monde entier.



LE RÉSEAU EN VISIO : GRATUIT POUR LES COTISANTS À VIE

Conférences, afterworks, rencontres inspirantes : autant de moments privilégiés entre Alumni que nous vous proposons, à distance, tout au long de l'année. Cotisants à vie, profitez sans limite et gratuitement de tous ces événements Réseau organisés en visio-conférence.



PARTICIPEZ AUX TEMPS FORTS

Tout au long de l'année, prenez part aux temps forts de la communauté : Alumni of the Year, Garden Party, Assemblée Générale, anniversaires de promo, et bien d'autres !

Formation



15 % DE RÉDUCTION SUR LES PROGRAMMES EXECUTIVE EDUCATION*

Profitez de ces programmes sur tous les campus, classés par le Financial Times parmi les meilleurs des business schools dans le monde en Executive Education (1^{er} en Italie, Espagne et Allemagne et au 6^e rang mondial).



BACK TO SCHOOL : ALUMNI, ASSISTEZ GRATUITEMENT À DES COURS ESCP*

Restez stimulé en continuant d'apprendre tout au long de votre vie ! Que vous soyez diplômé depuis 3, 10, 20 ou 30 ans, venez vous former dans une des nombreuses matières dispensées par l'école, avec les étudiants et les professeurs actuels, sur nos 6 campus, en présentiel ou en visio-conférence.

* Offre réservée aux cotisants à vie

Développement professionnel



FAITES-VOUS COACHER !

Bénéficiez de 2 entretiens de coaching individuel gratuits menés par des coaches certifiés, en français ou en anglais (en face-à-face ou à distance), pour faire le point sur votre situation professionnelle.



JOB BOARDS : + DE 50 000 OFFRES D'EMPLOI PAR AN ET DES RESSOURCES EXCLUSIVES

Accédez aux offres d'emploi de la communauté ESCP sur notre site mais aussi, via WATS4U, à celles d'une vingtaine de réseaux d'Alumni de grandes écoles de commerce et d'ingénieurs en France.

Envie d'ailleurs ? Préparez votre projet de mobilité avec GoinGlobal en bénéficiant d'un accès à plus de 40 guides carrière par pays, un annuaire des grandes entreprises internationales, des milliers d'offres de stage et d'emploi dans le monde.

AFFINEZ VOTRE TRAJECTOIRE PROFESSIONNELLE ET DYNAMISEZ VOTRE CARRIÈRE

Vous souhaitez développer vos talents, ouvrir de nouveaux horizons ? Vous réfléchissez à votre prochain poste ? Nous vous proposons plus de 100 événements chaque année, à tarif préférentiel, pour vous accompagner dans votre développement professionnel.

Vous êtes à la recherche de votre premier job ? Faites décoller votre carrière avec notre offre Jeune Diplômé.



Les tarifs en un coup d'œil

Diplômés

- > n'a pas cotisé à l'association au cours des 10 dernières années : 650 €
- > a cotisé entre 1 et 5 fois au cours des 10 dernières années : 550 €
- > a cotisé entre 6 et 10 fois au cours des 10 dernières années : 450 €

Diplômés jeunes promos (2018-19-20) : 350 €

Délégués et (pré) retraités
-50% sur tarifs généraux

L'abonnement au magazine est à régler tous les ans au tarif de 50 € (25 € pour les jeunes diplômés).

Alors rejoignez-nous dans cette nouvelle aventure et bénéficiez de la formule all inclusive, pour toujours.

Vous hésitez ? N'hésitez pas à contacter l'association sur info@escpalumni.org ou au 01 43 57 24 03

#OnceInYourLife

To amplify our efforts, we need you and resources. Several thousand of you have already decided to become lifelong contributors. Since January 2020, you can indeed choose to be a "lifetime member" so that you no longer have to worry about your membership and show your attachment to our School. Our interactions can thus be centered essentially on supporting you and your peers in their development. For those who prefer, the annual membership remains possible.

BENEFIT FROM NEW SERVICES, ALL LIFE LONG

Network

A GLOBAL NETWORK WITHIN YOUR REACH

70,000 Alumni gathered in a strong, close-knit and rich community, of more than 120 nationalities spread across the globe. All united around ESCP values. Contact them easily through the online directory and our mobile application.



400+ EVENTS EACH YEAR

Remotely or face-to-face, cultivate your network beyond borders by participating in events organized by professional, socio-cultural and geographic groups from all over the world.



NETWORK FROM HOME : IT'S FREE FOR LIFELONG MEMBERS

Conferences, Alumnights, inspiring meetings: so many special moments between Alumni that we offer you, remotely, throughout the year. Lifelong members can enjoy all these Network events organized by videoconference, unlimited and free of charge.



TAKE PART IN YOUR COMMUNITY

Throughout the year, take part in community highlights: Alumni of the Year Election, Garden Party, General Assembly, class anniversaries, and many more!

Lifelong learning



15% OFF ON EXECUTIVE EDUCATION PROGRAMS*

Take advantage of these programs on all campuses, ranked by the Financial Times among the best business schools in the world in Executive Education. (1st in Italy, Spain and Germany and 6th worldwide).



BACK TO SCHOOL: ALUMNI, ATTEND ESCP COURSES FOR FREE*

Stay energized by continuing to learn throughout your life! Whether you have graduated for 3, 10, 20 or 30 years, come and train in one of the many subjects offered by the school, with current students and teachers, on our 6 campuses, face-to-face or by videoconference.

* Offer reserved to lifelong members

Professional development



GET COACHED!

Benefit from 2 free individual coaching interviews conducted by certified coaches, in French or in English (face-to-face or remotely), to take stock of your professional situation.



JOB BOARDS: MORE THAN 50,000 JOB OFFERS PER YEAR AND EXCLUSIVE RESOURCES

Access job offers from the ESCP community on our website but also, via WATs4U, to the offers of some twenty Alumni networks from major business schools and engineers in France. Want something new? Prepare your mobility project with GoinGlobal by benefiting from access to more than 40 career guides per country, a directory of major international companies, thousands of internship and job offers around the world.

REFINE YOUR PROFESSIONAL TRAJECTORY AND BOOST YOUR CAREER

Do you want to develop your talents, open up new horizons? Are you thinking about your next job? We offer more than 100 events each year, at preferential rates, to support you in your professional evolution. Are you looking for your first job? Get your career off the ground with our Young Graduates offer.



Prices at a glance

Graduates

- > I was not a member during the last 10 years: **650 €**
- > I was a member between 1 & 5 times during the last 10 years: **550 €**
- > I was a member between 6 & 10 times during the last 10 years: **450 €**

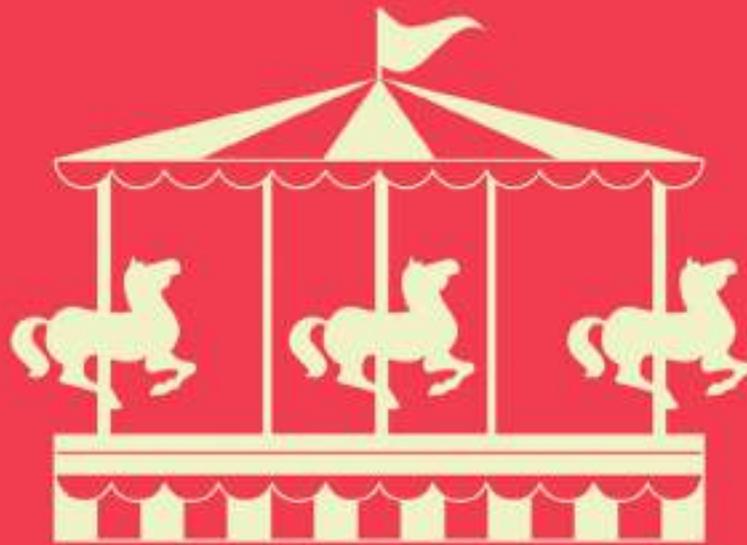
Recent graduates (2018-19-20): **350 €**

Delegates and (early) retired graduates
-50% off the general fees

Subscription to the magazine is to be paid each year at the price of 50€ (25 for recent graduates).

So join us in this new adventure and benefit from the all inclusive formula, forever.

Are you hesitating? DFeel free to contact the association on info@escpalumni.org or by phone on +33 (0)1 43 57 24 03



Carrousel Digital Limited

Systemes de paiement
et de portage de documents d'identité

Systemes de signatures par clés à usage unique
Procédés de sécurité digitale
Fonctionnements désynchronisés d'internet

Solutions brevetées
Documentation sur demande

www.carrouseldigital.com



Un zeste de passion et de transmission

C'est pour léguer à ses enfants une part de son histoire au Maroc que **Laurent BOUGHABA (97)** s'est tracé un parcours singulier. En 2005, il crée le groupe Steva, au travers duquel il dirige onze résidences service seniors, sept Ehpad, arrivant chaque année en tête de tous les classements qualitatifs. Mais c'est un tout autre patrimoine que ce natif de Fès voulait transmettre à ses enfants : il y a 10 ans à Paris, il a ouvert «L'Agrumiste», rue de Sèvres à Paris, un temple dédié aux oranges, citrons, pamplemousses et autres mariages fruitiers inédits parmi les espèces issues du pays de son grand-père qu'il a lui-même sélectionné. Au total, 150 variétés d'agrumes sont proposées en fonction des saisons.

Les Echos

17 décembre 2021 - Les Echos



Une expertise pour la planète

Elle fait partie de ces femmes de la transition énergétique, pionnières et déterminées à faire avancer les choses en agissant au cœur même de leurs domaines d'expertise :

Laura DE WINNE (12), Head of HR chez Schlumberger New Energy, vient d'être nommée dans le Top 10 des Femmes de la Transition Énergétique dans la catégorie Energies Renouvelables par Transition Economist !



Transition Economist – 29 novembre 2021



Une Alumna mise à l'honneur dans la cybersécurité

Delphine CHEVALLIER (92) est l'une des lauréates de l'European CyberWomanDay 2021 organisé par le CEFCYS, le Cercle des Femmes de la Cybesécurité. Une distinction qui met à l'honneur cette femme aux nombreux talents : en plus d'être l'autrice de « Cyberattaque – Plongez au cœur du blackout ! » elle a également créé Thalia NeoMédia, Conseil et Formation, qui accélère le développement de tous les talents en mettant à leur disposition des outils d'apprentissage favorisant le partage d'expérience et l'engagement, plus particulièrement dans le domaine de la cyber sécurité.



CEFCYS – 2 octobre 2021



Le luxe, secteur d'avenir selon Remy BAUME (2000)

Pour le directeur de la marque Zadig&Voltaire, **Remy BAUME**, le luxe est un secteur porteur pour l'Europe et les jeunes diplômés. Porté par la grande variété de ses métiers, il est aujourd'hui dans une période charnière où il doit s'adapter aux enjeux environnementaux et se réinventer. Se diversifier aussi : le secteur tend de plus en plus à se rapprocher « de l'entertainment, comme le gaming, la musique et le cinéma. La fusion de ces mondes qu'on pourrait croire distants, rend le secteur encore plus ouvert ».



Le Monde des Grandes Écoles – 13 octobre 2021

Fabienne MAUNY (85) fête les 60 ans de la maison Diptyque

À la tête depuis quatorze ans de Diptyque, marque parisienne connue pour ses bougies, parfums et sa ligne de soins, **Fabienne MAUNY** fête les 60 ans de la marque : une réussite dont elle peut se réjouir. Petit acteur mais dynamique, l'entreprise est passée en quelques années du stade de TPE à PME puis ETI, grâce à une croissance de 20 % et un développement à l'international avec 90 boutiques à travers le monde. L'objectif à venir ? Cultiver cet élan et aller encore plus loin en matière de RSE.

madame

Madame Figaro – 30 novembre 2021



Une distinction de haut rang

Animé par la conviction qu'avoir étudié à ESCP apporte des opportunités extraordinaires, **Alexandre PÉBEREAU (87)**, Président d'honneur de la Fondation ESCP et Alumni engagé depuis toujours auprès de la communauté, en dessine un nouveau témoignage. La société iBASIS, qu'il dirige, vient de remporter le prix Best Global Wholesale Carrier - Voice des Global Carrier Awards 2021, la plus prestigieuse récompense de l'industrie de grossistes télécoms.

yahoo!
finance

Yahoo Finance – 25 octobre 2021



Géraldine OLIVIER (96), Directrice RSE de Fnac-Darty



Géraldine OLIVIER est promue Directrice RSE de Fnac-Darty depuis septembre 2021. Sous la responsabilité directe de Frédérique Giavarini, Secrétaire général, elle est chargée de l'animation des 5 engagements RSE, qui font partie intégrante du plan stratégique « Everyday », auprès de l'ensemble des salariés. Elle est aussi en charge de la communication des plans d'actions et des avancées auprès des parties prenantes et investisseurs.

Depuis 2016, Géraldine OLIVIER était Directrice des achats indirects du groupe. Auparavant, elle a occupé les fonctions de directrice des opérations d'Ecodime (2015-2016). Entre 2001 et 2014, elle a occupé divers postes au sein de Canal+ dont celui de Directrice BU centre de relations clients (2012-2014), Directrice des centres de relations clients externes (2011-2012), Directrice des achats groupe (2006-2011), Cheffe de projet (2004-2006), et Responsable achats de Canal+ groupe (2001-2004).

Elle avait débuté sa carrière chez PSA Peugeot Citroën comme Category manager (1999-2001) et Analyste fournisseurs (1996-1999) de PSA Peugeot Citroën.

PARCOURS

- › **1996-1999** : Analyste fournisseurs chez PSA Peugeot Citroën
- › **1999-2001** : Category manager chez PSA Peugeot Citroën
- › **2001-2004** : Responsable achat au sein de Canal+ groupe
- › **2004-2006** : Cheffe de projet au sein de Canal+ groupe
- › **2006-2011** : Directrice des achats groupe au sein de Canal+ groupe
- › **2011-2012** : Directrice des centres de relations clients externes
- › **2012-2014** : Directrice BU centre de relations clients
- › **2015-2016** : Directrice des opérations d'Ecodime
- › **2016-2021** : Directrice des achats indirects groupe Fnac-Darty
- › **2021** : Directrice RSE de Fnac-Darty

NOMINATIONS

RAHMA ABIDA (MBA 19) est nommée *Product owner de Searoutes France*, à ce poste depuis novembre 2021.

CÉDRICK BECKER (MS 09) est nommé *Senior asset manager, investisseurs institutionnels internationaux de La Française Real Estate Managers*, à ce poste depuis juin 2021. Cédric est sous la responsabilité directe de Xavier Barreyat, Directeur financier, directeur de l'asset & portfolio management.

LAËTITIA DELAYE-BEINEIX (99) est promue *Head of corporate social and environmental responsibility de Rémy Cointreau*, à ce poste depuis août 2021

JEAN-CHARLES BERNARD (MS 99) est nommé *Directeur associé d'Edmond de Rothschild Corporate Finance*, à ce poste depuis décembre 2021. Il est ainsi chargé d'apporter notamment son expertise dans les segments des Services Numériques, du Digital Engineering, du Software & du Cloud, ayant récemment conseillé sur les opérations Adecco / Akka Technologies, Ardian / Artefact, et accompagné les introductions en bourse de Believe Digital, Aramis Group, Exclusive Networks et OVHcloud.

ÉRIC LE BERRIGAUD (94) est nommé *Managing director Healthcare Europe de Stifel Europe Bank AG France*, à ce poste depuis octobre 2021. Eric est sous la responsabilité directe de Lyonel Franço, Responsable de la recherche en Europe. Il est ainsi chargé de la coordination des produits sectoriels au sein de la recherche sur les soins de santé en Europe continentale.

XAVIER BOULET (10) est nommé *Directeur marketing France de Kiloutou*, à ce poste depuis novembre 2021. Xavier est sous la responsabilité directe de Pierre Knoché, Directeur général France. Il est ainsi chargé de professionnaliser la démarche marketing.

CÉCILE BOYARD (98) est nommée *Directrice financière Groupe d'Ocea Smart Building*, à ce poste depuis mai 2021. Cécile est sous la responsabilité directe d'Emmanuel Croc, Président. Elle est ainsi chargée de mobiliser et de développer les équipes financières, d'accompagner la croissance des postes du groupe, d'apporter des solutions performantes aux clients, et d'accélérer l'innovation et la digitalisation des métiers.

JEAN-CHRISTOPHE CAFFET (03) est nommé *Economiste en chef de Coface*, à ce poste depuis novembre 2021, en remplacement de Julien Marcilly. Jean-Christophe est sous la responsabilité directe de Thibault Surer, Directeur de la stratégie et du développement groupe. Il est ainsi chargé de piloter le département de recherche économique et aura la responsabilité d'une équipe d'économistes basés en Europe, au Moyen-Orient, en Amérique et en Asie, qui produit des analyses macro-économiques, des évaluations de risques pays / sectoriels et des rapports thématiques.

PASCAL CATHALIFAUD (EMBA 10) est nommé *Directeur du développement de TBS Education*, à ce poste depuis novembre 2021. Pascal est sous la responsabilité directe de Stéphanie Lavigne, Directeur général. Il est ainsi chargé de l'activité Executive Education notamment. Ses missions portent sur les programmes de formation continue, les partenariats entreprises et les relations B to B.

CHRISTOPHE CAUDRELIER (90) est nommé *Operating partner finance d'Ace Capital Partners*, à ce poste depuis septembre 2021.

HERVÉ CEBULA (92) est nommé *Vice president client strategy de Skeepers*, à ce poste depuis septembre 2021.

Belambra

Nouveautés de l'Été 2022

Nos plus beaux clubs s'embellissent

**Camargue - Corse - Pays basque -
Presqu'île de Giens - Lubéron**

Pour votre plus grand confort, des chambres design premium, de nouveaux restaurants et bars de plage pieds dans l'eau, des terrasses avec vue imprenable...

 Club "Les Criques"
PRESQU'ÎLE DE GIENS - HYÈRES

Nouveau Port Camargue "Les Salins"

Une toute nouvelle expérience
en Club « les pieds dans l'eau »
qui ravira petits et grands



Photos 3D non contractuelles

RÉSERVEZ SUR **BELAMBRA.FR**



Caroline FERRARI (89), Secrétaire générale adjointe au Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères,

Ambassadrice de France au Danemark depuis 2018, Caroline FERRARI a été nommée en janvier 2022 Secrétaire générale adjointe au Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. Elle est sous la responsabilité directe de François Delattre, Secrétaire général.

Diplômée de ESCP Business School, de l'Institut d'études politiques de Paris et de l'ENA, elle a débuté sa carrière comme Première secrétaire à la représentation permanente de la France

auprès de l'Union Européenne à Bruxelles en 1997. Elle occupe ensuite les fonctions de Chargée de mission auprès du Secrétaire général du Ministère des Affaires étrangères, Conseillère au cabinet de la Ministre déléguée aux Affaires Européennes, Sous-directrice des relations extérieures de l'Union européenne, Ministre conseillère à l'ambassade de France à Berlin, Secrétaire générale adjointe du Secrétariat Général des Affaires Européennes (services du Premier ministre) puis Directrice des ressources humaines au ministère des affaires étrangères.

Caroline FERRARI est également Chevalier de la Légion d'honneur et Chevalier de l'ordre national du Mérite.

NOMINATIONS

VICTORIA CHANIAL (MS 06) est nommée Vice-présidente exécutive de la communication de Faurecia, à ce poste depuis octobre 2021, en remplacement de Kate Philipps.

MARION COMBETTE (MS 11) est nommée Partner d'Eutopia, à ce poste depuis septembre 2021. Elle est ainsi chargée des secteurs agro-alimentaires et du déploiement du nouveau fonds Eutopia Preferred dédié aux sociétés plus matures.

MARIE DEUGNIER-LAURENT (MS 03) est promue Directrice générale adjointe d'Assistance publique - Hôpitaux de Marseille, à ce poste depuis octobre 2021.

FRANÇOIS DUHAU (83) est promu Associé gérant, responsable de la région Ile-de-France et membre du directoire de PKF Arsilon, à ce poste depuis juillet 2021. Il est ainsi chargé des activités en IDF

VALÉRIE DUPUY (MS 01) est promue Directrice indemnisation Grands Comptes France de Gras Savoye Willis Towers Watson, à ce poste depuis novembre 2021. Valérie est sous la responsabilité directe de Jean Rondard, Directeur corporate risk broking & risk management. Elle est ainsi chargée de l'indemnisation Grands Comptes de Gras Savoye sur l'ensemble du périmètre France.

FRANÇOIS ESTIN (08) est promu Associé Strategy & Transactions d'EY France, à ce poste depuis novembre 2021. Il est ainsi chargé de due diligence financière pour le compte de clients private equity et corporate. Spécialiste des transactions, notamment pour les clients du middle market, il renforce aussi le dispositif transactionnel à destination du private equity.

BENJAMIN FILAFERRO (EMBA 13) est nommé Directeur général MENA de LexisNexis France, à ce poste depuis octobre 2021.

CHARLES CLEMENT-FROMENTEL (07) est promu Group chief financial officer de Totem, à ce poste depuis octobre 2021. Charles est sous la responsabilité directe de Nicolas Roy, Directeur général group.

FRÉDÉRIC FUSTIER (10) est promu Adjoint au chef économiste d'Autorité de la concurrence, à ce poste depuis décembre 2021. Frédéric est sous la responsabilité directe d'Etienne Pfister, Rapporteur général adjoint, chef du service économique. Il est ainsi chargé de fournir une expertise économique aux rapporteurs chargés de l'instruction des dossiers contentieux ou de concentration ou des avis. Les interventions peuvent notamment concerner la définition de marchés pertinents, l'existence d'une

position dominante d'une entreprise sur un marché ou l'analyse concurrentielle de pratiques unilatérales ou d'ententes, d'une opération de concentration ou d'une législation.

ARTHUR HAIMOVICI (11) est nommé Directeur des contenus de Thales, à ce poste depuis juillet 2021.

NASSIM HAMEK (15) est promu Head of product development de Typology, à ce poste depuis octobre 2021. Nassim est sous la responsabilité directe de Ning Li, Fondateur.

KARIM LASRI (09) est promu Associé Strategy & Transactions d'EY France, à ce poste depuis novembre 2021. Il est ainsi chargé du développement du bureau de Lyon et des activités Turnaround & Restructuring Strategy à l'échelle nationale. Il accompagne les entreprises et les fonds d'investissement, en France et à l'étranger, dans les environnements anglophones et germanophones, sur les problématiques de restructuration financière, de transactions relatives à des entreprises en difficulté, de modélisation de prévisions de trésorerie.

THIBAUT LECUYER-WEBER (EAP 99) est promu Chief operating officer de Padam Mobility, à ce poste depuis septembre 2021

PIERRE LEFAIS (10) est nommé Vice president performance marketing operations de Jellysmack France, à ce poste depuis juillet 2021.

ÉDOUARD LESIEUR (03) est nommé Partner d'Aldebaran Capital Partners, à ce poste depuis septembre 2021.

JEAN-BAPTISTE LUCAS (94) est nommé Directeur général de McPhy Energy, à ce poste depuis octobre 2021, en remplacement de Laurent Carme. Jean-Baptiste est sous la responsabilité directe de Luc Poyer, Président du conseil d'administration.

NORA KETIR (MS 07) est nommée Chief marketing officer de Lefebvre Dalloz, à ce poste depuis juillet 2021. Elle est ainsi chargée d'enrichir la stratégie marketing sur chacun des marchés (conseil, entreprise, secteur public) et de déployer une expérience client innovante et adaptée aux nouveaux usages.

FRANÇOIS-JOSEPH KHOURY (11) est nommé Director investissement d'Ace Capital Partners, à ce poste depuis juillet 2021.



**IDIA
CAPITAL INVESTISSEMENT**

www.ca-idia.com

Notre métier ?
VOTRE CROISSANCE

Notre approche ?
**DURABLE
ET RESPONSABLE**

Expert de l'investissement en capital, IDIA Capital Investissement est engagé depuis plus de 30 ans dans le développement des PME-ETI françaises. Une approche de long terme d'actionnaire minoritaire actif soutenu par la force du réseau du groupe Crédit Agricole, de ses Caisses régionales et du LCL.

**DES INVESTISSEMENTS
CRÉATEURS DE VALEURS**

IDIA Capital Investissement soutient les entreprises françaises dans tous les secteurs de l'économie, avec une expertise reconnue sur les filières agroalimentaire, viticole et transition énergétique. Son ambition est de contribuer à la croissance de ses participations et ainsi prendre part au rayonnement de l'économie française en Europe et à l'international.

AGIR EN INVESTISSEUR RESPONSABLE

Très sensible aux défis environnementaux et sociétaux d'aujourd'hui et de demain, IDIA Capital Investissement s'engage à prendre en compte les critères ESG dans ses décisions d'investissement et à accompagner les dirigeants de ses participations dans leurs transitions environnementales et sociétales.

1,8 Md€
ENCOURS
SOUS GESTION

PLUS DE
80
SOCIÉTÉS
EN PORTEFEUILLE

1 À 50 M€
INVESTISSEMENT
PAR OPÉRATION

**PÔLES
D'EXPERTISES**



**DIVERSIFIÉ
540 M€**



**AGRO
500 M€**



**VITI
350 M€**



**TRANSITION
ÉNERGÉTIQUE,
AGRICOLE ET
AGROALIMENTAIRE
160 M€**



**FONCIERS-
FORÊT-BOIS
190 M€**

GROUPE CRÉDIT AGRICOLE

IDIA - 12 place des États-Unis, 92127 Montrouge Cedex - est une Société de Gestion de Portefeuille agréée par l'AMF
- 17 place de la Bourse, 75082 Paris Cedex 02 - sous le n° GP-15000010 - Membre de France Invest

Retrouvez nos actualités sur <https://www.linkedin.com/company/5205335> et [@idia_ci](https://twitter.com/idia_ci) - www.ca-idia.com



Charles-Edouard CHEVALLIER
(EAP 2000),
Managing director de Degroof Petercam Finance

Depuis décembre 2021, Charles-Edouard CHEVALLIER est Managing director de Degroof Petercam Finance. Sous la responsabilité directe de Cyril Kammoun, Responsable de l'Investment Banking France, il a la mission de renforcer l'équipe française de banque d'investissement et d'apporter son expérience en fusions et acquisitions.

Charles-Edouard CHEVALLIER a débuté sa carrière chez UBS Warburg comme Analyst M&A technology sector group avant de rejoindre William Blair & Company comme Executive M&A. En 2005, il est Senior associate M&A chez CW Downer. Deux ans plus tard, il rejoint HSBC France comme Director avant de prendre les fonctions de Managing Partner de Alexander Partners.



Mehdi SINACEUR (92),
Directeur général adjoint de RATP Dev

Membre du Comité de Direction de RATP Dev depuis 2019, Mehdi SINACEUR est promu Directeur général adjoint de RATP Dev sous la responsabilité directe de Hiba Farès, Président du directoire. Également membre du Directoire, il supervise les activités et le développement sur la zone Amérique, Asie-Pacifique Afrique du Sud, et Royaume-Uni. Après un début de carrière en 1992 chez Alcatel-Alstom au Japon, il occupe différents postes de direction industrielle et commerciale au sein de grandes multinationales de l'industrie et des transports. En 2005, il rejoint la division Maintenance de Bombardier Transport en tant que Directeur régional Reste du monde, puis il devient Directeur commercial Mainline et Tramways en Afrique du Nord. En 2008, il est nommé Président Régional et membre du Comité Exécutif de Lafarge Gypsum ; puis en 2012, Directeur général adjoint Monde, Ready-Mix Performance au niveau du Groupe. En 2015, il devient associé de McKinsey Africa.

NOMINATIONS

GUILLAUME DANÉY DE MARCILLAC (90) est promu *Chief executive officer de Travelfactory*, à ce poste depuis juin 2021, en remplacement d'Yariv Abehsera. Guillaume est sous la responsabilité directe de Yariv Abehsera, Directeur de la division Distribution et Hospitality des Domaines de montagne hiver/été. Il est ainsi chargé d'accompagner le développement des marques Travelski.com et Yonly.eu en France et à l'étranger.

JULIEN MARCILLY (06) est nommé *Economiste en chef de Global Sovereign Advisory*, à ce poste depuis août 2021. Julien est sous la responsabilité directe d'Emmanuel Deroude, Directeur général.

MARC MAUDHUIT (EAP 82) est promu *Directeur des opérations du groupe et fondateur de H2O AM Europe*, à ce poste depuis novembre 2021.

MAGALI MENZIN-DUVAL (EMS 12) est nommée *Directrice de la gestion privée de Kimpa*, à ce poste depuis novembre 2021.

NICHOLAS MORAN (09) est promu *Directeur de la stratégie consumer de Landor & Fitch France*, à ce poste depuis septembre 2021. Nicholas est sous la responsabilité directe de Barberine Reyners, Directeur exécutif en charge de la stratégie. Il est ainsi chargé d'apporter une vision de communicant et de publicitaire, ancrée dans des insights essentiels pour la compréhension des enjeux clients et pour mieux connecter les marques à leurs consommateurs.

ÉTIENNE MOREAU (09) est nommé *Partner late stage, équipe Deeptech de Supernova Invest*, à ce poste depuis septembre 2021. Il est ainsi chargé du secteur Technologies du digital.

CLAIRE MORENVILLEZ (MEB 08) est nommée *Directrice des relations extérieures de Shell France*, à ce poste depuis septembre 2021. Claire est sous la responsabilité directe de Vincent Baril, Président.

ALICIA NASSER (MEB 08) est promue *Directrice transformation et soft expertise d'ISS France*, à ce poste depuis juin 2021.

ALEXANDRE RABUILLE (EMMD 18) est nommé *Customer success manager d'Innso*, à ce poste depuis avril 2021.

VICTOR RUSÉ (14) est promu *Director of marketplace de Jellysmack France*, à ce poste depuis juillet 2021. Il est ainsi chargé d'étendre l'influence de Jellysmack à l'aide d'un marketplace de montage vidéo.

RAPHAËL SOULA (06) est promu *Vice president finance & corporate legal de Wakam*, à ce poste depuis novembre 2021. Raphaël est sous la responsabilité directe d'Olivier Jaillon, Président-directeur général. Il est ainsi chargé de faire changer de dimension les fonctions corporate du groupe.

REMI SPAGNOL (MS 14) est nommé *Directeur d'investissement late stage, équipe Deeptech de Supernova Invest*, à ce poste depuis août 2021. Il est ainsi chargé du secteur Santé.

SANDRA VALERII (EMBA 20) est nommée *Vice-présidente group public affairs & press relations d'Idemia*, à ce poste depuis novembre 2021. Sandra est sous la responsabilité directe de Matthew Foxton, Regional president of India and executive vice president branding and communication.

YVES WETZELBERGER (07) est promu *Directeur associé de The Boston Consulting Group France*, à ce poste depuis juin 2021.

Informez-nous de vos nominations sur
www.escpalumni.org

PIAGET

COLLECTION POSSESSION



E-boutique sur piaget.fr



Mars 2022

LUNDI 7 MARS • 12H25-13H30

PERSONAL BRANDING

Comment construire sa marque personnelle ?

MARDI 8 MARS • 12H25-13H30

Se présenter en 3 minutes

VENDREDI 11 MARS • 11H30-13H00

SOLOPRENEUR

Les clés pour réussir votre lancement et construire un solo business pérenne

MERCREDI 16 MARS • 12H25-13H30

LE MANAGEMENT DE TRANSITION

une opportunité pour managers et dirigeants expérimentés

MERCREDI 16 MARS • 19H

ALUMNIGHT ONLINE

« Start-up & Entrepreneurs »

Sur Zoom

JEUDI 17 MARS • 19H

GRUPE RETAIL & CONSUMER GOODS TABLE RONDE

« Data et Intelligence Artificielle : quelles révolutions à venir pour le retail et la grande consommation ? »

Campus ESCP Montparnasse Paris 15

VENDREDI 18 MARS • 12H30-14H

Développer son leadership dans un environnement complexe et incertain

MERCREDI 23 MARS • 13H-14H

How to network : Why networking skills are important...

MARDI 29 MARS • 12H25-13H30

Comment négocier au mieux son départ : l'éclairage d'une avocate ?

JEUDI 31 MARS • 12H20-13H30

Les 7 facteurs clés pour réussir vos entretiens de recrutement

Avril 2022

SAMEDI 2 AVRIL

PROMO 82

Weekend pour nos 40 ans

Île des Embiez - Var

MARDI 5 AVRIL • 12H30-14H

Comment affiner votre image professionnelle sur LinkedIn

MARDI 5 AVRIL • 19H30

DELEGATES' CELEBRATION

Campus ESCP Montparnasse Paris 15

MERCREDI 13 AVRIL • 19H

ALUMNIGHT

« Marketing & Communication »

Pernod Ricard - Paris 8

JEUDI 14 AVRIL • 12H25-13H30

CV : construction, choix, à faire, erreurs à éviter

MERCREDI 20 AVRIL • 12H15-13H15

Consultant indépendant : confirmer vos compétences pour réussir

JEUDI 21 AVRIL 12H20-13H30

Quel marketing digital pour développer mon activité ?

Mai 2022

MARDI 10 MAI • 12H15-13H45

Resilience booster

MERCREDI 18 MAI • 19H

ALUMNIGHT ONLINE

« Sustainability & Social Business »

Sur Zoom

JEUDI 19 MAI • 12H25-13H30

L'entretien de recrutement : un avant, un pendant, un après

VENDREDI 20 MAI • 12H30-14H

Développer son intelligence décisionnelle pour performer : un impératif révélé par la crise

MARDI 24 MAI • 12H15-13H30

Consultant indépendant : misez sur le digital pour trouver de nouveaux clients

Carnet

› **Maurice BLANCHARD (66).**

Décès survenu le 23 juin 2021 à l'âge de 77 ans

› **Pierre BONNAVE (61).** Décès survenu

le 11 novembre 2020 à l'âge de 82 ans

› **Daniel BONNET (55).** Décès survenu

le 7 mars 2020 à l'âge de 90 ans

› **Guillaume DE JUVIGNY (12).**

Décès survenu le 4 juillet 2020 à l'âge de 32 ans

› **Xavier FOREL**

DE LA GARRIGUE (66).

Décès survenu le 10 janvier 2019

à l'âge de 77 ans

› **Jean LATRÉMOUILLE (53).**

Décès survenu le 7 mai 2021 à l'âge de 90 ans

› **Pierre ROCHE (49).**

Décès survenu à l'âge 92 ans

› **Daniel TISSERAND (57).**

Décès survenu en 2021

à l'âge de 89 ans



APPEL À CANDIDATURES **CONSEIL D'ADMINISTRATION** **ESCP ALUMNI**

Conformément aux articles 10 et 12 du Règlement Intérieur de ESCP Alumni, la Delegates' Celebration (fusion du Collège des délégués et de la Delegates Night) se tiendra le 5 avril 2022 à 19h30. ESCP Alumni vous tiendra informé ultérieurement de l'organisation de la manifestation en présentiel à ESCP Business School Campus Montparnasse (3-5, rue Armand Moisant - 75015 Paris) ou à distance, selon ce que l'actualité nous permettra de faire.

Les délégués arrêteront au scrutin (par vote sur place le 5 avril 2021 ou en ligne les jours précédents) dans la limite des sièges à pourvoir, les candidatures au futur Conseil d'Administration 2022-2023 qu'il recommande aux suffrages de l'Assemblée Générale 2022.

La date de clôture du dépôt des candidatures pour se présenter comme membre du Conseil d'Administration est fixée au 29 mars 2022 à 18h (heure de Paris), soit 7 jours avant le Collège (en conformité avec l'article 10 du Règlement Intérieur).

Contact : Eva MOLLAT DU JOURDIN (98), Déléguée Générale ESCP Alumni
emollatdujourdin@escpalumni.org
+33(0)1 43 57 24 03



Les grands enjeux de l'engagement associatif

Près d'un Français sur quatre pratique le bénévolat et donne de son temps au travers d'une structure associative. C'est le bilan récemment fait par France Bénévolat, et celui-ci vient compléter un autre constat : de plus en plus de diplômés de grandes écoles, en quête de sens et d'impact se lancent dans le monde associatif pour y faire carrière. Cinq Alumni qui ont choisi cette voie nous détaillent les défis et les enjeux de l'engagement associatif. Enquête sur un monde en voie accélérée de professionnalisation.

Par *Éric Maggiori* / **Illustrations :** *Hélène Builly*



Au printemps 2020, alors que la première vague de Covid-19 déferlait sur la France et l'Europe, de nombreux secteurs subissaient de plein fouet les effets de la crise. Parmi eux, et en première ligne, le milieu associatif. Quelques chiffres traduisaient alors ce malaise : au 30 avril 2020, soit un mois et demi après le début du premier confinement, 76 % des associations déclaraient ressentir les effets de la crise, quand 40 % se disaient totalement à l'arrêt ou sous le seuil des 20 % d'activité habituelle. Des données alarmantes, même s'il en faut visiblement plus pour faire vaciller le monde associatif et ses acteurs. En effet, la reprise a été quasi-immédiate, dès le premier trimestre 2021. Selon les chiffres fournis par Recherches et Solidarités, la situation est aujourd'hui « plus favorable qu'avant la crise », avec près de 70 000 associations créées sur l'année 2021, ce qui porte à 1,5 millions le nombre total d'assos en France. Et on ne parle pas là que de bénévolat : 10 % d'entre elles sont des associations employeuses.

En tout, Recherches et Solidarités estime ainsi à 1,77 millions le nombre de personnes salariées en France dans une association ou une entreprise sociale. « Et pourtant, en France, les clichés sur les associations continuent d'avoir la dent dure », annonce Laurence Michelena (09), aujourd'hui directrice de la communication et de l'information chez Fondation ARC pour la recherche sur le cancer. « Une association peut être tout aussi compétente, professionnelle et exigeante qu'une entreprise pour avoir de l'impact socialement et être pérenne économiquement. Ce n'est pas que du bénévolat logistique, avec le cliché du sénior barbu qui distribue la soupe. ». De fait, lors des dernières années, les associations se professionnalisent de plus en plus. « On est en train de suivre le modèle américain, à savoir des associations très pros, très organisées, explique Caroline Boudergue (03), Directrice générale de la plateforme internationale Women in Africa (WIA). « Quand on a fondé notre association, on l'a d'ailleurs pensée comme une entreprise, sociale certes, mais entreprise quand même, avec à côté un fonds de dotation qui nous permet de

mener des programmes qui sont "non-for-profit". On ne voulait surtout pas être perçu comme une entreprise qui fait de la charité ». Et forcément, cette professionnalisation attire.

Faire carrière dans l'associatif

En effet, chiffres à l'appui, on constate que l'engagement associatif séduit de plus en plus de personnes, et notamment des diplômés issus d'école de commerce. Et les raisons sont diverses et variées. Dans le cas de Sofiane Kherarfa (EMMD 20), c'est la « capacité d'innovation » qui a séduit le jeune Alumni de 28 ans. « J'ai toujours été très intéressé par les politiques publiques, les actions d'intérêt général, mais je ne pensais pas qu'il était possible de lier les deux à une carrière, détaille-t-il. Et puis, il y a six ans, j'ai découvert le monde de l'entrepreneuriat social en rejoignant le groupe SOS. Outre le fait que cette association donne très vite des responsabilités à des jeunes, j'ai été séduit par sa capacité à innover et à imaginer de nouvelles choses, tout le temps, au service de l'impact social et environnemental. » Leader dans le milieu de l'entrepreneuriat social, le groupe SOS est un mastodonte du genre. Il détient des entreprises, des associations, des structures (qui agissent pour répondre aux difficultés sociales et sociétales) et emploie surtout quelque 22 000 salariés. Un nombre conséquent, qui n'a rien à envier à celui d'un grand groupe "classique", comme l'appuie Sofiane Kherarfa. « Quand une entreprise a des secteurs d'activité dans l'agroalimentaire, le BTP ou l'automobile, nous avons des "business units", qui s'appellent transition écologique, action territoriale, solidarité, lutte contre la précarité... Tout ça, ça m'a parlé. Et a priori, je ne suis pas le seul, puisque la moyenne d'âge des dirigeants des "business units" et cadres du groupe SOS, c'est plutôt la trentaine. »

Depuis plusieurs années, on dénote en effet une évolution des mentalités quant à l'engagement associatif. Les trentenaires, dont parle Sofiane Kherarfa, y voient en effet la possibilité de se plonger dans une branche où l'on peut à la fois faire carrière tout en donnant « un sens » à ce que l'on fait. « Je travaillais en agence de communication,

et j'ai eu des enfants, ça revisite un certain nombre de valeurs et de priorités », se rappelle Laurence Michelena. « Après mon deuxième enfant, je me suis engagée en pro bono avec l'Adie », (une association qui défend l'idée que chacun peut entreprendre, ndlr). « C'est après mon troisième enfant que s'est posée vraiment la question du sens et d'aller dans une direction. » Pour Caroline Boudergue, la question du sens dans sa carrière a toujours été une nécessité. « J'ai besoin de comprendre pourquoi je fais quelque chose », assure-t-elle. « Chez moi, il faut que la finalité ait un sens, que je donne du sens à ce que je fais. »

Fonder sa propre association selon ses aspirations

Et parfois, la meilleure façon de donner un sens à sa carrière est de créer sa propre structure associative. Un poste sur mesure, en quelque sorte, qui sert à la fois sa recherche de sens personnelle, mais aussi la recherche d'impact. C'est ce qu'a fait Matthieu Dardaillon (14). « Assez vite, pendant mon cursus à ESCP, mes questionnements étaient : "comment je peux être utile" et "comment je vais avoir un impact positif dans ma vie professionnelle" », remplace-t-il. « Ce sont deux livres, *Vers un nouveau capitalisme* du professeur Yunus, et *80 hommes pour changer le monde* de Mathieu Leroux et Sylvain Darnil, qui m'ont fait comprendre que des entreprises pouvaient fonctionner différemment et avoir un impact positif sur la société et sur la planète. La découverte de l'entrepreneuriat social, de l'économie sociale et solidaire, ça a été une révélation intellectuelle pour moi. » Fin 2012, Matthieu Dardaillon participe à un événement en Inde, le Jagriti Yatra (qui signifie « Voyage Eveil » en hindi). Le concept : 450 jeunes montent dans un train et parcourent 8000 kilomètres en 15 jours. Ils y découvrent des problématiques sociales ou environnementales en allant sur le terrain, puis rencontrent un acteur de changement, qui a démarré de zéro et qui a désormais un impact auprès de plusieurs millions de personnes. « Ça m'a bouleversé, et je me suis dit qu'il fallait importer le concept en France », explique Matthieu. « Et c'est comme ça que j'ai co-fondé Ticket for Change, une association qui valorise les carrières à impact et qui, en

On ne va pas dans le monde associatif par hasard. Cela correspond à un type de personnalité, un passé, un événement ou une recherche de quelque chose..

plus, est l'organisation dans laquelle j'aurais rêvé de travailler». En d'autres termes : prouver qu'il y a d'autres carrières que celles qui sont présentées classiquement, où «la réussite se résume à plus de prestige, plus d'argent, plus de sécurité».

Chez la plupart de ces Alumni, l'appétence pour le social ne vient pas de nulle part, et est souvent liée à un passé familial. «On ne va pas dans le monde associatif par hasard, affirme Laurence Michelena. Cela correspond à un type de personnalité, à un passé, un événement, ou une recherche de quelque chose». Sofiane Kherarfa, par exemple,

est arrivé en France à l'âge de 3 ans, et a fréquenté, enfant, un centre d'accueil pour demandeurs d'asile ainsi qu'une association d'intégration des réfugiés. La mère de Matthieu Dardaillon, elle, était assistance sociale, et Matthieu a ainsi apporté du soutien scolaire à des enfants en difficulté quand il était étudiant. Et puis il y a Emmanuelle Stioui (2000). Sa vie a basculé en décembre 2005, lorsqu'elle a donné naissance à une petite Alicia, porteuse d'une maladie génétique rare. Elle travaille alors chez Accenture, un cabinet de conseil en stratégie. Mais les «contraintes liées à [son] enfant» l'obligent à revoir tout son

mode de fonctionnement. Elle crée alors sa propre société, spécialisée dans le conseil, le coaching et la formation en marketing digital et stratégie d'entreprise. Puis, début 2019, elle décide, avec son époux, lui-même entrepreneur, de fonder une association d'intérêt général : le Village des Enfants Extraordinaires. «Pendant plusieurs années, j'ai été engagée dans diverses associations de familles d'enfants en situation de handicap, et j'ai vu la souffrance, les difficultés et le désarroi de ces enfants, exclus de la société, qui étaient sans solution éducative et de socialisation, se souvient-elle. Tout ça a muri dans ma tête, et quand ça a été le bon moment dans nos vies, aussi bien au niveau de notre énergie que de la richesse de notre réseau, on a lancé le projet». L'idée est de bâtir un lieu dédié aux enfants et adolescents différents, qui ne soit pas un Institut Médico-Educatif (IME), mais bien un lieu de socialisation et d'apprentissage à travers le jeu, les arts et les nouvelles technologies. «Il y aura des ateliers pédagogiques de danse, de cirque, de cuisine, encadrés par des professionnels du handicap, énumère Emmanuelle. On veut proposer une offre ludo-éducative adaptée et inclusive, pour que les parents, les enfants et leur fratrie puissent s'épanouir et se divertir en même temps. Et ça, en France, ça n'existe pas, le projet est innovant et répond à un vrai besoin.»

Business plan social et mécénat

Dans le monde associatif se pose rapidement la question financière et, avec elle, celle de la fameuse «débrouille» souvent associée aux assos et à leur manière de fonctionner. «C'est sûr que le fait d'être dans une association reconnue d'utilité publique pousse à plus de débrouille parce qu'on a moins de budget que dans le monde marchand» pose Laurence Michelena de la Fondation ARC. «On passe beaucoup de temps à chercher des dons, à chercher de l'argent, mais ce temps



se réduit à mesure qu'on se développe, car de plus en plus, les mécènes viennent vers nous » ajoute Caroline Boudergue, de Women in Africa. Matthieu Dardaillon, lui, se souvient des débuts de Ticket for Change, quand il a dû convaincre Entreprendre&+, un fonds de dotation, d'être son partenaire fondateur. « *Il a fallu construire un dossier très, très solide, un business plan social. C'est comme un business plan normal, mais adapté pour une association. Ils ont été convaincus et ont pris le risque. Mais dès la première année, il fallait 300 000 euros pour lancer le projet, alors il a fallu trouver encore d'autres financements, essentiellement du mécénat.* » De leur côté, Emmanuelle et Jérôme Stioui sont parvenus à trouver des locaux en plein cœur de la ville de Saint-Maur des Fossés, et à collecter plus de deux millions d'euros pour financer l'ouverture du premier Village des Enfants Extraordinaires. « *On a sollicité tout notre réseau, puis, au culot, on a contacté des personnalités susceptibles de soutenir cette noble cause, raconte-t-elle. On a commencé par demander du soutien à de grands mécènes, et on a fait des soutenances et des présentations orales auprès de fondations en lien avec notre thématique. C'est un travail énorme. La première année, on a levé 600 000 euros de dons exclusivement privés. On vient d'avoir nos deux premières subventions publiques, dont 300 000 euros de la part de la Région Ile-de-France : une belle reconnaissance.* »

Évidemment, tout n'est pas que « monde des bisounours », comme le dit affectueusement Laurence Michelena. « *Il ne faut pas non plus idéaliser le monde des associations, pointe Matthieu Dardaillon. Il y a aussi des limites, un manque de ressources. À cause de ce manque, il y a parfois le risque de sous-payer les gens, même si chez Ticket for Change par exemple, on fait en sorte que chacun soit rémunéré le plus correctement possible.*



Un autre risque est de moins investir sur le management, sur les ressources humaines, etc. » Les mécènes et autres investisseurs doivent aussi y trouver leur compte. « *La réalité du monde d'aujourd'hui, c'est qu'on a un certain nombre de partenaires qui font un don, qui sont mécènes d'une association, mais qui vont ponctuellement attendre de la visibilité, comme ils en attendraient d'un contrat avec une entreprise* » affirme Caroline Boudergue. Version corroborée par Laurence Michelena : « *Ce n'est pas parce que c'est le monde associatif que ce n'est pas un monde exigeant. On attend des performances, de l'impact. Au conseil d'administration, il y a des grands dirigeants d'autres secteurs, ça maintient de facto un niveau d'exigence.* »

Réunir les deux mondes

Reste que, malgré le niveau d'exigence et la professionnalisation, il continue d'exister certaines dissensions entre le monde

associatif et le monde marchand. Du côté des associations, on voit parfois d'un mauvais œil l'arrivée de diplômés d'école de commerce au sein de leur structure.

« *Quand je suis arrivée dans ma première asso, on m'a dit que je n'avais pas la "culture associative", se remémore Laurence Michelena. Je débarquais du monde marchand, et je parlais comme une communicante, avec des acronymes et des mots anglais. Ça, on m'a tout de suite fait comprendre que ce n'était plus possible (rires).* » Au même titre, les entreprises voient encore le monde associatif comme « *une organisation plus cool, pas trop organisée, alors que c'est de moins en moins vrai, replace encore Laurence Michelena. En France, quand on sort d'une grande école, le Graal, c'est d'être dans la Finance, mais il faut que les jeunes diplômés se départissent de cette représentation, parce que sinon, les clichés perdureront.* »

« Ce n'est pas parce que c'est le monde associatif que ce n'est pas un monde exigeant. On attend des performances, de l'impact. »

Et pourtant, les deux univers tendent à de plus en plus de complémentarité. Tous les Alumni s'accordent d'ailleurs à dire que leurs compétences acquises en écoles de commerce et leurs expériences en entreprises « classiques » ont été autant d'armes à faire valoir lors de leur arrivée dans le monde associatif. « Je mets dans ce projet solidaire toutes les compétences professionnelles que j'ai pu acquérir et développer en près de 20 années de carrière, assure Emmanuelle Stioui. J'utilise tout ce que j'ai appris et tout ce que j'enseigne. La gestion de projet, le management, la finance d'entreprise... C'est la convergence de mes compétences ». « Et en même temps, il faut adapter ce que l'on a pu apprendre, réinventer certaines méthodes pour que ça puisse servir les intentions de l'association. » ajoute Matthieu Dardaillon. Sofiane Kherarfa, du groupe SOS, est d'ailleurs convaincu que les compétences des uns feront grandir la globalité de l'entrepreneuriat social à l'avenir. Et même qu'à force de

voir des diplômés d'école de commerce s'engager associativement, les deux mondes finiront par aller de concert. « Je pense que l'entreprise du XXI^e siècle est une entreprise sociale. On verra, à mon avis, de moins en moins d'entreprises 100 % lucratives, 100 % financiarisées, mais de plus en plus d'entreprises comme le groupe SOS, c'est-à-dire plutôt associative, certes avec un board, un Comité exécutif, un conseil d'administration, mais 100 % associative et dont la performance extra-financière sera aussi importante que le volet économique. » Et Matthieu Dardaillon de conclure : « Ce qui importe, c'est que les produits et les services proposés par les organisations aient de l'impact positif. Ni les entreprises, ni les associations n'ont ce monopole. Il y a des entreprises très inspirantes, des associations avec un énorme impact, et des entreprises sociales qui essaient de réunir le meilleur des deux mondes. L'important, c'est la finalité et la manière dont sont faites les choses ».

“ Je pense que l'entreprise du XXI^e siècle est une entreprise sociale. On verra, à mon avis, de moins en moins d'entreprises 100 % lucratives ”

Les Alumni et leur association



Matthieu DARDAILLON (14)
Ticket for Change
ticketforchange.org



Laurence MICHELENA (EMS 09)
Fondation ARC
fondation-arc.org



Emmanuelle STIOUI (2000)
Le Village des Enfants Extraordinaires
www.vildeo.org



Sofiane KHERARFA (EMMD 20)
Groupe SOS
groupe-sos.org



Caroline BOUDERGUE (03)
Women in Africa
wia-initiative.com/fr

Par Gilles Gouteux

La vie associative, élément fondamental du parcours académique

Sur les différents campus d'ESCP Business School, la vie associative est foisonnante. La diversité des associations permet à chaque étudiant de s'engager, d'aiguiser sa curiosité, de créer du lien et même d'acquérir des compétences indispensables et complémentaires au parcours académique. Tour d'horizon.



soit se créer des initiatives locales. Ainsi, la Regatta qui organise une régates internationale chaque année en Italie est à l'origine une initiative d'étudiants du campus de Turin, Le WINL (Woman in Leadership) est pour le moment exclusivement à Londres, les membres de Oikos travaillent sur les problématiques de développement durable à Berlin et READS traite des questions liées aux problématiques liées à l'immobilier à Madrid (Cf : article p.70). Mais bien d'autres pourraient être citées.

Les associations ont des visages multiples. S'il y en a maintenant des quinquagénaires, comme Tribunes et la Junior Entreprise, certaines se sont créées il y a seulement quelques mois, comme le « jardin », une association de philosophie. Certaines sont directement liées aux pratiques des entreprises, d'autres sont purement caritatives, mais quel que soit leur objet, on assiste aussi à une professionnalisation des membres des associations qui sollicitent souvent les Alumni pour bénéficier de leurs

Une école comme ESCP, plus que bicentenaire, a une vie associative extrêmement riche et de nombreux Alumni citent parmi leurs meilleurs souvenirs de scolarité leur campagne électorale de BdE ou de Junior Entreprise, un Gala mémorable, une victoire d'équipe sur un terrain de sport ou une collecte de fonds réussie pour une action caritative. Ce sont durant ces moments d'exception que se forment des amitiés à vie.

Depuis que l'école a adopté une scolarité effectuée sur plusieurs campus, la vie des associations a beaucoup évolué, car si un étudiant n'est présent qu'un an maximum sur chaque site, la palette des possibilités n'a cessé de grandir, d'autant que des activités associatives se sont créées sur les Campus non parisiens.

On assiste d'ailleurs à une montée en puissance de ceux-ci qui peuvent soit récupérer une antenne d'une structure parisienne ou





compétences et aussi de leur sponsoring qui contribue à leur rayonnement. L'aspect intergénérationnel fait d'ailleurs partie de l'attrait de certaines opérations menées de concert entre étudiants et experts.

Être membre actif d'une association est un véritable atout pour un étudiant. Cela lui permet de s'engager dans un domaine de son choix, en multipliant les expériences dans le suivi de trésorerie, les pratiques événementielles, le management d'équipe, la gestion de crise, la recherche de fonds ... tout ceci apporte des compétences pratiques qui font indéniablement la différence lors d'un recrutement.

À l'instar de la MS Society, créée il y a 3 ans, la Bachelor Society verra prochainement le jour. Elle vise à suivre la vie associative des étudiants Bachelors sur tous les campus et de leur permettre notamment de structurer les Collective project qu'ils ont à mener collectivement durant leur scolarité.

Mais il ne faut pas croire que les étudiants des différents programmes sont cantonnés à des associations qui leur sont spécifiques et justement, celles-ci constituent un endroit où s'effectue un triple brassage : années de scolarité, nationalités et programmes. De nombreuses associations permettent ainsi aux étudiants de mieux s'intégrer au cours de leur scolarité.

C'est qu'elles sont ancrées dans le réel et suivent l'évolution du temps et par exemple, de nouvelles formes d'engagement sont apparues ces dernières années. Si Fleur de Bitume ou Rue des Enfants continuent d'œuvrer en direct auprès des sans-abris et des enfants, d'autres problématiques commencent à s'imposer comme le développement durable, l'égalité des genres ou l'aide aux réfugiés, comme le fait Each One (ex Wintegreat) créée en 2015 par trois élèves de l'école qui met en place un « programme tremplin » proposé à des réfugiés désireux d'évoluer au sein des entreprises. Cette association a rencontré un tel succès qu'elle a essaimé dans d'autres écoles de commerce et d'ingénieurs

Le périmètre des actions a aussi évolué et il n'est plus cantonné au XI^{ème} arrondissement de Paris, ni même aux villes où se trouvent les autres campus. L'association Call on U amène ses membres à New York, Solidarité France-Népal qui a fêté ses 25 ans en 2020, a par définition des champs d'action au pied de l'Himalaya et des étudiantes de The Women Tour sont parties six mois à la rencontre d'entrepreneuses et d'associations qui soutiennent l'éducation des femmes sur trois continents, l'Afrique, l'Amérique du Sud et l'Asie pour soutenir et promouvoir l'éducation et l'entrepreneuriat des femmes dans le monde via deux leviers : les dons et le microcrédit.

La pratique du sport n'est pas négligée et les clubs de Rugby, de basket, de handball, de football ... (femmes et hommes), les membres de ESCPYachting, les rameurs du club d'aviron et autres continuent de glaner coupes et médailles sur les terrains de la région parisienne. Les campus non français ont noué de leur côté des partenariats avec d'autres écoles ou des clubs sportifs afin de donner la possibilité à leurs étudiants de pratiquer leurs disciplines favorites.

La pandémie a évidemment bouleversé les pratiques et notamment, à Paris, le « couloir des Assocés » a dû être fermé pour raisons sanitaires. L'école a mis en place cependant de nouvelles dispositions avant un retour à la normale. Différentes solutions sont testées et certaines d'entre elles seront conservées lors du séjour sur le campus de la porte de Champerret où de grands espaces seront consacrés à l'expérience étudiante.

Le travail de l'administration se fait en collaboration avec le Bureau des Elèves (BDE) qui rythme l'année par des événements rassemblant les étudiants de toutes promotions confondues. Il se charge aussi de l'intégration lors du séminaire d'intégration (appelé SMAQ « Séminaire Moderne Ambitieux et Qualitatif ») et il assure les relations entre les étudiants et l'Administration. Une association des Anciens de tous les BdE qui se sont succédés depuis des années existe afin d'assurer un lien trans-générationnel et de permettre de garder ce même esprit qui perdure depuis tant d'années. |

Pour entrer en contact avec les responsables du suivi des associations sur les campus :

Berlin - Alina Iakovleva :
alakovleva@escp.eu

Londres - Solene Hoyez :
shoyez@escp.eu

Madrid - Edurne Garde :
egarde@escp.eu

Paris - Alice Arana-PrevotEAU (République) : aarana-prevoteau@escp.eu / **Sabrina Hakim (Montparnasse)** shakim@escp.eu

Turin - Valentina Tabacchi :
vtabacchi@escp.eu

11 idées pour bien s'engager dans l'associatif

Que cela soit pour prendre part à une action bénévole sur ses temps libres ou en tant qu'évolution professionnelle, l'engouement pour l'univers associatif n'a jamais été aussi important chez les Alumni. Co-fondateur d'associations en quartiers prioritaires, **Brieux FEROT (04)**, par ailleurs directeur du développement du groupe So Press, nous partage quelques idées utiles issues de ses différents projets.



Brieux FEROT (04)
co-fondateur d'associations et directeur
du développement du groupe So Press

En 2021, l'opération du programme de volontariat *Écoute solidaire*, menée par près d'un millier d'Alumni ESCP, a été un succès : avec un peu de temps et beaucoup d'échanges, l'entraide et la solidarité ont joué à plein avec plus de 2600 étudiants répartis sur les 6 campus qui ont pu partager leur ressenti de cette drôle de période avec des Alumni. A la suite de cette opération, c'est aussi et surtout du côté des Alumni que l'action a fait date : et si, en pleine évolution de carrière, prendre le temps pour les autres devenait un moteur ? A l'heure de s'engager, 11 petites idées très simples pour bien le faire.

Choisir une association en connaissance de cause, pas uniquement sur son nom :

comme tout milieu, le monde associatif n'est pas vertueux par principe, uniquement

parce que son action serait désintéressée. Il faut apprendre à vivre avec la culture imprimée par les fondateurs et/ou le bureau. Chaque association a sa propre dynamique, ses propres contraintes, ses vraies réussites, ses limites aussi... Renseignez-vous dans le détail avant de faire la démarche de contacter ses membres.

S'engager près de chez soi :

La pandémie a remis l'idée au goût du jour : votre quartier est déjà un extraordinaire lieu de lien social trop souvent sous-estimé. Lorsque l'association que vous rejoindrez fera appel à vous, ce sera sûrement sur votre temps libre, mais surtout quand et où l'association en aura besoin. Pour éviter de recevoir un message Whatsapp pour vous envoyer le lendemain matin à 1h de métro de chez vous, vous verrez qu'il vaut mieux privilégier des associations plus petites, au nom moins ronflant mais tout aussi utiles... près de chez vous ! Allez rencontrer ses membres de visu : rendez-vous en priorité à la maison des associations !

Comprendre ses propres motivations et celles des autres :

dans un monde où le bénévolat côtoie le salariat de manière spontanée et où, souvent, la compétence remplace le titre, il est important de bien comprendre et assumer pourquoi chacun est là : travailler ? rencontrer des gens ? être utile ? transmettre ses compétences ? mobiliser (enfin) son réseau ? s'amuser ?... Et ça commence surtout par soi-même !

Choisir une mission d'association dans un domaine qui vous plaît vraiment :

Le temps qui passe lorsque vous accompagnez des seniors pour un walking football sur terrain de quartier un matin d'hiver ou pour faire des cupcakes dans un foyer un samedi soir n'est pas le même pour vous, en fonction de vos goûts. Il y a plein d'associations pour lesquelles vous serez utiles, donc privilégiez celle dont les activités vous rendent vraiment heureux. Car vous ne verrez pas le temps passer.



Il y a plein d'associations pour lesquelles vous serez utiles, privilégiez celle dont les activités vous rendent vraiment heureux.

Vivre heureux avec une désorganisation apparente :

L'urgence du besoin caractérise la vie associative. La planification à outrance n'est pas toujours d'une grande aide. En fonction de la taille de l'association, la visibilité est parfois au mois, voire à la semaine. L'oralité – le coup de téléphone est toujours à la mode – et les boucles WhatsApp sont largement suffisantes. Un profil de diplômé d'école de commerce peut-être utile à une association : recherche de financement, aide à la gestion, communication, gestion des ressources humaines... Pour autant, si vous êtes conditionnés par le fait de tout cartographier en procédures, essayez de vous contenir. L'agilité de l'association vise à répondre à des situations exceptionnelles qui sont souvent aussi son quotidien !

A chaque écosystème, un périmètre :

Une manière de faire qui marche pour 50 bénéficiaires dans le besoin à de fortes chances de changer complètement pour 200. Développer une association, c'est tenir compte des nombreuses adaptations à réaliser pour avancer, régulièrement, au regard du bénévolat mais aussi de l'évolution des besoins, des publics, et aussi des partenaires publics et privés, avec leurs objectifs, leurs cultures et rythmes propres.

Apprendre une nouvelle langue pour être compris :

Le bénéficiaire remplace le client, le bénévole remplace le salarié, l'utilité remplace la vente, les actions remplacent les prestations, le partenaire remplace le financeur... Ce ne sont que des exemples, mais apprenez vite à bien écouter pour retenir ce qui se dit, et surtout ce qui ne se dit pas.

Inventer de nouvelles pratiques :

Ce n'est pas parce qu'on a « toujours fait comme ça » que vous devez prendre pour argent comptant tout ce qu'on vous racontera. En revanche, soyez très précautionneux de la culture interne avant de commencer à faire la révolution des pratiques. Proposez

par petites touches, en étant sûr(e) de ne pas être seul avec vos convictions, et surtout expérimentez : le monde associatif le permet plus souvent qu'ailleurs.

Savoir transmettre :

Se rendre indispensable est une grande force, mais ne plus l'être car vous avez su rendre solubles vos qualités dans l'association l'est encore plus. Chercher à transmettre de bonnes pratiques et s'assurer qu'elles vous survivent est un objectif plutôt salutaire et vertueux. Dans le monde associatif, mieux vaut trouver du talent aux autres que d'attendre de la reconnaissance à sa propre contribution. Bref, donner avant de recevoir.

Rêver grand, si ça peut vous aider à dormir mieux :

Hormis la FIFA (!), la plus grande association au monde est le Bangladesh Advancement Rural Committee, qui agit directement auprès de 20 millions d'individus et aide près de 110 millions de personnes. Dans un autre registre, ne pas oublier que la NBA et la NFL ont longtemps été des associations à but non-lucratif.

S'engager avec ESCP Alumni, c'est utile :

Écoute solidaire avec les étudiants, Viens Voir Mon Taf pour les stagiaires de 3^{ème}, participations à des groupes de travail sur l'évolution des pratiques professionnelles... L'utilité est de plus en plus au cœur d'ESCP Alumni, qui est, faut-il le rappeler, une association : à vous d'inventer le bénévolat qui va avec !

Brieux Férot a co-fondé Tatane (tatane.fr), mouvement pour un football durable et joyeux, et SoSo (Socios Solidaires), association qui répond aux problèmes d'un quartier – isolement, trouble de l'attention, invisibilité des femmes dans l'espace public, décrochage scolaire... - par de nouveaux jeux issus de la culture sportive.



Dans le monde associatif, mieux vaut trouver du talent aux autres que d'attendre de la reconnaissance à sa propre contribution. Bref, donner avant de recevoir.



Engagez-vous !

Vous avez toujours voulu consacrer du temps et de l'énergie pour défendre une cause mais vous n'avez jamais osé sauter le pas ? Et s'il était l'heure pour vous aussi de vous engager pour faire bouger les lignes ? Vous ne le regretterez pas.



Eva ROGOW (EMBA 18)

COO de Rogerveoice, engagée associative

« Il faudrait que les choses changent » ; « je voudrais faire plus pour la société » ; « j'ai envie de me sentir utile » : qui n'a pas prononcé ou entendu ces phrases au moins une fois dans sa vie ? Personnellement, je les ai entendues des centaines de fois, très souvent immédiatement suivies d'un « mais je n'ai pas le temps » ou « je ne sais pas comment faire ». Des excuses pour ne pas se confronter à des réalités parfois difficiles... Très souvent, on m'a aussi dit « j'aimerais faire comme toi et être plus impliquée ». A chaque fois, j'ai répondu : mais c'est très facile, il suffit de choisir la cause qui te tient à cœur et la structure qui te parle le plus, et d'y aller !

Le monde associatif est loin de m'être inconnu. Bénévole engagée dans différentes associations depuis plus de 10 ans, j'ai également été Directrice Générale Adjointe de l'association AIDES, qui lutte contre le VIH. Chaque fois, l'engagement nécessaire constituait un axe majeur de ma décision de les rejoindre. Que ce soit pour Make-A-Wish France, où j'ai réalisé de magnifiques vœux pour redonner de l'espoir aux enfants malades, pour SPILE, une association qui s'occupe de la réinsertion des sortants de prison qui m'a fait prendre conscience de ce qu'était la prison et ce qu'elle ne permettait pas de réaliser ou encore pour C'Possible, une association qui lutte contre

le décrochage scolaire, pour laquelle j'agis depuis près de 2 ans et qui me permet de jouer un rôle auprès de ces jeunes parfois délaissés par les systèmes classiques. Et puis il y a AIDES, dont la lutte contre les discriminations et pour l'inclusion de tous est au cœur des actions.

Pour toutes ces associations, je me suis engagée pleinement. Participer au succès de leurs missions, leurs consacrer du temps et voir les réussites, les yeux qui brillent et les sourires, cela n'a pas de prix ! Ce plaisir de donner et de recevoir à lui seul constitue une motivation incroyable pour s'engager aux côtés de ces structures. C'est ce que j'appelle le « Give Back ». Lorsqu'on a eu la chance, comme moi, de pouvoir évoluer dans la société, il m'apparaît de notre devoir de donner une partie de cette chance à ceux qui en ont moins. Avancer aux côtés des associations, c'est aussi avoir la possibilité de porter des messages, de leur faire traverser l'espace public et d'arriver à des changements d'idéologie et de comportements et finalement de créer de l'ouverture sur des mondes parfois bien trop fermés. S'engager, c'est rester en prise avec la réalité du monde. Pour être toujours connecté à

notre humanité, il n'existera jamais de meilleur sentiment que celui d'avoir accompli quelque chose au bénéfice de tous.

S'engager, donner, partager, faire changer les choses. Nous avons besoin de toutes les énergies, de toutes vos énergies pour créer un monde solidaire, inclusif et ouvert.

Alors, vous vous engagez ? Je vous attends !!



Avancer aux côtés des associations, c'est aussi avoir la possibilité de porter des messages, de leur faire traverser l'espace public.





Fondation
des
Monastères

UN DÉFI PLEIN D'AVENIR

**Sauvegarder le patrimoine des communautés
religieuses chrétiennes
avec la Fondation des Monastères**

**Tout don ouvre droit à des réductions fiscales, dans le cadre de l'IR, de l'IS et de l'IFI
Legs, donations et assurances-vie sont exonérés de droits de mutation**

01 45 31 02 02

www.fondationdesmonasteres.org

**Fondation des Monastères - 14 rue Brunel - 75017 Paris
fdm@fondationdesmonasteres.org**

Fondation reconnue d'utilité publique par décret du 21 août 1974,
exclusivement financée par la générosité de donateurs privés ou d'entreprises.
Ses comptes sont certifiés par le Cabinet Mazars.

Carrière

Avoir plusieurs métiers

Avec l'explosion de la productivité, les nouvelles façons de travailler, le développement du temps libre et l'époque propice à la quête de sens et à la réalisation de soi, avoir plusieurs métiers est tentant. Les fameux slashers se multiplient. Quelques conseils pour se lancer !



Par Axel CANAUD (06),
formateur indépendant
et écrivain sous le pseudonyme
Axel Sénéquier

Diplômé de l'ESCP et de Sciences-Po Paris, Axel conçoit et anime des formations pour des managers et des commerciaux en indépendant depuis plus de 10 ans. Il a animé plus de 1000 journées de formation.

En tant qu'écrivain, il a publié 8 livres (des recueils de nouvelles et des essais) et 3 pièces de théâtre. Il publie une chronique hebdomadaire sur sa chaîne YouTube intitulée « Ne laissez pas vos rêves sans surveillance. »

1 - Comprendre le contexte

Jim Harrison a écrit : La vie est courte, mais elle est large. Nos grands-parents exerçaient un métier à vie ; nos parents ont parfois changé de métier au cours de leur vie ; aujourd'hui, il est possible d'exercer plusieurs métiers en même temps. Généralement, on combine une activité business et une passion : art, sport, mécénat, collection...

2 - Les avantages

Exercer plusieurs métiers en parallèle est extrêmement riche. On développe des compétences variées, on côtoie des réseaux et des mondes différents (et qui ne se croisent jamais), on diversifie ses sources de revenu, on développe son ouverture d'esprit et sa compréhension du monde et on trouve des sources de plaisir insoupçonnées. Enfin on suscite de la curiosité et de l'intérêt chez les autres. Les gens passionnés sont passionnants.

3 - Suivre son intuition

Ne cherchez pas de relation immédiate entre vos différentes activités. Plus les domaines dans lesquels vous travaillerez seront éloignés, plus l'expérience sera riche et intrigante. J'anime des formations pour managers et j'écris de la littérature. Ne cherchez pas de retour sur investissement rapide. Ne vous préoccupez pas du regard des autres. Faites-vous confiance et prenez du plaisir. Il s'agit d'un chemin difficile et d'un choix de long terme. Appréciez le paysage !

4 - Être sérieux dans sa passion

La deuxième activité n'est pas qu'un passe-temps. C'est un métier à part entière qui justifie d'être traité comme tel. Formez-vous, travaillez et pratiquez sérieusement. Dans l'entreprise, je réponds présent tous les jours. Pourquoi en serait-il différemment dans le théâtre ou le développement d'une chaîne YouTube ? Consacrez du temps, de l'énergie et de l'argent au développement de cet autre métier.

5 - S'organiser et persévérer

Au début, les activités sont hermétiques et les réseaux étanches. Je ne peux pas

utiliser les compétences d'un domaine dans l'autre... et c'est très bien ainsi ! Savoir raconter une histoire ne me sert pas dans mes formations. Les effets de levier n'en seront que plus puissants. La cohérence de l'ensemble, impossible à percevoir sur le coup, vous sautera aux yeux ensuite. Mais développer une autre activité professionnelle demande de la rigueur et de l'organisation. Comme pour n'importe quel domaine, vous serez confronté à des échecs et à des obstacles. Cela fait partie du processus.

6 - Fabriquer du temps, de l'argent, de la chance

Faire ce qu'on aime suscite l'enthousiasme. La passion est une usine miraculeuse. Elle fabrique du temps : après quelques années, on se demande comment tout cela est entré dans un agenda ? Elle fabrique de l'argent : je n'avais pas le budget pour financer une participation au festival d'Avignon. Au final, j'en ai fait trois. Les planètes s'aligneront et, sans vous en rendre compte, vous bouclerez vos budgets. Les collectionneurs en sont le meilleur exemple. La passion fabrique aussi de la chance, des opportunités, des rencontres.

7 - Inspirer

Exercer plusieurs métiers rend heureux, positif et enthousiaste et attire vers vous des gens ayant le même profil. Vous vous nourrissez et vous enrichissez mutuellement. Sans le savoir, vous deviendrez une source d'inspiration pour les autres.

Pour plus d'informations,
contactez :
axelcanaud@hotmail.com

Propos recueillis par Brieux Féro

« La grande surprise, c'est que la Chine continue d'être un pays d'entrepreneurs ! »

Alors que les jeux de Pékin viennent de se terminer, **Bruno LANNES (78)** installé en Chine depuis 16 ans, décrypte l'Empire du Milieu. Le partner de Bain & Company, spécialisé en produits de grande consommation donne les clés pour mieux comprendre la Chine actuelle et le marché chinois. En répondant aux questions d'un autre Alumni, **Brieux FÉROT (04)**.



Bruno LANNES (78)
associé chez Bain & Company

Comment êtes-vous arrivé en Chine? Pourquoi y êtes-vous resté depuis si longtemps?

Ça fait 16 ans que je suis en Chine pour Bain. J'ai beaucoup travaillé dans le secteur de la consommation, et en 16 ans, on finit par connaître pas mal de choses. C'était une curiosité personnelle et un besoin. Bain, chez qui je suis depuis 30 ans, est organisé en partnership donc on n'impose pas : on écoute les désirs et les passions, et on essaie d'y répondre. En 2005, il y a eu une demande pour renforcer les équipes en Chine, pour développer nos affaires et aider au recrutement des équipes locales. J'ai levé la main sans savoir que ça allait être un engagement long. Je m'y plais beaucoup, ce n'était pas prévu mais c'est comme ça : on a l'impression qu'on a des plans de carrière, avec des étapes structurées pour construire son CV et sa carrière mais il faut

plutôt suivre ses passions et ses vraies motivations, persévérer dans un sujet... Et un sujet en plein mouvement comme la Chine, c'est équivalent à faire plein de choses différentes en 16 années...

Quelle est la chose qui vous a le plus surprise depuis que vous travaillez sur cette zone géographique? Qu'est-ce qui vous a surpris au début?

On doit désapprendre ce qu'on connaît, vraiment. J'étais à Paris et à Londres pour Bain, donc j'étais très occidental dans mes réflexes. En Chine, tout le monde est concentré sur une croissance forte et rapide ; et je ne parle pas de 3 % ou 5 % de croissance ; je parle de 30 % ou 50 % de croissance par an. Souvenez que dans les années 2006-2008, quand j'arrive en Chine, le PNB chinois croît à plus de 10 % ! c'est une révolution culturelle pour moi : un marché d'1,4 milliards de personnes avec 75 villes à plus de 1 millions d'habitants, qui croît si vite : on est dans un autre monde. C'est stimulant, et c'est aussi l'apprentissage d'une certaine modestie. Je pensais alors avoir des compétences mais je réalise que je dois mettre ce que je sais de côté, revenir à la planche à dessins... Lors de mes premières réunions, mes clients de l'époque en savaient plus que moi sur la Chine, c'est eux qui me donnaient des informations liées à

leur expérience. Il fallut accepter de ne pas leur parler de ce que j'avais appris ailleurs, qui n'était plus pertinent. Je dus travailler à mieux comprendre la Chine pour mieux conseiller nos clients, désapprendre et réapprendre, ce fut passionnant mais assez déroutant... La deuxième nouveauté, c'est que tout change tout le temps et que ça se développe tellement vite... Je n'ai pas l'impression de faire la même chose qu'il y a trois ans. En fait, depuis mon arrivée en 2006, j'ai traversé 6 périodes économiques différentes, qui obligent à constamment s'adapter.

Comment évolue la culture du management en Chine? Avez-vous différents exemples à nous partager?

Il y a le modèle initial, à savoir un modèle entrepreneurial classique, avec, pour caricaturer, un patron de droit divin et une équipe qui exécute sans le contredire. La Chine est un paradis d'entrepreneurs, et une de ses grandes forces, c'est la qualité des entrepreneurs... Avec l'arrivée de Deng Xiaoping et le lancement du programme de réformes et d'ouverture, il y a eu un appel d'air, et comme les Chinois sont avant tout des marchands, des entrepreneurs, ça a formidablement réussi en 40 ans. Aujourd'hui, se pose le problème de la succession de ces entrepreneurs qui doivent passer la main, ce n'est

plus la même dimension, ils ont recruté des MBA, et le modèle de management s'est professionnalisé, rapproché du modèle occidental... Et puis, il y a un nouveau style de management apparu plus récemment, notamment depuis l'explosion du digital en Chine : c'est une nouvelle forme d'entrepreneuriat avec des start-up ultra dynamiques : par exemple, dans le domaine de la grande consommation, 75 000 nouvelles marques ont été lancées sur TMall – l'équivalent d'Amazon – en 2021, ce qui rend ces marchés extrêmement compétitifs, innovants et volatiles.

En quoi les start ups chinoises sont-elles différentes ?

Ces start-ups se caractérisent par 3 principes. Le premier concerne l'innovation, avec des méthodes qui utilisent beaucoup les données des retours clients : ce sont des entreprises qui proposent des produits innovants, développent des prototypes rapidement, et qui les testent le plus vite, sans avoir le moindre souci pour tuer ce qui ne marche pas et bien-sûr pour conserver ce qui peut marcher, le tout en vitesse accélérée : le prototype est testé vite et on perd peu d'argent car on s'aperçoit vite ainsi si une innovation va marcher ou pas. Le deuxième principe porte sur la vitesse de croissance : ce sont des entreprises qui ont l'ambition de devenir très grosses, très vite; elles sont très bien financées par une industrie du capital-risque très développée et prête à prendre des risques, ce qui permet à ces nouvelles marques de surprendre les marques établies... Le troisième, et c'est parfois méconnu, c'est qu'elles fonctionnent en écosystème : c'est le modèle d'Alibaba, stimuler et faire vivre tout un écosystème pour se donner les conditions de réussir, en créant beaucoup de sociétés de services intermédiaires. Ne pas vouloir tout faire en interne, savoir déléguer des étapes à d'autres entreprises et se faire confiance pour réussir ensemble. C'est maintenant une règle qu'on trouve dans toutes les start-ups en Chine.

Comment se pense le territoire en termes de marchés ?

En général, c'est une combinaison entre 3 dimensions : le classement des villes, les provinces, et la démographie : les villes sont classées par niveau, et il y en a 5 ;



c'est un classement administratif, mais il recouvre aussi les réalités économiques. Tout en haut, il y a 4 villes de niveau 1 : Pékin, Shanghai, Shenzhen et Canton, des quasi-capitales sur le plan économique ; ensuite, au niveau 2, on trouve une trentaine de villes qui sont principalement les capitales de province avec un niveau de vie aussi très élevé – en moyenne, ce sont des villes de 12 à 15 millions de personnes, et ainsi de suite jusqu'au niveau 5... Plus on descend, plus les environnements sont petits, plus ruraux aussi. La deuxième dimension, c'est la géographie des provinces. C'est important en particulier pour les industries de grande consommation, à cause des différences de climat ou de traditions culinaires : le nord est, en climat, plus proche de la Scandinavie, avec un hiver très froid et rigoureux alors qu'Hong Kong et Canton, au Sud, sont plus sous les tropiques : Donc on ne s'y habille pas de la même façon et on n'y mange pas la même chose tout au long de l'année, sans compter que la Chine a beaucoup de spécialités culinaires très différentes d'une province à l'autre. Enfin, la démographie : par exemple, la moyenne d'âge des gens qui achètent du luxe en Chine c'est moins de 30 ans, donc si vous êtes un acteur du luxe, vous allez évidemment cibler les villes avec une plus forte proportion de jeunes.

Comment s'exporte l'Europe en Chine ? Comment les Européens

sont-ils perçus ?

Une de mes grandes surprises, un vrai émerveillement et je vous promets que c'est objectif, c'est l'ouverture d'esprit et la modestie des Chinois au sens large, qui sont friands d'apprendre ce qu'ils ne connaissent pas, ce qui se passe chez nous. Les Chinois étudient beaucoup ce qui se passe dans le reste du monde, et voient ce qui marche et ce qui ne marche pas, et ils en tirent des leçons pour leur pays.

Il y a une différence de perception entre Européens et Américains ou non, à leurs yeux ?

C'était moins le cas il y a quelques années mais, comme vous le savez, il y a une plus grande tension depuis quelques années, entre la Chine et les Etats-Unis : Ça se traduit par un certain sentiment négatif, pas forcément vis-à-vis des Américains en tant que peuple ni vis-à-vis de leurs marques, mais vis-à-vis de leurs dirigeants politiques. Dans ce contexte, l'Europe a une bonne carte à jouer, en naviguant entre les deux. Sur un autre plan, plus personnel, l'expatrié est bien reçu, notamment à Shanghai, qui est une ville qui a toujours été ouverte sur le monde. Mais il faut rester modeste et faire un effort d'apprentissage. C'est un monde très nouveau : on ne s'adapte pas naturellement. En face, tout est fait pour vous aider, vous encourager... On est extrêmement bienvenu... Les tensions qu'on a connues dans le passé, comme des embargos contre



Un marché d'1,4 milliards de personnes avec 75 villes à plus de 1 million d'habitants, on est dans un autre monde. C'est stimulant, et c'est aussi l'apprentissage d'une certaine modestie. ”

certaines marques françaises en 2008, ou des marques coréennes en 2017 sont liées à des événements géopolitiques extérieurs, pas à l'attitude des chinois vis-à-vis des expatriés qui sont en Chine.

Quid des Jeux d'hiver de Pékin en ce début d'année ?

La décision de la France de ne pas entraver la fête du sport par un boycott diplomatique a été bien reçue à Pékin. Joe Biden a boycotté diplomatiquement les Jeux alors que le président Macron l'a bien dit : « Il ne faut pas tout mélanger ». Les Jeux, c'est une institution qui rapproche la planète, dans un état d'esprit sain, sportif et compétitif. Ça ne veut pas dire qu'on oublie le reste, mais il est très important de renforcer ce qui rapproche et qui n'est pas conflictuel entre les nations, alors qu'on vit au milieu de grandes tensions géopolitiques.

Il y a d'autres enjeux que faire une grande fête pour la Chine, non ?

Il y a déjà l'événement sportif lui-même et ne serait-ce que les entreprises concernées

par les sports d'hiver, il y aura un boum après les Jeux de Pékin. Adidas ou Nike ont eu des performances remarquables jusqu'à maintenant après Pékin 2008, car il y a un engouement pour le sport et la santé. Je pense qu'il va se passer le même phénomène avec les sports d'hiver. Les Chinois aiment de plus en plus les sports d'hiver, qu'ils ont découvert il y a seulement quelques années ; beaucoup de mes amis chinois y vont maintenant régulièrement en vacances avec leur famille. Ces Jeux représentent une opportunité forte pour toutes les entreprises du secteur, car ils vont accélérer l'engouement des Chinois pour les sports d'hiver. Et on parle de dizaines de millions de consommateurs quand on parle de la Chine, comme vous savez !

Terminer derrière la Norvège ou le Canada va quand même un peu refroidir le pouvoir, non ?

Et bien je ne pense pas, pas plus qu'après les Jeux de Pyeongchang en 2018 : ils reconnaissent qu'ils débudent dans les sports d'hiver, mais ils progressent vite. Il faut bien voir qu'ils adorent apprendre des autres, c'est absolument vrai ! Je vais vous donner un autre exemple : avec Bain, nous sommes membres d'un conseil privé du maire de Shanghai, qui existe depuis plus de 30 ans. C'est un conseil privé d'une quarantaine d'entreprises internationales. En 1988, le maire de l'époque Zhu Rongji - qui est devenu ensuite 1er Ministre de la Chine



- a eu l'idée de s'entourer d'un nombre de grands patrons pour avoir leurs conseils sur le développement de la ville et comment la rendre harmonieuse et accueillante pour ses entreprises et ses habitants. Cette idée de prendre des avis de l'extérieur, ce n'est pas forcément à Londres ou à Paris que je verrais cela arriver... Je vis cela depuis plus de 10 ans me concernant, mais venant d'un maire qui gère l'équivalent d'un pays de taille moyenne, et qui a la modestie de s'entourer chaque année d'étrangers qu'il écoute avec attention, je trouve cela extraordinaire. Et ça fait 30 ans que ça dure...

L'année 2021 a été très dure pour la Chine : absence de vaccin efficace contre la Covid, éclatement de la bulle immobilière, krach boursier, naissances en berne, décarbonation beaucoup plus longue et coûteuse que souhaitée, et on peut même rajouter une contraction de la demande, des tensions sur les chaînes d'approvisionnement, des objectifs revus à la baisse. Et pourtant, 8,1% de croissance ! Alors, 2021, une bonne ou une mauvaise année ?

On peut dire que c'est une année qu'il faut rapprocher de 2020, comme dans tous les pays du monde. Il y a eu un effet en forme de V qui a impacté la Chine mais ils ont formidablement géré la Covid. Il faut regarder cela sur deux ans. La progression 2021 a été favorisée pour tous les pays, car beaucoup ont connu des croissances négatives en 2020, sauf la Chine, performance remarquable ! Donc sur 2 ans, c'est du 5% de croissance par an environ, ce qui correspond à leur cible à moyen terme. La crise immobilière n'est pas forcément une crise, mais c'est la première fois que les prix se sont stabilisés voire ont baissé : l'immobilier, pour les Chinois, c'est leur compte d'épargne, ils épargnent 30 à 35% de leur revenu, donc ils regardent cela de très près. Hormis la Bourse, il n'y a pas un grand choix d'investissement. Donc oui, les consommateurs ont été un peu plus prudents dans leurs achats, notamment dans la 2^e partie de 2021, ce qui a engendré une moindre croissance à l'arrivée... Les pouvoirs publics ont conscience de cela et naviguent au mieux, avec des politiques beaucoup moins généreuses dans la création monétaire



L'automobile électrique en Chine, c'est un monde de start-ups considérable. On estime que les Chinois produisent 40 % des véhicules électriques dans le monde. ”

qu'USA et Europe, mais qui savent s'ajuster par rapport à une conjoncture pas très porteuse. Mais il faut finalement mesurer les résultats d'une politique à l'aune de la satisfaction de ses citoyens ; c'est ce que fait l'institut de recherche Edelman (Edelman Trust Barometer) qui mesure chaque année depuis 22 ans dans 28 pays. Le rapport 2022 (couvrant 2021) vient d'être publié et il est sans ambiguïté : La Chine est classée première de ses 28 pays avec un indice de confiance de 83 (et même de 91 pour la confiance vis-à-vis du gouvernement) ; à titre de comparaison, les Etats-Unis sont classés 24e, l'indice des Etats-Unis est de 43 (et même de 39 seulement pour la confiance vis-à-vis du gouvernement).

Peut-on s'attendre à de nouvelles surprises ?

La grande surprise de façon générale, c'est que la Chine continue d'être un pays d'entrepreneurs, depuis 40 ans. La deuxième chose, c'est qu'on croit que la Chine est un pays de copieurs, alors que pas du tout : les Chinois déposent 3 fois plus de brevets que les Américains, idem sur les diplômés scientifiques, l'investissement R&D en % du PIB, c'est 1,5 fois celui des USA. Par exemple,

l'automobile électrique en Chine, c'est un monde de start-ups considérable. On estime que les Chinois produisent 40 % des véhicules électriques dans le monde, et c'est encore plus dans les composants et les batteries pour ces véhicules. Cet engouement pour les transports électriques ne date pas d'hier : A Shanghai, il y a entre 7 à 10 millions de cyclomoteurs, tous électriques depuis 15 ans. Avec en plus les transports en commun électriques, Shanghai est une ville extrêmement silencieuse, malgré ses 25 millions d'habitants !

Les matières premières, c'est tout de même en Afrique que la Chine se sert...

Il y a une double logique dans la stratégie de commerce international de la Chine. La première, c'est que la Chine a compris qu'elle aurait besoin de ressources pour son développement, et elle les obtient dans une logique commerçante, par rapport à ses besoins. Ils ont une dépendance dans un certain nombre de secteurs, et en échange, ils vendent des produits manufacturés, de la technologie ou des services. La deuxième, c'est que la Chine voit bien, depuis 2009 et la crise financière, qu'elle doit aussi



diversifier ses marchés et ne pas être totalement dépendante des marchés américain et Européen. Donc ils se sont ouverts et diversifiés, et commercent maintenant avec l'ensemble de la planète.

La Chine prend-elle sa part sur la diminution du réchauffement climatique?

Il y a eu un changement clair depuis l'arrivée du Président Xi en 2012. Il a introduit cette notion, il a créé l'idée de ne pas faire la course au PNB, comme ses prédécesseurs, et il a introduit la notion de croissance qualitative, pas simplement quantitative. Le récent slogan de « prospérité commune » va dans ce sens. L'environnement, c'est un enjeu considérable pour la Chine. Au début de la politique de réforme et d'ouverture de la Chine, tout l'Occident était content d'avoir exporté ses industries polluantes en Chine, et la Chine était contente de les accueillir. Puis, avec la crise financière de 2009 et l'arrivée de Xi Jinping en 2012, le modèle de développement de la Chine s'est transformé, et la protection de l'environnement a pris une place de plus en plus importante dans l'agenda du gouvernement chinois. La Chine a participé à l'accord de Paris en 2015 (COP 21), et aux COP successives jusqu'à la déclaration commune avec les Etats-Unis en novembre dernier (COP 26), avec un engagement ferme des pouvoirs publics chinois sur un certain nombre de cibles. Ils sont très déterminés là-dessus. Une de mes grandes découvertes, c'est que tous les membres du gouvernement à l'échelle nationale, provinciale ou au niveau d'une ville ont des cibles. Ils ont des cibles pour faciliter la création d'emploi, stimuler les investissements, augmenter le PIB (et par la même augmenter les recettes fiscales), et maintenant ils ont aussi des cibles liées à la protection de l'environnement. D'une façon générale, ces gouvernements sont extrêmement pro business. Ce sont des gens qui raisonnent d'abord en création de richesse et d'emplois, avec des cibles. Et maintenant ils ont aussi des cibles sur la production de CO2 et d'énergie renouvelable.

Un dernier point qu'on perçoit mal de l'étranger?

J'ai parlé du rôle clé des entrepreneurs chinois dans le développement de ce pays.

Mais il faut aussi parler du gouvernement : aux postes à responsabilités du gouvernement, ce sont des gens très compétents. Leur système est un système de sélection et de cooptation de leaders, ce qui fait que les gens qui dirigent la Chine sont les plus compétents : ça ressemble à la gouvernance d'une entreprise. Au début de leur carrière, ils ont géré une petite ville, puis une moyenne, puis une province, puis une grande ville, etc... Et leur personnel administratif est d'une qualité remarquable, ils sont pro business... Enfin, il y a leur capacité de faire des plans à vingt ans, créer des infrastructures comme leur TGV, des aéroports, des autoroutes... Par exemple, il y a un train entre Hong Kong et Shenzhen, une des Silicon Valley de la Chine, qui prend 20 minutes, donc ça crée des opportunités pour désenclaver Hong Kong. Finalement, on peut rapprocher ce modèle de nos 30 Glorieuses : il y avait en même temps des grands programmes tirés



Ne pas vouloir tout faire en interne, savoir déléguer des étapes à d'autres entreprises et se faire confiance pour réussir ensemble, c'est maintenant une règle qu'on trouve dans toutes les start-ups en Chine.

par le gouvernement, par exemple dans le nucléaire, l'espace, l'aéronautique, mais il y a eu aussi de grands entrepreneurs qui ont créé des leaders mondiaux comme Bouygues, Carrefour, Accor, Auchan etc ...

Pas de critiques contre la Chine, vous ne râlez contre rien : où est votre part de franchouillardise?

Je ne veux pas me voiler la face sur ce que la Chine ne fait pas bien mais je voulais donner une image plus équilibrée, parce que ce qui me désole le plus, c'est que la Chine fait un assez mauvais travail pour dire au monde ce qu'elle fait de bien ! Vous voulez comprendre la Chine ? Pour faire un travail d'analyse intelligent, il faut essayer d'accumuler un certain nombre de points de vue différents, et se faire sa propre opinion. Aujourd'hui je vous propose mon point de vue, fondé sur mon expérience de 16 ans. Pour éclairer mon propos, je vous propose de méditer sur la parabole des aveugles et de l'éléphant : quelques aveugles sont dans une ville d'Asie et on leur dit qu'un animal nouveau vient d'arriver qui est un éléphant. Ils se précipitent pour toucher cet animal pour se faire une idée de ce qu'il est. L'un touche la trompe, qui est souple et un peu visqueuse, l'autre les défenses, qui ressemblent à une lance, un autre les pattes et pense à un tronc d'arbre, un autre encore la queue qu'il prend pour un fouet... Au final, chacun a sa définition de l'éléphant, et ils ne sont pas d'accord et se disputent. Jusqu'à ce que l'un d'entre eux propose d'agrèger les points de vue pour parvenir à une description assez précise de l'animal. Et bien la Chine, c'est comme l'éléphant, il faut juste agréger plusieurs points de vue pour avoir une perspective d'ensemble... |

Bruno Lannes en 5 dates

1978 : diplôme de ESCP

1983 : MBA Wharton

2006 : arrivée en Chine

2013 : reçoit la médaille d'honneur de la ville de Shanghai

2021 : Fête ses 30 ans chez Bain



Envie de donner du sens à vos compétences ?

*« Parce qu'on y croyait,
on s'y est tous mis collectivement et c'était puissant. »*

Loïc,
Responsable data lab, Groupama Assurances Mutuelles.

**ÊTRE LÀ POUR LES AUTRES,
J'AI DÉCIDÉ D'EN FAIRE MON MÉTIER.**

Rejoignez-nous sur
[Groupama-gan-recrute.com](https://groupama-gan-recrute.com)



Par Audrey Brachet

No pain no g(r)ain

Alors que son parcours la conduisait sans détour vers une carrière dans le conseil en stratégie marketing, **Cléa DOSNE (20)** a pris le chemin de la boulangerie et fondé SHKOP en 2019.

Depuis, avec son frère Victor, geek reconverti boulanger, ils façonnent et commercialisent des pains bio longue fermentation et longue conservation.



Cléa DOSNE (20) et son frère
co-fondateurs de Shkop

Shkop. n.m.

1. Traditionnellement dans l'enfance de Cléa Dosne, tartine de pain carrée recouverte de pâte à tartiner et pliée en triangle.
2. Aujourd'hui, pain de campagne ou aux graines en moule d'environ 450g. Se décline sous les noms de Alex, Bernadette, Bianco, Carlota, Charlie, Marbella, Spelta, Corny et bien d'autres à découvrir.

L'épiphanie a eu lieu un dimanche soir. A la veille de son premier jour de travail dans un prestigieux cabinet de conseil, Cléa Dosne se ravise, décroche son téléphone, annule le rendez-vous et ose se lancer dans ce projet panaire qui fermentait depuis un certain temps déjà au sein de sa famille. Un grand-père agriculteur céréalier, une mère cuisinière avertie, les ingrédients sont là. Pourtant, Cléa a longtemps hésité. En parallèle de son parcours à ESCP, elle développe le goût des questions existentielles, se nourrit de réflexions sur le sens de son futur métier. Ses premières expériences

professionnelles sont des déceptions « je finissais de bosser à 1h du mat', je travaillais pour les autres, sans être jamais satisfaite, ça ne m'allait pas, ce n'était pas la vraie vie. » Tous les soirs durant son dernier stage, un taxi la ramène chez elle dans la ville endormie. À Lisbonne, elle réalise qu'elle aime déambuler de jour dans les rues commerçantes. La liberté d'avoir des loisirs, des passions, des projets devient plus pressante que le prestige. De retour à Paris dans un bouillonnement d'interrogations sur son avenir professionnel, Cléa discute avec son frère un soir dans le jardin de leurs parents. Victor, de deux ans son aîné, termine sa reconversion professionnelle : il a quitté le growth hacking et endossé le tablier de boulanger. L'idée ? Redonner ses lettres de noblesse au pain, produit artisanal et vivant. C'est là que naît le projet d'entreprise familiale.

Du pain sur la planche

« L'entrepreneuriat, explique Cléa, c'est la débrouille. Quand tu as peu d'expérience, tu as le syndrome de l'imposteur. Tout ce que je fais tous les jours, a priori je ne savais pas le faire. J'apprends à me débrouiller, il y a un besoin, une crise, t'as pas le choix, tu te débrouilles. C'est ça que j'aime dans mon métier ». La fratrie est complémentaire : Victor gèrera la fabrication des pains et la communication, Cléa la stratégie commerciale, les ressources humaines et les finances. Le projet est familial, père et mère mettent aussi la main à la pâte. Une épidémie de Covid plus tard, c'est avec le premier business plan de sa vie sous le bras que Cléa frappe à la porte des grandes banques. Mais personne ne veut financer un projet jugé « trop ambitieux » porté par des gens « trop jeunes ».

« On a rien lâché » affirme Cléa. Face aux refus, ils lancent une campagne de crowdfunding. Finalement, une banque accepte de financer le matériel nécessaire à leur installation. Aujourd'hui, ce financement est tripartite : la BNP, la NEF (banque éthique qui fonctionne en coopérative) et un prêt d'honneur du Val-de-Marne.

« Ce qui est essentiel, c'est de croire en son produit. »

À l'été 2020, leur concept de boulangerie dans le quartier des Buttes Chaumont du XIX^e arrondissement de Paris voit le jour. L'ouverture est prévue pour décembre. Terrasse, brunchs, à la parisienne. Tout est prêt. Jusqu'à une Nouvelle mésaventure entrepreneuriale. Le bailleur n'autorise pas les travaux, le projet est à l'arrêt, pourtant Victor et Cléa continuent de payer les loyers. « On a perdu du temps, de l'argent, et beaucoup d'énergie. Mais on a rien lâché. » La résilience est leur mot d'ordre. Début 2021, ils trouvent enfin un local. Nouvelle demande de prêt, signature du local, achat du matériel, aménagement – le four passé par la fenêtre – et enfin l'ouverture en septembre ! Dans leur fournil à Charenton-le-Pont (94), le bruit des immenses pétrins, batteurs et chambres de fermentation assourdit les voix. La discussion est régulièrement interrompue par une sonnerie



qui rythme le passage des clients venus récupérer leurs commandes. Bienvenue en immersion dans la light bakery de Cléa et Victor Dosne.

Le pain et le levain

Le projet familial est aussi celui du bien manger. Avant Shkop, Cléa confie qu'elle avait l'habitude d'acheter des baguettes sans se soucier des potentiels additifs et de leur impact sur notre santé. Elle découvre aussi à ce moment-là son intolérance au gluten, qui la pousse à rechercher spécifiquement du pain au levain naturel ayant bien fermenté. Elle réalise que malgré l'essor des labels bio, trouver ce genre de produits n'est pas chose aisée. C'est ainsi que l'idée de proposer un pain fait maison qui soit tout simplement bon pour la santé et digeste grandit. Le label bio c'est « la base » comme dit Cléa. Tous leurs produits sont donc labellisés à 100 %. « *Ce qui est essentiel c'est de croire en son produit*, témoigne-t-elle. *La génétique a tellement modifié le génome de certaines céréales dont le blé, ce qui rend les gens de plus en plus sensibles au gluten mal formé dans la plupart des aliments que nous mangeons.* » Le pain, c'est l'aliment

du quotidien, alors autant qu'il soit sain. Aujourd'hui, il existe différents types de levain sur le marché et dans les fournils. De nombreuses enseignes de la grande distribution utilisent cette appellation de « pain au levain » pour vendre. « *Souvent, explique Cléa, ces pains contiennent 1 % de levain ou bien un levain industriel mauvais pour la santé.* » Victor, lui, rafraîchit tous les jours le levain à base de farine de seigle hérité de son école de boulangerie et vieux de vingt ans. Les pains Shkop sont donc sans levure, sans additif et sans conservateur. Ils sont vivants naturellement. Un bon pain, c'est aussi un pain qui se conserve longtemps. À tout juste 27 ans, Cléa affirme maintenant sans hésitation qu'elle aime ce qu'elle fait. Elle raconte les moments difficiles, la pression, l'envie de mieux faire, mais aussi les accomplissements. L'entreprise compte maintenant cinq salariés, « heureux » précise Cléa, malgré l'exigence parfois physique qu'impose le métier. Il y a encore quelques mois, elle préparait elle-même chaque jour les cookies Meiko au chocolat noir, avec ingrédient secret, chargeait elle-même le coffre de sa petite C3 et partait pour ses tours de livraisons.

Prenez-en de la graine

Depuis quelques mois, les pains Shkop sont disponibles sur les applications de courses en ligne Cajoo et Flink qui distribuent Alex, Bernadette, Bianco et les autres dans toute la France. La boulangerie de quartier de Charenton a produit entre 500 et 1000 pains par jour. Contrairement aux dark kitchens, la boutique Shkop reste ouverte sur l'extérieur et accueille certains clients, même si son activité se concentre aujourd'hui en grande majorité sur la fourniture de professionnels. 2022 verra sans doute une levée de fonds et de nouveaux points de vente, en physique et en ligne. Et pourquoi pas la création de nouveaux labos en France. En attendant, sur le marché de Charenton tous les samedis matin, on rencontre Cléa, sur son stand, entre le fleuriste et le fromager. Un lien direct avec les clients shkoppeurs qu'elle n'a pas envie de perdre. Si vous y faites un tour, vous découvrirez Oscar, l'intello dandy de la bande, le plus raffiné, le plus distingué, le nec plus ultra. Le choucho de Cléa. Son best-seller. La pompe à huile provençale, au petit-déj, à l'apéro. Selon elle, « *un oscar ne dure jamais plus de deux heures...* »

Par Houda Gharbi

Une réponse Adok

Lors d'une réunion, nous avons tous été confrontés à l'écran de projection qui ne fonctionne pas, qui est mal configuré, ou à un problème de connexion ... Avec son Hub Tactile, Adok s'attaque à ces tracas du quotidien et révolutionne le travail collaboratif et la gestion des interfaces de projection. Son fondateur, **Paul PÉRÉTIÉ (16)** nous explique comment.



Paul PÉRÉTIÉ (16)
fondateur d'Adok

Créée en 2016, Adok est une jeune entreprise française qui s'est donnée la mission de développer de nouvelles interfaces pour faciliter et optimiser le travail collaboratif en entreprise. Son Hub Tactile est le fruit de trois années de R&D soutenues par l'École Polytechnique et Telecom ParisTech. Grâce à un pico-projecteur haute technologie, un système tactile très performant, et un ordinateur embarqué, l'outil développé est la solution ad hoc au service de la performance et la créativité ! Toutes les surfaces deviennent des lors, une interface potentielle pour travailler et performer. Mais revenons à la genèse du projet.

Au plus près du besoin des utilisateurs

« Nous sommes partis du constat que les outils et appareils collaboratifs déployés et utilisés en entreprise, notamment dans les salles de réunion et même dans les zones dédiées à la production, ne sont pas aussi simples, ergonomiques et pratiques que les appareils personnels des collaborateurs », explique Paul. Pendant la phase de développement de leur produit hardware, Adok a donc pris le parti de mettre à disposition des utilisateurs finaux les différents prototypes pour mieux cerner leurs besoins

et faire évoluer de manière pertinente leur produit. Le Hub Tactile d'Adok permet ainsi de transformer n'importe quelle surface en un écran tactile. Mobile et simple à utiliser, il est aussi flexible qu'une tablette et permet à des groupes de 4 à 6 personnes de collaborer et de travailler ensemble.

« Autour d'une table ou sur un mur, les équipes peuvent projeter un plan à une taille qui leur permet de tous travailler autour, de sauvegarder leurs annotations et de partager entre eux le résultat », souligne Paul avant de poursuivre, « concrètement, n'importe quelle surface peut devenir un tableau numérique. Avec son doigt ou un stylo, il est possible d'écrire ou de dessiner. Et parce que le Hub Tactile embarque un PC Windows 10 complet, intégré aux systèmes d'informations de l'entreprise, les collaborateurs

ont même accès à l'ensemble des logiciels qu'ils utilisent au quotidien ».

Un produit Made-In-France

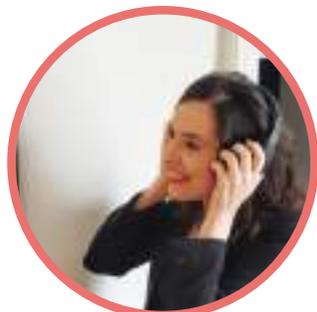
Le Hub Tactile d'Adok est commercialisé en partenariat avec Toshiba depuis fin 2019. Sa carte électronique est fabriquée par un fournisseur français de Toshiba. Lauréat du CES Innovation Awards dans la catégorie réalité augmentée, Adok accélère aujourd'hui la commercialisation de son Hub Tactile notamment à l'international. « Actuellement, plus de 130 entreprises utilisent notre Hub Tactile dans une dizaine de pays. Notre objectif est de faire du Hub Tactile un réflexe dans les entreprises et de généraliser son utilisation aussi bien en France que dans le reste du monde ! ».



Par Houda Gharbi

Le pouvoir de la voix

OHZ Masterclass révolutionne la communication interne et externe des entreprises en misant sur les podcasts. **Lorène PAGÈS (12)**, sa fondatrice nous explique sa démarche et ses ambitions.



Lorène PAGÈS (12)
fondatrice d'OHZ Masterclass

« Nous passons beaucoup de temps derrière nos écrans, au bureau, mais aussi à chaque instant de notre vie sur nos smartphones et les réseaux sociaux. Personnellement, j'ai toujours été plus attirée par l'audio, le son, la musique, la radio que par l'image », commence Lorène avant de poursuivre, « après une première expérience dans le monde de l'entreprise, j'ai eu envie de monter mon propre projet en alliant deux de mes centres d'intérêt : la transmission de savoir et l'audio. C'est le point de départ de OHZ Masterclass ».

Des podcasts pédagogiques immersifs

OHZ Masterclass est un studio de production de podcasts pédagogiques immersifs pour les entreprises et établissements culturels. Destinés à un usage interne et externe, ces podcasts permettent de donner la parole aux collaborateurs pour valoriser le patrimoine immatériel de l'entreprise, son capital humain, ses savoir-faire et expertises, mais aussi de renforcer sa culture, son image et de fédérer ses équipes. « Concrètement, nous mettons notre expertise du podcast et du storytelling au bénéfice de leurs objectifs », souligne Lorène.

La jeune pousse a déjà séduit de nombreux établissements culturels et entreprises.



Elle a collaboré avec le Centre des Monuments Historiques autour de deux collections : « *Quelle Histoire* », avec des collaborateurs qui racontent l'histoire du centre telle qu'ils la connaissent et la perçoivent, et « *les monuments sur le divan* ». « Pour cette série de podcast, nous avons demandé aux agents de dresser un portrait inédit des monuments où ils travaillent en imaginant leur personnalité, leur caractère, leur plus grande joie et déception... Et pour capter l'attention des auditeurs, nous avons augmenté le podcast par des ambiances sonores captées sur les lieux comme le grincement d'une porte, le vent qui souffle à travers les fenêtres ou des bruits de pas... ». Fin janvier, avec l'AP-HP,

OHZ Masterclass lance le deuxième épisode du podcast « *Dans la seringue* ». Dans chaque épisode, le personnel de santé présente une maladie. L'idée est de mettre en avant l'expertise de l'établissement mais aussi de diffuser plus largement des informations et des connaissances auprès du public.

Lorène et ses équipes travaillent également sur des podcasts d'offboarding dans le cadre desquels les collaborateurs qui quittent une entreprise vont pouvoir raconter leurs souvenirs et transmettre une expérience.

La voix, la prochaine révolution

« Nous avons la conviction chez OHZ Masterclass que le vocal et la voix constituent une nouvelle révolution des interfaces numériques. Et le boom des podcasts nous le prouve d'ores et déjà. Après l'ère des ordinateurs et des smartphones, nous pensons que les assistants vocaux vont changer notre quotidien », affirme Lorène.

Après plusieurs projets sur-mesure qui ont confirmé le potentiel de OHZ Masterclass et de son approche, l'enjeu est aujourd'hui de passer à l'échelle et d'être en mesure de proposer des cas d'usages facilement répliquables. L'entreprise cherche aussi à pousser l'expérience de l'auditeur plus loin en ajoutant une couche d'interactivité en suivant notamment de très près le développement des assistants vocaux éducatifs. Et pour mener à bien tous ses projets, la start-up prépare une levée de fonds.

Réseau



By Bruno Lebeault (SS), Delegate of the Canada Groupe

Entrepreneur Challenge 2021

Toronto, Nov 24th, 2021: Great success for the 7th annual AAGEF Ontario Annual Entrepreneur Challenge! 144 registrations including 79 alumni from one of the French Grandes Ecoles. ESCP Business School was the largest representant of those with 13 ESCP Alumni registered.



Congrats to our finalists Entrepreneurs Hamza Shaikh, Founder of Stabl, Simone Godbout and Nadia Ladak, Founders of Marlow and to our winners Anneke van Heuven and Elias Trouyet from Algo Bio who won both awards (Grand Jury Award and the Audience Award)!

Thank you to our MC Veronique Hamel, GM Canada for TerrAscend our Jury Audrey Heurzeau, CFO Rexel Canada, Loren Rafeson, Partner BDC Capital and Peter Traynor, President of Verona.

Thank you to our last year winner Rachel Bartholomew (Founder and CEO of Hyivy Health) for her testimonial.

Thank you to our sponsor Thierry Boitier, Founder and CEO of Rum It Yourself! and to

all our benefactors. Thank you to the organizing team Felipe Peng, Project Manager at TerrAscend, Christian Osterman, VP Application Development, Vexilor/ERP at Givex, Claire Canu, HR Business Partner at Goupe Media TFO, David Nanta, Senior Consultant at MI-GSO/PCUBED, Miloud Hassene, Risk & Commercial Contracts Manager, North America at Suez Water Technologies & Solutions and Gilles Chatelain, President at GMMC International.

Thank you to all participants for attending including Tudor Alexis, Consul General of France in Toronto. |

Par Henry de Brosse (EAP S2), délégué du Groupe Seniors Actifs

Les Seniors toujours actifs !

Le Groupe Seniors Actifs reste très engagé auprès de la communauté et porte les valeurs de ESCP, de nombreuses initiatives sont prévues pour cette nouvelle année !



Le Groupe Seniors Actifs a été animé et présidé par François Valverde (46) et son équipe pendant des décennies. La contribution la plus remarquable a sans doute été l'organisation de la collecte de la Taxe Professionnelle qui a rapporté depuis des décennies plusieurs millions d'euros à l'École !

François m'ayant passé le flambeau quelques mois avant la Covid, je souhaite partager avec vous les raisons de notre engagement.

Le Groupe Seniors Actifs regroupe l'ensemble des Alumni qui souhaitent, après leur carrière professionnelle, rester en contact avec leurs camarades, l'Association et l'École.

L'action du Groupe s'inscrit dans celle de l'Association. Nous nous attachons plus particulièrement à renforcer les liens entre anciens et à maintenir une relation privilégiée avec l'École tout en incarnant les valeurs de partage et d'entraide qui caractérisent la communauté ESCP (EAP...).

Pour y parvenir, nous avons 3 axes prioritaires :

1. Développer les interactions avec les autres Groupes de l'Association
2. Faire connaître les projets de l'École et contribuer à son développement.
3. Répondre aux besoins de nos camarades.

Malgré la Covid, nous avons pu renouer cette année avec le traditionnel Déjeuner des Seniors (3ème jeudi de novembre) durant lequel les interventions de l'École, de l'Association et de la Fondation ont permis de comprendre les réalisations récentes et d'appréhender les grands projets des années à venir.

Le soutien de l'Association et l'engagement de François de Salvert ont permis le succès de ce déjeuner. François a également organisé la messe du souvenir.

Nous aurons, dans les mois qui viennent, l'occasion de partager avec vous une grande ambition pour notre École et de contribuer à sa réalisation...

Nous accueillons toutes les bonnes volontés... et sommes ouverts à tout projet... **I**





INDIVIOR

Une approche INDIVIDUALISÉE de l'addiction



Par Christine Morel-Maroger (S2), déléguée du Groupe Gouvernance et Administrateurs

« L'entreprise à mission détourne-t-elle l'entreprise de sa mission ? »

Retour sur sur la dernière conférence/débat du Groupe Gouvernance et Administrateurs



Entre deux résurgences de notre invité indésirable et de ses variants successifs, nous nous sommes saisis de l'intitulé quelque peu provocateur d'un article du Professeur Frédéric Fréry pour organiser une conférence/débat du Groupe Gouvernance et Administrateurs.

Derrière ce dispositif phare de la Loi Pacte, se cache en effet un vrai sujet sur le rôle de l'entreprise. Et c'est, d'abord, un vrai sujet de gouvernance !

Multiplier les points de vue et enrichir le débat par des interactions inopinées, tels ont été les partis pris sur cette thématique de "L'entreprise à mission". Nous avons eu la chance de pouvoir réunir un

plateau d'exception constitué de cinq intervenants :

- Frédéric Fréry (89), Professeur à ESCP Business School et à CentraleSupélec
- Angèle Faugier, Membre du Directoire de Naxicap Partners
- Isabelle Parize (80), Chair of Delsey, administratrice de sociétés
- Julien Sylvain (09), Fondateur et CEO de Tediber
- Cyrille Vigneron (82), Président & CEO de Cartier

Grâce à Jean-Christophe Vidal (01), délégué du Groupe, les nombreuses interactions avec un public d'alumni et d'étudiants, un peu disséminé mais très

investi et acteur, ont témoigné de l'intérêt pour un sujet loin d'être réservé à des initiés.

Par-delà les déclarations de bonnes intentions, quelques questions de fond se sont faites jour et ont suscité des discussions animées : l'entreprise est-elle faite pour générer du profit ? Une entreprise peut-elle exister sans raison d'être ? La qualité d'entreprise à mission est-elle nécessaire pour apporter une contribution utile à la société ? L'action militante – au plan écologique ou social – est-elle compatible avec le but lucratif de l'entreprise et la rentabilité requise par ses actionnaires ?

À l'heure où l'environnement cristallise – à juste titre - l'essentiel de nos préoccupations pour l'avenir, et où se profilent des transformations dont les entreprises seront les pierres angulaires, ouvrir ce débat sans a priori dans une business school ne manquait certes pas de sens. ■

Le replay ainsi qu'une synthèse des interventions sont disponibles sur demande.

Fondé en 1955 par Maître Jean-Pierre Karsenty, le cabinet J.P. Karsenty & Associés a choisi de demeurer au fil des années une structure à taille humaine afin de préserver des relations privilégiées avec chacun de ses clients.

DU CONSEIL A LA GESTION DES CONTENTIEUX

Depuis toujours, les avocats du cabinet exercent leurs activités aussi bien en qualité de conseil que devant les tribunaux. Le travail de conseil permet d'appréhender en amont la phase contentieuse avec une parfaite connaissance des dossiers, des contrats ou des accords préalables et ainsi d'anticiper dans les meilleures conditions les litiges éventuels.

UNE RELATION PRIVILÉGIÉE ET DURABLE

Chaque avocat fournit une prestation personnalisée et assure une disponibilité permanente, une grande rapidité d'intervention, une recherche pragmatique de solutions et une anticipation des besoins.

UN SUIVI PERMANENT ET EXCLUSIF

J.P. Karsenty & Associés met au service de ses clients ses moyens et ses compétences afin de leur assurer la meilleure sécurité juridique. La stabilité des équipes, composées d'un ou plusieurs associés et d'un ou plusieurs collaborateurs spécialisés, favorise la communication entre les clients et le cabinet, contribue à une meilleure compréhension des enjeux des dossiers et renforce l'efficacité des interventions.

ACTIVITÉS

Les domaines d'intervention

- Droit de la propriété intellectuelle
- Droit des nouvelles technologies - internet
- Droit de la distribution - concurrence
- Droit de la consommation et de la publicité
- Droit social
- Droit des baux commerciaux
- Droit pénal
- Droit des sociétés
- Droit viti-vinicole
- Droit de la responsabilité et des assurances



Par Laurent Coignon (EMMD 10), Arnaud Hentzen (EMMD 09), Laurent Chekly (EMMD 13) et Bernard Thésin (EMMD 11), Délégués du Groupe Executive Master Manager Dirigeant.

Dîner privé à St-Germain-des-Près

Le Groupe s'est réuni en présence de Davis DE PAS, Magistrat Juge d'Instruction, en décembre dernier.



Tous les mois, dans la mesure du possible et dans un cadre moins formel, un afterwork-rencontre est proposé par les délégués du Groupe dans le centre de Paris. Il permet de passer un moment entre les habitués et d'accueillir de nouvelles présences, le temps de tisser un contact dans un tissu varié d'activités que représentent les alumni du Groupe Manager Dirigeant. |

N'hésitez pas à suivre le Groupe sur le site de ESCP Alumni ainsi que sur LinkedIn, où nous y avons un groupe spécifique, afin de rester informés des dernières informations et échanger vos expériences.

Depuis 2013, les délégués du Groupe Executive Master Manager Dirigeant : Laurent Chekly (EMMD 13), Laurent Coignon (EMMD 10), Arnaud Hentzen (EMMD 09) et Bernard Thésin (EMMD 11), organisent de façon régulière des événements avec des invités du monde professionnel, économique, politique ou social. C'est aussi l'opportunité de connecter une communauté d'environ 1100 diplômés de ESCP Business School, issus de la même formation.

Le 14 décembre 2021 dernier, les délégués ont organisé un dîner privé dans le merveilleux quartier de

Saint-Germain-des-Près en présence d'une vingtaine de personnes et de notre invité.

David DE PAS, Magistrat-Juge d'instruction qui nous a fait l'honneur d'échanger sur le thème de la justice. Coordonnateur du pôle anti-terroriste, il a su nous partager son parcours professionnel, la place du juge d'instruction, sa relation avec ses collaborateurs et, dans la mesure du possible, répondre aux questions passionnées des participants.

La convivialité, de rigueur, autour du repas a contribué à la participation de récents diplômés que nous félicitons encore!

Par Nada Nadif (EMS 15), déléguée du Groupe Santé.

Le Groupe Santé continue sur sa lancée pour 2022

Les webinars du Groupe Santé sont plébiscités pour leurs thématiques innovantes.



nombreux intervenants des webinars sur les « Innovations & Management des structures de santé en France » publié chez LEH Edition en octobre 2021.

Le Groupe Santé poursuit sa route avec de nouveaux webinars « nouvelle formule » et des événements en présentiel en 2022 à travers les séminaires, soirées débats, conférences...

Rendez-vous pour un prochain webinar ensemble ?

Malgré l'évolution de la crise sanitaire, le Groupe Santé améliore sa communication digitale avec ses webinars sur les nombreuses innovations organisationnelles et digitales en santé. Ils sont suivis par de nombreux étudiants, professionnels de santé et acteurs des entreprises du secteur public et privé. Des événements hybrides se poursuivent en 2022, avec un nouveau partenariat EBM HealthEvent®. Nada NADIF, déléguée du Groupe Santé, poursuit l'aventure initiée il y a près de 2 ans, en proposant des webinars pour les étudiants et les professionnels.

Devant le succès de cette initiative, le Groupe a décidé en 2021 de structurer cette activité en créant EBM HealthEvent® en partenariat avec la

plateforme digitale d'influence et de référence ManagerSante.com et la société Beesens.fr « la santé en partage » spécialisée dans la conception de supports digitaux de communication pour la eSanté.

Les acteurs de l'écosystème santé nous sollicitent de plus en plus pour proposer des webinars sur de nouvelles thématiques.

Les résultats ne se sont pas fait attendre avec plus de 30 webinars en replay hébergés sur la chaîne Youtube managersante qui compte désormais +3000 abonnés.

Nous avons même contribué dans un ouvrage collectif de référence, coordonné par ManagerSante.com, avec de

Par Auriane Denis (MS 12) et Jean-Paul Carretero (EMS 05),
délégués du Groupe Vins & Spiritueux.

Des projets hauts en couleur pour 2022 !

Le Groupe Vins & Spiritueux s'est relancé ce dernier trimestre 2021 avec deux événements placés sous le signe de la convivialité.



Le 29 septembre était l'occasion de parler des différentes foires aux vins, avec la participation de plusieurs intervenants spécialistes des foires aux vins françaises et des nouvelles tendances de ce secteur d'activité. Étaient notamment présents le directeur de Lavinia, la responsable marketing de Idealwine, et l'influenceuse « rougeauxlèvres ». Un certain nombre d' alumni sont venus échanger, discuter, déguster, et boire les paroles de tous les intervenants.

Une dégustation réussie avec des rouges fruités aux plus évolués aux arômes de boisés, fumés et de toutes les appellations, idem pour les blancs secs de Bourgogne ou de La Loire aux arômes de fleurs blanches et de fruits frais...

Pour le deuxième événement, place aux champagnes ! Une dégustation pour vous faire découvrir les différents cépages et techniques de vinification du vin les plus techniques au monde (cuve inox, bois, travail sur les vins de liqueur et sans ajout) avec un atelier sur les accords mets et vins présentés par Cynthia Coutu (Delectabulles.com « Meilleure dégustation de vins à Paris » selon le NY Times).

Une dégustation assise qui a créé de beaux échanges entre les convives, laissant place à une belle camaraderie.

Ces belles rencontres annoncent de belles perspectives pour les prochains événements et nous espérons d'ailleurs organiser cinq manifestations en 2022.

Nous vous attendons dès le mois de février pour vous faire découvrir une région souvent méconnue mais très prisée des amateurs et professionnels : les vins du Jura. Des vins idéaux en cette période propice aux sports d'hiver et ses mets réjouissants (raclette, fondue, tartiflette...) sélectionnés et présentés par une des plus prestigieuses caves parisiennes : les caves Legrand. Vous apprendrez tout de cette région fabuleuse, ses vigneron stars et en devenir. Pour accompagner vos repas de Pâques, nous proposerons un tour d'horizon des vins de Loire. Dans cette belle appellation il y en a pour toutes les bourses, tous les goûts, toutes les couleurs (rouge, rosé, blanc sec ou moelleux, effervescent et toutes les tendances) Rejoignez-nous pour déguster quelques beaux flacons.

Pour lancer la belle saison des barbecues et les rencontres à l'extérieur nous vous retrouverons autour des « rosés de l'été ».

Et l'année va continuer avec le Groupe Vins et Spiritueux... Nous sommes à votre écoute !



La Redoute
◆ INTERIEURS ◆



Un nouveau booster de motivation et de changement

Vous allez passer en moyenne 80 000 heures de votre vie à travailler... Et si ce temps servait à construire un nouveau modèle de société? Et si la révolution commençait au travail?

Les crises sociales, économiques et écologiques se multiplient. Elles menacent nos conditions de vie, ainsi que la perspective d'un avenir meilleur et durable pour les générations futures. Il est urgent de nous demander si notre travail fait partie du problème ou de la solution.

Est-il possible de concilier sécurité matérielle et quête de sens? Travail et épanouissement? Carrière et utilité sociale? Comment avoir un impact positif par son travail? Comment réconcilier emploi et transition écologique et sociale?

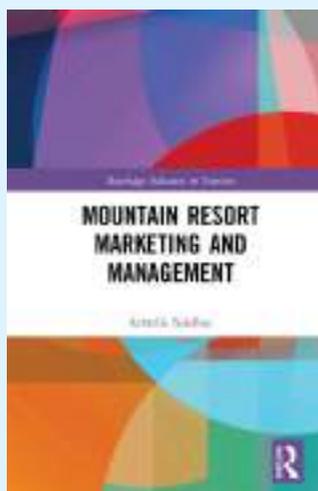
Dans ce manifeste, nous osons dire « Oui, c'est possible! » et nous vous partageons un nouveau récit pour réinventer collectivement le monde du travail.

Découvrez des pistes concrètes et de nombreux exemples pour transformer votre vie professionnelle en carrière à impact, quel que soit votre âge, votre parcours et votre métier.

Votre travail est probablement l'un des plus grands leviers à votre disposition pour contribuer à changer les choses. Oui, vous pouvez mettre vos talents au service d'un monde plus juste et plus durable!

Tu fais quoi dans la vie?

Joséphine Bouchez (14) et Matthieu Dardaillon (14), Editions Alisio, 7,5 €



How to manage the mountain tourism industry

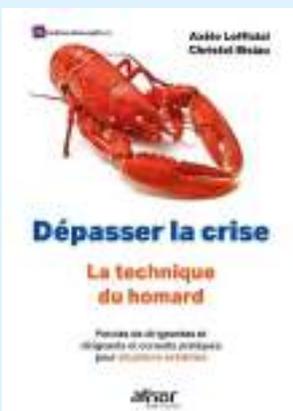
Mountain resort tourism is a competitive environment, experiencing increasing growth in new markets such as China, that require the knowledge and skills developed by mature markets. This book provides these insights by offering a critical and up-to-date examination of the mountain industry.

This book covers branding, management, and revenue optimization in an industry where very heavy investments are requested and mature markets need to ensure they remain competitive. Chapters include interviews with professionals and international experts on mature markets to shed light on the development and marketing strategies that make

these resorts successful. Major issues facing mountain resorts today are addressed, including climate change, sustainability, COVID-19, the experience economy, yield management and dynamic pricing policies, and investment management.

Offering valuable knowledge on how to successfully market and manage ski resorts in an ever-changing and competitive environment, this will be useful reading for upper-level students, researchers and current practitioners in winter sports, destination development and management, sport tourism, and development studies.

Mountain Resort Marketing and Management
Armelle Solelhac (09), Editions Routledge, 194 pages, 143.90 €



Préparer le monde de demain

Le monde du travail aujourd'hui, c'est déjà le « monde de demain ». Allez-vous vraiment manager ou être managé comme hier? Comment allons-nous vivre dans ce nouveau monde professionnel? Nous avons dépassé la crise, mais en quoi cela nous a-t-il changés? Tout le monde a vécu une situation extrême, inédite, qui a bouleversé nos façons de travailler ensemble. Découvrez les expériences d'une quinzaine de dirigeantes et de dirigeants d'organisations de toute taille que nous avons interviewés. Leurs organisations ont été confrontées

à des transformations majeures. Ils et elles nous expliquent ce qu'ils ont vécu et ce qu'il faut en retenir d'essentiel. Vous trouverez ici des conseils et des exercices pratiques facilement utilisables. Une série de questions vous invite également à réfléchir à vos propres situations pour développer des bonnes pratiques. Enfin, nous vous dévoilons la fameuse technique du homard!

Dépasser la crise : la technique du homard
Axelle Lofficiel (99) et Christel Bisiau, Editions Afnor, 200 pages, 28 €

Un roman poétique d'une originalité folle



Amélie n'avait rien aimé d'autre que les mots et les histoires. Elle écrivait tous les jours, surtout la nuit, et rien ne lui plaisait plus que d'inventer des personnages malaisants baptisés de prénoms improbables. Rien ne lui offrait plus de joie que l'enfantement d'un nouveau roman, ses grossesses courtes et sans complications lui permettant d'accoucher trois à quatre fois par an. Jusqu'à Christian. Avant lui, Amélie n'était jamais tombée amoureuse d'un être humain. Elle éprouvait une grande affection pour les champignons parasites et les insectes ravageurs, mais aucun spécimen de ses espèces favorites n'était parvenu à la détourner de sa mission sur Terre : écrire. Une seule et unique fois elle avait cru aimer un homme, Prétextat Tach, dont la misanthropie et les fulgurances rhétoriques la subjugaient. Mais Prétextat était le personnage principal de son premier roman, et les difficultés qu'elle avait endurées pour en finir avec lui l'avaient convaincue qu'on ne l'y reprendrait pas. Non, cette fois, l'amour était bien réel, et elle l'avait tout de même vu approcher. Comme la plupart des gens avec qui elle avait réellement interagi au cours de

sa vie, tout avait commencé par un élan épistolaire. Née d'un courrier de ce fan – Amélie répond toujours à ses admirateurs – la relation s'était équilibrée au fil des échanges, et elle-même était devenue une inconditionnelle des lettres de son lecteur. Christian semblait fasciné par le rapport d'Amélie à la beauté assassine, l'obésité morbide, par la fabuleuse monstruosité des personnages de ses romans ; Amélie était, quant à elle, totalement éblouie par la poésie et la perfection graphique de ses missives.

Les deux correspondants avaient en commun d'avoir passé une partie de leur enfance au Japon, et c'est dans cette langue calligraphiée qu'ils s'étaient écrit avec une constance presque sans faille : on s'attache beaucoup à quelqu'un qui dessine pour vous parler.

Après deux années d'idéogrammes à l'encre noire, ils se rencontraient enfin, dans un avion au départ de Paris, parce qu'ils n'avaient pas trouvé de lieu sur Terre qui soit à la hauteur de l'événement.

En finir avec l'amour

Sevy Neige (MS 10), Editions Frison Roche Belles Lettres, 17 €

Nouveau leadership guidé par la recherche de sens



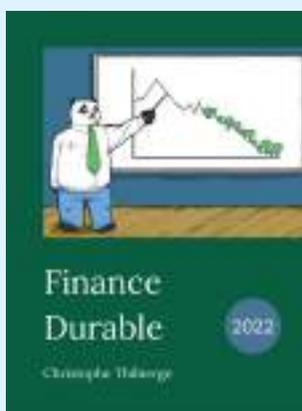
Dans un style personnel et enthousiaste, Michel Sapranides partage sa conception du Leadership, basé sur vingt-cinq ans d'expérience pratique du sujet, notamment comme dirigeant international dans un grand groupe puis comme entrepreneur de PME aujourd'hui reconnu dans son métier. Homme d'engagements et de convictions, il destine son ouvrage aux plus jeunes pour susciter des vocations, mais aussi aux repreneurs d'entreprises et à tous les patrons de PME. Il est persuadé que les entrepreneurs détiennent les clefs du développement

économique et social de notre pays. À ce titre, il fonde ici la notion de « Leader Sociétal », défendant un leadership tourné vers le sens à donner à notre action pour contribuer à l'avenir de notre société. Jamais le Leadership n'a été traité avec un pragmatisme si inspirant et mis ainsi à la portée du plus grand nombre.

Leader sociétal : le cœur des entreprises

Michel Sapranides (96), Editions Leader Societal, 20 €

Finance d'entreprise et développement durable : le défi



La finance durable est une nouvelle manière d'aborder la finance d'entreprise pour répondre aux enjeux climatiques, économiques et sociaux du XXI^e siècle. Christophe Thibierge (promo 89) est professeur de finance à l'ESCP depuis 30 ans, et il a notamment publié « *comprendre toute la finance* » (4^e édition, plus de 20 000 exemplaires vendus). Ces dernières années, les étudiant.e.s et diplômé.e.s ESCP lui ont fait part d'une demande croissante : comment intégrer les problématiques de développement durable et les critères ESG (environnement, social, gouvernance) dans la pratique de la finance ? Christophe Thibierge

a donc créé une option de spécialisation sur ces thèmes à ESCP, et il a voulu écrire ce livre pour faire évoluer la finance telle qu'elle est enseignée et pratiquée, en dépassant le simple discours de façade (greenwashing). Sa conviction est qu'il est plus facile d'adapter des modèles existants – enseignés et pratiqués depuis des années – plutôt que de réinventer tout un système. Son livre suit 4 grands thèmes (le risque ; investir ; financer ; changer) et prend la forme de fiches de réflexions et d'exemples d'entreprises pour illustrer comment les problématiques de soutenabilité peuvent être intégrées dans les modèles financiers.

Finance durable

Christophe Thibierge (89), éditions BOD, 190 pages, 15 €

Campus

Celebrating the first anniversary of ESCP's media, The Choice



In 2019, ESCP Business School brought together students, alumni, staff and faculty to reimagine what it means to be a European business school, and to reconnect with ESCP's heritage in celebration of the school's 200-year anniversary. This is where our story begins.



Emily OLYARCHUK



Emmanuel SURUN

It all started with the choice to align ESCP's brand vision with the awareness that in business, as in life, everything starts with choices, and that these choices are what define us. Our choices are the mark we leave on the world. In addition to a new ad campaign and brand strategy, ESCP wanted to create a platform to showcase the expertise of the entire ESCP community and confront the many important choices that current and future business leaders will make in the years to come. Thus ESCP's media, The Choice, was born.

Launched in the fall of 2020, The Choice is supported by ESCP's federal communications team and colleagues across the campuses, and managed by Emily Olyarchuk. In celebration of the first anniversary of The Choice, the alumni magazine spoke with Emily and Emmanuel Surun, one of the Choice's editors, to learn more about ESCP's new media.

Could you tell us more about the vision behind The Choice?

Emily: The Choice is a platform to showcase the experience and expertise of the ESCP community. And that includes our professors, alumni, students and staff. Our mission is to provide an expert vision on the trends impacting business and society by highlighting the quality research of our professors alongside the industry know-how of our alumni and students. Though we also welcome outside experts eager to share their insights with us.

While we address a variety of issues, from the unique challenges of family businesses to the power of Tech For Good, there are four editorial pillars that we regularly return to: Entrepreneurship, Sustainability, Inclusion & Diversity, and Digital Transformation. These are essential to The Choice's editorial line not only because they are key issues in the business world but because they represent strategic topics for ESCP. Through our work, we hope to help current and future business leaders make choices guided by our European

values of diversity, multiculturalism and interdisciplinarity.

What does your day-to-day look like in managing The Choice?

Emily: My role is something like that of a conductor, orchestrating the various articles and projects that keep The Choice in motion. My personal mission is to continuously find that sweet spot where what we have to say as ESCP and what our audience wants to hear overlaps. I want every reader to finish an article with both the why and the how answered: why does this matter to me and how can I put into practice what I've learned.

On a given day, I can go from contacting ESCP alumni for an interview on inclusion and diversity in the workplace to copy-editing an article on sustainable finance to recording a podcast on algorithmic bias. The wide range of topics and expertise we have at ESCP is what makes the job exciting.

The Choice is also supported by a team of communication professionals and journalists. Emmanuel Surun is our editor for all things research-oriented, and I coordinate the general operations of the media alongside Maud Autrechy. I also work closely with freelance journalists and editorial consultants from YouLoveWords, a content marketing agency founded by ESCP alumnus Grégory Nicolaïdis. In addition, we host a monthly editorial committee to bring together our communications colleagues across ESCP's

campuses and share ideas. Thanks to the efforts of the entire editorial team, we mobilised over 150 members of the ESCP community and covered more than 50 different topics last year.

What have you learned from this first year of The Choice?

Emily: Our motto for 2022 at The Choice is less is more. We have so much to share at ESCP but it is about finding the right message for the audience we are trying to reach. And that's our job in the communications team whether we're working for social media, with the press, or on ESCP's website. Digital technology has made it ridiculously easy to produce content for mass audiences, which in turn has created a lot of "noise." The challenge now is how to stand out from that noise.

A couple of the ways we are working to make this happen at The Choice is by diversifying our formats and focusing on the topics that most interest readers. Last year, we launched the first podcast from The Choice, which I host with Lara Vogel. HerVoice is dedicated to giving women experts at ESCP a platform to speak on the topics they are passionate about. In 2022, we will be coming back with season two of HerVoice and launching a second podcast with Professor Ben Voyer on a topic that is still too taboo: making mistakes. We also adapt to the codes of social media by making snappy, highly visual content, like the Show Me the Data video series.

On an individual level, I certainly learned about the immense strength of the ESCP network this year, which is something I imagine anyone already reading this magazine knows about. The Choice wouldn't exist without the 150+ faculty, staff, students and alumni who have contributed their expertise and shared their stories with us.

What's next on the horizon for 2022?

Emily: This year will be about perfecting what we do best and continuing to test & learn. The Choice newsletter is an important lever for the site, as it allows us to bring our content directly to interested audiences. In 2022, we plan to make this newsletter more frequent and increasingly personalised. On the innovation side, we'll be launching our first digital event series, with Insight ESCP, a bi-monthly

video debate between ESCP experts and business leaders. Stay tuned!

Let's meet Emmanuel Surun, editor and coordinator of all things academic research for The Choice.

How is research valued at the school? And what role does The Choice play in this?

Emmanuel: I'm part of the communications team but I also work closely with the school's Associate Dean for Research, Pramuan Bunkanwanicha, who thinks it's important to enhance professors' research for knowledge translation, transfer and implementation, to not only make an impact in the academic sphere but, more generally, to reach other stakeholders: the business world, policy- and decision-makers, of course, but also the European community, students and society as a whole.

The Choice is part of our dissemination ecosystem, which has a virtuous circle that we try to foster. Basically, we promote our faculty members' impactful research with economic and societal benefits on The Conversation, in the press, on the school's website and media platform, as well as social networks:

- We encourage and help professors get published on The Conversation, since one of its strong suits is that these articles sometimes get picked up by the mainstream press.
- The school's press relations agencies in Paris and London also work to establish relations with journalists, to identify and create

new media opportunities for our professors. Their task has been made all the easier thanks to the timely, expert articles from ESCP's impact paper series, launched by professor Pramuan Bunkanwanicha in 2020.

- To help further popularise our faculty members' work, we also call upon their expertise to provide insights to current and future business leaders through The Choice.
- To make it even more visible and amplify their message, we then share these publications across ESCP's social media accounts.

“**Our motto for 2022 is less is more. We have so much to share at ESCP but it is about finding the right message for the audience we are trying to reach.**”



**Vous voulez
participer à un
enjeu stratégique
pour l'économie
française ?**



**Rejoignez SFIL,
premier financeur du
secteur public local
en France et des
grands contrats de
crédits export !**

SFIL est une banque publique de développement participant chaque jour au financement de nombreux projets, en France comme à l'étranger. SFIL a besoin de talents comme le vôtre pour servir l'intérêt général et développer l'économie française.



**Au service des territoires
et des exportations**



plus d'infos sur
SFIL.FR 
rubrique Candidats



Classement Challenges

ESCP est fière de vous annoncer que lors du Classement des Écoles de Commerce 2022 publié par le magazine Challenges, notre Master in Management (Programme Grande École) et notre Bachelor in Management (BSc) se classent respectivement deuxième et premier en France!

Le Master in Management se classe également en première position sur les salaires et est la première école du top 5 sur la diversité.

Le Bachelor in Management est également premier sur les salaires, mais aussi premier sur l'expérience internationale et l'excellence des candidats recrutés. Ce succès est dû à un engagement sans faille de toute la communauté ESCP. Bravo à tous et toutes nos félicitations aux élèves.



ExecutiveMBA graduation

We were proud to officially celebrate the #graduation of our ESCP Business School #ExecutiveMBA Class of 2021 in the magic atmosphere of the Folies Bergères in Paris. A unique ceremony for our 86 graduates, gathering more than 30 nationalities, who are now ready to become worldwide responsible #leaders and to have a positive impact on the world and society.

Congratulations to all of them for this great achievement and welcome to the international #ESCPAlumni family! Simon Anthony Mercado, Francesco Venuti, Veronique Tran, Ines Khedhir, Maë d'Alexis



ESCP n°1 in the ChangeNOW/Les Echos Start ranking on schools changing the world



Resource scarcity, biodiversity loss and climate change are just a few of the consequences of human activities and just a few of the challenges our students will have to manage once they will start their careers.

To help guarantee our students to be ready for this continuously changing world, sustainability, ethics and social responsibility are implemented in all the different functions of our school.

To be awarded the first place in this new ranking of schools changing the world co-created by ChangeNow and Les Echos Start means a lot for ESCP, for its community and for all the partners that have helped build our sustainability commitments. We are all thrilled to have our efforts recognized and we will keep moving forward working in this direction.

Teaching sustainability at ESCP

One of our most important goals is to train 100% of our students on the issues related to ecological transition, ethics and sustainability. With that goal in mind, we have been broadening our educational offers and we are progressively building and deepening partnerships, aligned with where our values stand.

Being a Business School, we aim to articulate management disciplines with sustainability topics, and we are increasing the opportunities for our students to gain expertise in this field. Our Master

in Management counts over 60 courses dedicated solely to sustainability, and just for the year 2020-2021 5 new ones were created, including the new core course on sustainability: "Business and Sustainability in the age of Anthropocene".

The main objectives of this course is to instill a common basis and an understanding of the key issues related to sustainability. We also want our students to understand the relationship between sustainability and business, to boost their critical thinking, and to articulate new corporate sustainability and new ways of doing business.

An academic department dedicated to sustainability

The implementation of these new courses organically led to creation of our Sustainability Academic Department in april 2021, which sees the collaboration of several professors and doctoral students, across campuses and works in synergy with the Sustainable Transition Team to better implement sustainability at all levels.

Beyond the curricula, the department also oversees research on these themes. The school is also home to the Circular Economy and Sustainable Business Models Chair to promote the development of the circular economy in society and to make it easier for firms to follow its principles.

Research on sustainability innovation in the school is also taken on by a dedicated research center SustBusy, counting over 20 professors. Lastly, the school published a series of 54 Impact Papers last June: "Better Business: Creating Sustainable Value" on social and environmental actions as an integral part of core business values.

Deux nouveaux partenaires de prestige

L'ambition de ESCP est de former des leaders responsables en les préparant aux défis de demain grâce à une approche multidisciplinaire et l'acquisition de compétences hybrides.

C'est dans cet objectif que ESCP s'associe à deux établissements prestigieux, l'Institut Pasteur et CentraleSupélec, pour lancer à la rentrée académique 2022 de nouveaux programmes de spécialisation:

Le programme APIL, Advanced Master Programme in Life Sciences and Health Management, aura pour vocation d'accompagner de jeunes diplômés, doctorants ou jeunes salariés dans le lancement de leur projet d'entrepreneuriat, d'innovation ou de business développement sur le secteur des sciences de la vie et de la santé.

« Ce partenariat exceptionnel représente l'une des meilleures réponses possibles à la question primordiale, mais encore mal servie, de la transformation de l'innovation scientifique en aventures à succès dans le domaine des sciences de la vie et de la santé » selon

Frederic Jallat, co-directeur du programme avec le professeur Dominique Franco.

Le nouveau MSc in Industry Transformation Management combinerait quant à lui des compétences en leadership et en ingénierie. Cette spécialisation permettra aux diplômés/futurs leaders d'accompagner les entreprises du secteur de l'industrie dans leurs projets de transformation tout en instillant de l'innovation.

« L'industrie est face à un défi excitant dans ces prochaines années : circuits courts, numérisation, essor de nouveaux marchés, circularité

et durabilité... autant de challenges passionnants. Pour les relever, une nouvelle génération de leaders doit se développer. Le pari de CentraleSupélec et de ESCP Business School est de créer la formation de référence sur la transformation de l'industrie et de participer à l'essor de cette nouvelle génération » - professeur Alexandre Tissot, co-directeur du programme avec le professeur Julie Le Cardinal de CentraleSupélec.



Partenariat avec Majelan

ESCP Business School et Majelan s'associent pour proposer des programmes audio pédagogiques pour permettre aux auditeurs abonnés de bénéficier de parcours d'initiation sur des thématiques liés au management.

Ce nouveau partenariat nous permet développer notre offre de e-learning audio dans un univers premium pour prolonger l'expérience de l'enseignement de l'école. Il y aura 5 programmes proposés tout au long de l'année académique 2021-2022 avec 5 professeurs de renom:

- Géraldine Galindo: Professeur au département Management du campus parisien de ESCP Business School, où elle enseigne la gestion des ressources humaines. Elle est directrice scientifique de la chaire Usine du Futur, et responsable des cours de GRH en français dans le programme Master in Management. Ses recherches portent sur la GRH et l'innovation, ainsi que sur la gestion de la diversité.
- Benoit Heilbrunn : Professeur au département de marketing, où il enseigne le management de la marque, le management du design et le comportement du consommateur. Son large intérêt pour les sciences humaines lui permet d'articuler une réflexion sur les aspects idéologiques de la société de consommation et des marques.
- Philippe GABILLIET: Après un début de parcours universitaire dans le champ de la recherche en science politique, il choisit au milieu des années 80 de faire ses premières armes dans le métier de consultant. Il se spécialise alors dans la motivation et le management

des équipes opérationnelles, en particulier commerciales, domaine où il développe ses premières expertises professionnelles.

- Ghislain Deslandes: professeur titulaire à ESCP Business School et élu au Collège International de philosophie. Ses recherches portent non seulement sur le management et le leadership dans les industries de la communication, mais aussi sur les théories philosophiques du management.
- Maria Koutsovoulou: Professeur de négociation et de leadership, consultante confirmée dans les domaines du leadership stratégique, de la gestion de la complexité organisationnelle et du développement personnel, elle intervient au sein d'organisations européennes et internationales en accompagnement des dirigeants et des comités exécutifs.

« Nous croyons chez Majelan à la force de l'audio pour apprendre et développer ses compétences. Ce partenariat avec l'une des grandes business schools européennes nous donne l'opportunité de le prouver au service des étudiants mais aussi du grand public. »

Mathieu Gallet, fondateur de Majelan

Le Professeur Valérie Moatti, Doyenne de ESCP ajoute que « À ESCP nous sommes convaincus que la formation tout au long de la vie est désormais la norme. Elle doit cependant se présenter sous des formats innovants, compatibles avec la vie professionnelle et personnelle de chacun. C'est pourquoi nous sommes fiers de proposer sur Majelan des contenus exclusifs de 5 professeurs, représentatifs de la diversité culturelle et académique de ESCP. »

ESCP's media The Choice is one year old!

It is easy to let end-of-the-year stress (wrapping up projects and classes, holiday preparations, a new Covid variant) cause us to forget our hard work and the impressive results we've managed to achieve in 2021. But this year, like every year, it is important to take stock of what we've accomplished so far, to learn from our mistakes and successes, and to choose new areas for growth in the year to come.

Over here at The Choice, we are excited to celebrate the one-year anniversary of ESCP's media. And reflect on everything the ESCP community has helped us to accomplish: 200+ articles and videos, 150+ members of the ESCP community mobilised, 25+ nationalities represented... Thanks for joining

us on this journey and making our first year a success!

In 2019, on the occasion of the school's 200-year anniversary, ESCP made the choice to highlight our community's expertise on the business issues that matter and position the ESCP brand as a thought leader via a new, dynamic platform. One year later, The Choice was born.

With ESCP professors, students, alumni, staff and outside experts, we've tackled a wide range of topics essential to ESCP and the business community: entrepreneurship, sustainability, inclusion & diversity, well-being, continuous learning . . . to name a few. And even launched our first podcast, Her Voice. Our mission, to inspire the "choice makers",

to provide an expert vision on the trends impacting business and society to help current and future leaders make choices guided by our European values of diversity, multiculturalism and interdisciplinarity, is not over. 2022 will bring new challenges as well as new opportunities, and we look forward to amplifying the voices of the ESCP community to tackle these together.

If this is the first time you are hearing about The Choice, well, better late than never. In celebration of The Choice's birthday, we invite you to visit our website, share your favorite article with a friend, and better yet, subscribe to The Choice newsletter, so you get our top content direct to your inbox.

Have you heard? Her Voice Episode 4 is out



Her Voice, a podcast from ESCP Business School's media The Choice, aims to contribute to women's visibility in their domains of expertise. We're talking business and science, willpower to change the world, and ambition to have a decisive impact on the future. On Her Voice's fourth episode, we had the

chance to speak with Anisha Goel, ESCP alumna and co-founder of Kaze Living, an Indian start-up that intends to help change the food game in India.

When Anisha was confronted with the difficulty of finding fresh local produce in her hometown, she decided to create the

solution. Building off of her family's history and her experience in consulting as well as India's tech startup scene, Anisha and her co-founders are working to uncover new ways of growing healthy, sustainable food and educating consumers on the great products coming from local farmers. To Anisha Goel, a farm-to-fork business model could be part of the solution.

Feed your curiosity by listening to the whole episode to learn more about soilless farming and Anisha's advice on finding your voice! We're on thechoice.escp.eu and your favorite podcast platforms: Spotify, Apple Podcasts, Deezer, Amazon Podcasts and SoundCloud. You can find Her Voice's past episodes as well as a selection of podcasts from the ESCP community on The Choice.

FRACTURE



La fracture peut être sociale ou politique. Elle fragilise le monde en créant des inégalités multiples. Elle oppose celui qui a un toit à celui qui n'en a pas. Elle exclut les personnes étrangères, pauvres ou isolées.

**LE MONDE
EST MALADE,
A NOUS
DE LE SOIGNER.**

Faites un don sur medecinsdumonde.org

2021 Innovation Factory by L'Oréal, a resounding success

In spite of its online format linked to the sanitary situation, ESCP and L'Oréal offered students a tailor-made programme embracing a wide range of digital issues as well as an insider's view of the company.



The 2021 Innovation Factory journey started with a brilliant and informative one-hour masterclass entitled "L'Oréal, a Beauty Tech Company" by L'Oréal's BeautyTech Programme Director, Stéphane Lannuzel, who painted a comprehensive portrait of the company. He pointed out how L'Oréal has become nimbler and more agile, and how Tech is a booster of creativity. "The future of Tech will be at the crossroads of science and Tech," he said.

Inclusive beauty is one of the major challenges. New consumer experiences, listening to consumers' voices, sustainability, and the circular economy are just some of the issues that Tech can help to address. "Tech is a force for good and for shaping a better world for the planet, consumers and employees," he added. Naturally, the impact of COVID-19 was discussed. Stéphane Lannuzel explained that "COVID has not really

created anything new, but it has accelerated things... There has been a massive surge in the development of apps, e-commerce, augmented reality and AI. Social commerce is the other really striking thing."

Four one-hour seminars then took place, providing many enriching learning opportunities presented by senior managers – including ESCP alumni – in e-commerce, tech solutions, precision marketing, social influence, brand management, research and development, and more. L'Oréal Professor of Creativity Marketing Marie Taillard expressed her heartfelt thanks to the succession of L'Oréal experts who gave our students an outstanding opportunity to immerse themselves in a world of innovation and creativity. "L'Oréal's Innovation Factory has been an incredible opportunity to get to know hidden and super interesting parts of the company. I particularly enjoyed the wide variety of experiences that were

proposed and the super detailed description of each area," commented MiM student Luca Roncalli. "I must say that if I was sure in which area I wanted to work before this initiative, now I am very tempted to change and explore different ones! The conference about Beauty Tech Revolution was incredibly inspiring. Innovative products like YSL Rouge Sur Mesure are the future for a truly inclusive and customer-centred beauty world. I cannot wait to participate in other L'Oréal events!"

By sharing their experiences and career paths at L'Oréal with students, the speakers helped them understand how L'Oréal's agile structure supports not only innovation but also the growth of its talents...

“
**L'Oréal's
 Innovation
 Factory has been
 an incredible
 opportunity
 to get to know
 hidden parts of
 the company.**”

An event that built bridges between L'Oréal and students

Students were also able to seize the opportunity to sign up for:

- A "Meet our recruiters" session at a virtual lunch in order to discuss career prospects at L'Oréal with Talent Acquisition Managers Stéphanie Messner, Audrey Meznarie, Abdilah Merzoug and Margaux Vely. Career paths, internships, the graduate programme, apprenticeships, L'Oréal's culture and values, CV dos and don'ts, etc. Extensive information was provided to give students a flavour of what working at L'Oréal is really like.
- Seven one-to-one sessions which were held at the end of the day, with a specific focus on marketing, communication, digital and finance.

For L'Oréal France Talent Acquisition Director Stéphanie Messner, "the Innovation Factory gives us a unique opportunity to spend quality time and forge connections with students who want to find out more about careers at L'Oréal. It is the ideal environment for in-depth conversations about where people can fit in, and to help potential candidates gain an insight into the group."

L'Oréal has always been an aspirational brand to observe and learn from

Exclusive, in-depth insights, food for thought, invaluable opportunities to interact with L'Oréal managers, upskilling sessions, etc. Students explored many issues and learned valuable lessons in the field of marketing and beyond. All the sessions were designed to enable students to implement what they had learned in their everyday professional lives. "I got to know the whole L'Oréal world more deeply thanks to this event, from the most recent product innovations and distribution channels up to the various career opportunities offered by the company," observed MiM student Vittoria Schulte Bulmke.

Students came away from the Innovation Factory feeling that this was a highly valuable and inspirational event. This fourth edition will no undoubtedly generate new

career interests among ESCP students! "Innovation Factory number 4 has been our most exciting yet. Over 500 students from across our campuses and from all programmes engaged with L'Oréal managers throughout the day. They explored topics ranging from BeautyTech and supply chain innovation to e-commerce, sustainability, data science and creativity. Students got a first-hand perspective on what a career at L'Oréal can look like, and were given valuable guidance on how best to navigate the recruitment process," commented Prof. Marie Taillard. "The success of this year's edition reflects the success of our partnership with L'Oréal. It reaffirms our commitment to offer students more opportunities to engage in rich conversations with managers and leaders who inspire them and help them discover their passion, and draw their future career paths. Thank you to our L'Oréal partners for making this possible and so successful." |

The Innovation Factory is...

- A red-letter day on the calendar of the L'Oréal Professorship in Creativity Marketing.
- A great opportunity for students to find out about L'Oréal and the innovation- and tech-related career opportunities it offers.
- An excellent way to discover which cutting-edge technology and strategies a world-leading consumer goods company is rolling out as it continues to redefine itself as a beauty tech powerhouse.
- A highly interactive event with lots of opportunities to ask questions and network with L'Oréal managers and executives, including HR.
- A full day of workshops led by L'Oréal managers and executives on topics such as tech innovation, digital services, e-commerce, data strategy, gamification, gaming, sustainability and more.

“
Over 500 ESCP students engaged with L'Oréal managers throughout the day.”

Propos recueillis par François Bontemps

«*Le capitalisme financier est très court-termiste. Or, l'écologie c'est voir loin.*»

François GIBERT militant écologiste de longue date et ancien dirigeant d'entreprise et Claude SIMON (67) professeur émérite à ESCP signent ensemble *L'Écologie contre le capitalisme*. Un ouvrage qui s'attaque à ce qui est pour eux, le nœud de la crise environnementale : le capitalisme débridé. Rencontre avec les deux auteurs,



François GIBERT
militant écologiste
et ancien dirigeant d'entreprise



Claude SIMON (67)
professeur émérite à ESCP

La grande question que soulève votre livre, c'est « l'écologie est-elle soluble dans le capitalisme ? ». Quelle est votre réponse.

François Gibert : Notre réponse est nuancée. Oui, si le capitalisme est profondément transformé. Et non car le capitalisme serait-il toujours le capitalisme après de telles transformations : en particulier quand l'on remet en cause le dogme de la libre circulation des capitaux ?

Claude Simon : Nous sommes pour l'économie de marché, pour la libre entreprise. Mais depuis, les années 80, il s'est développé un néo-libéralisme qui a renforcé l'aspect libéral du capitalisme en le transformant en un capitalisme financier. C'est cela que nous condamnons de façon très nette. Donc d'accord pour la libre entreprise, d'accord pour le marché, moins d'accord pour un capitalisme néolibéral débridé. Le capitalisme financier est un monde qui est très court-termiste. Le financier, quand il achète un actif, qu'est-ce qu'il se dit ? Quand est-ce que je vais pouvoir le revendre ? Et à quel profit ? Or l'écologie c'est voir long, voir loin et voir large.

Selon vous un changement radical s'est opéré dans les années 80 avec l'avènement du néo-libéralisme. Ce changement vous l'avez vécu personnellement ?

FG : A l'époque je dirigeais une entreprise de soudure de rails dans la filière ferroviaire. De cinq acteurs sur le marché, nous sommes devenus trois qui se mettaient à peu près d'accord et avaient une position oligopolistique. A plus grande échelle, Ce schéma s'est répété dans l'industrie pharmaceutique et dans bien d'autres domaines. Il y a eu une concentration du capital dans quelques mains. Ce qui bloque le système et oblige les états à négocier avec de grands groupes qui ont une logique indépendante. J'ai également vécu cette rupture en tant qu'actionnaire dans un groupe d'équipement agroalimentaire. A un moment donné, l'actionnaire majoritaire ne cherchait plus du tout à investir et à développer des produits mais son but était de maximiser le profit pour pouvoir revendre. Tout l'argent ne servait plus à préparer l'avenir avec une vision à long terme mais servait à faire de la plus-value. Un peu comme les start-ups actuelles qui n'ont aucune autre solution que de se revendre à des grands groupes qui sont souvent dans des positions monopolistiques. A titre personnel, quand j'ai vu les financiers arriver, j'ai démissionné.

CS : François a évoqué les mutations du capitalisme industriel qu'il a vécu, moi j'ai vécu davantage le capitalisme financier. J'étais alors expert-comptable et je menais des audits de grandes banques. Je me suis penché de très près sur le cas du Crédit Agricole par exemple. A ses débuts,

l'idée du Crédit Agricole était de proposer les crédits les moins chers possibles aux agriculteurs. Cela a changé. On est parti d'une structure coopérative pour aller vers de grandes aventures capitalistes ayant pour seule logique le profit et le cours boursier.

“ Il n'y a de solutions que dans la réduction des inégalités.”

En quoi ce capitalisme débridé a-t-il eu un impact sur la situation de la planète?

CS : Le jour du dépassement est le jour où la planète consomme plus que ce qu'elle peut fournir. Ce jour arrive aujourd'hui le 29 juillet alors qu'il se situait le 29 décembre en 1970. C'est allé très vite : le capitalisme nous a poussé vers une fin du monde, le mot est peut-être un peu fort mais l'idée est là.

FG : Le capitalisme s'est imposé comme la seule solution alors que précisément, dans sa mécanique interne d'accumulation, il a tendance à être un prédateur massif de la planète car il engendre une surconsommation. Et si on creuse, on s'aperçoit que seulement 10 % des plus riches de la planète créent plus de 50 % des émissions de CO₂. Il y a une concomitance entre la croissance des inégalités et la croissance de la prédation ce qui veut dire qu'il n'y a de solution que dans la réduction des inégalités. Or ces inégalités sont structurelles au capitalisme -« l'argent va à l'argent »-, s'il n'existe pas de contre-pouvoir.

CS : Nous estimons que l'effondrement n'est pas inévitable, fort heureusement. Il ne s'agit pas de retourner à la lampe à huile mais à une société tout simplement vivable qui offre des perspectives.

La solution peut-elle être ce que l'on appelle la croissance verte?

CS : Selon moi, c'est mal poser le problème. La croissance verte est un mythe pour continuer à faire pareil. Nous ne sommes pas anti-croissance ou décroissants. Mais il faut poser le problème autrement, non plus en termes quantitatifs mais qualitatifs : mieux vivre et non consommer et donc produire plus.

FG : Il y a eu des marchés concernant des droits à polluer mais ces marchés s'inscrivent dans une logique purement libérale. Cela ne peut fonctionner qu'avec des quotas de plus en plus restrictifs (la seule expérience réussie est celle de l'abandon des CFC pour préserver la couche d'ozone). Or les marchés de compensations actuels sont peu restrictifs et mal contrôlés. On plante de la forêt d'épineux pour compenser de la déforestation en Amazonie, alors que ça ne correspond pas du tout à la même chose!

C'est ce qui vous pousse à avoir des mots assez radicaux? Vous parlez de « neutraliser la partie du système financier qui cherche en permanence à gagner du 20 % » et vous évoquez Keynes et son « euthanasie des rentiers ».

CS : Dans les années 80, 90, à ESCP, comme dans toutes les grandes écoles et dans les grandes entreprises, on parlait de création de valeur. Et on considérait qu'il y avait une création de valeur lorsque l'actionnaire obtient une rentabilité supérieure à 15 %. C'est ce modèle de création de valeur qui nous mène dans le mur ! A la Société Générale par exemple, les structures internes permettaient que des gens comme Jérôme Kerviel prennent des risques inconsidérés. Autre exemple, plus grave, aux Etats-Unis où, toujours sur ce modèle de création de valeur, s'est développée une titrisation effrénée aux cours des années 80 et au début des années 2000. Ça a provoqué une fuite en avant du crédit qui a généré la crise de 2007 qui est une crise d'origine exclusivement financière mais qui a mis l'ensemble du capitalisme mondial en échec. Piketty dit que le taux de profit moyen standard doit être égal au taux de croissance. C'est ce qu'on appelle la croissance équilibrée. Actuellement le taux de croissance est de quelques pourcents. Le taux de profit ne

peut donc pas être de 15 % ou 20 % c'est absurde ! On atteint ces pourcentages-là qu'en prenant des risques inconsidérés : par des effets de levier, de la titrisation ou des manipulations financières.

FG : Le problème n'est pas le profit en lui-même. Le problème c'est le profit non réinvesti. Ce qu'on appelle la rente. Quand on veut investir dans la rénovation énergétique, cela représente des investissements énormes en termes de montant et avec des taux d'amortissement qui s'étirent sur 20 ans. Ça veut dire une rentabilité qui ne dépasse pas plus de 2 ou 3 %. On voit bien que ce n'est pas compatible avec le système capitaliste actuel qui peut gagner 15 % ailleurs. Les capitaux ne se dirigent pas spontanément dans cette direction.

“ Le problème n'est pas le profit en lui-même, c'est le profit non réinvesti.”

On trouve dans votre livre une proposition surprenante : taxer la publicité.

CS : La publicité est une injonction à la surconsommation qui utilise des failles dans la construction humaine. Les publicitaires utilisent nos faiblesses. Et c'est une activité qui de fait est très peu taxée car l'essentiel de nos taxes sont des taxes à la consommation. La publicité se trouve de fait exonérée de TVA donc exonérée de l'essentiel des impôts. C'est aberrant ! Il faudrait taxer la publicité afin de la faire diminuer.

FG : Cette imposition de la publicité se justifie parce qu'on consomme deux planètes par an ! Et la publicité est l'instrument qui amplifie cela.

“ Pour régler ce problème des paradis fiscaux, il suffit de taxer l'argent à l'entrée et à la sortie. ”

Vous insistez dans votre livre sur le fait que 50 % des transactions monétaires mondiales transitent par des paradis fiscaux. On y apprend même que l'île de Jersey est actuellement le premier exportateur mondial de bananes.

CS : C'est un bon exemple pour illustrer le fait qu'aujourd'hui il n'y a même pas besoin que les marchandises ou l'argent transitent physiquement par un endroit. Par des opérations comptables, on fait transiter de l'argent, des marchandises d'un endroit à l'autre. Les gens imaginent parfois de grandes banques avec des coffres forts dans les paradis fiscaux. Il n'y a rien de tout ça ! Il n'y a rien du tout. A Jersey dans le temps il y avait au moins des devantures avec des plaques d'avocat. Maintenant il n'y a même plus ça. Jersey est peut-être le pire paradis fiscal à cause des Trusts. Les Trusts c'est une structure juridique propre aux pays anglo-saxons et notamment à Jersey. L'origine de ce droit vient des croisades où le chevalier partait et confiait son bien à son ami intime ou un proche. Aujourd'hui, les trusts sont des cabinets d'avocat domiciliés à Londres et qui vous proposent de créer une structure opaque, juridiquement domiciliée à Jersey et dans laquelle vous mettez l'argent que vous voulez. Aujourd'hui, 80 % des échanges mondiaux de banane se font à Jersey. Pour être plus précis, ils sont considérés comme se faisant à Jersey alors qu'à Jersey il doit y avoir quelques kilos de bananes qui circulent par an mais pas plus.

Comment peut-on solutionner cette incongruité ?

CS : On sait ce qu'il faut faire pour régler ce problème des paradis fiscaux, il suffit de taxer l'argent à l'entrée et à la sortie ! Le problème est qu'il faut une entente internationale.

FG : C'est une des mesures les plus faciles à mettre en place au sein de l'Union Européenne, notamment au niveau des banques. Techniquement c'est très simple puisque les ordinateurs des banques enregistrent toutes les transactions. C'est simplement une question de volonté politique.

En tant qu'ancien professeur à ESCP, vous conservez toujours beaucoup de liens avec l'école, est-ce que vous avez perçu une évolution chez les professeurs et les élèves sur les sujets que sont le capitalisme et l'écologie ?

CS : Le changement est considérable ! Il y a par exemple actuellement un cours de « comptabilité environnementale ». Un de mes amis fait un cours de « finance durable ». Donc il y a vraiment un changement qui est

important. Il y a 20 ou 30 ans j'étais obligé de me faire discret dans l'école. J'étais peut-être moins écolo que je ne le suis maintenant mais j'avais quand même des convictions politiques à peu près similaires à celles que j'ai maintenant. Aujourd'hui, c'est tout à fait accepté et souhaité par les élèves que l'enseignement ait une dimension écologique.

FG : Dans le milieu des chefs d'entreprise que je fréquente, des gens qui sont plutôt à droite m'ont dit qu'ils avaient trouvé le livre intéressant parce qu'il fait écho à une réalité. Ces gens m'ont dit : " il faudrait faire un deuxième livre en disant comment on procède maintenant ? ". En effet dans ce livre nous avons surtout souligné les ruptures indispensables et esquissé des principes pour une nouvelle orientation économique. Répondre à la question du « comment » nécessite un travail politique détaillé que font d'ailleurs certains partis (dont EELV). Qu'on le prenne par le bout écologique ou financier, chacun sent bien qu'on va dans le mur, le tout c'est de trouver des consensus pour dire : on décide d'aller ensemble ailleurs. |



INSOMNIE



L'insomnie est un trouble social. Elle touche les personnes en situation de mal logement, les familles que l'on expulse à répétition sans solutions alternatives, dont le sommeil est empreint de doutes, d'angoisses et dont la vie est faite d'errance.

**LE MONDE
EST MALADE,
A NOUS
DE LE SOIGNER.**

Faites un don sur medecinsdumonde.org

Les Ateliers d'optimisation patrimoniale de la Fondation ESCP

La Fondation ESCP a lancé plusieurs cycles d'ateliers pour sensibiliser la communauté aux leviers d'optimisation fiscale solidaire. Accompagnée par des cabinets de conseil en gestion de patrimoine, la Fondation met à disposition une expertise de premier plan pour les Alumni.

Cycle 1 : Les Ateliers Patrimoine et transmission

Public visé : 45 ans et plus

Animés par CULTURE PATRIMOINE

En collaboration avec le Groupe Senior

Actif de l'Association ESCP Alumni

Exemple de thématique abordée :

« Comment assurer la transmission sereine et optimisée de votre patrimoine ? » Après avoir passé une vie à développer votre patrimoine, se pose la question de sa transmission. Comment transmettre au mieux fiscalement, même en l'absence de descendants ? Quels outils juridiques pour limiter les conflits ? Comment aider ses enfants au moment où ils en ont besoin ? Comment associer les enfants d'une précédente union ou ceux de votre conjoint(e) actuel(le) ? Jusqu'où aller dans la transmission ?

Autant de questions à aborder pour dresser un panorama des principaux outils d'optimisation et de leurs cas d'utilisation de manière pratique et efficace.

Prochaine session : 28 avril 2022

Cycle 2 : Les Ateliers Wealth Management

Public visé : Cadres et chefs d'entreprise en activité de moins de 45 ans

Animés par MAGDAE

Exemple de thématique abordée :

« Liberté financière : Comment créer son indépendance par rapport aux revenus du travail ? »

Après 10-15 ans de vie active, la situation personnelle, financière et patrimoniale commence à se stabiliser. Les revenus sont plus significatifs, ils permettent d'augmenter son train de vie et de dégager une capacité d'épargne d'une part et une capacité à se « lever » d'autre part.

Dès lors se pose la question de l'investissement pour sécuriser sa situation future en développant son indépendance financière par rapport aux revenus du travail et ainsi créer sa liberté.

Prochaines sessions : 31 mai et 2 juin 2022

Cycle 3 : Les Ateliers Entrepreneurs et philanthropie

Public visé : Entrepreneurs, quel que soit le stade de maturation de votre projet

Animés par CULTURE PATRIMOINE

Exemple de thématique abordée :

« Quels outils pour optimiser la plus-value de cession de ses actions ? »

Il existe plusieurs leviers d'optimisation de vos titres. Ils sont pourtant souvent ignorés ou a minima méconnus. Nous vous proposons d'en dresser un panorama. L'axe philanthropique fera partie des possibilités avec des schémas qui pourraient bien vous surprendre !

Des clés pour vous permettre d'intégrer la philanthropie à votre démarche entrepreneuriale.

Prochaine session : 17 mai 2022

Retour sur les premières sessions

Pour apporter de la valeur aux Alumni et introduire une dimension philanthropique à la gestion de fortune, quelle que soit sa tranche d'âge ou sa situation personnelle et professionnelle, la Fondation ESCP s'est entourée de deux cabinets à l'expertise reconnue pour couvrir un large panel de sujets d'optimisation fiscale et créer un cercle vertueux de dynamique de communauté.

Les deux premiers ateliers ont rencontré un franc succès en réunissant plus de 130 Alumni en présentiel (Cercle de l'Union Interalliée pour CULTURE PATRIMOINE autour de la transmission

sereine et optimisée ; Café Flora Danica sur les Champs Elysées pour MAGDAE, autour de la liberté financière et l'indépendance aux revenus du travail). Il était également possible de suivre en direct ces ateliers depuis le lieu de son choix et de recevoir les replays et les supports de présentation. Une flexibilité bienvenue qui sera maintenue pour les prochaines sessions.

Nos experts

Alumni ESCP, nos experts en conseil patrimonial sont donateurs et collaborent avec la Fondation ESCP via du mécénat de compétences. Un grand merci pour leur disponibilité et leur générosité!



CULTURE PATRIMOINE

Nicolas Nicaise (05), Partner et Nicolas de Beaucoudrey (16), Manager, diffusent l'expertise et l'expérience de Culture Patrimoine.

Depuis près de 20 ans, Culture Patrimoine accompagne ses clients, jeunes pleins d'avenir, startups, cadres dirigeants, chefs d'entreprise ou retraités dans la définition, la mise en œuvre et l'accompagnement de leurs stratégies patrimoniales. Ils collaborent régulièrement auprès des formations et supports patrimoniaux de référence (Francis Lefebvre, Revue Fiduciaire, Dalloz...).

Ces années de travail ont permis le développement d'une expertise et d'une expérience uniques et font de Culture Patrimoine un interlocuteur privilégié pour vos problématiques patrimoniales. Le taux annuel de reconduction de leur service d'accompagnement patrimonial est de plus de 97%.



MAGDAE

Xavier Ducourau (91) et Loïc Ronzani (01), associés fondateurs, animent les Ateliers Wealth Management pour partager leur

expertise technique et leur pratique opérationnelle de ces sujets. Depuis plus de 15 ans, MAGDAE accompagne des cadres dirigeants et chefs d'entreprises sur l'ensemble de leur problématique patrimoniale. Avec plus de 1 000 bilans patrimoniaux à son actif et plus de 400 familles suivies régulièrement MAGDAE a développé une expertise lui permettant de se positionner comme

l'interlocuteur de référence de ses clients pour les sujets patrimoniaux.

Par ailleurs, MAGDAE est l'auteur de l'ouvrage de référence *L'Owner Buy Out : comment racheter sa propre société* et le co-auteur de l'ouvrage *Fondation et Optimisation Patrimoniale*.



Informations et contacts :

- Vous souhaitez participer aux prochains ateliers ou visionner le replay des sessions précédentes ? Merci de contacter Marion Calone, Responsable fundraising et événementiel : mcalone@escp.eu
- Vous avez des questions sur la transmission de votre patrimoine ou vous souhaitez plus d'information sur la Fondation ESCP et ses actions ? Merci de contacter Antonella Guerra, Responsable transmission, legs et libéralités : aguerra@escp.eu
+33 (0)1 49 23 20 72
+33 (0)6 43 67 74 12

Atelier Patrimoine du 7 décembre 2021 au Cercle de l'Union Interalliée. Session hybride, qu'il a été également possible de suivre en Webinaire.

REAS – No secrets to Real Estate



REAS is a student society within ESCP Business School composed by its students and industry professionals. Through events with top level speakers, workshops, podcasts, site visits, and case competitions amongst others, REAS is the real estate hub which brings its members together.

Can you describe your Association in a few words?

REAS is an association of ESCP Business School born out of the realisation that Real Estate is an overlooked pillar of our economy that should be recognised as an independent branch at Business Schools. Professional outcomes for students after their studies are typically segmented into areas such as Finance, Marketing, Consulting, Sales, Operations, Strategy, and now perhaps also Start-ups, but Real Estate is not yet identified as its own. By such, REAS seeks to involve students with Real Estate outside of the classroom such as to foster knowledge and passion so that it can be an option for their professional career.

The association, founded in 2018 in the Madrid campus of ESCP, is a community of individuals who are passionate about real estate and building their future with an eye towards valuation, construction, smart cities, and urban development. We are perpetually looking for guest speakers who can inspire us, sites to visit, Case Studies with companies,

and industry experts who see the value in being part of the network.

What has this action / project brought you?

Every month an in-person event is hosted with a top-level professional of the industry as a speaker. The diversity between the topics each time is an opportunity to uncover Real Estate at 360 degrees from development, to investment, consultancy, urbanism or PropTech. This is an effective way to be inspired by the speaker's experiences, to ask questions and suggestions, and to network one-on-one which has resulted in job opportunities for attendees.

Since 2020, REAS has been strongly linked with other areas of Real Estate at ESCP such as the Master in Real Estate, and the Real Estate specialisation track within other courses such as the Master in Hospitality Management and the Master in Management. We have also hosted Case Competitions with renowned companies who provided a real



case study for the member to experience how to manage a real project. Prior to this, REAS members have been attending the Certificate Real Estate Finance and Investments (CREFI) course of 30 hours which introduces them into the depth of the numerical side of Real Estate.

A message to share with ESCP Europe alumni?

At REAS, our ambition is to go beyond being spectators of the industry; we want to be actors within it. For this reason, we are leveraging our resources, network and reputation in order to set up and offer innovative projects that can make Real Estate a more visible and tangible career option for young professionals.

Real Estate is a particular industry because it's rarely the go-to career choice for business students, but equally it's a market that moves millions and quite literally gives structure to our everyday lives. Thus, please do not hesitate to contact us if you're interested in know more about us, creating an event, a partnership, or having an informal coffee with some members. We'll always appreciate to have you as mentors on how you developed your career into this industry. Contact us at real.estate.association@escp.eu



Être aware !

AWARE, c'est l'association de promotion de l'égalité des genres au sein de l'école. Leur but ? Informer et sensibiliser autour des problématiques sexistes et briser les tabous et les non-dits autour du féminisme.



Héloïse RANNOU (MiM 23)
présidente de Be Aware

Pouvez-vous décrire votre association en quelques mots ?

Aware est l'association mixte en faveur de la promotion de l'égalité des genres au sein d'ESCP Business School et dans le monde professionnel. Notre objectif est double. D'abord, nous souhaitons accompagner les étudiants et étudiantes dans leur réflexion et leurs pratiques à l'aide d'actions menées au cours de l'année. Les membres de l'association se répartissent divers projets et les mènent jusqu'à leur aboutissement. Cette année, nous avons décidé d'aborder différents thèmes comme celui de la précarité menstruelle ou de la masculinité toxique.

L'an dernier, nous avons organisé la première édition de la semaine Toget'Her à l'occasion de la journée internationale des droits des femmes. Cette semaine de sensibilisation était constituée de tables rondes avec des personnalités engagées pour l'égalité dans leur carrière professionnelle, de conférences avec Najat Vallaud-Belkacem par exemple et d'ateliers pour s'exercer à la négociation salariale notamment.

Nous proposons régulièrement du contenu journalistique sur notre site internet. Les articles sont variés et interrogent le féminisme sous des angles très différents.

Notre compte Instagram est un média important afin de partager des actualités en lien avec le féminisme.

Pour faire grandir l'association et son impact au sein de l'école, nous travaillons avec les autres associations étudiantes, comme le Noise ou encore le BDE à travers une présence lors des soirées afin que les étudiant.es se sentent en sécurité et entourés. Nous promovons aussi les collaborations avec des entreprises engagées comme la marque Fava, qui produit des protections hygiéniques plus respectueuses de l'environnement.

Que vous a apporté cette action / ce projet ?

L'association Aware permet d'abord à ceux et celles qui le souhaitent de se retrouver dans un espace bienveillant et ouvert au dialogue. Son objectif est de poser les problématiques et les débats et de discuter des solutions ensemble, sans jugement de la part des autres membres. Ensuite, Aware a aussi pour vocation de mettre en relation des personnes inspirantes et partageant ses



valeurs avec les étudiants et étudiantes de l'ESCP. Il s'agit de rencontrer des femmes et des hommes que nous pourrions ériger comme modèle au travers de notre vie professionnelle comme personnelle. Ainsi, être à Aware c'est d'abord rencontrer des personnes différentes et confronter ses idées. Mais c'est aussi développer ses compétences managériales lors de la gestion d'événements comme la semaine Toget'her.

Un message à partager avec les anciens d'ESCP Business School ?

Ancienne branche d'Escape, Aware est une jeune association qui s'est émancipée afin de se concentrer sur son objet principal : permettre aux femmes et aux hommes d'acquiescer les mêmes chances sans distinction de genre. En pleine expansion, notre volonté de contribuer à la construction d'un monde plus égalitaire nous sert de motivation au quotidien !

Que vous souhaitiez intervenir à nos côtés ou que vous soyez simplement sensible à ce combat d'ordre social, nous serions ravis de recevoir vos suggestions par mail ou sur nos différents réseaux sociaux. Et pour cause, Aware cherche à ébranler les inégalités de genre au moyen d'articles, de conférences, de formations... Qui sait ? Notre prochain projet pourrait être inspiré par vous !

Be there, be Aware.

Président : Héloïse Rannou

Nombre de membres : 37

Creation: en 2021

Contacts:

✉ aware.escpbs@gmail.com

🌐 <https://www.aware-escp.fr/>

📘 Olympe Aware sur Facebook

📷 @olympeaware sur Instagram

Culture

Propos recueillis par Florian Lefèvre

« On est tous musicien et danseur, c'est notre condition humaine »

Comment susciter un intérêt pour la musique chez les petits de 4 à 10 ans ? Réponse avec **Mathilde MICHEL (95)**, la directrice générale de la Philharmonie des enfants, un espace autrement plus ludique qu'un cours de solfège.



© Nora Houguenade

Mathilde MICHEL (95),
directrice générale
de la Philharmonie des enfants

Quelle est la mission de la Philharmonie des enfants ?

Ici, on ne forme pas des élites, ni des génies de la musique. On essaye de faire en sorte qu'une expérience se produise et qu'elle demeure dans la sensibilité des personnes qui passent par là - que ce soient des enfants de 4 ans ou des adultes. Avec cette conviction : que la confrontation à l'art est un ferment formidable pour les apprentissages fondamentaux et pour la construction des personnes.

Quatre mois après l'ouverture, quels sont les retours que l'on vous fait ?

Il y a souvent de l'émerveillement de la part des enfants, de la surprise. Et puis, les rires aussi. Les enfants se marrent bien et leurs parents également. Parfois, les enfants expriment même des émotions fortes : « J'ai trop aimé ce truc », « je reviendrai », « j'ai un arc en ciel dans le cœur », « c'est le plus beau jour de ma vie »... Alors on se dit que l'on ne s'est pas complètement trompé...

La Philharmonie des enfants a ouvert ses portes à Paris en septembre 2021. Comment avez-vous pris part au projet ?

Quand je m'occupais de Culture Box chez France Télévisions, j'avais entendu parler de ce projet de Laurent Bayle (ex-directeur général de la Cité de la musique pendant vingt ans, ndlr). On en a discuté et je lui ai proposé de m'en occuper. Je souhaitais me confronter à une réalité de terrain. C'est-à-dire qu'il ne s'agissait pas seulement de confier des idées à des collaborateurs qui feraient des choses mais d'assumer de faire ces choses avec eux jusqu'au bout, jusqu'à la création d'objets, de lumières et de sons qui seraient utilisés par des gens, dont les retours pourraient être enthousiastes... ou complètement déprimés. (rires) Et ça, je trouve que c'est une aventure passionnante.



© Vincent Leroux

Comment se décompose l'espace?

Il y a cinq univers. « La forêt des sons » est l'approche la plus scientifique sur qu'est-ce que le son ? « Machine sonore » est organisée autour d'instruments imaginaires, des machines géantes qui permettent d'appréhender des familles d'instruments. Le troisième espace est consacré à l'expérience de la scène. Le quatrième espace est organisé autour du corps comme instrument. Le cinquième, qui s'appelle « Par Ici la musique », est consacré à l'élaboration du discours musical. En tout, il y a plus de 200 personnes qui ont participé à la conception de ce lieu et l'on retrouve 32 installations.

Combien a été investi pour créer ce lieu à La Villette?

En tout, entre la phase de conception, de viabilisation, c'est environ 10 millions d'euros. Avant, c'était du béton. C'était resté une dent creuse du bâtiment de Jean Nouvel pendant plusieurs années, et Laurent Bayle souhaitait dédier cet espace à un accueil permanent pour les enfants.

Parmi les 200 concepteurs du lieu, il y a par exemple un luthier, un chorégraphe ou encore des chercheurs en neurosciences. Pourquoi des chercheurs en neurosciences?

C'est sûr que le chercheur en neurosciences ne va pas aider au design d'un objet. En revanche, il peut conforter une démarche scientifique et pédagogique autour d'un programme. Par exemple : en quoi le jeu est-il un ressort d'apprentissage ? Quels sont les effets bénéfiques de l'écoute d'une musique enregistrée sur les compétences neuro-cognitives d'un enfant ? Il y a des études sur lesquelles on peut s'appuyer pour proposer des expériences en écho avec ces éléments.

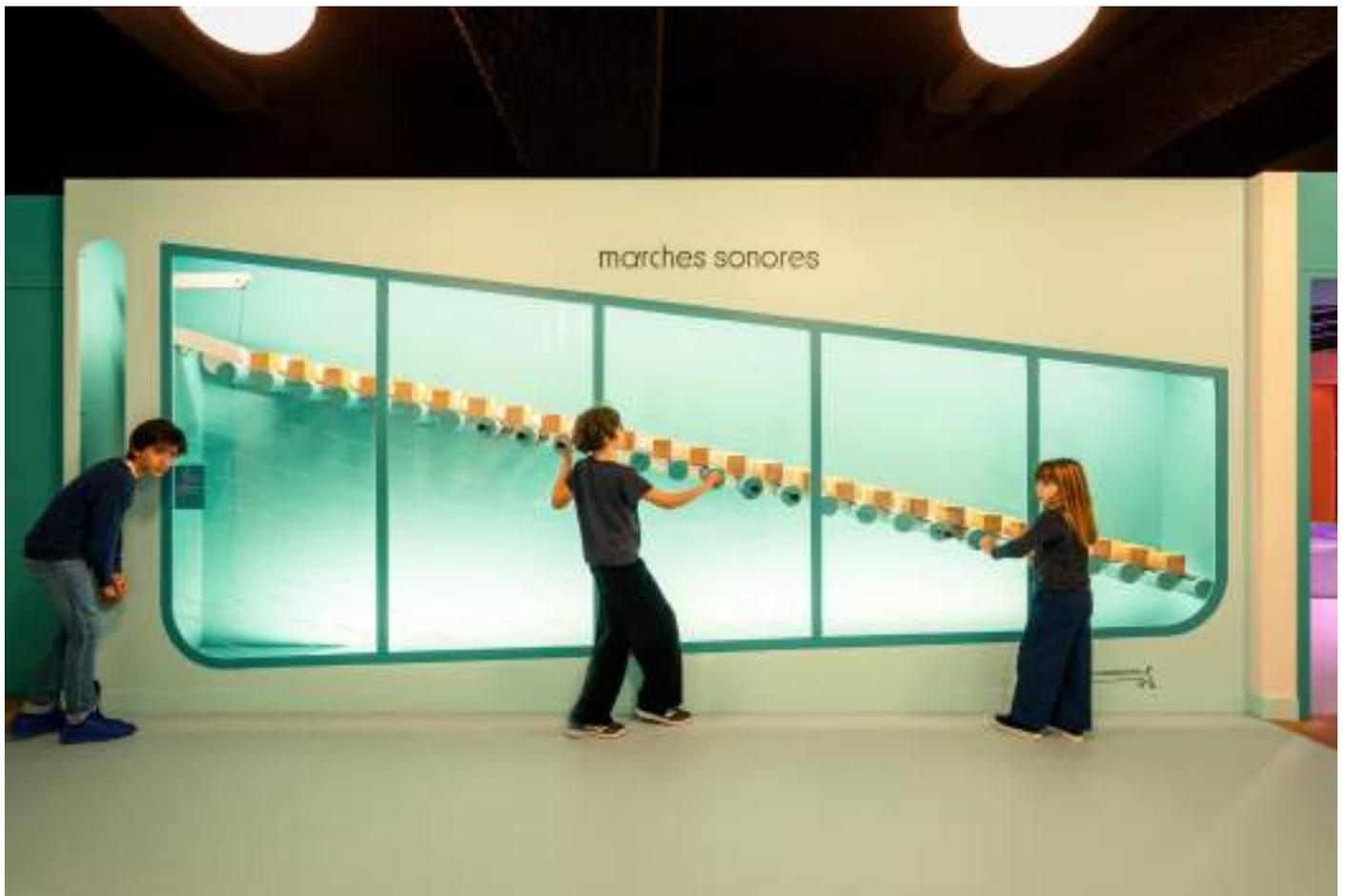
La Cité des sciences et son espace dédié aux enfants juste à côté d'ici, c'est une inspiration ?

La Cité des sciences, c'était un modèle évident dont on ne s'est jamais caché. C'est notamment en travaillant avec eux que j'ai mis en place le processus de test and learn.

C'est-à-dire qu'à chaque fois qu'il y avait une idée, un concept, on l'a fait tester. On a fait plein d'essais avant d'aboutir à une installation. Et aujourd'hui, même si certaines installations sont encore en rodage, je ne crois pas qu'il y en ait une où l'on se soit complètement planté. C'était vraiment important de montrer aux enfants parce qu'ils sont toujours les meilleurs juges.

La vérité sort de l'oreille des enfants, alors ?

De l'oreille et du geste. Le drame, ça aurait été de concevoir ce lieu avec uniquement des adultes spécialistes de la pédagogie. C'était vraiment important pour nous d'aller vers les premiers utilisateurs, les enfants eux-mêmes. On se met à hauteur d'enfants pour faire en sorte qu'ils nous indiquent le chemin. Faire confiance à leur curiosité, leur ouverture d'esprit, c'est aussi la clef. Ce qui me frappe, souvent, c'est l'intuition d'un enfant face à une machine pendant qu'un adulte essaye de comprendre en lisant le cartel.



© Vincent Leroux



Un dernier mot ?

En 2024, Paris accueillera les Jeux Olympiques et parmi les nouvelles disciplines olympiques, il y aura la danse urbaine. A la Philharmonie des enfants, on prévoit d'organiser des battles, des défis pour que ce lieu vive aussi au rythme des JO de 2024. |

“
Je suis
convaincue
que la musique,
ça aide à vivre.”

Vos enfants, par exemple, vous les avez consulté ?

Ils sont très, très grands mes enfants ! (rires) Mais j'ai une filleule de neuf ans maintenant qui a été bêta-testeuse.

On entend souvent que des gens auraient « l'oreille musicale » et d'autres. Est-ce que selon vous c'est vraiment inné ? Peut-on travailler cette sensibilité ?

C'est l'exercice et la pratique qui font que l'on devient musicien. Et c'est aussi l'exercice et la pratique qui font que l'on est capable de mieux discerner les sons.

Je crois que l'on est tous musicien et danseur, c'est notre condition humaine. Moi, je suis convaincue que la musique ça aide à vivre.

Mais on peut avoir une sensibilité musicale hermétique à certains types d'esthétique, et ce n'est pas grave du tout. On peut ne pas avoir une grande passion pour l'ambiance musicale sonore et être quand même passionné de tout ce qui est visuel, olfactif. Il n'y a pas non plus d'obligation de mettre la musique au centre de sa vie.

La Philharmonie des enfants, c'est un lieu qui est voué à se renouveler ?

Pas forcément. De même que l'on peut regarder le même épisode de Petit Ours brun 750 fois par an, je pense que l'on peut aussi refaire « La grotte des sons » 750 fois parce que l'on trouve que c'est super sympa. On peut trouver un attrait répété quand on aime le jeu que l'on ait en train de faire.

Mathilde Michel en 6 dates

1995 : diplômée d'ESCP

1999 : après avoir été chargée de production à l'Opéra de Paris, puis contrôleuse de gestion à Radio France, devient consultante pour un cabinet - qui sera racheté par Cap Gemini - dans une unité dédiée aux médias et aux télécoms

2005 : entre chez France 2 comme responsable du pilotage du coût de grille

2013 : participe à la refonte de Culture Box, la plateforme de contenus audiovisuels culturels de France Télévisions

2018 : rejoint la Cité de la Musique de Paris et commence à piloter un projet de culture musicale pour les enfants

2021 : inaugure la Philharmonie des enfants à la Villette

Propos recueillis par Adrien Candau

Dans le rétro

Stanislas DE THORE (10) travaille depuis deux ans et des poussières chez Peter Auto, une agence référente dans l'organisation d'événements et de compétitions automobiles vintage. Entretien avec un homme pour qui le romantisme est une affaire de carrosseries bosselées et de moteurs usés.



Stanislas DE THORE (10),
Competition and Competitors
Department chez Peter Auto

Bonjour Stanislas. Votre métier consiste à organiser des courses d'automobiles rétro. Pouvez-vous nous décrire plus concrètement votre activité ?

Je travaille depuis un peu plus de deux ans pour l'agence Peter Auto qui est spécialisée dans l'organisation de compétitions automobiles historiques (courses, rallyes, concours d'élégance). Au sein de cette agence, je travaille au sein de ce qu'on appelle l'équipe compétition. En résumé, mes collègues et moi nous occupons de l'organisation sportive de courses automobiles de voitures anciennes comme le Tour Auto, Le Mans Classic, Chantilly Arts et Élégance, le Rallye des Légendes ou encore les Dix Mille Tours du Castellet. Notre pôle est le point de contact de tous les participants qui viennent sur nos épreuves avec leurs voitures de course sur nos épreuves. On gère leur inscription et l'éligibilité des voitures. Les automobiles inscrites dans nos courses historiques doivent avoir les

mêmes caractéristiques que celles de l'époque: on ne peut pas remplacer des freins d'un véhicule des années 60 par des freins plus modernes par exemple. On établit également les règlements sportifs et techniques. Enfin, on supervise la relation avec les circuits, ou les préfectures et les mairies lorsqu'il s'agit de rallyes routiers.

Qu'est-ce qui vous a incité à travailler dans ce milieu ?

Ma passion pour les automobiles anciennes me vient d'abord de

mon père, qui avait une deux chevaux, mais aussi une MG A et une Triumph TR4, deux cabriolets anglais des années 50-60. Avec mes frères et mes sœurs, nous allions partout à la campagne avec ces autos-là. J'ai aussi découvert que j'avais un arrière grand-oncle qui avait fait quelques courses dans les années 30 en pilotant des Bugatti, qui ont été parmi les toutes premières voitures de grand prix. C'était des courses sur routes pavées, parce qu'il y avait peu de circuits à l'époque.



“
J'aurais bien aimé voir les premières courses. Je me dis que ça doit être assez exceptionnel d'avoir vécu la genèse de cette aventure.”

Qu'est-ce qui vous plaît dans les voitures d'autrefois ?

Si vous voulez effectuer un comparatif avec les véhicules modernes, je dirais que ces derniers sont assez aseptisés : on mise sur le confort, l'aspect pratique, la fiabilité des matériaux. Ce n'est pas le cas de la voiture ancienne : quand on conduit un vieux modèle, on sait quand on part, mais on ne sait jamais quand on arrive. Il y a toujours quelque chose, une émotion quand on rentre dans une voiture ancienne : souvent, déjà, elles sont belles, rien n'est plastifié, il y a de beaux matériaux, la carrosserie est travaillée. La voiture ancienne est aussi plus sensorielle : il y a des odeurs d'essence, de cuir, il n'y fait pas toujours chaud. Ça crée une ambiance, qui nous immerge dans une époque passée.

La voiture rétro a plus d'aspérités ?

En un sens, oui. Je crois que les gens ont une nostalgie de cette automobile-là, parce qu'elle est vectrice de sensations qu'on ne peut pas avoir quand on conduit une voiture moderne. On s'aperçoit vite qu'on peut avoir des sensations de vitesse dans une auto vintage, en roulant à 70-80 kilomètres par heure. Ce n'est pas du tout le cas avec une voiture moderne. Même en fonçant

avec une Porsche ou une Aston Martin, il faut aller bien au-delà des limites de vitesse autorisées pour commencer à sentir une réelle différence. Pourquoi ? D'abord, parce que les voitures anciennes sont moins stables. Ensuite, elles ont une vibration beaucoup plus importante, du fait des technologies de l'époque : l'amortissement est plus léger, le moteur gronde plus. Tu sens la mécanique vivre dans la voiture en fait. Aujourd'hui, il y a peu de bruit, voire plus du tout avec les modèles électriques. Ça change beaucoup de choses.

Certains vieux modèles qui vous charment particulièrement ?

Je ne suis pas un spécialiste, mais je trouve qu'on a fait de très belles choses avant-guerre, avec des voitures très imposantes. Les véhicules de l'époque avaient une certaine majesté, on pouvait

quasiment y entrer à 10. Il y avait aussi des autos hyper luxueuses produites par des constructeurs comme Bugatti, Delage notamment. Personnellement, les lignes que je préfère sont celles des années 50-60, à la fois très fuyantes et arrondies. On les retrouve notamment chez les Anglais avec Jaguar, Triumph, MG, Austin-Healey, Mini, ou chez les Italiens avec Ferrari, Alfa Romeo, ou encore Bizzarrini.

Vous ne seriez pas un peu nostalgique d'époques que vous n'avez pas connues ?

Je pense que oui. J'aurais bien aimé voir le début des courses automobiles. Quand je pense à mon arrière grand-oncle dans les années 30, je me dis que ça devait être assez exceptionnel de vivre la genèse de la course auto. Ça me fait toujours penser à cette citation



assez connue dans le milieu: «La course automobile est née avec la production de la deuxième voiture». Sinon, les années 50-60; c'était les 30 glorieuses, un âge d'or de l'automobile associé à une certaine détente, un certain hédonisme. L'automobile a accompagné ce grand mouvement, ce sentiment d'ensemble.

Est-ce que la voiture d'antan convoque aussi une mythologie qui lui est propre ?

C'est certain. L'automobile ancienne est assez présente au cinéma. Je pense au film Le Mans, avec Steve McQueen, qui est incroyable. Bon, à déconseiller tout de même aux amateurs de dialogue, il y en a peut-être cinq dans tout le long-métrage ! Il y a aussi un bon film sur les vieilles F1 qui s'appelle Grand Prix (de John Frankenheimer, triple oscarisé en 1966). Plus récemment, Rush proposait une vision intéressante de la F1 des années 70 et de

la rivalité Niki Lauda-James Hunt. Le Mans 66 était plus hollywoodien et grand public, mais c'était aussi très réussi. Sinon, on retrouve également la voiture rétro dans la bande-dessinée, avec Michel Vaillant par exemple.

Et la série de Netflix sur la Formule 1, Drive to Survive, vous l'avez regardé ?

Bien sûr. Je suis très fan de F1 et la série a fait s'intéresser à la discipline des gens qui n'en étaient pas forcément friands à la base. C'est assez fascinant de découvrir les coulisses du paddock. C'est vraiment la force de la série, parce que le principal problème des courses modernes, c'est que le spectateur n'a normalement accès à rien de tout ça. Tu es derrière un grillage, dans une tribune, devant ta télévision, et - à moins d'être un VIP - on ne voit pas l'arrière-boutique d'un grand prix, on ne s'approche pas du tout des voitures non plus.

Les courses vintage ont-elles un rapport plus fluide avec leur public ?

Sans aucun doute. C'est ce qui me plaît justement avec les courses anciennes et mon métier : il y a une vraie proximité entre le public et les véhicules. Les spectateurs peuvent entrer dans les paddocks toucher les voitures, parler aux pilotes et aux mécaniciens, on peut installer son enfant dans le poste de pilotage etc... Il y a un échange avec le public, qui existe moins selon moi dans les grands prix modernes.

Le public ne vous semble t'il pas aussi plus critique vis-à-vis de l'automobile, depuis un certain nombre d'années ?

On ne peut pas le nier, l'automobile est attaquée, car elle n'est pas ou pas assez écologique. Ce que nous faisons d'abord valoir chez Peter Auto, c'est qu'on fait vivre un patrimoine automobile roulant. Il y a non seulement





un public pour ça, mais ça fait aussi vivre un certain nombre de métiers qui connaissent une vraie pénurie de savoir-faire et de main d'œuvre. Par exemple, la mythique Mercedes de Sir Stirling Moss (véritable Poulidor de la F1, quatre fois vice-champion du monde dans les années 50) roulait encore lors de gros événements, jusqu'à récemment. Dernièrement, j'ai cependant appris qu'on allait la placer dans un musée. Pourquoi ? Parce que le seul mécanicien qui savait la réparer part à la retraite. C'est une voiture qu'on ne verra malheureusement plus rouler.

Pour finir, il y a t-il une course vintage qui a votre préférence ?

En France, je dirais Le Mans Classic. C'est le premier événement de voitures

anciennes auquel j'ai participé. Toute l'histoire de l'automobile de course qui défile devant les yeux, des automobiles d'avant-guerre à celles des années 2000. 200.000 personnes transitent sur trois jours autour du mythique circuit des 24 heures... Je me souviens avoir été me mettre en bas de la courbe Dunlop : quand on voit le soleil se coucher avec une Ford GT 40 qui part plein gaz au début de la ligne droite des Hunaudières, ça fait franchement un petit quelque chose. |

“
**Voir le soleil se
 coucher avec une
 Ford GT 40 qui
 part plein gaz
 au début de la
 ligne droite des
 Hunaudières,
 ça fait quelque
 chose ! ”**

Propos recueillis par Arthur Jeanne

« Il faut sortir du prisme franco-français pour comprendre les Emirats Arabes Unis »

Installé aux Émirats Arabes Unis depuis désormais 9 ans, **Jérôme NATALI (04)** est comme un poisson dans l'eau entre Dubaï et Abu Dhabi. Alors que le jeune Etat fête son cinquantenaire en accueillant l'exposition universelle, Jérôme décrypte pour nous les Emirats et défait les clichés qui y sont souvent associés en France.



Jérôme NATALI (04)
manager Dubai Electricity & Water
Authority - DEWA

Peux-tu nous présenter en quelques mots, les Emirats Arabes Unis où tu vis et travailles depuis désormais bientôt 10 ans ?

Les Émirats Arabes Unis sont un Etat fédéral. Une union entre 7 émirats. Le pays a tout juste 50 ans. Nous avons fêté le cinquantenaire le 2 décembre dernier. A cette occasion Emmanuel Macron était là pour la signature d'une commande historique pour l'industrie française. 80 Rafale ont été vendus à nos partenaires émiratis. Parmi les 7 émirats, les plus connus sont Dubaï et Abu Dhabi. Personnellement j'ai commencé il y a

deux mois un nouveau travail à Abu Dhabi et je vis désormais entre les deux émirats qui ne sont distants que de 120 kilomètres.

Quelle est la principale différence selon toi entre les deux émirats les plus connus du pays ?

Ce sont deux émirats très différents. Abu Dhabi est le plus grand émirat du pays. Alors que Dubaï a une superficie réduite. Dubaï est historiquement plus commerçant, plus ouvert sur le monde. C'est un endroit extrêmement cosmopolite. Seulement 10 % de la population y est émiratie. En revanche, contrairement aux idées reçues. Il n'y a pas de gisement de pétrole à Dubaï, pas de gaz non plus. C'est pour cette raison que l'émirat a développé le commerce, le tourisme, le transport aérien. Je serais tenté de dire qu'à Dubaï aussi, il n'y a pas de pétrole mais beaucoup d'idées ! L'émirat est proactif depuis longtemps pour faire parler de lui en misant sur l'immobilier notamment. Le monde entier investit à Dubaï. Abu Dhabi, pour sa part dispose de réserves importantes de pétrole et de gaz et investit dans de nombreuses industries dont l'Aluminium. C'est un émirat historiquement moins cosmopolite. Mais Abu Dhabi a opéré un virage stratégique depuis

une dizaine d'années en misant aussi sur la culture et le divertissement, avec Ferrari World et Warner Bros World qui a ouvert récemment tout comme le plus grand mur d'escalade indoor et le plus grand simulateur de chute libre au monde. Le Louvre a également ouvert son antenne à Abu Dhabi en novembre 2017 et c'est un musée magnifique.

On a parfois l'impression d'assister à une course à la démesure entre ces deux émirats...

Dubaï vient d'inaugurer la fosse de plongée sous-marine la plus profonde du monde, avec une ville sous-marine qui s'étend jusqu'à -60 mètres. Il est certain qu'il y a chez les deux émirats la volonté de faire parler de soi et de faire venir du monde en bâtissant quelque chose d'unique. Pour autant je ne pense pas qu'Abu Dhabi s'amuse à construire une fosse de deux mètres plus profonde que celle de Dubaï ! Je dirais qu'il y a une concurrence saine qui profite à tout le pays. Et il y a aussi un alignement stratégique et une cohérence entre ce que font les différents émirats.

Comment le pays a-t-il évolué depuis ton arrivée ?



Jérôme avec deux collègues émiraties.

Ce que j'aime beaucoup dans ce pays, c'est que je n'ai vu que des évolutions positives dans toutes les dimensions et au niveau sociétal, particulièrement. Il y a eu une refonte des lois depuis un an, notamment sur le sujet des libertés civiles. La nouvelle réglementation va dans le sens d'une plus grande ouverture et d'une plus grande tolérance vis à vis des populations étrangères et d'une émancipation de la population locale. Il y a aussi eu un package législatif mis en œuvre l'an passé. Désormais des gens non mariés peuvent vivre sous le même toit. Les procédures de divorce pour les résidents étrangers permettent de se référer au droit du pays d'origine. La consommation d'alcool a été décriminalisée. De manière plus générale, il faut comprendre que les origines de certaines lois sont plus culturelles que religieuses. D'ailleurs, le fondamentalisme religieux n'a pas sa place aux Émirats Arabes Unis. Au contraire, le pays a parfois été en friction avec l'Égypte ou le Qatar du fait de leur posture d'élimination des fondamentalistes.

Quelles sont les difficultés auxquelles un étranger désireux de s'installer est confronté en arrivant sur place ?

D'un point de vue professionnel, il faut savoir que le marché est petit. Il est certes

en croissance mais pas très profond. Les Émirats Arabes Unis sont un pays de 10 millions d'habitants, entouré de petits pays, à l'exception de l'Arabie Saoudite. Or ce marché est très concurrentiel et attire beaucoup de gens du monde entier. Pour trouver un travail ici, il faut être sur place, c'est un facteur clé de succès. Enfin l'économie est très sensible à l'évolution des prix du pétrole, bien qu'elle se diversifie le plus possible pour en être moins dépendante. La baisse très importante du cours du pétrole à partir de 2018, a engendré le gel de tous les projets d'infrastructure par Abu Dhabi. Il y a eu des licenciements massifs et des restructurations dans l'industrie du pétrole qui ont eu un effet domino sur toute

“ On a tendance à parler des pays du Golfe comme s'ils étaient interchangeable. Or chaque pays de la région est très différent des autres ! ”

l'économie du pays. De nombreux expatriés ont dû repartir vers leurs pays d'origine.

Et quels sont les opportunités pour ceux qui choisissent de s'y installer ?

Pour des gens qualifiés comme les Alumni ESCP, il y a beaucoup d'opportunités. C'est un pays qui a une tradition d'accueil de travailleurs expatriés du monde entier. Si on a un niveau de qualification élevé, il existe de belles opportunités. Dans mon cas personnel, je ne pense pas que j'aurais pu trouver d'équivalent en France aux opportunités dont j'ai pu bénéficier ici. Une fois installé ici, il y a un excellent équilibre entre vie personnelle et professionnelle. On travaille de manière intense mais on a une qualité de vie assez extraordinaire dès qu'on quitte le bureau. Certes les mois d'été sont durs, mais d'octobre à mai, le climat est très agréable. Il fait toujours beau. Il y a également une grande notion de service. Les technologies sont modernes, tout fonctionne impeccablement. Il n'y a pas de retard et pas de grève.

S'il n'y a pas de grève, c'est aussi car le droit du travail est une notion assez relative... Le modèle de développement émirati peut parfois interpeller

Oui les français le font bien d'ailleurs ! Moi je n'émet pas de jugement. Je suis français et fier d'être français, je ne dis pas que l'un des systèmes est meilleur que l'autre. Je pense juste qu'il faut faire attention à l'ethnocentrisme. Il ne faut pas comparer deux systèmes dont les origines n'ont absolument rien à voir. D'aucuns pourraient dire que la France s'est construite sur 3 siècles avec un empire colonial dont elle a profité. Il faut mettre de la perspective.

Le peuple émirati a failli disparaître, au début du XX^e siècle. A l'époque, sans les technologies modernes, il était quasi-impossible de vivre ici. Il fait 45 degrés de mai à septembre avec un taux d'humidité très important et un désert très hostile. Les gens quittaient le pays, poussés par le climat et la faim. Un jour on a découvert du pétrole à Abu Dhabi et la donne a changé. Les dirigeants émiratis ont fait preuve de beaucoup de clairvoyance dans la gestion de leurs ressources pétrolières. Ils ont effectivement eu recours à de la main d'œuvre étrangère pour construire leur pays, comme cela a été le cas dans la plupart des pays comme la France.. Mais les conditions de vie sont bien meilleures pour les travailleurs pauvres venus aux EAU par rapport à s'ils étaient restés au Bangladesh ou au Pakistan. En tant que français on a tendance à dire, ça n'est pas possible. C'est de l'exploitation. Mais les ouvriers sont nourris, décentement logés, et les 400 dollars par mois envoyés dans son pays d'origine lui permettent de construire une maison pour la famille là-bas.

Je ne dis pas que le système est parfait par rapport au système français de protection sociale mais il y a une vraie volonté du peuple émirati de respecter toutes les normes. Il n'y a pas de travail forcé à ce que je sache, les organisations internationales sont librement installées ici.

Cet ethnocentrisme a l'air de t'agacer ?

Je pense qu'il y a énormément de préjugés sur les Émirats Arabes Unis. Très souvent ce que je lis dans la presse française est biaisé ou inexact. Je trouve notamment incorrect que l'on parle indistinctement des pays de la région comme s'ils étaient interchangeables. On fait souvent référence aux pays du Golfe, or chaque pays est très différent. Bahreïn, Oman, le Qatar, le Koweït, l'Arabie Saoudite et les Émirats Arabes Unis ont plus de différences que de similarités !

Pour le cinquantenaire du pays, Dubaï a fait les choses en grand en accueillant l'exposition universelle, tu as eu l'occasion d'y aller ?

Oui, je suis allé 6 fois à l'Expo et j'ai trouvé ça génial. Il y a beaucoup de monde malgré le Covid. Le thème de l'exposition universelle est *opportunity, mobility, sustainability* et de nombreux pays tels que la Suède, le

Japon ou l'Italie ont mis en place des expériences remarquables sur leurs pavillons. C'est une sorte de tour de monde des dernières innovations sur ces sujets. Le pavillon japonais qui est une sorte de démonstration technologique en réalité augmentée est époustouflant. Je recommande vivement aux alumni d'y aller.

Dans quel domaine travailles-tu actuellement ?

Je travaille sur des projets de développement d'énergies renouvelables, d'expansion des réseaux d'eau et d'électricité des Émirats Arabes Unis. Je dois dire que professionnellement et personnellement c'est très épanouissant. Le virage des énergies vertes a été pris de façon très rapide et très importante par le pays. J'ai travaillé pendant 5 ans pour l'équivalent d'EDF à Dubaï. Quand je les ai rejoints il y avait moins de 2 % de renouvelable, désormais on est à 10 % et l'objectif est d'avoir atteint le seuil de 25 % de renouvelables d'ici 2030. L'ambition est d'être à 50 % en 2040.

C'est un pays où les choses peuvent évoluer très vite. On peut faire bouger les lignes plus vite qu'en France ?

Oui car les Émirats Arabes Unis ne sont pas une démocratie mais une dictature éclairée. Quand la vision est claire au sommet de l'Etat, les choses se déroulent très vite.

Quels conseils donnerais-tu aux Alumni souhaitant travailler aux Emirats Arabes Unis ?

Il faut tenter sa chance et ne pas avoir de préjugés. C'est un pays où l'on peut arriver en mode low-cost. Malgré l'image démesurée et bling-bling véhiculée dans la presse, il y a un éventail de choix gigantesque. Certes, il y a un hôtel 7 étoiles comme le Burj al Arab, mais tu peux aussi te loger dans un studio en retrait du centre-ville pour une somme modique. Les Chefs les plus connus ont leur adresse à Dubaï, mais il y a aussi de nombreux établissements plus modestes où l'on peut très bien se restaurer pour moins de 10 euros. Le coût de la vie ne doit pas être un frein. Chacun peut trouver une opportunité en fonction de son projet. On peut venir s'installer facilement. La très faible fiscalité facilite les financements et offre de belles perspectives.





Claude SIMON (67) Professeur émérite à ESCP

- ✓ **Ma vertu préférée**
L'honnêteté
- ✓ **Le principal trait de mon caractère**
La ténacité
- ✓ **Mon principal défaut**
Être trop pressé
- ✓ **Ma principale qualité**
L'ouverture d'esprit
- ✓ **Mon occupation préférée**
Randonner dans la nature
- ✓ **Quel serait mon plus grand malheur ?**
Une nouvelle guerre mondiale
- ✓ **Le pays où j'aimerais vivre**
La France
- ✓ **Mes auteurs favoris en prose**
Camus, Marcel Aymé, Rabelais
- ✓ **Mes poètes préférés**
Verlaine, Musset
- 1 ✓ **Mes héros dans l'histoire**
Louise Michel, Gandhi, Martin Luther King
- ✓ **Les faits historiques que je méprise le plus**
La première guerre mondiale
- ✓ **Comment j'aimerais mourir**
En dormant
- ✓ **L'état présent de mon esprit**
Le pessimisme
- ✓ **Ma devise**
Ne jamais renoncer, relever les défis

SANS PAYSANS, ON FAIT COMMENT ?



**LA MOITIÉ DES AGRICULTEURS
PARTIRONT À LA RETRAITE
DANS 10 ANS.**

La relève, c'est Léa,
de la ferme coopérative de Belêtre (37)
Maraichage, céréales et pains bio



©Sandrine Mulas /TDL

**Aidez Terre de Liens
à faire pousser des fermes paysannes
terredeliens.org**

Vie des entreprises

LE 150^e ANNIVERSAIRE DE L'ASSOCIATION DES DIPLÔMÉS DE ESCP

LA REDOUTE

Nathalie BALLA (89).....p. 86

PIAGET

Anne-Charlotte BELLANGER (02).....p. 87

SFIL

Philippe MILLS.....p. 88

BELAMBRA

Alexis GARDY (01)p. 90

GROUPAMA

Pierre-Hubert PERROMAT (01).....p. 92

INDIVIOR

Bassel Antoine AMER (05).....p. 94

IDIA CAPITAL INVESTISSEMENT

Anne-Caroline PACE-TUFFERY et Domitille TANDONNET.....p. 96

TIKEHAU

Thomas FRIEDBERGER (96).....p. 98

JP KARSENTY

Béatrice MOREAU-MARGOTIN (89)p. 99

MARBEUF CONSEIL

Bruno SANGLÉ-FERRIÈRE.....p. 100

**Nathalie BALLA (89)**

Co-présidente

La Redoute : Une entreprise digitale et engagée

Dans cet entretien, **Nathalie BALLA (89)**, co-présidente de La Redoute, nous parle des grandes évolutions qu'a connues cet acteur historique de la vente à distance au cours de la dernière décennie et comment La Redoute a réussi à se réinventer pour être toujours plus proche de ses clients.

Quelles sont les principales évolutions opérées par La Redoute au cours de la dernière décennie ?

La Redoute n'a cessé de se réinventer tout au long de ses 180 ans d'histoire. Depuis 2010, nous avons mené une transformation en profondeur selon 4 axes : nous avons concentré l'offre sur la mode et la décoration maison, deux domaines qui constituent nos savoirs-faires de créateur de tendances et nous avons ouvert une marketplace sélective pour les autres catégories qui complètent notre offre Lifestyle. Nous avons totalement transformé notre business model en stoppant notre « gros catalogue » fin 2015 et en basculant progressivement nos investissements marketing et commerciaux sur le digital avec un nouveau site web, une application mobile et une présence accrue sur les réseaux sociaux. Nous avons aussi investi plus de 50 M€ dans un nouvel entrepôt logistique entièrement robotisé qui nous permet de traiter les commandes en deux heures et livrer en 24h. Nous avons enfin réalisé un travail de fond sur notre culture d'entreprise afin d'engager tous les collaborateurs dans ce projet ambitieux de transformation. En avril 2018, le groupe Galeries Lafayette a pris 51 % du capital de La Redoute et montera à 100 % en juin 2022. Dans ce nouveau cadre, La Redoute va pouvoir accélérer sa stratégie de croissance durable, profitable et responsable.

Développement durable, RSE, digital, seconde main... sont autant de tendances qui marquent votre secteur. Comment les appréhendez-vous ?

À La Redoute, nous partageons quatre attitudes au quotidien : confiance, curiosité, audace et responsabilité. Ces attitudes garantissent notre résilience. Ce sont ces réflexes d'entrepreneurs qui nous aident à nous adapter en permanence aux évolutions du marché et de notre écosystème. La RSE fait partie intégrante de notre projet de transformation et de développement. Nous sommes des commerçants et des entrepreneurs, convaincus que sans les entreprises, il sera très compliqué d'atteindre les objectifs des accords de Paris. Au-delà de notre politique RSE fixée en 2014 et fondée sur quatre axes (la protection de l'environnement, l'information de nos clients, le soutien à notre territoire et l'engagement RSE de nos collaborateurs), nous avons pris, début 2020, trois engagements forts : 100 % de produits responsables dans nos marques propres en mode et décoration maison d'ici 2025, suppression des plastiques à usage unique et neutralité carbone d'ici 2030. Le lancement de notre site de produits de seconde main « La Reboucle », début 2020, va totalement dans ce sens. Ces décisions sont non seulement importantes pour nos clients mais aussi pour tous les jeunes talents qui veulent nous rejoindre !

L'international est aussi un axe clé pour la Redoute. Qu'en est-il ? et quelles sont vos ambitions à moyen et long terme ?

L'international constitue une formidable opportunité pour La Redoute. Nos activités à l'international ont représenté environ 35 % du chiffre d'affaires global de La Redoute en 2021. Le développement à l'international repose sur trois dimensions : les filiales, le site laredoute.com et les partenariats. La Redoute est présente en propre dans six pays : le Royaume-Uni, la Russie, la Suisse, la Belgique, le Portugal et l'Espagne. Ces filiales adressent leur marché national en prenant en compte les spécificités locales et s'appuient sur les ressources et la stratégie globale de la marque. Le site laredoute.com constitue un levier de développement important et à moindre coût contribuant à une large exposition internationale de la marque, notamment en Italie, en Allemagne et au Pays Bas.

La Redoute développe enfin des partenariats avec des distributeurs particulièrement bien positionnés sur des marchés tels que la Chine, la Grèce, la Suède ou la Roumanie. Dans les cinq prochaines années, notre enjeu sera de développer l'enseigne en Europe dans un premier temps, mais aussi dans le monde, pour atteindre à l'international 50 % du CA global.



De la Côte-aux-Fées à la Côte d'Azur, la magnifique histoire Piaget

Piaget est née autour d'une passion, d'une création et d'une volonté de faire toujours mieux que nécessaire. **Anne-Charlotte BELLANGER (02)**, nous présente cette maison unique, dont l'histoire se raconte de la Côte-aux-Fées à la Côte d'Azur.

Anne-Charlotte BELLANGER (02)

Directrice Générale Piaget France

Comment a évolué la maison depuis sa création en 1974 ?

Initialement, nous produisons des mouvements pour d'autres marques. Ce n'est qu'au début des années 1940 que la marque Piaget en tant que telle est apparue. Nous avons toujours eu l'habitude de dire que la Côte-aux-Fées est à l'origine de la manufacture horlogère de Piaget, même si c'est la Côte d'Azur qui met en avant les valeurs de la maison. La famille Piaget qui, bien étant dans le Jura Suisse, a toujours eu l'ambition de plaire à une clientèle très internationale. D'ailleurs, c'est Monsieur Yves Piaget, qui a créé la notion de « Piaget Society » où les créations de la Côte-aux-Fées venaient nourrir celle de la Côte d'Azur et vice versa.

Néanmoins, chez nous, les montres ont toujours été une pièce de joaillerie. Et, c'est pour cette raison que nous sommes devenus aujourd'hui des horlogers très connus notamment pour la finesse de nos bijoux : l'ultra fin est notre expertise ! Nous avons par la suite rajouté des pierres de couleurs, des pierres dures pour rendre nos fines créations encore plus élégantes. Concernant nos mouvements, qu'ils soient visibles ou pas, leur qualité et leur finition sont uniques.

En 1959, le premier « Salon Piaget » a été organisé à Genève. Il a été créé pour être un lieu accueillant, dans un esprit boudoir où Piaget pouvait partager sa créativité et son savoir-faire et présenter les premières créations des bijoux de luxe de

Piaget, le début de la haute joaillerie, aux côtés de montres raffinées. Puis à partir des années 1990, nous avons lancé nos premières collections de joaillerie Rose et Possession.

Faire toujours mieux que nécessaire a toujours été notre credo.

Les maisons de luxe se modernisent depuis quelques années sous l'impulsion du digital et de l'innovation. Quelle place occupe l'innovation pour une maison comme Piaget, qui se veut être fidèle à ses racines ?

L'innovation est ancrée dans nos racines. Elle se traduit notamment par des mouvements de plus en plus plats depuis 1974. D'ailleurs, nous avons gagné l'Aiguille d'or 2020 avec notre Altiplano Ultimate Concept. Cette montre, sur laquelle nous avons cinq brevets, a la spécificité d'être plus fine qu'une pièce de cinq centimes. Technologiquement, il s'agit donc d'une prouesse.

Par ailleurs, en plus d'être ultra-fine, cette montre est aussi ultra-personnalisable. Nous avons tout un système digital qui permet de personnaliser les aiguilles mais aussi chaque élément du mouvement.

Aujourd'hui, le digital s'invite partout. Par exemple, pour nos communications nous utilisons des QR codes qui permettent de montrer l'excellence de nos créations.

En 2021, nous avons encore eu cinq nominations à ce GPHG, la Fondation du grand

Prix d'horlogerie de Genève (et avons gagné deux prix). Nous sommes en quête permanente de technicité. En 2021, nous avons lancé une montre Wings of Light, sortant de notre collection haute-joaillerie et mettant en avant de fabuleux diamants jaunes qui donnent l'heure. Cette innovation est la combinaison parfaite d'un savoir-faire horloger et joaillier.

Avez-vous d'autres nouveautés ?

Bien sûr ! Parmi nos dernières innovations, nous pouvons parler de la Polo Squelette, une nouvelle montre ultra-fine dans notre collection historique Polo. Nous avons aussi lancé la Polo 36 mm pour femme.

Quant à la joaillerie, nous avons aussi lancé Piaget Possession Contrast, qui reprend les codes de design classiques de la ligne Possession mais qui vient ajouter de nouveaux matériaux, la céramique. Cet anneau qui représente la chance, l'amour, la joie, devient aujourd'hui une nouvelle façon de s'exprimer avec un design audacieux et plein d'énergie positive.

Enfin, nous avons la nouvelle collection de haute-joaillerie, Extraordinary Lights, qui raconte l'histoire de la lumière et de son impact de la fin de la journée jusqu'au petit matin.



Philippe MILLS
Directeur Général

Une banque au service de l'économie française

Philippe MILLS, Directeur Général de SFIL nous présente cet acteur majeur du financement de l'économie française qui capitalise sur un modèle solide et résilient au service des territoires et des exportations. Il nous en dit aussi davantage sur les prêts verts et leurs effets bénéfiques.

Quels sont les métiers et le positionnement de SFIL ?

SFIL est une banque publique de développement et filiale de la Caisse des Dépôts, notre actionnaire de référence depuis le 30 septembre 2020. Notre raison d'être est claire : financer un avenir durable. Cela se traduit notamment au travers de nos deux missions :

- le financement du secteur public local en France (collectivités locales, communes, groupements de communes, départements, régions, hôpitaux publics) ;
- le financement des grands contrats d'exportation français garantis par Bpifrance Assurance Export au nom et pour le compte de l'Etat.

En tant que banque publique de développement, SFIL est un outil de politique publique qui agit en complément des banques commerciales. Nous répondons à certaines défaillances du marché avec l'objectif d'avoir une rentabilité modérée et une part de marché qui vient en complément de celles des banques commerciales.

Bien que peu connue par le grand public, SFIL compte 78 milliards d'euros de bilan, ce qui la classe au 7^e rang des banques françaises, et

est la 1^{ère} banque spécialisée en France. SFIL est aussi une entreprise à taille humaine avec une chaîne hiérarchique courte offrant à chacun plus d'autonomie. Avoir plus de cohésion collective et une activité transversale sont des valeurs fortes et indispensables chez SFIL compte tenu de nos effectifs, de la taille de notre bilan et de notre volume d'activité.

Nous sommes aujourd'hui un groupe très solide et leader sur ses deux activités principales. La crise sanitaire n'a fait que conforter ce positionnement.

L'année 2021 a été une « très belle année » pour vos activités. Qu'en est-il ?

En effet, nous avons été encore plus solides que 2020 avec des résultats très bons et supérieurs à ce que l'on avait inscrit dans notre budget. Nous avons noté, au premier semestre 2021, une très forte amélioration en termes de résultats financiers, de maîtrise des coûts des risques et de coefficient d'exploitation. Et, le second semestre a été tout aussi bon que le premier !

Ces excellents résultats confirment le bilan positif de l'activité du groupe,

tel que relevé par la Cour des Comptes dans son rapport, « Un bilan positif des clarifications apportées », publié le 13 septembre dernier. Un tel commentaire est rare de la part de la Cour des Comptes, ce qui pour nous est une véritable fierté.

Les financements et placements verts ont connu une importante montée en puissance ces dernières années. Quelle vision portez-vous sur ce sujet ?

Il est tout à fait clair qu'il y a une réorientation massive et rapide des marchés financiers vers des actifs durables. Les Green Bonds (les obligations vertes) connaissent depuis plusieurs années une croissance exponentielle allant de 50 % jusqu'à 100 % tous les ans. Depuis 2020, nous avons observé une croissance très importante seulement sur les financements verts mais aussi sur les financements sociaux en raison de la crise sanitaire. Les émissions sociales (social bonds, covid bonds, pandemic bonds...) ont été très nombreuses pour financer le traitement des conséquences sanitaires ou sociales de la crise.

Face à la montée en puissance des

financements de prêts verts depuis 2014 et à l'explosion des financements sociaux du fait de la crise, nous constatons qu'il y a encore un certain manque de projets à financer.

Comme annoncé lors du « Climate Finance Day », depuis 2021, en partenariat avec La Banque Postale, nous offrons une enveloppe de 1 milliard d'euros de prêts verts aux collectivités locales et de 1 milliard d'euros de prêts sociaux aux hôpitaux publics chaque année. L'année 2020, nous avons pu identifier uniquement 400 millions de prêts verts notamment dans des secteurs prioritaires liés à l'efficacité énergétique des bâtiments. Il y a encore trop peu de projets proposés aujourd'hui par les collectivités locales.

Sur la partie crédit export, nous ne faisons pas de financement vert, mais nous commençons de plus en plus à avoir des projets liés aux investissements durables sur les activités que nous finançons.

Nous avons aussi financé Dogger Bank en Mer du Nord. Il s'agit du plus grand champ d'éoliennes marines jamais construit. À son achèvement en 2025, ce projet permettra d'alimenter en énergie propre plus de 4 millions de foyers britanniques.

Plus particulièrement, que propose SFIL en termes d'obligations vertes et sociales ?

SFIL propose des prêts verts pour les collectivités locales, et des prêts sociaux pour les hôpitaux publics. Sur les financements verts, nous proposons des prêts dans 5 secteurs : les mobilités douces et les transports

propres, la gestion et l'assainissement de l'eau, la gestion et valorisation des déchets, l'efficacité énergétique, les énergies renouvelables.

Cette gamme, proposée en partenariat avec la Banque Postale, a été lancée en 2019.

Nous capitalisons sur le réseau commercial de notre partenaire pour distribuer nos offres de prêts avec notre accord. SFIL gère ensuite toute la vie et le refinancement du prêt. Après cette première émission verte de 750 millions d'euros, nous avons levé une seconde émission verte d'un montant de 500 millions d'euros en 2020. La première émission était uniquement destinée aux communes et aux groupements de communes, tandis que la seconde est aussi pour des départements. Nous avons aussi noté une répartition plus équilibrée des financements entre les 5 domaines d'actions.

Pouvez-vous nous donner des exemples de projets verts que vous financez dans ce cadre ?

Nous avons financé un ensemble de projets très concrets comme par exemple la construction de la station d'épuration de Cagnes-sur-Mer dans les Alpes Maritimes. SFIL a financé 8 millions d'euros, soit 10 % du projet s'élevant à 87 millions d'euros. Ce projet permettra au service d'assainissement de la commune d'assurer l'extraction et la valorisation de 3832 tonnes de boue par an provenant des eaux usées de la commune. Nous avons également contribué à l'extension du réseau de géothermie du département de Seine-Saint-Denis d'un coût total de

30 millions d'euros. SFIL a financé 11 millions d'euros sur ce projet qui a une capacité énergétique de 11 mégawatts et qui permettra d'éviter 11 775 tonnes de CO₂ par an.

Vous avez récemment mis en place un nouveau plan stratégique. Quelles en sont les grandes lignes ?

Nous avons en effet de nouveaux objectifs à l'horizon 2026. Cette nouvelle stratégie a été adoptée par le Conseil d'administration le 15 octobre dernier pour mettre en avant notre développement et nos priorités sur 5 ans. Nous allons refondre notre cadre des missions thématiques en y ajoutant de nouvelles émissions durables et en offrant la possibilité de faire des prêts sociaux aux collectivités.

Nous allons aussi accentuer et élargir notre capacité de financement sur des projets contribuant aux objectifs de développement durable.

SFIL propose des prêts verts pour les collectivités locales, et des prêts sociaux pour les hôpitaux publics.



Alexis GARDY (01)
Président

Belambra : un groupe résolument engagé dans la relance de la destination France

N°1 des clubs de vacances en France, le groupe Belambra, présent dans les plus beaux endroits du territoire, poursuit son développement et consolide son positionnement d'opérateur touristique de référence. Après deux années de crise sanitaire, **Alexis GARDY (01)**, son Président, revient sur la stratégie de l'entreprise, l'évolution du tourisme et les transformations du secteur.

Vous avez récemment été nommé président de Belambra. Pourriez-vous nous rappeler votre parcours et nous en dire plus sur votre prise de fonction ?

À ma sortie de ESCP en 2001, j'ai rejoint le cabinet de conseil Roland Berger à Paris où j'ai évolué pendant une vingtaine d'années sur différents postes. Au cours de cette expérience, j'ai été en charge de développer le Centre de Compétences Tourisme & Travel et d'en assurer la gestion à l'échelle mondiale. En 2012, je suis parti à Montréal avec pour principale mission le développement des activités de Roland Berger au Canada. De retour en France, en 2019, j'ai repris la direction de la société Form Development, avant de rejoindre, deux ans plus tard, le groupe Belambra.

Une prise de fonction bien particulière entre l'annonce d'un nouveau confinement – à une période charnière comme les vacances de Pâques et les points du mois de mai – et la nécessité de relancer l'activité du groupe après une saison d'hiver totalement « blanche » pour tous les acteurs du secteur.

Quel bilan tirez-vous de l'année 2020-2021 par rapport à la crise et comment cela impacte-t-il votre stratégie sur le moyen terme ?

Le secteur du tourisme est familier des situations exceptionnelles. Au fil des décennies, nous avons connu des crises géopolitiques, climatiques (tsunami, éruptions volcaniques...) ou encore sanitaires. Toutefois, ces deux dernières années se démarquent de toutes les autres.

En effet, pour la première fois de son histoire, l'industrie touristique a connu simultanément un arrêt total des flux de voyageurs et la fermeture de toutes les destinations d'accueil. Sur une période d'une durée, elle aussi, inédite. Autant de facteurs qui ont nécessairement impactés notre activité.

D'un point de vue stratégique, la pandémie a paradoxalement renforcé le positionnement de Belambra : une icône du tourisme bleu-blanc-rouge avec des clubs situés dans les plus beaux endroits de France. Les restrictions de déplacements internationaux et le renforcement d'une prise de conscience environnementale, liée aux déplacements aériens, ont contribué à mettre en lumière la richesse, souvent

méconnue ou oubliée, des territoires les plus proches de chez soi.

Comme toutes les crises, cette pandémie a accéléré la transformation des entreprises et le secteur du tourisme n'échappe pas à la règle : il poursuit, encore à l'heure actuelle, sa mutation.

Quels sont les changements auxquels vous avez procédé à la suite de cette crise ?

Pendant la pandémie, nous avons dû rapidement nous adapter, développer de nouvelles manières de travailler. Nous avons su capitaliser sur notre expérience d'hébergeurs pour mettre en place toutes les mesures nécessaires au bon accueil de nos clients. Nous avons également adapté notre offre aux contraintes de nos clients en proposant par exemple une offre tranquillité permettant de modifier ou d'annuler toute réservation sans justification jusqu'à 5 jours avant l'arrivée. La crise nous a également amenés à faire évoluer notre organisation pour maintenir un équilibre et une efficacité entre les équipes du siège et celles présentes dans nos clubs afin de conserver un niveau de service de qualité et tenir nos promesses vis-à-vis de nos clients.

Quels sont vos marchés prioritaires et quelles actions mettez-vous en place pour les développer ?

Belambra propose une offre 100 % française. Actuellement, nos 52 sites couvrent 27 départements sur les 13 régions de la métropole. Historiquement notre clientèle est avant tout nationale mais nous touchons également des clients issus de pays limitrophes comme la Belgique et les Pays-Bas.

Nous accordons également une attention particulière au marché britannique : avec Travelski, filiale de la Compagnie des Alpes, nous avons d'ailleurs développé un partenariat pour relancer le service ferroviaire Londres-Bourg-Saint-Maurice qui nous permet d'accueillir cette clientèle sur nos différents sites de montagne.

Qu'en est-il de votre activité MICE dédiée aux entreprises ?

L'activité B2B a été suspendue pendant toute la durée des confinements à cause des restrictions de déplacements imposées aux entreprises et à leurs collaborateurs. Avec le retour progressif des équipes au bureau, on a noté l'apparition d'un besoin croissant de se retrouver dans un cadre plus sympathique et décontracté.

A cet égard, Belambra offre un cadre idéal pour des séminaires ou des activités de team-building pour les entreprises. Nos sites sont tous situés dans des environnements exceptionnels et permettent de vivre une expérience de retrouvailles conviviales et appréciée de tous.

À titre personnel, j'ai eu l'occasion de réunir toutes mes équipes de direction dans un de nos clubs pour faire le bilan de la saison estivale et échanger sur les perspectives du Groupe.



Selon vous, quelles sont les futures tendances qui vont dessiner les contours du secteur du tourisme sur les 5 prochaines années ?

J'en vois principalement trois. La première concerne la poursuite et l'accélération de la transformation digitale.

Pour un groupe comme Belambra, c'est un mouvement continu qui nous pousse à être en veille constante et à nous inscrire dans une démarche d'innovation permanente. Une démarche essentielle pour développer de nouveaux outils et intégrer de nouvelles fonctionnalités afin de faciliter la mise sur le marché de nos offres, enrichir l'expérience sur site et créer du lien avec nos clients. La seconde tendance tourne autour de la responsabilité environnementale du tourisme. On constate, d'une part, des préoccupations croissantes des citoyens et des clients en termes de développement durable et, d'autre part, un rejet du tourisme de masse considéré comme néfaste pour l'environnement. Les investisseurs eux-aussi, sont de plus

en plus attentifs à ces sujets. Cela se traduit par une prise en compte plus forte des enjeux environnementaux dans les projets de développements touristiques. C'est une démarche que nous saluons et soutenons !

Enfin, la troisième tendance est liée à l'évolution des ressources humaines. Alors que de nombreux salariés font le choix de quitter le secteur, l'enjeu pour des acteurs comme Belambra est non seulement d'attirer de nouveaux collaborateurs, mais aussi de fidéliser ses talents. Nos métiers placent l'humain au cœur de toutes les préoccupations et, de la même manière, nous accordons une grande importance aux parcours, aux expériences et aux carrières que nous pouvons proposer à nos salariés. Nous leur offrons ainsi une pluralité de métiers, des opportunités de mobilité géographique et la possibilité de monter en compétences et en responsabilité.

En tant qu'employeur, notre rôle est aussi de valoriser la richesse de notre secteur et sa capacité à offrir des parcours épanouissants.



Pierre-Hubert PERROMAT (01)

Directeur de la gestion
des placements financiers

Un groupe mutualiste et engagé

Rencontre avec **Pierre-Hubert PERROMAT (01)**, directeur de la gestion des placements financiers chez Groupama Assurances Mutuelles. Il nous en dit davantage sur les évolutions qu'a connues Groupama au cours de cette dernière décennie et sur le positionnement actuel de ce groupe mutualiste, leader sur de nombreux marchés.

Bio express :

À sa sortie de ESCP en 2001, Pierre-Hubert PERROMAT a rejoint Accenture pour se spécialiser dans les métiers de gestion de la performance financière et plus particulièrement dans le domaine de l'assurance. Il est par la suite passé du côté de ses clients en rejoignant la direction des investissements d'Aviva. En 2012, il devient directeur de la gestion des placements financiers du groupe Groupama.

situation financière du groupe, beaucoup de chemin a été parcouru. Aujourd'hui, nous avons une solidité financière à la fois en termes de solvabilité, de rentabilité mais aussi vis-à-vis des agences de notation. Groupama a su s'adapter à tous les enjeux de cette dernière décennie. Plus particulièrement, nous avons été en mesure d'intégrer la digitalisation à la fois dans nos manières de travailler, dans nos offres et dans notre relation avec les clients.

Nous avons, notamment depuis la crise sanitaire, beaucoup de moyens et d'outils à notre disposition, ce qui nous permet de travailler avec les meilleurs standards digitaux en France et de favoriser le collaboratif.

et 1^{er} assureur des collectivités publiques. Nous sommes le 2^e assureur habitation, le 3^e en prévoyance individuel et le 4^e auto. Groupama a aussi la particularité d'être très équilibré entre l'assurance dommages aux biens et l'assurance à la personne. Nous avons également une présence internationale assez significative, avec 5 millions de clients répartis dans 9 pays et en particulier en Italie, en Roumanie et en Hongrie.

Dans un environnement très mouvant et incertain, quels sont vos enjeux mais également vos perspectives ?

L'ensemble des acteurs du groupe sont mobilisés autour de notre raison d'être « nous sommes là pour permettre aux plus grands nombres de construire leur vie avec confiance ». Les premiers enjeux auxquels nous faisons face sont liés à notre ADN d'assureur mutualiste et en particulier la RSE qui a toujours été inhérente à notre modèle. Depuis peu, par exemple, nous dispensons des formations de premier secours dans le cadre de l'opération « Les Gestes qui Sauvent ». De plus, le fait que nous soyons présents sur l'ensemble de la France, nous donne une certaine responsabilité en termes d'accompagnement des territoires. Et, ce volet RSE se reflète aussi à travers l'ensemble de nos métiers.

Par ailleurs, en cohérence avec ses

Comment Groupama a évolué au cours des dernières décennies ?

J'ai rejoint Groupama en 2012, une période réellement charnière pour l'entreprise. En effet, après 2011 et la crise financière, le groupe avait entamé une réorientation assez significative notamment avec la réaffirmation de son mutualisme. C'est à l'époque que Groupama Assurances Mutuelles est redevenu un organisme mutuel ! Je crois que ce modèle est aujourd'hui encore plus d'actualité et nous permet d'être encore plus proches de nos clients et c'est également une manière très pertinente de dresser les enjeux de l'assurance de demain.

J'ai donc participé au redressement de la

Aujourd'hui, quel est votre positionnement sur le marché ?

Sur le marché, Groupama est présent dans 10 pays, avec un chiffre d'affaires de l'ordre de 14 milliards d'euros avec une prédominance sur le marché français (12 milliards sont générés en France). Nous avons un bilan qui pèse près de 90 milliards d'actifs. 31 000 collaborateurs du groupe sont au service de 11,5 millions de sociétaires. En France, nous avons un très fort ancrage territorial avec 6,5 millions de sociétaires et de clients, 25 000 collaborateurs et des positions de leaders sur de nombreux marchés. Nous sommes le 1^{er} assureur agricole, 1^{er} assureur santé,

valeurs, Groupama est un employeur responsable, qui accompagne chacun de ses collaborateurs à chaque étape de son parcours professionnel. Cette dimension nous tient particulièrement à cœur. Bien sûr, comme toutes les entreprises nous attachons une attention particulière à la transition énergétique, qui est un sujet majeur dans notre politique d'investissement. Enfin, le développement en matière d'assurance de personnes au sens large. Nous souhaitons accompagner nos clients et nos sociétaires dans l'ensemble des étapes de leurs vies, par des offres d'assurance mais aussi par la préparation en retraite.

Quelles sont les opportunités de carrières que Groupama peut offrir à des diplômés de grandes écoles de commerce comme ESCP Business School ?

Groupama est très actif sur le marché de l'emploi. En 2021, malgré la crise, nous avons recruté plus de 3 000 collaborateurs et 1 300 stagiaires et alternants. Cette année, nos ambitions sont similaires. Groupama est donc synonyme d'opportunités ! Et, ce qui est intéressant au sein du groupe, c'est que nous avons différents métiers à proposer. Nous avons parmi nos équipes des personnes spécialisées en finance et en analyse de risques financiers et de nombreux projets autour de la digitalisation et de la transformation des entreprises. Nous avons aussi des sociétés d'asset management et de gestion patrimoniale. Par ailleurs, nous offrons des opportunités de carrière dans le marketing qui regroupent les aspects marketing produit mais aussi le digital et les parcours clients ou sur les métiers de communication (interne, externe ou digital). Les RH, les achats, et le contrôle de gestion font partie des métiers qui peuvent correspondre aux diplômés de l'école. Toutefois, ce qui est d'autant plus intéressant, c'est que la mobilité au sein du groupe est très forte. Nous ne rejoignons pas notre groupe pour un poste mais pour un parcours : il est en effet possible d'avoir 1 000 vies chez Groupama.



Envie de donner du sens à vos compétences ?

« Parce qu'on y croyait, on s'y est tous mis collectivement et c'était puissant. »

Loïc,
Responsable data lab, Groupama Assurances Mutuelles.

**ÊTRE LÀ POUR LES AUTRES,
J'AI DÉCIDÉ D'EN FAIRE MON MÉTIER.**

Rejoignez-nous sur
[Groupama-gan-recrute.com](https://groupama-gan-recrute.com)



Sur un plan plus personnel, qu'appréciez-vous dans cette entreprise ?

Son caractère humain ! Je pense qu'il s'agit d'une entreprise où les relations humaines sont vraiment mises au premier plan. Nous avons au sein de Groupama une vraie culture de l'informel. Bienveillance, confiance et respect se font ressentir au quotidien. Par ailleurs, c'est aussi un groupe qui sait s'adapter. Par exemple, durant la crise Covid, bien que la plupart des collaborateurs avaient l'habitude de travailler en présentiel, ils ont rapidement réussi à passer en télétravail. Enfin, la question de

sens au travail est très importante pour nous. D'ailleurs, elle ressort à travers notre caractère mutualiste très poussé.

Un mot à nos lecteurs pour conclure ?

Je conseillerais à toute personne qui prochainement entrera dans le monde du travail de ne jamais rejoindre une entreprise sans en être convaincu. Personne n'est dans l'obligation de poursuivre une carrière linéaire toute tracée. Il faut chercher un emploi qui ait du sens et où la relation humaine est mise en avant.



Bassel Antoine AMER (05)
Vice President- North West Europe

L'industrie pharmaceutique : des carrières et du sens !

Intégrer l'industrie du médicament peut offrir aux jeunes de véritables opportunités de carrière, mais aussi et surtout, répondre à leur quête de sens, devenue centrale ces dernières années dans leurs choix professionnels. Le point avec **Bassel Antoine AMER (05)**, Vice President North West Europe d'Indivior, qui nous parle des grands enjeux de l'industrie pharmaceutique, mais aussi de ses propres challenges en tant que dirigeant.

Vous avez évolué, tout au long de votre carrière, dans l'industrie pharmaceutique. Quelles ont été les principales étapes de votre parcours ?

Après un doctorat en médecine, j'ai commencé à travailler dans l'industrie pharmaceutique. Cinq ans plus tard, j'ai décidé de compléter mon cursus initial par un Executive MBA à ESCP. Cette formation complémentaire m'a permis d'accéder rapidement à des responsabilités managériales au niveau international. J'ai notamment occupé le poste de directeur général dans plusieurs pays du Moyen Orient. Un poste stratégique au headquarter basé aux Etats-Unis, puis, à partir de 2016, le poste de VP France-Europe du Nord au sein du laboratoire Indivior.

Aujourd'hui, dans le cadre de vos fonctions, quelle est votre feuille de route et quels sont vos principaux challenges ?

En tant que dirigeant d'un laboratoire pharmaceutique, ma mission consiste à mobiliser les équipes pour apporter les innovations thérapeutiques aux patients, le plus rapidement possible, afin d'améliorer leur qualité de vie. Le challenge est d'autant plus élevé en France où l'accès au marché des

médicaments est complexe et très réglementé.

Plus précisément, l'enjeu réside dans la valorisation économique des innovations thérapeutiques à travers la fixation d'un juste prix remboursé, et l'accélération des évaluations par les autorités pour que ces traitements soient plus rapidement accessibles aux patients.

Et, comme tout dirigeant, ma priorité consiste à donner une vision stratégique avec les grands axes prioritaires pour que les équipes puissent ensuite la mettre en place. Un enjeu permanent pour moi est également d'identifier et retenir les talents afin de créer les conditions favorables à la réussite de notre stratégie.

En parallèle, pouvez-vous nous rappeler le cœur de métier et le positionnement d'Indivior ?

Indivior est un laboratoire pharmaceutique international spécialisé dans le traitement des addictions aux substances psychoactives : drogues illicites (telles que héroïne) et médicaments licites mésusés (tels que médicaments antidouleur opioïdes). D'ailleurs, nos médicaments ont permis de réduire considérablement les risques de mort par overdose à l'héroïne et de

limiter la consommation des opiacés avec toutes les complications médicales qu'elle peut entraîner.

En termes de positionnement, nous sommes aujourd'hui la seule compagnie au monde entièrement dédiée aux traitements des dépendances aux opiacés et des addictions. C'est ce qui fait de nous un véritable partenaire des professionnels de santé, des patients mais aussi des autorités de santé en termes de politique sanitaire et de prise en charge de consommation des drogues.

Quel regard portez-vous sur votre secteur ? Quels sont les grands enjeux qui mobilisent votre industrie actuellement ?

Les enjeux de l'industrie du médicament sont multiples. Il y a d'abord la recherche et l'innovation qui font partie intégrante de notre ADN et qui constituent notre cœur de métier. Développer de nouveaux médicaments est un défi permanent avec très souvent des cycles de recherches très longs et des coûts colossaux (des milliards de dollars investis). L'enjeu est donc de trouver les moyens et les ressources pour mener à bien des projets de telle envergure. Les nouvelles technologies telles que l'IA, le big data, la médecine de précision

ont permis de transformer la recherche et le développement de nouveaux traitements. C'est une opportunité qui nous ouvre plein d'horizons certes, mais aussi un défi de taille pour toutes les équipes de recherche qui doivent se réinventer en permanence, acquérir de nouvelles compétences et s'ouvrir à l'extérieur dans le cadre de l'open innovation.

Ensuite, un autre défi majeur consiste à ce que les patients puissent avoir accès à ces médicaments essentiels et innovants. Cela passe notamment par un travail medico-réglementaire important, face à des réglementations complexes pour l'accès au marché de nos innovations.

Et enfin, après la commercialisation du médicament, il y a tout un travail d'information auprès des professionnels de santé, des patients et des autorités sur le médicament et ses indications. Et là, nous sommes souvent confrontés à la rareté et au manque de disponibilité des professionnels de santé, notamment dans ce contexte de pandémie. Dans ce cadre, il devient primordial de réinventer les interactions entre les laboratoires pharmaceutiques et les professionnels de santé, au travers notamment des technologies numériques, digitales ou hybrides. Le digital va permettre de révolutionner la prise en charge des patients à travers les thérapies digitales, les soins à distance et surtout la possibilité de mesurer la qualité et les résultats des soins.

Quelles sont les opportunités de carrière que votre secteur peut offrir à des diplômés de grandes écoles de commerce comme ESCP Business School ?

De manière générale, c'est une industrie qui offre de formidables débouchés pour les diplômés des grandes écoles et en particulier ceux de ESCP. Aujourd'hui, les jeunes sont de plus en plus à la quête de sens et d'impact. Notre industrie répond parfaitement et à ce besoin et



leur permet de contribuer activement et positivement à faire progresser la science et à améliorer la santé des populations. C'est aussi un secteur qui offre une véritable richesse au niveau des métiers proposés. J'ai moi-même intégré le secteur sur des fonctions plus techniques, au vu de mon background et de ma formation médicale. J'ai ensuite pu évoluer grâce à ma formation à ESCP, qui m'a permis de toucher d'autres métiers dans l'entreprise comme le marketing, le management, la gestion commerciale, la gestion de filiales... Les diplômés de ESCP ont donc plusieurs portes d'entrée possibles chez nous, comme le marketing, la stratégie, l'excellence commerciale, le business development et l'international. Notre industrie leur offre à la fois des opportunités dans de grandes entreprises ou des biotechs ultra innovantes avec un parcours en France comme à l'étranger.

Sur un plan plus personnel, que retenez-vous de votre passage à l'école ? Sur quels acquis capitalisez-vous encore dans le cadre de vos fonctions ?

Avec le recul, je pense que mon passage

à ESCP a eu trois grands apports. Cela m'a permis dans un premier temps d'avoir un apprentissage complémentaire à mon cursus médical initial et à mes premières années d'expérience professionnelle. J'ai ainsi pu élargir mon champ de compétence sur de nouveaux domaines comme la finance, les business plan, l'approvisionnement, la supply chain...

Cela m'a aussi aidé à m'ouvrir à d'autres industries en côtoyant pendant un an et demi, des camarades, issus de mondes et de secteurs divers et variés. Cela m'a permis de constituer un réseau humain et professionnel solide et de connaître des personnes très intéressantes avec qui je continue d'entretenir de très bons liens. Et pour conclure, ESCP est aussi reconnue pour la qualité pédagogique de ses programmes et pour son excellence académique. Mon Executive MBA m'a donné une légitimité supplémentaire au sein de mon entreprise et a impacté considérablement ma carrière.



Anne-Caroline PACE-TUFFERY

Directrice Exécutive

Domitille TANDONNET

Chargée d'Affaires Investissement

IDIA CAPITAL INVESTISSEMENT : Toujours plus proche des entreprises sur les territoires

Avec plus de 1,9 milliards d'euros sous gestion et plus d'une centaine de participations dans son portefeuille, l'ambition d'IDIA Capital Investissement (IDIA CI) est de soutenir l'économie en se positionnant comme le partenaire des entreprises et de leurs dirigeants. Explications de **Anne-Caroline PACE-TUFFERY**, Directrice Exécutive, et **Domitille TANDONNET**, Chargée d'Affaires Investissement au sein d'IDIA Capital Investissement.

Au cœur de votre métier, nous retrouvons le capital investissement. Quel est votre positionnement ?

Anne-Caroline Pace-Tuffery : IDIA Capital Investissement (IDIA CI) regroupe les activités nationales de capital investissement minoritaire pour compte propre du groupe Crédit Agricole.

A ce titre, IDIA CI est un acteur stratégique pour le groupe Crédit Agricole : l'apport de capitaux propres est essentiel pour soutenir la croissance des PME de taille significative et ETI, aux côtés des dirigeants sur l'ensemble du territoire.

La volonté d'IDIA CI est d'être un soutien à l'économie et porteur de progrès sur le plan sociétal et environnemental en s'inscrivant au cœur de la stratégie du Groupe, et de sa raison d'être : « Agir chaque jour dans votre intérêt et celui de la société ».

Sur le marché concurrentiel du capital investissement, nous nous différencions des autres sociétés en nous appuyant sur notre mission d'investisseur expert, patient et responsable.

Par exemple la création des 2 fonds dédiés au développement de la filière bois et aux transitions énergétique, agricole et agroalimentaire nous

permet d'accompagner les dirigeants dans la durée et de jouer notre rôle d'actionnaire responsable en nous positionnant comme un accélérateur de transition pour les entreprises. D'autre part, notre horizon d'investissement est relativement long, 5 à 7 ans, et nos fonds sont ce que l'on appelle des fonds « evergreen » c'est-à-dire que leur durée de vie n'est pas limitée dans le temps et ne contraint pas la durée de nos investissements.

Nous avons également un positionnement de « minoritaire actif » : nous n'avons pas vocation à devenir majoritaire au sein des entreprises dans lesquelles nous investissons. Toutefois, nous avons presque systématiquement une place de membre ou de censeur dans les organes de gouvernance.

Notre volonté est d'accompagner les dirigeants des PME et ETI qui veulent sécuriser, développer et faire grandir leurs organisations sur le plan financier mais aussi extra-financier. C'est pourquoi nous portons une attention toute particulière à la prise en compte par nos participations des enjeux environnementaux, sociétaux et de bonne gouvernance. Ces éléments constituent aujourd'hui une priorité dans nos décisions d'investissement,

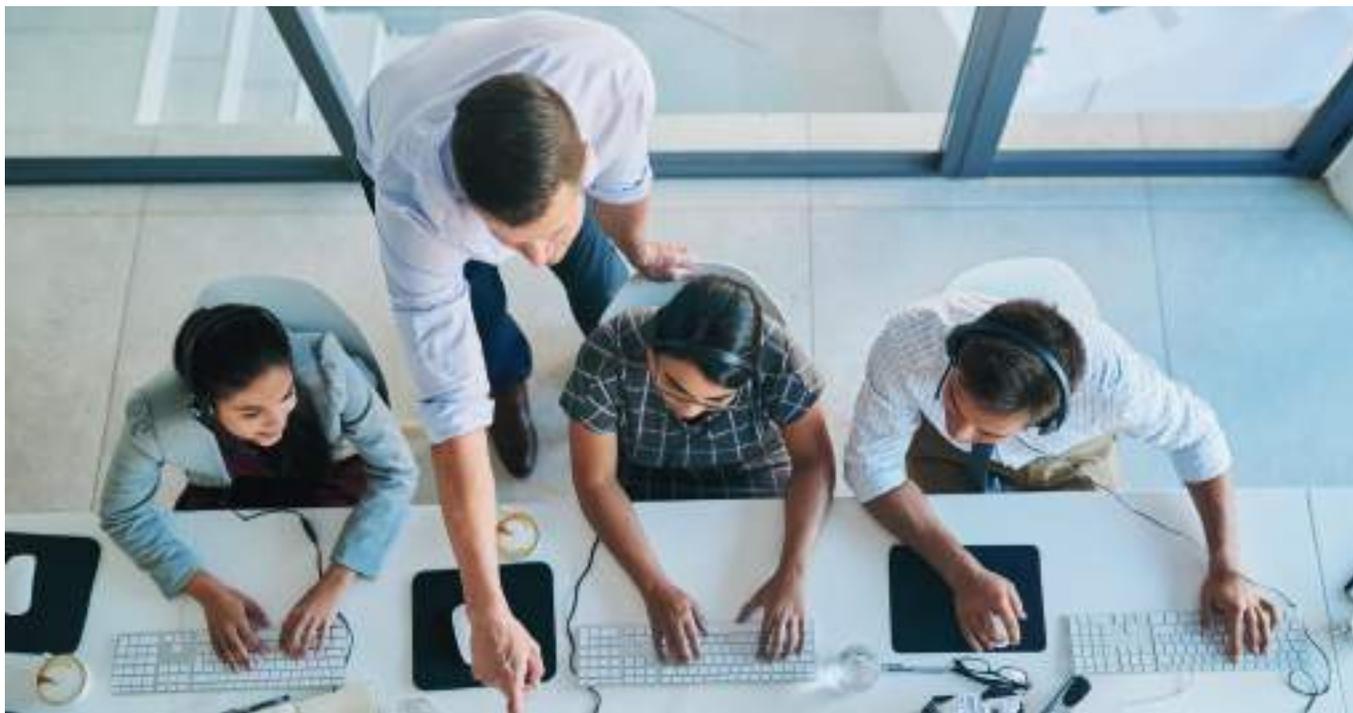
créatrice de valeur. Pour compléter mon propos, nous agissons comme un véritable partenaire, en proposant des solutions de financement sur-mesure et en partageant notre savoir-faire avec les dirigeants.

Dans le contexte actuel, comment se porte votre activité ?

A-C.P.T : Actuellement, le marché est très dynamique du fait d'une forte liquidité sur le marché. Cela permet ainsi aux entreprises de mener des opérations de croissance externe et organique avec l'appui des banques mais aussi des fonds de private equity. On note aussi sur le marché de nombreuses opérations de cession à des prix intéressants avec des valorisations des entreprises à la hausse. Ce contexte laisse entrevoir de belles plus-values et perspectives de création de valeur pour les entreprises et leurs partenaires financiers.

Quels sont vos enjeux et perspectives ?

A-C.P.T : Aujourd'hui, sur ce marché du capital investissement très compétitif, la liquidité n'est plus le critère différenciant. L'enjeu pour des investisseurs comme IDIA CI est de se démarquer en apportant une véritable valeur ajoutée aux entreprises et à



leurs dirigeants. Notre positionnement nous permet de faire cette différence : nous les accompagnons sur des sujets et enjeux structurants comme leur développement durable, leur croissance à l'international... et nous souhaitons être de plus en plus force de proposition sur l'ensemble des thématiques porteuses de valeur que sont également le digital ou les expertises sur certains secteurs.

Nos actions s'inscrivent dans la continuité du plan stratégique du groupe Crédit Agricole : le projet sociétal du Groupe annoncé le 1^{er} décembre dernier porte entre autres sur 10 engagements « cœur » pour toutes nos activités, en lien avec le climat et la transition vers une économie bas carbone.

IDIA CI s'inscrit dans cette dynamique : d'ici 2025, nous prévoyons la création de fonds qui répondront aux préoccupations et aux enjeux du Groupe ainsi qu'un renforcement de l'accompagnement proposé aux entreprises sur les territoires.

Sur un plan RH, que proposez-vous à vos collaborateurs ?

Domitille Tandonnet : Notre culture

managériale met l'accent sur l'accompagnement, la collaboration, l'autonomie et la flexibilité. Un système de feedbacks réguliers et de mentorat permet aux collaborateurs de bénéficier d'un accompagnement sur-mesure et d'exprimer leurs attentes dans un cadre où la parole est libérée. En termes de collaboration et d'autonomie, les juniors sont impliqués au même titre que les seniors sur les dossiers d'investissement et sont invités à participer à des projets transverses.

Personnellement, dès mes premières semaines, j'ai eu l'occasion d'exprimer mon point de vue en comité d'investissement, de participer à une séance de travail avec une ETI de taille significative et de participer régulièrement aux conseils de surveillance de participations en portefeuille.

Enfin, IDIA Capital Investissement offre une véritable flexibilité propice à un équilibre vie personnelle et professionnelle dans ces métiers qui nécessitent un très fort engagement.

A-C.P.T : Outre la culture managériale, on peut ajouter que nous proposons aux collaborateurs de s'engager dans

des métiers porteurs de sens avec un impact positif sur notre économie, notre environnement et notre société.

Et quelles opportunités de carrière peuvent intéresser nos lecteurs ?

A-C.P.T : IDIA Capital Investissement recrute des profils expérimentés d'horizons divers et des profils juniors, ces derniers ayant dans un premier temps réalisé un stage chez nous.

Les collaborateurs peuvent choisir de développer leur expertise dans le capital investissement en évoluant au sein d'IDIA CI à Paris, ou en région au sein des sociétés de capital investissement liées aux Caisses régionales. Ils peuvent aussi s'appuyer sur l'importance et la diversité des activités du groupe Crédit Agricole en France et à l'international pour évoluer vers un nouveau métier et développer de nouvelles compétences. Un programme a notamment été mis en place pour accompagner les hauts potentiels vers des carrières au sein du Groupe.



Thomas FRIEDBERGER (96)

Directeur Général Adjoint, Tikehau Capital

« L'humain doit jouer un rôle central dans nos métiers »

Aventure entrepreneuriale dans la finance qui a débuté en 2004, Tikehau Capital est un des rares acteurs français positionnés sur ce segment. Retour sur cette success story dans le monde de la finance et de la gestion d'actifs avec **Thomas FRIEDBERGER (96)**.

Quelles sont les principales évolutions que vous avez connues ?

Tikehau Capital a été créé en 2004 avec 4 millions d'euros d'encours. Dix-huit ans plus tard, nous gérons 34,3 milliards d'euros. Notre institutionnalisation commence en 2012 avec le rachat de SALVEPAR et l'obtention de la gestion du fonds Novo, une initiative de place pour financer les entreprises de taille intermédiaire. L'introduction en bourse en 2017 coïncide avec l'accélération de notre internationalisation, vecteur de croissance pour le groupe qui compte 700 collaborateurs dans 12 pays, sur trois continents.

Aujourd'hui, quel est votre positionnement ?

Tikehau Capital est une société de gestion et d'investissement qui finance l'économie réelle et la transition énergétique sur le long terme. Nous basons nos décisions d'investissements sur notre propre recherche fondamentale, financière et extra-financière. Ce positionnement se décline sur quatre activités : le private equity, la dette privée, les actifs réels (immobilier et infrastructure) et les stratégies de marchés de capitaux liquides.

Notre enjeu est de continuer à nous développer en conservant notre esprit entrepreneurial et notre culture d'entreprise qui constituent notre ADN. Nous misons sur un fort alignement d'intérêts

entre les actionnaires, le management, les salariés et nos investisseurs. Avec 3 milliards d'euros de capitaux propres et un bilan de plus de 4 milliards d'euros que nous investissons majoritairement aux côtés de nos clients dans nos fonds, Tikehau Capital est l'une des entreprises du secteur de la gestion d'actifs la mieux capitalisée au regard des actifs gérés. La performance de nos investissements et notre vision de long terme sont la clé de notre réussite.

Quelles sont les tendances qui marquent le marché aujourd'hui ?

Trois tendances particulièrement favorables à la génération de résultats pour les entreprises depuis plus de 30 ans sont en train de s'inverser : la baisse continue des taux d'intérêt long terme, la baisse des taux d'imposition sur les bénéficiaires, et la mondialisation. Le point d'inflexion dans la mondialisation provoqué par les tensions sino-américaines et la crise de la Covid-19 constitue un frein à l'optimisation par les entreprises de leurs coûts de production, de leur fiscalité et du montant de capitaux propres avec lequel elles ont opéré jusqu'à présent. Pour rester compétitives et résilientes, elles doivent réinitier un cycle de dépenses d'investissement massif. Nous dédions des ressources importantes dans ces domaines qui vont bénéficier de ce cycle d'investissement : la

transition énergétique, la digitalisation des processus de production, et la cybersécurité. Dans l'immobilier, la reconversion d'actifs commerciaux ou de bureaux en zones mixtes alliant nouvelle organisation urbaine et création d'efficacité énergétique représente une opportunité d'investissement majeure.

Pour accompagner votre croissance et votre développement, quels sont les profils que vous recherchez ? Quelles sont les opportunités qui pourraient intéresser nos lecteurs ?

La crise de la Covid-19 montre les limites d'un modèle de croissance exponentielle basé sur une surexploitation des ressources et une surconsommation. Remettre le facteur humain au centre de nos écosystèmes est probablement le meilleur moyen d'adresser l'urgence climatique et sociale.

Nous cherchons des profils inclusifs qui ont une intelligence émotionnelle, sont curieux, ouverts au dialogue pour réhabiliter ce facteur humain dans nos relations avec les sociétés dans lesquelles nous investissons mais aussi avec nos clients, nos actionnaires et nos collaborateurs. Nous valorisons la diversité de pensée (« mindset diversity ») et la création de valeur collaborative plutôt que le talent individuel.



Béatrice MOREAU-MARGOTIN (89)

Associée

Le commerce et le droit, un mariage réussi

Aujourd'hui, les cabinets d'avocats apprécient particulièrement les jeunes talents ayant suivi une double formation, commerce et droit. C'est justement ce que **Béatrice MOREAU-MARGOTIN (89)**, associée au sein du cabinet JP Karsenty, a fait. Entretien.

Qu'est-ce qui a motivé vos choix de carrière ?

C'est lors de mes études à l'ESCP que j'ai commencé à m'intéresser au droit. À l'époque, je m'étais inscrite à une licence à l'université Paris II Panthéon Assas. Nous étions d'ailleurs quelques-uns à suivre cet enseignement parallèle. À ma sortie de l'ESCP, ne sachant pas exactement ce que je souhaitais faire, j'ai rejoint un cabinet d'audit où je suis restée deux ans tout en poursuivant mes études de droit parallèlement.

À l'occasion d'une mission d'audit d'acquisition d'un label de musique, j'ai découvert, lors de la revue des contrats, le mécanisme de la gestion collective des droits d'auteur par la SACEM. J'ai souhaité ensuite approfondir mes connaissances dans ce domaine et j'ai suivi un DEA en droit de la propriété littéraire, artistique et industrielle à Paris II. J'ai ensuite passé l'examen du barreau pour devenir avocate. J'ai rejoint le cabinet JP Karsenty, qui est un cabinet généraliste en droit des affaires, où j'exerce toujours.

Aujourd'hui, vous êtes experte en droit de la propriété intellectuelle, l'un des secteurs d'activité qui fait la réputation du cabinet. Dites-nous en plus sur cette expertise.

Le cabinet dispose d'une expérience reconnue en droit des brevets, marques,

dessins et modèles, droits d'auteur, droits voisins et droit de la concurrence déloyale et parasitaire. J'exerce cette compétence dans le domaine du contentieux (notamment de la contrefaçon et de ses procédures spécifiques) mais également celui du conseil. Il s'agit d'un contentieux extrêmement varié et qui relève au sein des juridictions de la Cour d'appel de Paris du pôle dit économique.

Par ailleurs, j'interviens aussi en droit de la publicité et en droit de la distribution et de la consommation.

Je pense que ma formation à l'ESCP m'a permis de mieux appréhender les enjeux économiques au sein de litiges, par exemple pour le calcul des dommages et intérêts. Les connaissances que j'ai pu acquérir à travers mes études et ma première expérience professionnelle m'ont aidée à comprendre le fonctionnement de l'entreprise, et notamment les processus de décision et de validation.

Mon expérience en audit m'a fait découvrir un certain nombre de secteurs et d'entreprises. J'ai été en relation directe avec des interlocuteurs de différents départements, notamment des responsables financiers, comptables, marketing, commerciaux, ce qui aujourd'hui m'est utile dans les relations avec les clients du cabinet.

Qu'appréciez-vous dans vos fonctions et votre cabinet ?

J'apprécie la variété du déroulement des journées et des dossiers que nous avons à traiter. Le cabinet a une clientèle très diversifiée, française et étrangère, de PME comme de grands groupes internationaux. Nos interlocuteurs peuvent être des chefs d'entreprise, des directeurs juridiques, des responsables marketing, et nous devons adapter notre discours pour faire comprendre à nos clients les enjeux juridiques d'un litige. Plus particulièrement, le droit de la PI, le droit de la publicité et le droit de la distribution recouvrent un nombre de situations juridiques extrêmement différentes.

Sur un plan plus personnel, que retenez-vous de votre passage à l'école ? Sur quels acquis capitalisez-vous encore aujourd'hui ?

Je retiens de l'ESCP une ouverture sur le monde de l'entreprise. J'ai acquis à l'ESCP des connaissances en marketing et en finance et dans d'autres disciplines. J'ai été sensible à l'enseignement de grande qualité et très tourné vers la pratique.

**Bruno SANGLÉ-FERRIÈRE**

Président

La sécurité des paiements, un enjeu primordial !

Le commerce électronique connaît un essor rapide au niveau mondial. Si ses avantages sont indéniables, il apparaît que celui-ci se heurte à certains obstacles. Un de ses principaux freins est lié à la sécurité des transactions et la résilience des systèmes. Aujourd'hui, il existe une solution pour répondre à la problématique assez connue à laquelle les métiers de paiement font face, à savoir la sécurité cryptographique. Rencontre avec **Bruno SANGLÉ-FERRIÈRE**, président de Marbeuf Conseil.

Bio express

Bruno Sanglé-Ferrière, ingénieur de l'école Centrale des Arts et Manufacture de Paris, a commencé sa carrière au sein de la Société Générale en tant que trader. Aujourd'hui, il est président de Marbeuf Conseil et Recherche et directeur de Carrousel Digital.

Depuis 2018, vous concevez des systèmes de sécurité permettant d'améliorer la sécurité des systèmes de paiement dans une ère post-informatique quantique. Qu'en est-il ?

En effet, comme en témoignent les nombreuses attaques sur les sites informatiques, les dispositifs utilisés pour sécuriser internet ne sont plus aussi sûrs qu'ils l'étaient et le seront de moins en moins. Le système de signature électronique repose par exemple sur des algorithmes dits de hash, tels que MD5 ou SHA1, qui sont désormais réputés obsolètes. L'algorithme qui leur succède, SHA2 est encore considéré comme sûr, mais pour combien de temps ?

Par ailleurs, la venue des ordinateurs quantiques sur lesquels de nombreuses sociétés et états travaillent d'arrache-pied, pourra cracker non

seulement ces algorithmes de hash mais aussi les systèmes de cryptages, notamment les systèmes de clés asymétriques.

Vous avez donc créé un produit révolutionnaire pour le secteur bancaire...

En effet, dans l'intention de porter une monnaie sur des moyens digitaux, nous avons conçu un système permettant de garantir l'authenticité de fichiers inscrits dans des cartes de crédit et de transférer ces fichiers de carte à carte directement, sans internet, ou à travers internet. Souhaitant que la sécurité d'un tel système survive aux ordinateurs quantiques et aux progrès venant du travail des chercheurs en cryptographie, nous avons développé des techniques permettant de ne pas se reposer sur l'utilisation telle que nous la connaissons des signatures de type SHA ni sur les systèmes de cryptages. Cette technologie utilise pour la signature des messages des clés à usage uniques de 116 bits dont la moitié est utilisée pour introduire un secret dans le message avant de calculer son hash.

Quels en sont les avantages et à quelles problématiques répondez-vous ?

L'avantage est que, le hash s'appliquant au mélange d'un secret aléatoire

et du texte à signer est lui-même aléatoire. Il suffit donc d'augmenter sa taille pour diminuer la possibilité pour qu'une attaque permette de générer une signature frauduleuse. Ce nombre de 116 bits permet de réduire la probabilité de succès d'une transaction frauduleuse à moins de 1 sur deux cent quatre-vingts millions de milliards.

Vos systèmes ont-ils d'autres avantages ?

Notre système permet en outre la vérification d'identité à distance, en particulier si des cartes d'identité ou passeports y étaient inscrits. Bien entendu notre système incorpore des moyens de vérification biométriques permettant de renforcer la sécurité.

Par ailleurs, nous proposons des procédures de mise à jour des documents permettant aux différents documents transférés de pouvoir évoluer au gré des technologies et aux éditeurs de documents de faire vivre leurs publications.

Nous avons aussi imaginé une autre technologie permettant de protéger l'affichage des regards indiscrets ainsi que la possibilité de géolocaliser la contrepartie à laquelle on fait un paiement.

**INVENT
YOURSELF.
RESHAPE
THE WORLD.***




SAINT-GOBAIN

**167 000 COLLABORATEURS,
72 PAYS,
8 CENTRES DE RECHERCHE.**

Rejoignez une communauté
innovante, passionnée
et entreprenante
pour **améliorer
le monde de demain.**

saint-gobain.com/carrieres

CONSTRUCTION • MOBILITÉ • SANTÉ • MARCHÉS INDUSTRIELS

*Inventez-vous. Redessinez le monde.



FIDUCIAL



Artisans,
commerçants,
professions libérales,
chefs d'entreprise
et agriculteurs...

Simplifiez-vous l'entreprise
avec FIDUCIAL, le partenaire
de votre réussite