ENTREPRENDRE ◆ INNOVER ◆ POSITIVER

ECORESEAU

ECORESEAU.FR / N°122

BUSINESS

RENTRÉE SOUS HAUTE TENSION

LES ENTREPRENEURS PEUVENT-ILS NOUS SAUVER ?

CÉDRIC MESTON - SERIAL REPRENEUR

TRANSFORMER LES FAILLITES EN SUCCÈS

TUPPERWARE, GROUPE REVIVE, FRANCE REPRISES...
L'IMPACT AU CŒUR DE SA STRATÉGIE

L 15626 - 122 H - F: 5,00 € - RD

BELUX : 5,20 € - Suisse : 9 FS - Canada : 8,99 $ CAN - Maroc : 59 DH - Dom : 5,50 € - Tom : 750 XPF

© ffgolf 2025 - Wake up and golf = Réveillez-vous et jouez au golf

DU 5 AU 28 SEPTEMBRE 2025

REJOIGNEZ-NOUS !

TROUVEZ VOTRE INITIATION

www.ffgolf.org/tous-au-golf

WAKE UP AND GOLF

ffgolf®

ECORESEAU BUSINESS

13 rue Raymond Losserand
75014 Paris
contact@lmedia.fr

Fondateur & directeur de la publication Jean-Baptiste Leprince

rédaction
redaction@lmedia.fr

Comité éditorial
Jean-Baptiste Leprince (directeur des rédactions), Geoffrey Wetzel (rédacteur en chef), Olivier Magnan (conseiller)

Chroniqueurs
Jeanne Bordeau, Armand Caïazzo, Julien Féré, Philippe Flamand, Saïd Hammouche, Yves Jégo, Alain Marty, Pierre Pelouzet, Didier Roche, Thierry Saussez

Ont collaboré Mehdi Arrais , Lisa Bégouin, Jean-Marie Benoist, Carine Galli, Gilles Brochard, Ezzedine El Mestiri, Marie Grousset, Julie-Chloé Mougeolle, François Pilloux, Lili Quint, Clara Seiler

réalisation
production@lmedia.fr

Responsable production Frédéric Bergeron

Conseillers artistiques Thierry Alexandre, Bertrand Grousset
Crédit photo couverture DR
Crédits photos Shutterstock, DR

publicité &opérations spéciales
publicite@lmedia.fr

Responsable de pôle : Grégory Ebole

diffusion, abonnements & vente au numéro
abonnement@lmedia.fr

LMedia - ÉcoRéseau Business - 13 rue Raymond Losserand 75014 Paris
Abonnement 1 an 49 €TTC
Vente kiosque Pagure Presse
Distribution MLP

coordination & partenariats
partenariat@lmedia.fr

Chef de projet : Alexis Karpiel

Chargée de mission : Marie Wacquiez

administration & gestion
gestion@lmedia.fr

Directrice administrative & financière : Lyly Sirattana

ÉcoRéseau Business est publié par LMedia
RCS Paris 540 072 139

Actionnaire principal Jean-Baptiste Leprince
Commission paritaire CPPAP en cours
Dépôt légal à parution / **Numéro ISSN** 2609-147X
Imprimé en France par Léonce Deprez, ZI Le Moulin, 62620 Ruitz

Toute reproduction, même partielle, des articles ou iconographies publiés dans ÉcoRéseau Business sans l'accord écrit de la société éditrice est interdite, conformément à la loi du 11 mars 1957 sur la propriété littéraire et artistique. La rédaction ne retourne pas les documents et n'est pas responsable de la perte ou de la détérioration des textes et photos qui lui ont été adressés pour appréciation.

Papier LTB brillant
Origine du papier
HAGEN en Allemagne
Taux de fibres recyclées 0 %
Certification PEFC 100 %
Ptot (Eutrophisation) 0,016 kg/t

Jean-Baptiste Leprince
Fondateur & directeur de la publication

Geoffrey Wetzel
Rédacteur en chef

Incertitude *et* espoir

Les Français n'ont jamais autant épargné depuis 1981 – hors période covid – et pour la première fois depuis l'an 2000 l'épargne *bleu blanc rouge* dépasse celle des Allemands. Preuve, s'il en fallait une, de l'inquiétude des femmes et des hommes qui vivent en terre France quant à leur avenir. Entre nous, ce n'est pas une grande surprise tant nous sommes plongés dans un brouillard politique, économique et budgétaire depuis la dissolution de l'Assemblée nationale en juin 2024. Au point d'accoucher de slogans comme « Le 10 septembre, la France s'arrête » apparu sur Telegram et amplifié avec le rejet du plan d'économies présenté par François Bayrou. Oui nous vivons une période d'instabilité. Oui nous vivons un moment d'incertitude – qui dépasse évidemment les frontières françaises. Mais par définition ce qui est incertain n'est pas fixé à l'avance, et ne signifie pas que le pire arrivera forcément. L'incertitude n'empêche pas l'espoir, au contraire c'est précisément le moment où nous devons le plus y croire avant de basculer dans les certitudes et l'incapacité à ne plus pouvoir faire marche arrière. Et si le salut venait des entrepreneurs ? « Engagez-vous dans le débat public ! », plaidaient une centaine d'entre eux à destination de leurs pairs, chez nos confrères de *Maddyness*. Parmi eux : Wallerand Moullé-Berteaux (Le Crayon), Kelly Massol (Les Secrets de Loly), ou encore Cédric Meston, cofondateur d'Happyvore et repreneur de Tupperware France, en Une de notre numéro. Ils sont les mieux placés pour comprendre ce dont ils ont besoin pour embaucher, croître, innover, et redresser notre pays. Laissons-les faire, comme l'a martelé Patrick Martin, président du Medef, lors de son discours d'ouverture à la REF. L'apaisement plutôt que la lutte, l'union plutôt que la division.

Bonne lecture,

Abonnez-vous en page 55 ou sur ecoreseau.fr

@ÉcoRéseau Business @ÉcoRéseau
@EcoReseau @ecoreseau_business

VOLVO

Groupe Autosphere

75 PARIS 11e	01 43 55 00 78	61 BD RICHARD LENOIR
94 CHENNEVIÈRES	01 45 93 04 00	102 ROUTE DE LA LIBÉRATION
77 MARNE-LA-VALLÉE	01 64 77 33 10	6 RUE DE FONTENELLE
77 FONTAINEBLEAU	01 60 74 57 77	4 AV. DU GÉNÉRAL DE GAULLE
77 MELUN	01 64 09 61 91	48 RTE DÉPARTEMENTALE 306
08 CHARLEVILLE	03 24 42 48 00	23 RUE PAULIN RICHIER
57 THIONVILLE	03 82 50 17 17	2 RUE CAMILLE DE GAST

sommaire

briefing

8 **briefing**
19 **l'œil décalé**
Les pires façons d'accueillir un nouveau collaborateur

entreprendre & innover

20 **le grand portrait**
Cédric Meston
27 **grand angle**
Les entreprises sauveront-elles le monde ?
36 **demain l'Afrique**
Bill Gates l'Africain !
38 **réseaux & influence**
Cofondateur, plate-forme de recherche d'associés
40 **électron libre**
Joséphine Goube, l'injustice comme moteur
41 **rebond**
Gaël Rivière, droit au but
42 **sport business**
E-sport : pourquoi les entreprises doivent-elles s'y intéresser ?

pratique

45 **création**
Ce qu'il faut savoir avant de se lancer... Et après ?
48 **business guide**
- Le voyage d'affaires, miroir de l'économie mondiale
- Séminaires : bien-être, collectif et nouvelles attentes
- Quels sont les cadeaux d'affaires du moment ?
62 **rh & formation**
68 **carrières & talents**
Quelles formations pour être un leader de haut niveau ?

Signature

72 **l'art du temps**
74 **la sélection**
76 **mobilité(s)**
78 **évasion**
79 **art de la table**
84 **spécial Patrimonia 2025**
Les placements à privilégier en temps d'incertitude
90 **baromètres**
96 **la sélection culturelle**
97 **flashback**
98 **les mots de la fin**

l'image

De Sète à la Silicon Valley

Elle vient de prendre, officiellement, ses fonctions de directrice générale des applications chez OpenAI, l'entreprise derrière ChatGPT. Fidji Simo, née à Sète dans l'Hérault, est le visage d'une réussite par le travail et la détermination. Celle qui est parvenue à se hisser au sommet de la tech mondiale à 39 ans est la première de sa famille à avoir fait des études supérieures, fille d'un père pêcheur et d'une mère commerçante. Une belle histoire qui se prolonge toutefois hors des frontières françaises…

la citation

> **« Les gouvernements ont une vision très sommaire de l'économie. Si ça bouge, ajoute des taxes. Si ça bouge toujours, impose des lois. Si ça s'arrête de bouger, donne des subventions »**
>
> **Ronald Reagan, 40e président des États-Unis**

l'onde positive

Thierry Saussez
Créateur du Printemps de l'Optimisme, incubateur d'énergies positives
Président de la Ligue des Optimistes de France

Osez l'optimisme

Profitons de la fête des 15 ans de la création de la Ligue des optimistes de France pour dresser un point d'ensemble. Avec quelques piqûres de rappel si vous êtes lecteur assidu de cette tribune.
L'invitation a de quoi paraître provocante en ces temps troublés. Jamais peut-être les défis à relever, de la démographie aux technologies, de l'environnement à la sécurité, de la guerre en Europe aux foucades de la politique américaine, l'incertitude ne nous a tant cernés, elle nous mine, augmente notre degré d'anxiété. Dites-vous pourtant qu'elle offre aussi un côté vertueux. Imaginez votre vie si vous saviez tout le temps ce qui allait se passer ? Un cauchemar.

LA FRANCE EST UN OXYMORE

Une grande majorité de Français et Françaises se déclare plutôt heureuse dans sa vie personnelle. La même majorité constitue collectivement l'un des peuples les plus pessimistes du monde. Il faut relativiser cet écart entre bonheur personnel et défiance collective. Comme toujours, ce peuple râleur et jamais content en rajoute. Jules Renard disait très justement : « Ce n'est pas le tout d'aller bien, il faut aussi que les autres aillent mal. » Traduction : si moi, le grand Français, la grande Française, je m'en sors dans ce monde de merde, je suis vraiment formidable. En déprimant l'environnement autour de nous, nous rehaussons nos performances individuelles.
Il faut, de plus, casser le cliché selon lequel l'optimisme est fait pour quand ça va bien. Même dans ce cas, les états d'âme ne sont pas interdits. Ça roule quand même. C'est lorsque ça va mal, pour affronter des difficultés, traverser des crises, qu'il faut encore davantage mobiliser des énergies positives. Ne soyons pas des optimistes béats qui pensons que tout va toujours bien. Soyons des optimistes lucides qui savent que la vie est belle à proportion qu'elle est féroce. Rien ne va toujours bien, rien ne va toujours mal.

C'EST BON POUR LE MORAL…

Nous ne voulons pas, comme le lapin pris dans les phares, rester seulement obsédés par ce qui ne va pas, ce qui est moche, triste, effrayant.
Nous ne rêvons pas le monde plus beau qu'il n'est. Nous n'ignorons rien des difficultés, des galères, des menaces. Mais nous voulons aussi orienter notre regard vers ce qui est beau, positif, ce qui fonctionne, les traceurs, les innovateurs, les entrepreneurs, les élus, ceux et celles qui apportent des solutions plutôt qu'ils et elles ne créent des problèmes. Évitons les grands travers humains préférés des pessimistes : l'exagération des risques et des souffrances, la victimisation, la recherche de boucs émissaires. La preuve scientifique avec les recherches sur le cerveau est établie pour montrer que le pessimisme est mauvais pour notre santé. Une seule pensée positive fait monter la kyrielle des hormones positives et des neuromédiateurs du bien-être. En sens inverse, un emportement, une pensée noire, une émotion négative entraînent la montée excessive d'adrénaline avec, au mieux, la mauvaise humeur, au pire l'infarctus ou l'AVC.

L'ÉPATANT JEAN D'ORMESSON

Pas bon pour notre santé, le pessimisme ne l'est pas plus pour notre moral collectif. Alain Peyrefitte, dans son remarquable livre *La société de confiance*[1], nous a appris que le développement d'une personne comme d'un peuple ne dépend pas seulement de critères rationnels. Pour une personne, il passe par la formation ou la culture. Pour un pays, par ses ressources ou le climat. Ce développement est fonction également de la psychologie, du moral.
Il y a quinze ans, quelques personnalités réunies par France Roque ont créé la Ligue des optimistes de France. Il y avait là Erik Orsenna, Éric-Emmanuel Schmitt et Jean d'Ormesson.
Inlassablement, à coups d'ateliers, de dîners, de salons du livre, de grands événements comme le Printemps de l'optimisme, nous poursuivons leur engagement. Comme la ligue le fera le 26 septembre en réunissant tous les responsables départementaux qui se dévouent pour promouvoir les grandes valeurs qui, depuis la nuit des temps s'efforcent de rendre meilleure la vie des hommes. Je parle de la sagesse, du courage, de l'humanité, de la justice, de la tempérance et de la transcendance.
Je pense, en particulier, en ce jour anniversaire de la ligue qu'il a cocréée, à Jean d'Ormesson. Il aurait cent ans cette année. Il était l'exemple vivant de cet optimisme lucide dont j'ai parlé. Il professait qu'il fallait être heureux en dépit de tous les malheurs. Sa peine était sincère devant les drames humains, la famine, la guerre, les génocides comme au Rwanda où il s'était rendu. D'où son expression, « Merci pour les roses, merci pour les épines ». Il me disait toujours, avec son sourire étincelant et ses yeux rieurs, « je ne suis pas si optimiste, je suis surtout gai ». Il a eu tous les honneurs mais est toujours resté simple, subtil, attentif à l'autre, vraiment *épatant*, l'un de ses mots favoris. Lors de notre dernier déjeuner, il parlait encore et toujours de son cher Chateaubriand dont il connaissait la vie mois par mois. Il aurait dit, dans sa jeunesse, « Il faut être Chateaubriand ou rien ». Il disait que la mort ne pouvait rien contre lui. Mais il était hanté par la trace, contre l'oubli des œuvres. On peut imaginer que Chateaubriand lui répond presque en écho à travers le temps : « L'écrivain original n'est pas celui qui n'imite personne mais celui que personne ne peut imiter. » Jean d'Ormesson est inimitable. Il est pour nous un modèle que nous ferons durer.

[1] Odile Jacob, 1998

SE CONNECTER AU PRINTEMPS DE L'OPTIMISME *printempsdeloptimisme.com*
REJOINDRE LA LIGUE DES OPTIMISTES *optimistan.org*

médiation & entreprises
Pierre Pelouzet
Médiateur des entreprises

LE SITE DU MÉDIATEUR DES ENTREPRISES

Le référencement des cabinets conseil en Crédit Impôt Recherche et Crédit Impôt Innovation a 10 ans !

Il y a 10 ans cette année, nous installions le référencement des cabinets de conseil en Crédit d'Impôt Recherche et Crédit d'Impôt Innovation (CIR-CII)*.

Ce travail de fond, que nous portons avec l'ensemble des acteurs – entreprises innovantes, administration, cabinets conseil – répond à un besoin crucial : sécuriser et clarifier l'accompagnement des entreprises sur ces dispositifs fiscaux, essentiels à la compétitivité des entreprises et plus largement à l'innovation française !

Le constat de l'époque était que, trop souvent, des pratiques contestables avaient contribué à affaiblir la relation de confiance entre PME innovantes et cabinets conseil : dossiers mal montés, rémunérations excessives, conflits avec l'administration. Il fallait agir. C'est pourquoi nous avons bâti collectivement la Charte des acteurs du conseil en CIR-CII, mais aussi un référentiel et un processus d'évaluation externe pour permettre aux cabinets de se démarquer, et aux entreprises d'y voir plus clair.

Les cabinets qui s'engagent volontairement dans cette démarche sont désormais facilement identifiables par les entreprises, bénéficiant d'une reconnaissance, gage de sérieux. Ils partagent cinq devoirs clés : informer, sensibiliser, alerter, protéger, communiquer. Ils sont évalués rigoureusement, avec le concours d'un comité mixte. Leur référencement, valable trois ans, est un véritable label de confiance. Aujourd'hui, 53 cabinets spécialisés sont référencés et respectent les 11 engagements de la Charte. Les dernières statistiques, datant de 2022, indiquent que la part des déclarations de CIR-CII que déposent les entreprises et que traitent les cabinets de conseil référencés est d'environ 63% de la créance totale.

Je suis convaincu que ces dix années de travail redonnent de l'honneur à une profession parfois décriée par le passé, et offrent aux entreprises un repère utile pour choisir un accompagnement de qualité. Soutenir l'effort d'innovation de nos entreprises est primordial. À quelques semaines de la remise du second rapport de l'Observatoire de la relation entre *start-up* et grands comptes, je tenais à célébrer l'anniversaire de cet engagement. Vous êtes une entreprise innovante ou un cabinet conseil qui souhaite s'engager, rendez-vous sur l'espace dédié du site Internet du Médiateur des entreprises !

*https ://www.economie.gouv.fr/mediateur-des-entreprises/les-missions/linnovation/le-referencement-cir-cii

les chiffres

4%

Selon le rapport du syndicat étudiant Unef, l'augmentation du coût moyen de la vie pour un étudiant en 2025 est de 4,12%. Une hausse qui porte à presque 32% l'accroissement du coût de la vie étudiante depuis 2017.

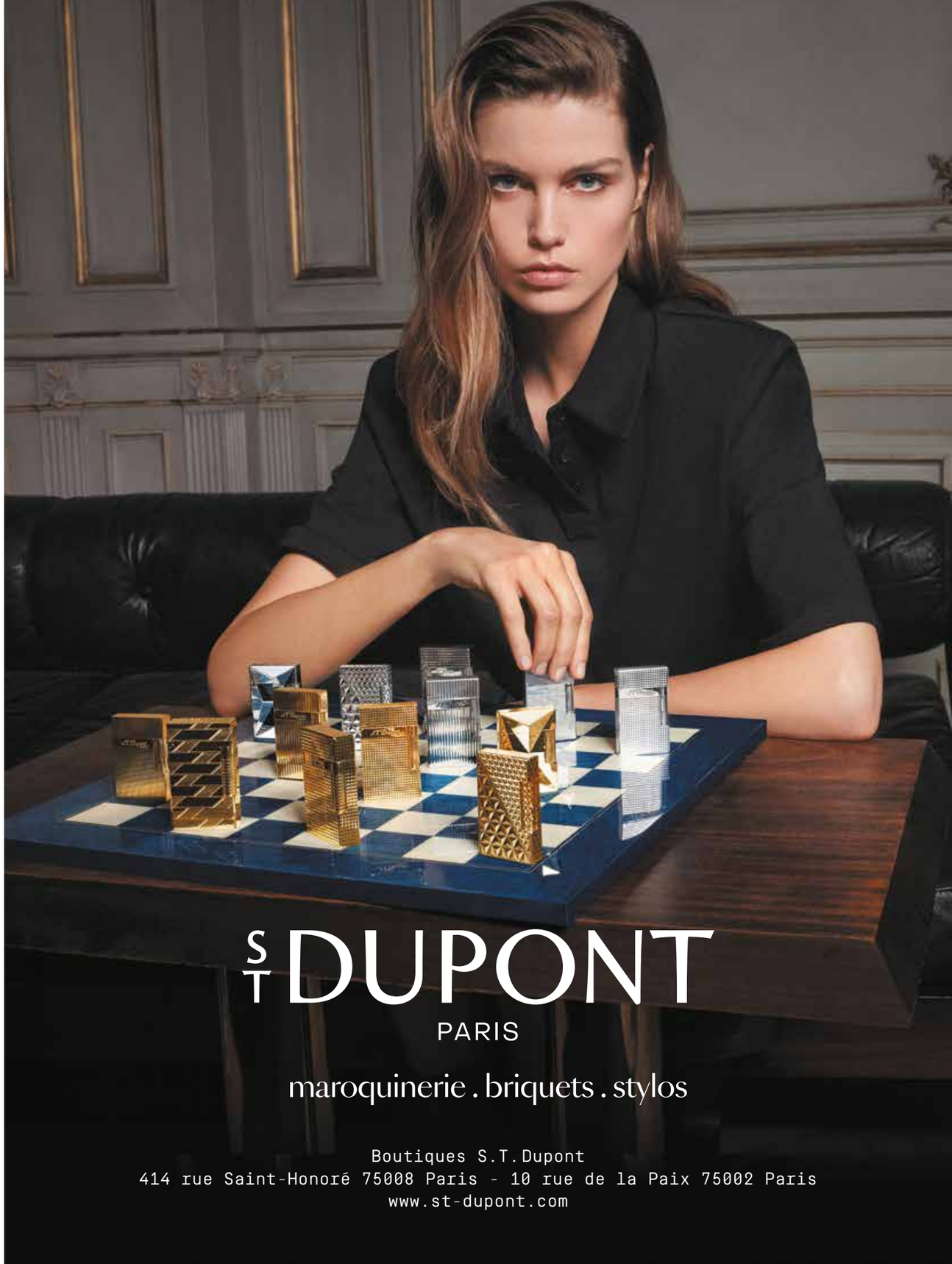
36%

C'était une rentrée morose pour les enseignants ce lundi 1er septembre. Près de 36% des professeurs envisagent de changer de métier, selon un sondage de l'Unsa. Parmi les facteurs de mal-être, en tête : les salaires trop bas, le manque de moyens, les conditions de travail et le trop grand nombre de réformes.

événement

Que retenir de la REF 2025 ?

L'édition 2025 de la Rencontre des Entrepreneurs de France (REF) s'est ouverte le mercredi 27 août – dans l'enceinte de Roland-Garros, et non à l'hippodrome de Longchamp. Deux jours avant, le Premier ministre François Bayrou annonçait qu'il engagerait la responsabilité du gouvernement devant les députés dans le cadre d'un vote de confiance. Lors de son discours d'ouverture, le président du Medef Patrick Martin a estimé que « les décideurs politiques doivent dépasser leurs rivalités », tout en constatant que « cela n'en prend pas le chemin ». Le patron des patrons a également posé ses conditions en vue du prochain budget, parmi lesquelles le refus d'un retour de l'impôt de solidarité sur la fortune (ISF). Jeudi 28 août, Éric Lombard, le ministre de l'Économie et des Finances a pris la parole pour tenter de rassurer les patrons. Il a écarté un retour de l'ISF mais a indiqué qu'il attendait « un effort d'équité » pour répartir au mieux la charge des économies entre entreprises et particuliers, entre grandes fortunes et classes moyennes.



régions

Quels territoires sont les plus généreux en pourboires ?

La générosité existe toujours. Oui, mais pas partout ! Sunday, entreprise spécialisée dans les solutions de paiement pour les restaurants a révélé les résultats liés à son étude sur les régions françaises les plus généreuses en pourboires lors de cet été 2025. Et la Bretagne se hisse en tête avec 50 % des repas qui ont été ponctués par un pourboire, talonnée par la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (Paca), avec 48 %. Suivent à égalité le Grand Est et l'Île-de-France (40 %).

santé

Des signaux encourageants pour les hôpitaux

Une enquête de la Fédération hospitalière de France (FHF), montre des signaux encourageants pour les hôpitaux en matière de recrutement de soignants et d'évolution de l'absentéisme. « Nous entrevoyons à travers le recrutement, à travers la baisse de l'absentéisme, le retour d'un cercle vertueux », assure même le patron de la FHF, Arnaud Robinet. « Le nombre d'établissements qui éprouvent des difficultés généralisées de recrutement sur le personnel médical a largement diminué », souligne Rodolphe Soulié, responsable des ressources humaines à la FHF. Les problèmes se sont concentrés sur certaines disciplines, comme la gériatrie, les urgences, l'anesthésie et, dans une moindre mesure, la psychiatrie et la radiologie.

initiative

Un décret vient renforcer les aides de l'État aux entreprises

Un décret qui vise à alléger le coût du travail en France est sur le point d'être signé, réformant notamment les exonérations de cotisations qui coûtent 75 milliards d'euros par an. L'objectif est d'inciter les employeurs à augmenter les salaires, en ciblant surtout les salaires intermédiaires, entre 1 800 et 2 600 euros net, soit la classe moyenne active. Jusqu'à 1,3 smic (environ 1 800 euros par mois), les charges restent quasi nulles. Ce dispositif profite aux salariés de secteurs comme la santé, le bâtiment ou la grande distribution. Les aides aux entreprises ne vont pas augmenter, mais être recalibrées : renforcées pour les salaires moyens, réduites pour les plus hauts revenus. Les employeurs espèrent ainsi pouvoir augmenter les salaires plus facilement, sans voir leurs charges doubler.

Tenir Debout

Isalou Regen

Auteure du livre Tenir debout même quand tout vacille - Editions Leduc, hypnothérapeute et conférencière

Entretien avec Michaël Aguilar

auteur d'une douzaine d'ouvrages, c'est l'un des conférenciers professionnels les plus reconnus en France sur les thèmes de la motivation, de la performance commerciale et du dépassement de soi. En 2018, il a reçu à Dallas la plus haute distinction internationale pour un conférencier professionnel, le titre de Certified Speaking Professional (CSP), l'équivalent d'un "Oscar" dans le monde des conférences.

Quel est selon toi le signe le plus marquant de notre époque ?
Pour moi, c'est le changement perpétuel et l'incertitude. On n'a même plus le temps d'intégrer une nouveauté, qu'on est déjà projeté dans l'étape suivante. Les mots-clés de notre époque sont donc changement et adaptation. Arriver aujourd'hui avec des certitudes, dans quelque domaine que ce soit, c'est presque mission impossible.

Qu'est-ce qui te permet de tenir debout dans la tempête ?
Je crois qu'il faut à la fois des racines et des ailes. Si tu n'es que le chêne, enraciné dans tes certitudes, tu risques de te briser. Mais si tu n'es que souplesse, sans base solide, tu es aussi en danger. Il faut donc des ancrages stables — famille, amis, valeurs — et la capacité de rester souple, d'accepter que ce qui était vrai hier ne l'est plus aujourd'hui. Darwin le disait déjà : les espèces qui survivent sont celles qui s'adaptent. Concrètement, ce qui me tient debout, ce sont mes ancrages personnels et ma passion pour mon métier. Une conférence me demande jusqu'à deux ans de travail. Cet investissement me rassure, me rend légitime et me donne l'énergie de surprendre et d'impacter mon auditoire.

Ta plus grande source d'énergie ?
Savoir que mon métier apporte aux autres. Mes conférences donnent des clés, des idées pour grandir. Autrement dit, j'exerce un métier qui a du sens, et c'est ça qui me galvanise.

Le meilleur conseil que tu aies reçu ?
Dans la vie, vous aurez toujours à choisir entre deux douleurs : celle de l'effort ou celle des regrets. La douleur de l'effort est intense, mais celle des regrets dure bien plus longtemps. J'y pense chaque fois que j'hésite ou que je procrastine, et je choisis l'effort.

Économiquement, où places-tu l'espoir ? Ton credo pour demain
Malgré tout, la France a des atouts extraordinaires : une culture, une histoire, une gastronomie, une industrie qui en font un pays envié. J'ai une vision stoïcienne : je ne m'attarde pas sur ce que je ne contrôle pas. Le cours de l'euro, l'inflation, la politique… je n'y peux rien. Alors je mets mon énergie sur ce que je peux faire : créer des conférences de qualité, apporter de la valeur. Si chacun se concentrait sur sa contribution, plutôt que d'attendre l'État, on irait déjà beaucoup mieux.

Comment tenir debout tous ensemble ?
Avec un proverbe yiddish que j'adore : « Donne et oublie. » Contribuer sans rien attendre en retour. Donner libère. Même si rien ne revient, il reste la satisfaction d'avoir fait sa part et d'avoir été un être humain digne. #justdorites

comundi
compétences

CAP SUR L'AVENIR

Compétences transversales / soft skills
Compétences métiers
Compétences digitales / intelligence artificielle
Accompagnement des transformations

DEMAIN SE PRÉPARE AUJOURD'HUI !

Image générée à partir d'une intelligence artificielle

Comundi est un acteur historique de la formation professionnelle et du développement des compétences qui s'adresse aux professionnels du secteur privé et du secteur public en proposant des parcours apprenants autour des compétences transversales et des compétences métiers.

Retrouvez toutes nos formations sur comundi.fr

un podcast

« Les murs ont une histoire »

Le podcast, imaginé par Martin et Valentin Kretz – célèbres pour leur série dédiée à l'immobilier de luxe en famille, *L'Agence* – nous plonge au cœur des propriétés les plus exclusives : châteaux historiques, villas somptueuses, hôtels particuliers ou encore demeures secrètes. À travers chaque épisode, ils dévoilent les coulisses de ces joyaux immobiliers, mêlant anecdotes, récits d'époque et destins hors du commun de leurs propriétaires. De l'appartement de Victor Hugo au duplex d'Yves Saint Laurent, en passant par la mythique Villa Leopolda sur la Côte d'Azur, rien n'est laissé au hasard. Un podcast immersif où chaque lieu raconte une histoire, et chaque porte ouverte révèle un monde d'exception. Une véritable invitation au voyage à travers le luxe, le patrimoine et l'intimité des grandes sagas immobilières.

Votre CCI vous accompagne

Laurent Tostain

CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

est cofondateur de Terracall, le premier opérateur mobile intégrant un assistant virtuel intelligent. Il revient sur le démarrage de son entreprise et l'accompagnement de la CCI pour accélérer son développement commercial.

« La CCI Paris Île-de-France s'adapte aux besoins des start-up »

Pourquoi faire appel à la CCI Paris Île-de-France au démarrage de votre activité ?
Notre objectif était de gagner du temps et surmonter des obstacles liés au lancement de notre entreprise. Intégrer le programme « Neo Startups », qui vise à sécuriser la création de *start-up* innovantes, nous a aussi permis de structurer notre stratégie commerciale. Les ateliers, l'accès à des experts et les mises en relation ont été essentiels pour faire avancer notre projet. Tout comme le réseau de la CCI, qui offre une visibilité précieuse dans l'écosystème entrepreneurial.

Vous avez également participé à VivaTech 2025 sur le stand de la CCI ?
Exposer sur le stand de la CCI Paris IDF à VivaTech nous a permis de rencontrer des *business angels* pour notre levée de fonds, mais aussi de gagner en visibilité et en notoriété. Nous avons généré des leads auprès de groupes comme le Crédit Agricole, Leclerc ou Bouygues Télécom. C'était une opportunité à ne pas laisser passer !

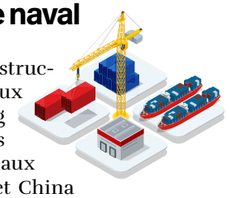
Quel bénéfice avez-vous retiré des prestations de la CCI Paris Île-de-France ?
La CCI est aujourd'hui un réseau dynamique et à l'écoute, parfaitement adapté aux besoins des *start-up*. Elle propose un accompagnement réactif et sur mesure, avec des ateliers ciblés et des intervenants au fait des enjeux du marché. Grâce à notre conseillère, Chloé Duveau, nous bénéficions d'un suivi régulier et d'un appui concret pour avancer. Plutôt que de dérouler un programme figé, la CCI s'adapte aux problématiques rencontrées par les *start-up* du programme et nous propose des réponses concrètes.

ailleurs dans le monde

En Suède, la relance nucléaire par des mini réacteurs

Après de longues tergiversations, l'électricien Vattenfall a annoncé qu'il comptait étendre le parc nucléaire du pays, pour la première fois depuis 1985, en construisant plusieurs mini réacteurs, d'une capacité totale de 1 500 mégawatts (MW), sur le site de Ringhals, vers 2035 – une capacité proche de celle de l'EPR de Flamanville, 1 600 MW. Le groupe mène par ailleurs une étude de faisabilité pour 1 000 MW supplémentaires. Lors d'une conférence de presse le 21 août, le Premier ministre, Ulf Kristersson, a inscrit le projet dans la lignée des plus grands investissements en matière d'infrastructures réalisés ces cinquante dernières années dans le royaume scandinave. Il s'est réjoui que la Suède fasse « un grand pas en avant (...) vers une production énergétique plus stable », tandis que la toute nouvelle cheffe de file des libéraux, Simona Mohamsson, saluait « un jour historique ».

La Chine crée un colosse naval



La Chine va créer le plus grand constructeur naval mondial en fusionnant deux entreprises : China State Shipbuilding Corporation, spécialisée dans les navires commerciaux (cargos, bateaux de pêche, paquebots, pétroliers), et China Shipbuilding Industry, connue notamment pour avoir construit le porte-avions chinois Shandong de 305 mètres. Cette fusion, qui coûte 16 milliards de dollars, vise à tirer parti de la taille du nouveau groupe pour réduire les coûts et mieux résister à la guerre commerciale initiée par Donald Trump.

sécurité

Auchan victime de cybermalveillance

Jeudi 21 août, l'enseigne de grande distribution Auchan a annoncé avoir été victime « d'un acte de cybermalveillance » ayant causé le vol de données des comptes de fidélité de « quelques centaines de milliers » de ses clients. Les données piratées comprennent le « nom, prénom, adresses e-mail et postale, numéro de téléphone, numéro de carte de fidélité » des clients affectés, a signalé le groupe, tout en assurant que « l'incident a été circonscrit ». « Les données bancaires, mot de passe et code pin des cartes de fidélité » ainsi que les « montants des cagnottes » des clients ne sont pas concernés, a assuré Auchan. L'année 2025 a été marquée par plusieurs attaques informatiques d'ampleur en France. Début août, plus de six millions de comptes clients de Bouygues Telecom étaient affectés par une cyberattaque ayant conduit à la fuite de données, y compris des coordonnées bancaires.

épargne

Les Français se détournent du livret A

En juillet, les épargnants ont retiré 70 millions d'euros de plus qu'ils n'en ont déposé sur leurs livrets A, selon les données publiées jeudi 21 août par la Caisse des dépôts (CDC). Cette situation, inédite depuis octobre 2024, coïncide avec une nouvelle baisse du taux du livret A cette année, annoncée en juillet et effective depuis le 1er août, de 2,4 % à 1,7 %. Le concurrent historique du livret A, les fonds en euros de l'assurance-vie, fait à l'inverse le plein depuis janvier en proposant un taux moyen de 2,6 %, selon les données publiées par l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR).

pouvoir d'achat

La consommation stagne

Une (petite) bonne nouvelle pour le pouvoir d'achat des Français, selon les données de l'Insee l'inflation est passée sous la barre des 1 % en août. Elle a atteint 0,9 % retrouvant un niveau proche de celui qui était le sien au cours du premier trimestre de cette année. Une baisse qui ne suffit pas à inciter les Français à consommer plus. La consommation des ménages en produits manufacturés, qui a baissé de 0,3 % au mois de juillet. En cause, le repli des achats d'énergie mais aussi des articles de textile et d'habillement qui diminuent de 2 % « dans un contexte de démarques moins importantes que les années précédentes lors des soldes d'été », selon l'Insee.

SURFEZ, STREAMEZ, N'EN PERDEZ PAS UNE MIETTE.

Profitez de l'accès Wi-Fi haut-débit gratuit *
sur votre prochain vol vers les États-Unis.

KEEP CLIMBING
DELTA

*Disponible pour les membres SkyMiles, les conditions générales d'utilisation du Wi-Fi s'appliquent.

paru dans notre newsletter

LE CHIFFRE

200 %

C'est la croissance vertigineuse enregistrée par Pop Mart. Le groupe chinois a révélé avoir dégagé un revenu d'1,65 milliard d'euros entre janvier et juin. Derrière cette croissance record se cache un produit : les peluches Labubu que les consommateurs s'arrachent aux quatre coins du globe.

LA BONNE NOUVELLE

À Toulouse, la société à mission Plastic Vortex, a installé fin août un dispositif temporaire qui doit capter les emballages, canettes et sacs en plastique emportés par le courant du fleuve avant qu'ils ne polluent l'océan Atlantique.

IL L'A DIT

Patrick Amiel, cofondateur du startup studio 321

« Nous devons rester optimistes malgré tout parce que nous avons déjà traversé des crises. 1993, 2008, 2020 : à chaque fois, des acteurs se sont réinventés. C'est dans ces moments de turbulence que naissent de nouveaux champions. (…) Plutôt que de subir cette crise, l'Europe a une opportunité unique : apprendre à se passer de béquilles extérieures, accélérer son autonomie technologique, et favoriser l'émergence de ses propres champions », dans les colonnes de *Maddyness* le 1er septembre.

Quand l'IA s'allie avec les médias

Le monde du journalisme mute. Et ce encore plus rapidement qu'avant. La cause ? L'intelligence artificielle. Alors coup de grâce ou coup de pouce pour la profession, les avis divergent. Du côté des médias, une chose est sûre, il faut continuer à livrer une information claire et vérifiée chaque jour, dans une ère où la désinformation s'accentue.

Mais la crise de confiance que traversent les médias, le désintérêt de la presse écrite et la concurrence accrue avec les plates-formes de diffusion de l'information, rendent la tâche difficile. Ajoutez à cela, des grands acteurs de l'IA qui se servent des contenus médiatiques pour créer des services commerciaux, sans permission ni rémunération…

Alors pour y faire face de nouveaux partenariats stratégiques voient le jour avec des systèmes d'IA. Le dernier en date : Perplexity qui propose de partager ses revenus avec les médias dont les articles d'actualité sont utilisés par son modèle d'IA générative. Le tout avec une enveloppe initiale de 42,5 millions de dollars. Un système qui reposera sur un principe simple de regrouper les revenus dérivés d'un futur abonnement, appelé « Comet Plus », qui donnera accès pour 5 dollars par mois aux contenus des éditeurs associés avec qui les gains seront ensuite répartis.

Des partenariats qui se multiplient

Perplexity n'est pas la seule plate-forme à proposer ce genre de partenariats. En effet, depuis quelques années déjà, plusieurs groupes de médias ont conclu des accords avec des acteurs de l'intelligence artificielle. Parmi eux, Associated Press qui s'est associé avec OpenAI en 2023, permettant à cette dernière d'utiliser ses archives de contenus pour entraîner ses modèles d'IA. L'agence de presse a également noué récemment un contrat important avec Google pour alimenter son chatbot d'intelligence artificielle, Gemini, avec un flux d'informations en temps réel. Ce qui permet à Gemini d'intégrer les dernières actualités fournies directement par AP, améliorant ainsi la précision et l'actualité des réponses du chatbot.

En France, c'est l'AFP (Agence France Presse) qui a conclu en janvier 2025 un accord avec Mistral AI, lequel permet au robot conversationnel de la *start-up* d'utiliser les dépêches d'actualité pour répondre aux requêtes des utilisateurs. Le quotidien Le Monde s'est lui aussi lancé dans l'aventure avec Perplexity.ai, qui permet à la plate-forme d'exploiter ses contenus dans un moteur de recherche augmenté. Dans le détail, l'accord comprend un partage des revenus publicitaires, une rémunération liée aux droits voisins, et une traçabilité garantit des articles via des liens intégrés dans les réponses IA.

D'autres tels que *Der Spiegel, El País* et *Time Magazine*, ont ouvert leurs bases à Perplexity avec un modèle de partage au clic. Tout comme Le *Los Angeles Times* et *The Independent* qui participent à un programme de transparence des sources qui garantit la mention systématique des articles consultés. Si le déploiement des outils IA dans les rédactions augmente, il entraîne avec lui de nombreux défis.

Retrouvez l'intégralité de l'article sur notre site Web ecoreseau.fr

L'ENTREPRISE

Sort'Easy : l'application qui simplifie les sorties en famille

Jennifer Février et sa sœur Anaïs cofondent Sort'Easy en 2023. Leur objectif : répondre à un problème récurrent des parents. Trouver facilement des activités adaptées en famille. Cette application gratuite débute d'abord en Normandie. Elle référence désormais lieux et événements culturels accessibles aux familles. Le public cible : les enfants de 0 à 18 ans !

Jennifer Février, 40 ans, maman de trois enfants, a fait de son quotidien un moteur professionnel en devenant médiatrice culturelle spécialisée dans la parentalité. « L'idée est vraiment née au carrefour entre ma vie personnelle et professionnelle », confie-t-elle, comme un fil rouge entre sa maison et ses projets. De retour en Normandie en 2012, un constat s'impose : l'accès à des informations fiables sur les sorties familiales est un vrai casse-tête. « Je trouvais très compliqué d'avoir accès aux informations. Les gens nous disaient souvent : vous n'êtes pas allés faire cette activité ? Nous recevions les informations après coup », se souvient la cofondatrice, décidée à transformer cette frustration en élan collectif.

Une application pensée par et pour les familles

Sort'Easy propose plusieurs filtres pour affiner les recherches : âge des enfants, thématique, lieu et date. L'application va plus loin. Elle fournit aussi des infos pratiques indispensables. Par exemple : accessibilité pour les poussettes, présence de tables à langer ou encore acceptation des animaux… Rien n'est laissé au hasard ! L'équipe pense à tous les publics, pas seulement aux familles classiques. « Certains couples considèrent leur chien comme leur bébé. Ils peuvent ainsi trouver des structures adaptées. Ils pourront se promener ou visiter avec leur animal », explique Jennifer Février.

Connecter parents et structures culturelles

La vraie force de Sort'Easy, c'est sa capacité à créer du lien. Elle rapproche l'offre culturelle des familles. Jennifer Février, experte en médiation culturelle, est à l'origine du projet. Avant l'application, elle partageait déjà ses bons plans via son blog *Les petits Normands*. Avec sa sœur Anaïs, elle passe à la vitesse supérieure : l'application mobile. Leur but est clair. « L'objectif consiste à connecter les parents et les structures. Nous voulons faciliter l'accès à la culture dès le plus jeune âge », explique-t-elle.

La crise covid a renforcé cette urgence. Il fallait retisser des liens entre familles et lieux culturels. Sur le terrain, Jennifer constate les freins. Les structures ont du mal à toucher leur public. « Les structures peinaient à atteindre les parents. Nous proposions des activités, ils répondaient : c'est dommage, nous ne le savions pas », raconte-t-elle.

Et après ?

Après une phase de test réussie en Normandie, Sort'Easy accélère son développement. L'objectif : couvrir tout le territoire français. L'expansion est en marche. L'équipe prévoit aussi de recruter d'ici à deux ans. En ligne de mire : le Grand Est. Ce choix n'est pas anodin. « Cette région nous séduit par sa richesse culturelle et son potentiel », explique Jennifer Février.

Pas question pour autant de se précipiter. Jennifer et Anaïs Février misent sur une croissance maîtrisée. Comme beaucoup d'entrepreneurs, elles adaptent leur rythme au marché. Sans perdre de vue leurs ambitions. Sort'Easy incarne cette nouvelle vague d'applications françaises, ancrées dans le quotidien et portées par une expertise de terrain solide.

Cercle ECORESEAU
Inspirer · Connecter · Influencer
Prochain rendez-vous le lundi 29 septembre 2025
« La santé mentale des dirigeants »
À travers les témoignages inspirants de **nos invités d'honneur** dont nous dévoilerons prochainement les identités, nous aborderons **la santé mentale, grande cause nationale 2025,** et les tensions qu'elle soulève dans le monde du travail.
Comment, pour un dirigeant ou un manager, évoquer ses difficultés sans ébranler la confiance de ses équipes ?
Rejoignez-nous

Le *made in France* en questions

Yves Jégo

Ancien Ministre et fondateur de la certification « Origine France Garantie »

Produire ne doit plus être un fardeau

On parle beaucoup de réindustrialisation, de relocalisation, d'indépendance économique. On applaudit les produits fabriqués ici, on célèbre les savoir-faire, on rêve d'un tissu productif retrouvé. Mais dans la réalité, ceux qui produisent — agriculteurs, artisans, industriels — portent un fardeau fiscal et réglementaire qui les affaiblit chaque jour un peu plus.

Notre modèle social, tel qu'il est financé aujourd'hui, pèse lourdement sur le travail, et donc sur la compétitivité du Made in France. Il est devenu urgent de le dire clairement. Avec plus de 34 % de notre PIB consacrés à la protection sociale, la France affiche l'un des taux les plus élevés du monde. C'est, sur le papier, une fierté. Mais dans la pratique, ce sont nos fiches de paie qui en supportent le coût. Les cotisations patronales et salariales étouffent les marges, découragent l'embauche, freinent l'investissement, et privent trop souvent les travailleurs d'une juste rémunération. Cette situation n'est plus tenable.

Il faut ouvrir un débat lucide et courageux sur le financement de notre solidarité nationale. Non pour la démanteler, mais pour la sauver. Et surtout, pour la rendre compatible avec la renaissance d'une économie productive sur notre territoire. Pourquoi continuer à faire reposer l'essentiel de notre modèle sur le travail, alors même que la concurrence internationale ne joue pas selon les mêmes règles ? Une solution existe : faire contribuer la consommation — y compris celle des produits importés — à travers une TVA sociale. Ce serait une manière plus équitable de répartir l'effort collectif, sans pénaliser ceux qui produisent localement.

Dans le même esprit de justice, il est temps de s'attaquer à la fraude sociale. Quand un département comme l'Yonne estime à plus de 5 millions d'euros les versements de RSA indus ou fictifs chaque année, comment ne pas réagir ? C'est de l'argent public détourné, que paient ceux qui respectent les règles, souvent à bout de souffle. On ne pourra pas restaurer la confiance sans fermeté ni rigueur dans l'application des droits.

Il faut aussi revoir en profondeur la gestion de nos outils sociaux. Le dernier rapport de la Cour des comptes est sans appel : erreurs de versement, failles informatiques, doublons administratifs… Des milliards d'euros s'évaporent chaque année faute de pilotage rigoureux. Peut-on encore parler de justice sociale quand la redistribution est mal orientée, mal suivie, mal évaluée ?

Le Made in France n'est pas un slogan creux. C'est une ambition pour notre pays, pour nos territoires, pour nos enfants. Mais cette ambition ne survivra pas si nous continuons à faire peser sur ceux qui produisent l'essentiel du financement de la solidarité nationale. Il faut le courage politique d'ouvrir ce chantier. Il ne s'agit pas de tout renverser, mais de retrouver le bon sens : produire doit redevenir une vertu économique, et non une charge fiscale.

Jean Jaurès disait que « le courage, c'est de chercher la vérité et de la dire ». Il est temps de la dire, cette vérité. Si nous voulons que la France reste un pays qui fabrique, transforme, cultive, innove, alors nous devons repenser notre pacte social à la racine. Sinon, toutes les promesses de relocalisation resteront des vœux pieux. Colbert le rappelait déjà en son temps : « L'État fait vivre ses citoyens par le travail, non par les subventions. » Cette phrase devrait aujourd'hui retrouver tout son sens.

Si nous voulons conserver des usines compétitives dans un monde où la concurrence est de plus en plus rude, alors oui : l'heure de vérité a sonné. Il est temps de repenser notre modèle productif.

livre

Gagnez plus, c'est maintenant, (Fayard), Pierre Gattaz

Dans un contexte économique sous-tension, l'ancien président du Medef, Pierre Gattaz, dresse ses solutions pour relancer le pays et redonner du pouvoir d'achat aux Français. Aujourd'hui, associé à trois chefs d'entreprise aguerris, cumulant des décennies d'expertise internationale dans l'industrie et les services, il se lance dans un nouveau défi tout aussi ambitieux : augmenter notre pouvoir d'achat de 30 %. *Gagnez plus, c'est maintenant !* est un ouvrage sans détour, qui, en 30 mesures concrètes, propose d'améliorer le quotidien des Français en leur permettant de bénéficier du fruit de leur travail, tout en redressant les finances publiques. Un peu d'optimisme ne fait pas de mal !

il l'a dit

Patrick Martin, président du Medef

« Laissez-nous croître, investir, innover, former, embaucher, exporter : c'est comme ça que nous contribuerons au redressement du pays et de ses finances », lors de son discours d'ouverture à la REF.

planète

Le surtourisme jusqu'en Antarctique

Une étude publiée dans la revue *Nature Sustainability* alerte sur les activités humaines dans le continent le plus préservé de la planète : 20 000 touristes découvraient chaque année l'Antarctique, il y a 20 ans, ils sont désormais 120 000. Et ils apportent, avec eux, la pollution. Dans les zones d'activités humaines, la concentration de particules fines contenant des métaux lourds (nickel, chrome, cuivre, zinc ou plomb dans le carburant des bateaux et autres véhicules) est dix fois plus élevée qu'il y a 40 ans.

insolite

Licencié pour… « relation amoureuse non déclarée »

Le géant suisse de l'alimentaire, Nestlé a annoncé lundi 1er septembre le licenciement avec effet immédiat de son directeur général Laurent Freixe, pour cause de « relation amoureuse non déclarée avec une subordonnée directe ». Le Français avait été nommé en septembre 2024 à la tête du propriétaire de Milka, KitKat ou encore Perrier. Le directeur général de Nespresso, Philipp Navratil, lui succède.

contrats

Série de revers pour Naval Group

Sale période pour Naval Group. Une semaine après avoir été éliminé de la compétition au Canada pour l'acquisition de sous-marins, le groupe français Naval a perdu à nouveau, cette fois-ci en Norvège, le dimanche 31 août. Oslo a choisi le britannique BAE Systems, qui propose la frégate Type 26 (T26), pour la construction de cinq navires destinés à la marine royale norvégienne. Des contrats estimés à plus de 60 milliards d'euros. En dépit de cet échec, la sélection de la frégate britannique T26 n'est pas une surprise : la marine de surface britannique est extrêmement proche de celle de la Norvège. « La Grande-Bretagne est le grand partenaire stratégique opérationnel en mer du Nord de la Norvège depuis toujours », rappelle un connaisseur du dossier. Ce choix est « essentiel pour la sécurité de la Norvège, du Royaume-Uni et de leurs alliés en cette période d'instabilité mondiale », a confirmé le Premier ministre norvégien, Jonas Gahr Støre.

Tell me !
ou comment décrypter la parole de nos dirigeants

Armand Caïazzo
Président Tell Me !

Les mots de la gratitude

Le mot « merci » est, étymologiquement, une expression transactionnelle venant du latin *mercedem*, signifiant « récompense » ou « salaire ».
À l'origine, dire « merci » évoquait donc l'idée de reconnaître un service rendu, de manifester sa reconnaissance pour un effort consenti.

Dans le cadre des relations professionnelles, cette signification prend évidemment tout son sens.
Lorsque les dirigeants prennent le temps d'exprimer leur gratitude envers leurs équipes, ils engendrent en réalité une culture de reconnaissance où chacun se sent valorisé.
Le message infraliminaire est simple : il consiste à affirmer que l'autre est un sujet et non un objet professionnel, et cela installe ainsi un climat de confiance et les conditions d'une réciprocité.
Cette reconnaissance n'est en effet pas à sens unique. Quand un collaborateur remercie son supérieur pour son soutien, cela crée un cercle vertueux qui renforce les liens interpersonnels, et donc le projet humain indissociable de la performance de toute organisation.

Une anecdote illustre cette dynamique.
Un dirigeant, travaillant assidûment dans une grande entreprise, m'a confié qu'il n'avait jamais exprimé un mot de gratitude à l'égard de ses collaborateurs, même pour des projets menés à bien, ou des heures supplémentaires.
Il était respecté pour ses compétences et son autorité, mais il ne lui venait jamais à l'esprit de manifester sa reconnaissance. Un mélange entre pudeur et réserve, sans doute.
Il ajoutait que lui-même n'était pas particulièrement gratifié de manifestations positives de la part de sa propre hiérarchie.
Il a été remercié (sans mauvais jeu de mot) par son entreprise dans un contexte de restructuration sociale et économique.
Si ses collaborateurs lui attribuaient des compétences professionnelles indiscutables, ce qui demeurait en réalité le marqueur de ses années de bons et loyaux services, se résumait à : « il ne remerciait jamais » ...
Ils n'ont donc pas jugé opportun de lui manifester de la gratitude en retour, et il n'y eut ni pot de départ, ni manifestation particulière à son égard.
Cette indifférence lui fit réaliser à quel point la reconnaissance était essentielle, mais aussi réciproque...

L'importance de la réciprocité dans les remerciements ne peut donc pas être sous-estimée. Quand l'expression de la gratitude devient une habitude, elle provoque un changement de culture au sein de l'organisation. Les équipes s'épanouissent, dépassent leurs objectifs, et la créativité s'en trouve amplifiée.
Comme le dit Simon Sinek dans son livre *Leaders Eat Last*, « les *leaders* qui prennent soin de leurs collaborateurs créent des environnements où la gratitude et la reconnaissance deviennent des leviers de performance ».

Qu'il s'agisse d'une lettre de remerciement professionnelle, d'un mot d'attention pour marquer une collaboration, un service rendu, ou encore d'un simple mail pour dire « merci », les formules d'expression de la gratitude sont infinies :

- Je suis très heureux de vous avoir comme équipe ;
- J'apprécie tout particulièrement votre dynamisme ;
- Je suis ravi de travailler avec vous ;
- Je vous remercie pour votre confiance ;
- Je vous remercie de tout ce que vous avez fait et accompli ;
- Etc.

Finalement, la simple pratique du « merci » sincère contribue à établir une atmosphère où chacun se sent non seulement comme un élément essentiel d'un projet commun, mais comme un acteur essentiel reconnu.

Alors, prenons le temps de dire merci. Cette attention, aussi simple soit-elle, peut véritablement transformer le quotidien professionnel des dirigeants et de leurs équipes. Cultivons cette culture de reconnaissance mutuelle, en plaçant les remerciements au cœur des interrelations afin de renforcer le contrat de confiance des dirigeants avec leurs organisations.

Ah oui ... Merci !

Les pires façons d'accueillir un nouveau collaborateur

L'arrivée d'un nouveau collaborateur est une étape-clé pour l'entreprise. Sur le papier tout semble correspondre : les compétences attendues, les missions de travail et le salaire. Pourtant, certaines pratiques managériales peuvent transformer l'arrivée d'une nouvelle recrue en véritable cauchemar. Tour d'horizon des comportements à ne (surtout) pas reproduire !

Pour Eglantine Tancray, fondatrice du cabinet de recrutement Taylor River : « changer de travail est une étape anxiogène par définition, et ce, pour tout le monde. » D'autant plus si l'on est mal accueilli... ce qui peut coûter très cher aux entreprises. En effet, selon un rapport publié fin 2024 par B2B Review, 51% des employés qui démissionnent le font au cours de leurs six premiers mois au sein de l'entreprise. La mauvaise intégration, aussi appelée *onboarding*, est identifiée comme la principale raison de départ pour 9 % d'entre eux.

« Ah, c'était aujourd'hui ton premier jour ? »

Vous avez pris soin de mettre plusieurs alarmes pour être à l'heure, enfilé votre plus beau costume (ou jeans-baskets si vous rejoignez une *start-up* !), scruté l'itinéraire à trois reprises pour ne pas vous tromper... Et pour cause : c'est votre premier jour de travail ! Une date difficile à oublier... sauf peut-être pour certaines entreprises. Il n'est pas rare qu'un employé arrive sur son nouveau lieu de travail sans que l'équipe ne semble avoir été prévenue. Malaise garanti ! Faute de mieux, vous vous retrouvez avec l'ordinateur du stagiaire et personne pour vous expliquer par où vous devez commencer. On ne vous fait pas visiter les bureaux, les équipes ne vous sont pas présentées et vous vous demandez ce que vous faites là. Bref, dans cette situation, une solution s'impose : la fuite !
Il est crucial d'anticiper l'arrivée d'un nouveau collaborateur : lui expliquer le fonctionnement de l'entreprise, le présenter à l'équipe et partager un déjeuner avec lui le premier jour, contribuent à instaurer un climat bienveillant. Une préparation qui se fait en amont, pas seulement le jour J. « Une semaine avant mon entrée en fonction j'ai reçu un mail " dans une semaine tu es chez nous, voilà à quoi t'attendre (...) le programme de ta première journée " ; tout était préparé à l'avance. On a commencé par un petit déjeuner avec l'équipe, ensuite, on a rencontré le CEO qui nous a communiqué sa vision, ce qu'il attendait de la boite, puis j'ai rencontré les *business development managers* (...) ça c'est juste le premier jour ! », rapportait Romain dans les colonnes de *Maddyness* en 2019.

LA SURCHARGE DE TRAVAIL DÈS LE PREMIER JOUR PEUT EFFRAYER N'IMPORTE QUEL SALARIÉ.

« Voici les dossiers à finir avant ce soir... Bienvenue ! »

À l'opposé de l'entreprise qui n'a pas du tout préparé votre arrivée, il y a celle qui vous attend comme le messie pour vous confier une charge de travail démesurée. Et, ce, alors que vous n'êtes pas encore assis. « Quand j'ai commencé au restaurant, je terminais tous les jours trois heures plus tard que prévu, parce que la liste de tâches débordait et je ne pouvais pas laisser mes collègues en galère » témoignait Annabelle, employée dans les cuisines d'un restaurant, dans les colonnes de *Welcome To The Jungle*.
La surcharge de travail dès le premier jour peut effrayer n'importe quel salarié. Il faut prendre le temps de lui expliquer ses missions en détails et ne pas négliger le temps d'adaptation au sein d'une nouvelle structure. Il est évidemment essentiel pour les salariés de faire preuve de souplesse et de se montrer force de proposition dès les premiers jours en entreprise... tout en sachant poser ses limites !

LISA BEGOUIN

le grand portrait

CÉDRIC MESTON

SERIAL REPRENEUR

VISAGE DE LA « *REPRENEUR NATION* »

> Tupperware France est aujourd'hui une entreprise saine, sa pérennité économique sur les prochaines années n'est plus en jeu

Il est des femmes et des hommes portés par le désir de créer. De faire sortir de terre des projets. De partir d'une feuille blanche. D'autres préfèrent redonner vie et impulser un nouvel élan. Cédric Meston, ingénieur et serial repreneur de 31 ans est de ceux-là. Il avait pourtant cofondé une entreprise d'alternative végétale à la viande, Happyvore, c'était en 2019. Mais l'accompagnement successif de nombre de reprises – Jay & Joy, Sol Semilla, Bluedigo – lui a procuré cette envie d'aller plus loin et de franchir un cap. Cédric Meston, avec le groupe Revive et le comité de direction de l'entreprise, a racheté Tupperware France, la boite alimentaire culte ! Oui il a fallu batailler. Oui il a fallu trembler et même « avoir peur pour sa vie », mais l'entreprise est officiellement sortie de sa procédure de sauvegarde depuis début septembre. Une belle victoire collective qui montre pourquoi Cédric Meston aime tant reprendre de beaux projets à bout de souffle. Son combat ? que la « *repreneur nation* » succède à la « *start-up* nation » ! Rencontre.

PROPOS RECUEILLIS PAR GEOFFREY WETZEL ET JEAN-BAPTISTE LEPRINCE

BONNE NOUVELLE

Tupperware France sort de sa procédure de sauvegarde…

… Et ce à peine six mois après sa reprise ! Après de longues années de difficultés financières, Tupperware, emblème de la vente à domicile, et coté en Bourse à New York, s'était déclaré en faillite en septembre 2024 à l'échelle mondiale. Ce mardi 2 septembre, l'ancienne filiale française a annoncé la sortie de sa procédure de sauvegarde. « Quand nous avons repris cette entreprise début 2025, beaucoup pensaient que c'était trop tard […] La sortie de sauvegarde de Tupperware France n'est pas seulement une victoire pour une marque iconique. C'est aussi une preuve que la reprise peut être un formidable moteur de relance, d'emplois et de confiance collective », s'est réjoui l'un des repreneurs Augustin Rudigoz sur le réseau professionnel LinkedIn.

La joie de l'équipe après la sortie de la procédure collective

Dans quel environnement avez-vous grandi ?

Je suis né en région parisienne. Mes parents ont travaillé au sein de grandes entreprises, mais étaient éloignés de l'univers entrepreneurial. Ils m'ont toujours transmis des valeurs de travail et de résilience, pour atteindre ce à quoi l'on aspire. Ingénieur de formation, j'ai toujours été animé par l'envie de trouver des solutions, d'apporter de la valeur, de faire bouger les choses. Bref, d'avoir un impact.

Avant l'entrepreneuriat, vous passez par la case salariat. Et notamment le conseil en stratégie.

Je suis convaincu que c'est une belle manière de faire ses premières armes avant de sauter dans le grand bain. La résolution de problèmes et la démarche intellectuelle, stimulante, que requiert le conseil en stratégie allaient forcément m'être utiles pour la suite. J'ai rejoint dès l'obtention de mon diplôme d'ingénieur, en 2016, McKinsey. Je me suis rapidement spécialisé dans la restructuration d'entreprise. Une belle découverte, à la rescousse de sociétés soit au bord de l'arrêt économique, soit déjà à l'arrêt. Une vraie mission qui mêle sens, valeurs, et impact. Car au-delà de la dimension purement économique, c'est-à-dire la capacité à redresser financièrement une entreprise, c'est avant tout une histoire de femmes et d'hommes. Des emplois sont en jeu. Le dynamisme de certains territoires locaux aussi. Dans certaines régions, donner un nouveau souffle à une entreprise revient à injecter de l'espoir et de l'optimisme auprès de tous ceux qui y travaillent, qui vivent à côté. Certains projets sont plus vieux que nous, on se doit de tout faire pour empêcher qu'ils ne tombent dans l'oubli.

Relance de l'activité économique avec les vendeuses Tupperware à la Foire de Lyon fin avril

Et puis la volonté de passer le cap a pris le dessus ?

Effectivement, à mesure que j'accompagnais les entreprises dans leur restructuration, j'ai eu cette envie d'en reprendre une à mon tour. Passionné de surf, j'ai jeté mon dévolu sur une société qui vendait des équipements de surf… Notamment en région parisienne. Là étant sans doute le premier problème (rires) ! L'enjeu était vraiment d'entamer une transformation vers le e-commerce. Malgré le beau projet, je n'étais pas entrepreneur, et mes responsabilités à McKinsey n'ont pas suffit dans les tribunaux pour convaincre. Je manquais encore de légitimité. C'était une première tentative, en vain. Alors nous avons décidé de créer une entreprise, avec Guillaume Dubois, qui aurait de l'impact. En a découlé la naissance d'Happyvore en 2019, une alternative alimentaire 100 % végétale à la viande. L'idée, bien qu'ambitieuse, est simple : convaincre les Français de réduire leur consommation de viande, pour répondre à l'urgence environnementale. Nous avons été pionniers en matière de steaks et nuggets végétaux.

> « Happyvore ? convaincre les Français de réduire leur consommation de viande, pour répondre à l'urgence environnementale »

Quel accueil avez-vous reçu de la part des acteurs du marché de la viande ?

Sans grande surprise, ils n'étaient pas ravis. Je considère qu'Happyvore a créé un marché, il n'existait pas vraiment avant nous ! Faire bouger les lignes prend du temps, les mentalités doivent évoluer. Les lobbys de la viande s'attellent à nous persuader qu'il nous faut chaque jour un morceau de viande dans notre assiette… C'est une mauvaise habitude avec laquelle il faut rompre. Mais soyons clairs, Happyvore s'adresse à tout le monde, et pas uniquement aux végans ou végétariens. Personnellement, je consomme encore de la viande, je ne suis pas végan et ne l'ai jamais été. L'enjeu étant surtout de s'attaquer à la viande de très mauvaise qualité, nocive pour notre santé, à l'instar des nuggets que l'on peut trouver dans les fast food. Les attaques à notre égard, et les procès qui vont avec, ont surtout concerné l'appellation comme « steak végétal » ou « saucisse végétale ». Mais à force de combats et de persévérance le Conseil d'État a fini par nous donner raison (le même qui suspendait le 10 avril 2024 le décret du 26 février interdisant d'utiliser les termes liés à la viande pour des produits d'origine végétale, ndlr).

L'une de nos plus grandes fiertés ? Happyvore fait partie de l'un des seuls projets industriels récents à s'être construit sur une friche industrielle. Nous avons racheté et réhabilité une usine en friche dans le Loiret, à Chevilly, qui appartenait six ans plus tôt à Labeyrie Foods/Traiteur Grec. La belle histoire tient au retour d'anciens salariés, revenus travailler dans notre nouvelle usine. Voilà ce qu'est l'impact, tout un territoire revitalisé !

Après la création… Place à la reprise d'entreprise ?

En effet j'ai annoncé mon départ d'Happyvore en février 2025. L'entreprise est une belle réussite : 150 personnes y travaillent, la plus grande usine française d'alternative végétale et inaugurée en 2022 aux côtés de l'ancien ministre de l'Économie Bruno Le Maire, ou encore la place de numéro 2 sur le marché du traiteur végétal derrière Nestlé. Mais ces dernières années, en parallèle de mes fonctions au sein d'Happyvore, je me suis engagé dans la reprise d'un certain nombre d'entreprises, toujours dans cette optique de sauver les actifs et les emplois et de donner une seconde vie aux beaux projets en difficulté. Parmi eux : l'accompagnement d'un ancien collègue de McKinsey, César Augier dans la reprise de Jay & Joy (l'un des *leaders* français du fromage végan, ndlr). Ou Bluedigo, jeune pousse spécialisée dans la vente de mobilier reconditionné, avec à sa tête Younes El Hajjami qui fournit un travail formidable pour remettre sur pied un projet durable. Après toutes ces belles aventures, j'ai souhaité me consacrer à 100 % à la reprise d'entreprise, d'où ma prise de recul avec Happyvore, même si je conserve des parts dans l'entreprise.

Tupperware, n'est-ce pas votre plus belle reprise ?

C'est une marque emblématique. Mais aucune marque, aussi puissante soit-elle, n'est à l'abri. Ce groupe mondial, né en 1946 aux États-Unis réalisait encore 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires avant 2020. Les dirigeants n'ont pas vu le tsunami arriver : la crise covid qui a conduit le monde à se refermer alors que l'activité de l'entreprise repose sur les ventes à domicile et le contact humain ; une trop faible digitalisation qui a empêché Tupperware de se transformer en urgence au printemps 2020 ; et enfin une forte concurrence de produits moins chers et de moins bonne qualité. À l'arrivée l'entreprise enregistrait un CA de 2 milliards d'euros, soit deux fois moins, en 2024. J'ai voulu redonner une nouvelle vie à la branche française, aux côtés d'Augustin Rudigoz, Aymeric Porte, par l'intermédiaire du groupe Revive dont je suis le CEO. Nous nous sommes alors associés à 50/50 avec le management de l'entreprise, porté par Geoffroy Destexhe. Aymeric Béranger nous a rejoint un peu plus tard. Nous avons racheté de manière équitable l'entreprise Tupperware France qui appartenait à 99 % à Tupperware Belgique.

Comment s'est déroulée la reprise ?

C'était très difficile. Personne ne comprenait pourquoi nous voulions à tout prix racheter Tupperware France. On y met beaucoup de soi, les nuits sont courtes. Mais le jeu en vaut la chandelle. Toujours guidé et obnubilé par l'impact et le sauvetage d'emplois de femmes et d'hommes qui aiment ce qu'ils font, même si certains évidemment avaient peur et préféraient réclamer un licenciement économique pour mieux rebondir. Le rachat s'est fait sans stock, sans licence, sans outils… mais le collectif paie toujours. Les managers de la branche française, avec qui nous nous sommes associés ont

Devant le tribunal de commerce de Créteil pour le rachat des nouveaux affineurs avec César Augier (CEO Jay&Joy)

Bientôt Le Coq sportif ?

Cédric Meston a suivi de près la reprise du Coq sportif, marque française de vêtements sportifs qui fut l'équipementier de la délégation française lors des Jeux de Paris 2024. L'entreprise s'est retrouvée en redressement judiciaire depuis novembre dernier. Cédric Meston a rejoint avec son groupe Revive un consortium piloté par l'homme d'affaires franco-suisse Dan Mamane. Ce dernier a notamment acquis, puis revendu les activités suisses de Conforama. Il est entré aussi au capital de la marque de vêtements de ski de luxe Ogier. À la tête du consortium figure également Alexandre Fauvet, ex-dirigeant de Fusalp et dirigeant actuel du Coq.

Au marathon de Rome

eu l'excellente initiative de placer l'entreprise en procédure de sauvegarde, et ont donc anticipé un éventuel arrêt économique. Disons-le, la procédure de sauvegarde n'est pas un gros mot mais une protection, c'est une nécessité pour pouvoir relancer une entreprise à bout de souffle.

Nous sommes parvenus en deux mois à négocier la licence auprès du fonds américain propriétaire de la marque avec l'exclusivité de la distribution pour le compte de cinq pays européens (France, Belgique, Pologne, Allemagne, Italie, ndlr). Il a fallu trouver un nouveau logisticien, développer un nouvel outil commercial et une application pour que les vendeurs bénéficient d'un suivi en temps réel du stock disponible des produits. Une vraie révolution alors que les bons de commande papiers étaient encore légion… ! Beaucoup de travail, et six mois après l'acquisition, Tupperware France est officiellement sorti de sa procédure de sauvegarde. Elle est aujourd'hui une entreprise saine, sa pérennité économique sur les prochaines années n'est plus en jeu.

Quelles sont vos ambitions désormais pour Tupperware France ?

Le potentiel est énorme, puisque c'est une marque qui bénéficie d'une notoriété spontanée de plus de 98%. Les gens, très naturellement, parlent de « Tupperware » dès lors qu'ils évoquent des contenants alimentaires en plastique. Après avoir réalisé un CA néant les quatre premiers mois après le rachat, nous sommes passés à 50 millions d'euros depuis avec un objectif annualisé de 100 millions d'euros. L'enjeu étant de réengager les vendeurs à domicile, les rajeunir aussi, avant de développer le e-commerce.

Nous avons en tête d'accélérer sur nos cinq pays européens, puisque 80% de notre chiffre d'affaires est réalisé à l'étranger. C'est un engagement humain fort, nous y mettons tout notre cœur. La motivation n'est en aucun cas financière, nous ne voulons pas revendre et faire un joli coup. C'est tout simplement l'impact. Sur ce sujet, les produits de Tupperware France évolueront pour être plus en phase avec les impératifs de l'époque. De plus en plus ne seront pas en plastique, pour privilégier les gammes en verre, inox, acier, etc.

Vous consacrez désormais votre vie à la reprise d'entreprise. Quelle est sa place en France ?

Beaucoup de choses ont été faites en France ces dernières années pour stimuler la création d'entreprise *via* notamment des programmes dans les écoles et des investissements publics. C'est une très bonne nouvelle, loin de moi l'envie de critiquer ces initiatives. Simplement la reprise d'entreprise mériterait le même traitement. En lien avec le vieillissement démographique, plus de 700 000 entreprises seront à reprendre en France dans les prochaines années. Des millions de salariés sont concernés. Il faut aller plus loin dans l'accompagnement à la reprise, même si la loi Dutreil (qui permet sous certaines conditions, de faire bénéficier la transmission d'une entreprise familiale d'une exonération de droits de mutation à titre gratuit à concurrence des trois quarts de sa valeur, ndlr), ou la Bourse de la transmission de Bpifrance ont posé les premières pierres. C'est pourquoi nous avons lancé France Reprises cette année, pour redonner vie plutôt que partir d'une feuille blanche. Après la « *start-up nation* », mobilisons-nous pour la « *repreneur nation* » ! Je défends la création d'une plate-forme publique-privée qui centraliserait toutes les opportunités, avec d'un côté les repreneurs et de l'autre les cabinets de M&A (fusion-acquisition en français, ndlr) et administrateurs judiciaires car je ne crois pas à la mise en relation directe entre un repreneur et un cédant particulier. Ce ne serait pas assez structuré.

Sans transition et pour conclure. Avez-vous le temps pour des loisirs, hobbies, en dehors du travail ?

Je suis un grand sportif. C'est quelque chose de très important dans ma vie. Je n'ai pas encore d'enfant alors j'en profite (rires) ! J'aime me réveiller très tôt, vers 6 heures, et courir chaque matin. Le dépassement de soi m'anime, comme ce fut le cas lors du dernier marathon de Rome que j'ai terminé en 2 heures et 45 minutes. J'aime aussi beaucoup la chasse sous-marine, qui suppose une très grande maitrise de soi puisque le droit à l'erreur n'existe pas. Cette passion requiert de la concentration et un très grand calme, cela me fait du bien. La natation, le vélo aussi. Et enfin passer du temps avec mes amis, il faut savoir couper quand il le faut.

« On y met beaucoup de soi, les nuits sont courtes »

UNIVERSITÉ DE TECHNOLOGIE DE COMPIÈGNE

INGÉNIEUR UTC

Vous serez ce que vous choisirez d'être

JPO 2026
17 janvier*
28 février**
www.utc.fr
*présentiel **distanciel

génie **biologique** | **informatique*** |
mécanique* | génie des **procédés** |
génie **urbain**

Double diplôme
BACHELOR
INGÉNIERIE DIGITALE
& MANAGEMENT
UTC / EDHEC Business School

Centre Pierre Guillaumat

www.utc.fr • interactions.utc.fr
*aussi accessible par apprentissage
donnons un sens à l'innovation

LES ENTREPRISES SAUVERONT-ELLES LE MONDE ?

*

« Lorsque deux forces sont jointes, leur efficacité est double »
Isaac Newton (1643-1727)

DOSSIER RÉALISÉ PAR MEHDI ARRAIS, LISA BEGOUIN, OLIVIER MAGNAN, CLARA SEILER ET GEOFFREY WETZEL.

Empreinte sur la planète : les secteurs d'activité bons et mauvais élèves

Alors que certains secteurs d'activité ont nettement réduit leurs émissions de gaz à effet de serre (GES), d'autres peinent encore à amorcer leur transition. Identifier les principaux pôles émetteurs et analyser l'évolution de leur poids respectif représente aujourd'hui un enjeu politique et économique majeur.

En 2022 en France, la transition énergétique représentait 421 230 emplois, selon les données de l'Agence de l'environnement et de la maitrise de l'énergie (Ademe), publiées en septembre 2024. Un dynamisme porté par un marché en pleine croissance qui entend répondre à la stratégie nationale bas-carbone (SNBC) pour lutter contre le changement climatique. Cette feuille de route définit une trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre et fixe des objectifs à court et moyen termes. Avec deux priorités : atteindre la neutralité carbone d'ici à 2050 et réduire l'empreinte carbone de la consommation des Français.

Si la transition semble bien engagée, certains secteurs restent encore très éloignés de la neutralité carbone. En effet, selon les derniers chiffres du ministère du Développement durable, en 2020, en France, les transports représentaient la première source d'émissions, avec 28,7%, suivis de l'agriculture (20,9%), de l'industrie manufacturière et de la construction. Quels secteurs d'activité sont sur la bonne voie en matière de transition énergétique et lesquels sont à la traine ? Comment faire en sorte que l'ensemble du tissu économique s'engage à la hauteur des enjeux climatiques ?

Les secteurs moteurs de la transition

Pour de nombreux secteurs, la transition énergétique n'est pas un objectif à atteindre : c'est leur cœur de métier. Le secteur des énergies renouvelables constitue, sans surprise, un pilier de cette transition. Elles représentaient 15,4% de la consommation d'énergie primaire en 2023*. En réalité, l'appellation « énergies renouvelables » regroupe une dizaine de filières. Les branches du bois-énergie et de l'hydraulique restent les plus développées, mais l'éolien et le solaire photovoltaïque figurent parmi celles qui progressent le plus ces dernières années.

À côté des énergies renouvelables, les secteurs de la technologie propre, ou *cleantech*, et de l'économie circulaire font figure de bons élèves. La *cleantech* renvoie à un ensemble de technologies et de modèles commerciaux conçus pour être durables et respectueux de l'environnement. Les *cleantech* visent par exemple à minimiser, voire éliminer, les émissions de gaz à effet de serre chez les grands émetteurs comme les entreprises industrielles. L'économie circulaire, quant à elle, repose sur une consommation sobre et responsable des ressources naturelles, notamment des matières premières. Enfin, le secteur des mobilités douces et de l'agriculture biologique sont aussi des exemples en termes de transition énergétique.

Comme le souligne Laurent Lascols, expert en finance durable et fondateur du cabinet Aristote : « il y a des secteurs où il est plus facile d'être vertueux que d'autres. » Par leur nature même, de nombreux secteurs peinent à s'inscrire dans l'objectif neutralité carbone.

Les secteurs les plus émetteurs

La consommation d'énergie en France est encore dépendante des combustibles fossiles. Ces derniers représentaient près de 60% de la consommation d'énergie du pays en 2023. La stratégie française pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et lutter contre le changement climatique prévoit tout d'abord une réduction de la consommation d'énergie, grâce à des actions de sobriété. L'ambition ? Remplacer les énergies fossiles par des sources d'énergie décarbonées.

LE TRANSPORT EST LA PRINCIPALE SOURCE D'ÉMISSION DE GAZ À EFFET DE SERRE EN FRANCE

Le secteur du transport est aujourd'hui la principale source d'émission de gaz à effet de serre en France. Dans le détail, les émissions liées au trafic routier sont générées à plus de la moitié par les voitures particulières (54%), ensuite par les poids lourds, puis par les véhicules utilitaires légers. Dans ce contexte, les transports durables s'imposent, lorsque c'est possible, comme un levier efficace pour lutter contre le changement climatique.

Julien Dumont, responsable de projet en transition économique chez Bruxelles Environnement, pointe également la construction et la logistique parmi les secteurs les plus émetteurs. « Le secteur de la construction fait partie des plus grands émetteurs *via* le chauffage des bâtiments, soit près de 70% d'émissions de gaz à effet de serre à Bruxelles. En termes de logistique et d'impact, il faut aussi agir à l'échelle du transport des marchandises. Nous avons mis en place une feuille de route avec le secteur immobilier et les pouvoirs publics pour décarboner le secteur de la logistique. »

L'industrie textile et l'agriculture intensives font aussi partie des secteurs particulièrement difficiles à décarboner, en raison de leur forte intensité en ressources. « La transition ne pourra pas se faire sans les entreprises. C'est au cœur des entreprises que des réponses concrètes peuvent émerger, portées par l'espoir, ou la nécessité, de réagir face aux coûts croissants de l'inaction climatique », pointe Laurent Lascols.

Les secteurs sur la bonne voie

En dépit de contraintes structurelles, de nombreux secteurs d'activité amorcent leur transition vers un modèle plus durable. « Par exemple, le secteur automobile a fait des efforts considérables pour passer à l'électrique. Encore faut-il que l'électricité soit elle aussi produite de façon durable », nuance Laurent Lascols. Il faut également noter qu'en France, le secteur de l'industrie est soumis à plusieurs réglementations européennes et nationales. Les métiers de la chimie et de la métallurgie sont incités à se transformer pour intégrer des processus moins polluants, à l'image de la chimie verte.

En termes de transition, la finance a elle aussi son rôle à jouer. « Au-delà de la seule finance verte, c'est toute une économie qui a besoin de financements pour réaliser sa transition. Le sujet n'est pas du côté des entreprises durables, à impact, celles qui sont du "bon côté" mais sur tout le reste », indique le fondateur d'Aristote. Des accompagnements, comme le Label Entreprise Écodynamique de Bruxelles, existent pour aider les entreprises à amorcer leur transition. « L'idée est de ne pas réserver nos outils économiques à quelques entreprises qui seraient en transition, mais l'enjeu principal est d'inclure, à termes, toutes les entreprises », précise Julien Dumont. En France, les entreprises peuvent se tourner vers le Label « coq vert », la plate-forme « Transition écologique des entreprises », ou le Label « bas-carbone », pour être soutenues dans leur démarche.

**Source : ministère de l'Aménagement du territoire et de la Transition écologique*

RSE, DU PATERNALISME À UNE VRAIE PRISE DE CONSCIENCE

Que mettaient en œuvre les patrons « paternalistes » du XIXe siècle, sinon l'expression embryonnaire de la future Responsabilité sociale des entreprises (RSE) ? N'était-ce pas déjà le mobile qui voulait que Michelin à Clermont-Ferrand, Peugeot à Sochaux et IBM à Sindelfingen trouvent un intérêt à terme à ce que leurs ouvriers ou employés soient motivés et promus ? Cette « responsabilité »-la n'est donc pas nouvelle, même si les motivations ont évolué. La RSE, de volontaire, est devenue stratégique.

Howard Bowen pose le socle

À l'origine, se préoccuper du « social » dans les entreprises (souvent *via* logements, écoles, soins de santé), au-delà des préoccupations morales du patron, relevait aussi du *contrôle* et de la *productivité*. Loin d'une conscience écologique ou sociétale par-delà l'entreprise. C'est la parution du livre de Howard Bowen, en 1953, *Social Responsibilities of the Businessman* qui fonde une responsabilité sociale de l'entrepreneur en tant que tel.

Un Sommet en 1992 pour définir le rôle des entreprises dans la transition

Après Bhopal, Seveso, les marées noires, des ONG et quelques gouvernements, à Rio, en 1992, ont défini un cadre international sur le rôle des entreprises dans la transition. L'opinion publique a suivi.

À partir des années 2000, avant que la RSE n'adopte son sigle, la France pose des cadres réglementaires :

- 2001, loi NRE (Nouvelles régulations économiques) : elle impose aux sociétés cotées en Bourse de publier des informations sur leurs performances sociales et environnementales dans leur rapport annuel.
- 2000-2010, lois « Grenelle » : obligations de *reporting* et d'action en matière environnementale et sociale pour un nombre élargi d'entreprises (gestion des déchets, émissions de gaz à effet de serre, etc.).
- 2010, norme ISO 26000 : internationale, elle fixe les lignes directrices de la RSE pour toutes les entreprises autour de sept questions centrales : la gouvernance, les droits de l'homme, les relations et conditions de travail, l'environnement, la loyauté des pratiques, les consommateurs, les communautés et le développement local.
- 2017, loi sur le Devoir de vigilance : les grandes entreprises (plus de 5 000 salariés en France ou 10 000 dans le monde) doivent établir un plan de vigilance pour identifier et prévenir les risques d'atteintes graves aux droits humains et à l'environnement dans leur chaîne de valeur.
- 2019, loi Pacte (Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises) : nouvelle avancée majeure en France qui va jusqu'à modifier le Code civil pour que l'entreprise prenne en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité. Elle crée le statut d'« entreprise à mission » qui n'a plus le profit pour seul objectif.

La RSE enjeu stratégique et levier de performance

Cette responsabilité imprègne désormais toute activité entrepreneuriale, à des degrés variables. Les obligations réglementaires et les attentes mêmes des salariés expliquent que les grandes entreprises se montrent plus avancées que les PME qui s'y investissent pourtant massivement au nom de l'opportunité de croissance et de différenciation. La contrainte légale s'assortit d'une conviction et de la reconnaissance des bénéfices que la RSE apporte à long terme. **OM**

Quand la RSE
s'impose en open space

Dans les bureaux comme dans les conseils d'administration, un acronyme s'invite désormais dans toutes les conversations : RSE, pour Responsabilité Sociétale des Entreprises. Ce qui relevait hier encore du jargon de spécialistes est devenu un sujet de discussions quotidiennes.

Les entreprises, petites ou grandes, font face à une double pression. « Il y a les obligations extra-financières réglementaires, comme la CSRD, mais aussi celles qui viennent des investisseurs, qui exigent de plus en plus d'engagements ESG de la part des entreprises », rappelle Constance Lapierre, analyste ESG chez EthiFinance. Autrement dit, les dirigeants doivent composer à la fois avec la contrainte légale et avec le marché, qui n'hésite plus à sanctionner les retardataires en matière d'environnement, de diversité ou de gouvernance.

Cette évolution est loin d'être théorique. Les exemples se multiplient d'entreprises qui choisissent d'anticiper plutôt que de subir. « Même si nous ne sommes pas encore concernés par la CSRD, cela fait deux ans et demi que nous nous y préparons activement », explique le CEO d'Isospace, Philippe Savajols. Une manière de souligner que la conformité n'est pas seulement un enjeu réglementaire : c'est aussi une question de crédibilité face aux partenaires, aux talents et aux clients.

Pour autant, la mise en conformité ne se décrète pas d'un claquement de doigts. Elle demande du temps, des compétences et des moyens financiers. Les directions générales doivent arbitrer entre court terme et long terme, entre contraintes opérationnelles et ambition durable. Dans ce contexte, la RSE devient à la fois un terrain de contraintes et un levier de différenciation. Car au-delà de l'obligation, se joue un enjeu de réputation et d'attractivité : les collaborateurs, notamment les plus jeunes, scrutent désormais avec attention les engagements concrets des employeurs.

Ainsi, en open space, la RSE n'est pas seulement un mot à la mode. Elle incarne une transformation profonde du rôle de l'entreprise dans la société. Une transformation dont les contours commencent à se dessiner, mais dont l'ampleur ne fait que grandir.

TERRAIN DE CONTRAINTES, LEVIER DE DIFFÉRENCIATION

Entre conformité et engagement authentique

Si la RSE occupe aujourd'hui tant d'espace dans le débat, c'est parce qu'elle renvoie à une question fondamentale : les entreprises jouent-elles vraiment le jeu ? Derrière les rapports extra-financiers et les certifications, se cache une interrogation majeure sur la sincérité des démarches. S'agit-il d'une réponse aux contraintes réglementaires, ou bien d'un engagement profond, intégré au cœur des modèles économiques ?

Pour Constance Lapierre, la distinction est claire : « Une entreprise vraiment engagée tend à repenser l'ensemble de sa chaîne de valeur en intégrant les enjeux sociaux et environnementaux dès la conception de ses produits. » Autrement dit, l'engagement ne se limite pas à publier un rapport annuel ou à cocher des cases dans un questionnaire. Il implique une révision en profondeur des pratiques, depuis la conception jusqu'à la distribution, en passant par les conditions de travail.

Certaines entreprises choisissent de montrer la voie. Le laboratoire Expanscience, par exemple, « a mis en place une démarche d'éco-socio-conception, intégrant l'impact environnemental et social dès la création de ses produits », souligne Constance Lapierre.
Pourtant, sur le terrain, la situation reste contrastée. De nombreuses PME, déjà fragilisées par des contraintes budgétaires ou organisationnelles, peinent à trouver les ressources nécessaires. « C'est une démarche qui demande des moyens : du temps, des équipes, du budget. Ce n'est pas neutre, surtout pour les PME », reconnaît Philippe Savajols.

Dans cette zone grise, beaucoup d'entreprises oscillent entre volonté et contraintes. Les plus avancées transforment la RSE en levier de compétitivité, en renforçant leur attractivité auprès des talents ou en ouvrant de nouveaux marchés. D'autres, en revanche, se contentent d'un vernis réglementaire, misant sur une communication soignée plutôt que sur un changement réel.

La RSE, entre contrainte et opportunité stratégique

À mesure que les obligations extra-financières se précisent, la question de leur utilité réelle s'impose. Faut-il considérer la RSE comme une charge imposée aux entreprises, ou bien comme un vecteur de compétitivité et d'innovation ? Les avis sont partagés, mais la tendance est claire : la RSE s'impose comme une donnée incontournable du jeu économique.
« Le reporting ESG est avant tout un outil de suivi pour l'entreprise, mais il sert aussi à valoriser ses meilleures pratiques, notamment à destination des investisseurs », observe Constance Lapierre. Cet équilibre entre transparence, amélioration continue et communication stratégique illustre parfaitement le double rôle de la RSE : un instrument de pilotage interne, mais aussi un levier d'image et de confiance sur les marchés.

Dans certains cas, la RSE devient même un atout majeur pour attirer et fidéliser les talents. « Pour nous, la RSE n'est pas seulement une contrainte. C'est un outil structurant pour la marque employeur et un levier d'attractivité. Nous nous préparons depuis deux ans et demi à la CSRD, car c'est un marqueur clé de notre marque employeur. Elle nous permet de repenser et structurer notre métier, en lui donnant du sens dans un monde qui en a besoin », explique Philippe Savajols. L'entreprise moderne ne se définit donc plus seulement par ses produits ou ses services, mais aussi par ses valeurs, sa capacité à incarner une vision responsable et inclusive.

Au-delà du carbone, les attentes sociétales s'élargissent désormais à la biodiversité, aux droits humains dans la chaîne d'approvisionnement, ou encore à la résilience face aux risques climatiques. Ces évolutions montrent que la RSE n'est pas figée : elle s'étend, se diversifie et oblige les organisations à développer une approche toujours plus holistique.

MEHDI ARRAIS

Les entrepreneurs

doivent-ils davantage prendre place dans le débat public ?

Politique, économie, écologie, société… tant de sujets sur lesquels les entrepreneurs sont attendus. Dans une ère où la parole politique manque cruellement de confiance et de légitimité, la société est en proie aux incertitudes. Alors les dirigeants d'entreprises peuvent-ils et doivent-ils renverser cette tendance ?

Les conflits, les fractures politiques, l'instabilité économique ou encore la menace écologique, plongent les Français dans le flou. La confiance qui était autrefois pleinement accordée aux politiques semble révolue. Un manque de repères qui divise. Mais alors vers qui se tourner ? De plus en plus, beaucoup pensent que le monde de l'entreprise peut changer la donne, mais est-ce réellement le cas ? Selon un sondage récent mené par Odoxa pour Comfluence et *L'Opinion*, environ 7 Français sur 10 estiment que les entreprises devraient davantage prendre la parole dans le débat public. Un rôle qui fait consensus auprès de toutes les catégories socio-professionnelles, des ouvriers aux cadres, jusqu'aux jeunes générations des 18-24 ans (79%) aux séniors (71%). Même constat chez les partis politiques interrogés. Alors certains entrepreneurs plaident pour une augmentation des prises de parole en public. C'est le cas de Wallerand Moullé-Berteaux, cofondateur et CEO du Crayon et une centaine d'autres entrepreneurs, à l'instar de Cédric Meston et Kelly Massol dans une tribune intitulée «Entrepreneurs : engagez-vous dans le débat public !» Une vision de l'entrepreneuriat qui s'engage, qui porte des valeurs fortes mais dans les faits qu'en est-il ?

Une prise de parole encore trop discrète

Si les incitations à prendre la parole en public se multiplient, les entrepreneurs restent encore frileux. «Les entrepreneurs prennent que très peu la parole. Ils ont peur parce que dans l'imaginaire collectif c'est quelque chose qui est réservé aux politiques alors qu'en réalité non», explique Jules Simiand Brocherie, fondateur d'ExtraStudent et cosignataire de la tribune «Entrepreneurs : engagez-vous dans le débat public !». Mais le réveil pourrait bien se faire dans les prochaines années. En effet, le nombre d'entrepreneurs augmente à vue d'œil depuis ces dix dernières années. Une dynamique boostée par l'envie de trouver des solutions innovantes, de changer le monde ou d'être simplement libre de ses actions. «Je constate tout de même que les chefs d'entreprise prennent de plus en plus la parole, en particulier les entrepreneurs porteurs d'idées innovantes, qui bénéficient d'ailleurs aujourd'hui de davantage de crédits qu'auparavant», relève Amélie Blanckaert, fondatrice de Bureau 121 et auteure de *Taisez-vous on vous écoutera*. Elle constate également que la parole est plus libérée du côté des jeunes générations, avec une multiplication des témoignages *via* les réseaux sociaux.

La figure de l'entrepreneur érigée au rang de guide

L'entrepreneur a une place de choix dans la société. Loin d'être simplement un homme d'affaires en quête de profit, il est devenu une figure de confiance et d'espoir. Au cœur de la société, c'est un acteur clé du système. «Aujourd'hui, l'entrepreneur, c'est le premier à conduire le changement. Il permet entre autres à une grande partie des salariés de travailler, il connaît l'impact du travail et paye ses charges comme tous les citoyens», affirme le fondateur d'ExtraStudent. En effet, les entrepreneurs peuvent apporter leur expertise sur la souveraineté économique, sur l'emploi ou sur les solutions innovantes à venir. Conscients des différents enjeux que traverse le pays, ils ont ainsi été choisis pour faire évoluer la société vers des modèles plus justes et plus durables. «Les dirigeants d'entreprises sont des acteurs clés de la vitalité de notre pays. En revanche, ce serait une erreur de forcer cette parole en imaginant qu'ils ont réponse à tout !», nuance la fondatrice de Bureau 121.

Un engagement qui peut devenir prolifique

Prendre la parole en public n'est pas sans risques, en particulier lorsqu'on a mis des années à construire un projet fleurissant. Les retombées d'une prise de parole mal gérée peuvent avoir des conséquences sur l'image de son entreprise. D'autant plus avec l'instantanéité des réseaux sociaux, une parole peut rapidement faire le tour de la toile. Récemment, c'est l'ex-patron de Ben & Jerry's, David Stever, qui s'est fait renvoyer en raison notamment de ses prises de position en faveur de la Palestine ou encore de ses critiques à l'encontre de Donald Trump. «Il y a effectivement une peur chez les chefs d'entreprises, de la réaction des internautes. Mais aussi une crainte de ne pas savoir s'exprimer correctement, ne pas savoir synthétiser des sujets qui sont parfois complexes», confie Amélie Blanckaert. Alors certains ne préfèrent tout simplement pas s'exprimer par peur de commettre des erreurs. Mais alors est-ce réellement nécessaire de prendre la parole ? Depuis l'arrivée des réseaux sociaux, il est devenu essentiel de communiquer, d'autant que cela peut devenir prolifique pour son entreprise. D'une part pour la culture d'entreprise, pour le sentiment d'appartenance à des valeurs fortes mais aussi pour des questions d'image !

Une parole qui se doit d'être maîtrisée

Aujourd'hui, dans l'ère hyperconnectée dans laquelle nous évoluons, ne pas communiquer parait illusoire. Il s'agit alors de bien choisir sa communication. «Prendre la parole représente un danger, c'est certain. Il faut bien choisir ses sujets, les maîtriser, on ne peut pas parler de tout et de n'importe quoi», précise Jules Simiand Brocherie. Et en effet, certains thèmes sont plus délicats que d'autres, c'est notamment le cas des sujets comme la religion, la vie privée ou encore les idées politiques. «Débattre sur des sujets extrêmement polémiques dans le privé c'est possible mais dans le public c'est très risqué. Ce n'est pas dans l'intérêt de l'entrepreneur d'aborder tous les sujets et surtout de réagir trop vite», ajoute Amélie Blanckaert. Pour clarifier leur prise de parole, les dirigeants peuvent s'entourer d'experts. Savoir s'exprimer, savoir synthétiser sont des choses qui s'apprennent et qui se préparent en amont. En somme, une parole engageante mais maîtrisée qui a vocation à être comprise par tous et surtout qui respecte les valeurs prônées par l'entrepreneur.

CLARA SEILER

AUJOURD'HUI, L'ENTREPRENEUR, C'EST LE PREMIER À CONDUIRE LE CHANGEMENT – JULES SIMIAND BROCHERIE, EXTRASTUDENT

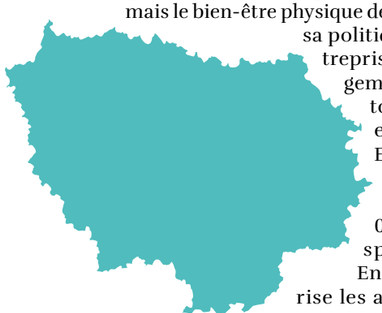
Transition(s)

Ces initiatives montrent la voie

En France, dans nos régions les bonnes idées fleurissent. À la fois écologiques et responsables, ces initiatives au sein des entreprises participent à faire avancer la société. Petites ou grandes structures, zoom sur celles qui font bouger les lignes.

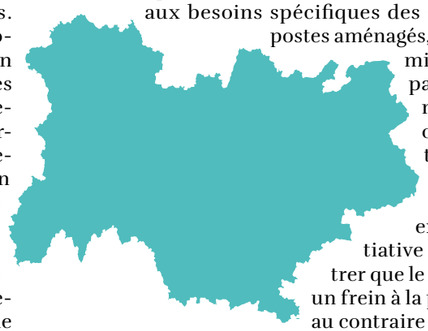
CLARA SEILER

ÎLE-DE-FRANCE
SANOFI SE MET AU SPORT



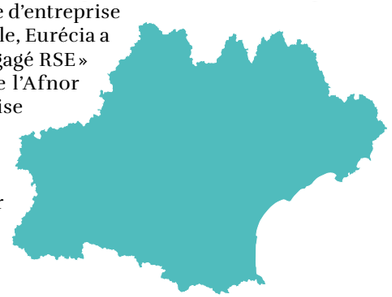
Sanofi, géant de l'industrie pharmaceutique, place désormais le bien-être physique de ses salariés au cœur de sa politique RSE. En 2023, l'entreprise a renforcé son engagement en donnant accès à tous ses collaborateurs en France au réseau EGYM Wellpass (anciennement Gymlib), qui regroupe plus de 30 000 infrastructures sportives partenaires. En parallèle, Sanofi valorise les activités collectives en proposant des cours de sport, des séances de bien-être ainsi que des événements sportifs fédérateurs. L'entreprise a aussi modernisé ses propres salles de sport internes avec des équipements récents. Des « walking challenges » ont été mis en place pour inciter les salariés à marcher ou courir dans leurs déplacements quotidiens. Et des initiatives qui visent à encourager un mode de vie plus actif, à renforcer la cohésion d'équipe et à lutter contre la sédentarité. Des programmes qui s'inscrivent pleinement dans une stratégie RSE globale orientée vers la santé et la qualité de vie au travail.

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
SEB, L'ÉLECTROMÉNAGER INCLUSIF



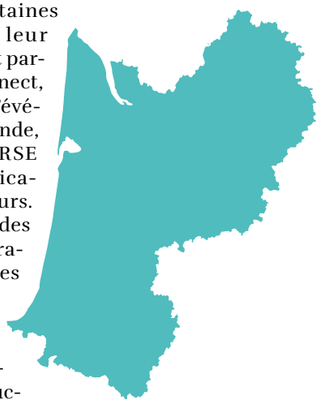
À Écully, en région Auvergne-Rhône-Alpes, le groupe SEB, *leader* mondial du petit électroménager, se distingue non seulement par ses produits, mais aussi par son engagement sociétal. Dans le cadre de sa politique RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises), l'entreprise a mis en œuvre une initiative en faveur de l'inclusion et de l'emploi durable. En Haute-Savoie, SEB a créé un atelier d'assemblage solidaire en collaboration avec un ESAT (Établissement et Service d'Aide par le Travail), permettant à des personnes en situation de handicap de participer activement à sa chaîne de production. Cet atelier est entièrement adapté aux besoins spécifiques des salariés, avec des postes aménagés, des outils ergonomiques et un accompagnement personnalisé. L'objectif : offrir une véritable opportunité professionnelle à chacun, sans exclusion. Une initiative qui vise à démontrer que le handicap n'est pas un frein à la performance, bien au contraire !

OCCITANIE
EURÉCIA S'ENGAGE POUR L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE



Bordelaise de naissance mais implantée près de Toulouse, Eurécia, entreprise spécialisée dans les logiciels RH, affirme depuis plusieurs années un engagement fort en matière de RSE. L'une de ses priorités majeures : l'égalité entre les femmes et les hommes. Dès 2019, elle a signé un « Gender Agreement », formalisant sa volonté de garantir un environnement professionnel équitable, notamment en matière de recrutement, de rémunération, et d'accès aux postes à responsabilité. L'entreprise veille à limiter les biais inconscients dans ses processus internes et à promouvoir une culture d'entreprise inclusive. En parallèle, Eurécia a obtenu le label « Engagé RSE » niveau Confirmé de l'Afnor (Association française de la normalisation), qui vient valider l'ensemble de ses actions en faveur de la responsabilité sociétale.

NOUVELLE-AQUITAINE
CO-NECT, L'ÉVÉNEMENTIEL RESPONSABLE

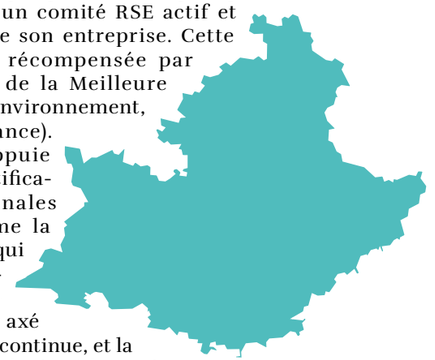


En Nouvelle-Aquitaine, certaines PME se distinguent par leur démarches RSE innovantes et participatives. C'est le cas de Co-nect, entreprise spécialisée dans l'événementiel. Implantée en Gironde, elle mène une démarche RSE nouvelle fondée sur l'implication active de ses collaborateurs. Pendant 18 mois, l'ensemble des salariés a co-construit sa stratégie RSE, articulée autour des piliers social, environnemental, économique et sociétal. Une réflexion collective qui a abouti début 2024 à la définition d'une raison d'être structurante. Un plan d'action RSE a ensuite été mis en œuvre pour concrétiser cet engagement. Parmi les initiatives phares : la création d'une journée d'acculturation RSE obligatoire pour chaque nouveau salarié, intégrée dès juillet 2025 au parcours d'accueil. Cette journée permet de transmettre les valeurs responsables de l'entreprise dès l'intégration.

HAUTS-DE-FRANCE
KPMG RENFORCE SON ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Depuis 2007, le cabinet d'audit et de conseil KPMG a amorcé un virage important en structurant un programme d'engagement sociétal ambitieux. Ce modèle repose sur des partenariats solides avec des associations et des lycées professionnels, favorisant des missions solidaires menées par ses collaborateurs. En 2022, KPMG franchit une nouvelle étape en adoptant le statut d'entreprise à mission, affirmant ainsi sa volonté de placer l'impact social au cœur de sa stratégie. Dans cette continuité, le cabinet lance en 2023 un programme de mécénat de compétences. Celui-ci permet à ses consultants de consacrer jusqu'à cinq jours par an, sur leur temps de travail, à des missions au service d'associations locales. Un dispositif déjà bien ancré puisque 78 % des missions sont réalisées dans le cadre de partenariats établis, majoritairement avec des structures engagées en faveur de la jeunesse et de l'insertion professionnelle.

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR
LUXCARTA, MEILLEURE EMPREINTE ESG



À Valbonne, près de Cannes, LuxCarta, spécialiste des données cartographiques numériques pour les télécoms, a déployé un comité RSE actif et engagé au sein de son entreprise. Cette démarche a été récompensée par le prix régional de la Meilleure Empreinte ESG (Environnement, Social, Gouvernance). L'entreprise s'appuie ainsi sur des certifications internationales reconnues comme la norme ISO 9001, qui garantit un système de management de la qualité axé sur l'amélioration continue, et la norme ISO 27005, dédiée à la gestion des risques liés à la sécurité de l'information. Une approche rigoureuse qui se reflète aussi dans la formation de 100 % des salariés au RGPD, démontrant un fort engagement pour la cybersécurité et la protection des données. LuxCarta va au-delà des exigences réglementaires en menant des actions concrètes de sensibilisation environnementale, comme la participation à la Fresque du Climat.

Bill Gates
l'Africain !

Il faudrait un jour, que les psychologues se penchent sur les liens passionnels du milliardaire américain Bill Gates avec l'Afrique. Jamais un mécène n'a manifesté autant de bienveillance et de compassion pour une terre et le devenir de ses populations !

En juin 2025, lors d'une visite au siège de l'Union africaine à Addis-Abeba, le fondateur de Microsoft a annoncé qu'il fera don de 99% de sa fortune, estimée à environ 200 milliards de dollars, à la Fondation Bill & Melinda Gates qui consacrera cette somme au financement de projets africains dans les domaines de la santé, de l'éducation, de la nutrition et de la lutte contre les maladies infectieuses. La totalité des fonds sera versée progressivement sur 20 ans. Ce véritable engagement historique intervient dans un contexte de repli des États-Unis quant à l'aide internationale, notamment en Afrique.

La santé comme priorité… grâce à la technologie !

« Je me suis récemment engagé à distribuer ma fortune au cours des vingt prochaines années. La majeure partie de ce financement servira à vous aider à relever les défis qui se posent ici, en Afrique… En libérant le potentiel humain par la santé et l'éducation, chaque pays d'Afrique devrait être sur la voie de la prospérité ». Le philanthrope américain a précisé que ses enfants ne recevront qu'environ 1% de sa fortune.

Sa fondation est déjà implantée sur le continent en concentrant ses actions sur les soins de santé primaires. En juillet 2025, elle a annoncé donner plus de 2,5 milliards de dollars pour financer la recherche et le développement de solutions médicales centrées sur la santé des femmes, notamment dans les pays à revenu faible, dont beaucoup en Afrique. Bill Gates perçoit dans les nouvelles technologies, et notamment dans l'intelligence artificielle, un levier pour améliorer les systèmes de santé. Il se dit optimiste quant au potentiel de l'Afrique à devenir un *leader* en matière d'intelligence artificielle (IA), la qualifiant d'outil puissant pour relever certains des défis les plus urgents du continent, de la santé maternelle à l'agriculture. « Vous avez désormais la possibilité, alors que vous construisez vos systèmes de santé de nouvelle génération, de réfléchir à la manière dont l'IA y est intégrée », précise-t-il.

Réduire la dette

Sa fondation met en place aussi des programmes d'adaptation au changement climatique. Aider les personnes les plus touchées par ce changement et en particulier les petits agriculteurs qui dépendent de la terre pour leurs revenus et leur alimentation et qui subissent fréquemment des inondations et des sécheresses.

« L'Afrique reçoit moins d'argent au moment où elle en a besoin, que ce soit pour l'allègement de la dette, les vaccinations ou la réduction de la malnutrition », constate le fondateur de Microsoft qui ne cesse d'appeler à alléger la dette du continent. Il estime que les gouvernements les plus riches devraient accroître leur soutien aux pays africains, qui ont été éclipsés par les fonds de développement de plus en plus consacrés à la réponse humanitaire et à l'aide aux réfugiés dans le monde. « Les gens diront beaucoup de choses sur moi quand je mourrai, mais je suis déterminé à ce que *il est mort riche* ne soit pas l'une d'entre elles », a-t-il écrit récemment sur son blog.

EZZEDINE EL MESTIRI

DES PROGRAMMES D'ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

99 % DE SA FORTUNE À L'AFRIQUE

UN JACKPOT DORÉ

L'Ouganda vient de franchir un cap historique avec l'identification de 31 millions de tonnes de minerai du précieux métal jaune, renfermant près de 320 000 tonnes d'or raffiné, pour une valeur estimée à 12 milliards de dollars. Cette avancée propulse le pays parmi les leaders mondiaux de la production aurifère.

CAP SUR L'IA

Google vient d'investir 37 millions de dollars pour booster l'intelligence artificielle (IA) en Afrique. Un ambitieux programme qui vise à soutenir la recherche, l'innovation agricole et le développement de technologies adaptées aux langues africaines, avec un nouveau centre communautaire inauguré à Accra, au Ghana.

UNE NOUVELLE CARTE

L'Union africaine souhaite une carte du monde corrigée pour redonner sa juste proportion à l'Afrique. Remplacer le modèle de la carte mondiale actuelle par une projection plus respectueuse des proportions des continents. La projection Mercator utilisée actuellement sur tous les planisphères du monde, créée au XVI^e^ siècle grossit l'Europe et l'Amérique du Nord tout en réduisant l'Afrique de moitié.

ACCÈS À L'EAU

Le dernier sommet africain tenu en Afrique du Sud en août dernier, pour améliorer l'accès à l'eau a acté que le continent a besoin de 30 milliards de dollars supplémentaires par an pour faire face à ses besoins, en accès à l'eau et aux systèmes sanitaires.

Le proverbe africain

« On n'est pas riche parce qu'on a beaucoup, mais parce qu'on donne beaucoup »

Cofondateur, plate-forme de recherche d'associés

Trouver le bon partenaire

Créer une entreprise innovante repose rarement sur les épaules d'un seul individu. Trouver un associé compétent, complémentaire et fiable est devenu un facteur clé de succès pour les entrepreneurs ambitieux. C'est précisément le rôle du réseau Cofondateur.

Cofondateur, fondé en 2015, se positionne comme le premier réseau français de mise en relation entre porteurs de projets et talents prêts à s'engager dans une aventure entrepreneuriale. Son ambition : offrir un cadre structuré pour identifier et recruter le bon partenaire, du concept à la croissance. Grâce à un algorithme de *matching* assisté par intelligence artificielle et à un accompagnement humain expert, la plate-forme permet de trouver un associé stratégique (CTO, CEO, CMO, CFO, etc.) en quelques semaines seulement. Le modèle associe sélection rigoureuse des profils, outils pratiques – simulateur de répartition de capital, suivi des candidatures, kit d'association – et coaching sur mesure pour maximiser les chances de réussite du projet afin de créer des binômes ou trinômes solides, capables de passer rapidement de l'idée à l'exécution.

COMPRÉHENSION APPROFONDIE DU PROJET, SÉLECTION AFFINÉE DES CANDIDATS, SUIVI HUMAIN POUR TRANSFORMER LA RENCONTRE EN PARTENARIAT DURABLE

Des services modulaires pour chaque étape du projet

Pour répondre aux besoins variés des entrepreneurs, Cofondateur a structuré son offre en trois volets complémentaires : le « pack matching » pour l'identification et la sélection d'associés en phase avec la vision, la stratégie et les compétences recherchées (délai moyen : 1 à 2 semaines) ; le « pack coaching », un accompagnement sur 3 mois pour organiser la collaboration, définir les rôles, gérer les décisions clés et prévenir les désaccords futurs ; et le « pack juridique », qui offre une relecture professionnelle et une sécurisation du pacte d'associés par un avocat partenaire.

Ces services peuvent être souscrits séparément ou combinés dans une offre complète, garantissant un suivi continu depuis la recherche initiale jusqu'à la mise en place des fondations juridiques et opérationnelles.

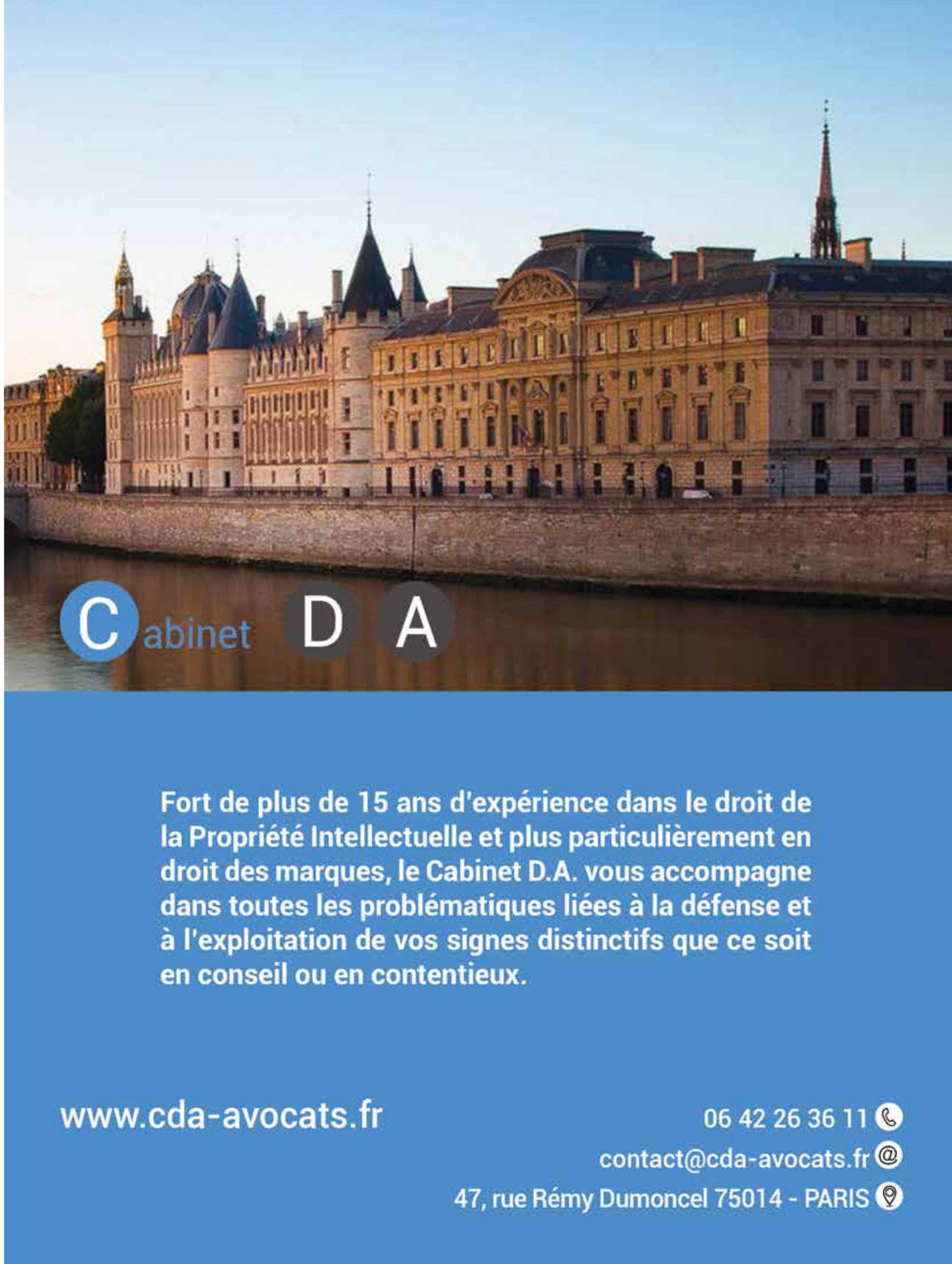
Allier technologie et expertise humaine

Dans un environnement marqué par la compétition internationale, les investisseurs privilégient les équipes fondatrices solides, alliant vision stratégique, compétences techniques et capacité d'exécution. Cofondateur répond à cet impératif en réduisant considérablement le temps de recherche d'un associé clé, en améliorant la qualité du « fit » humain et professionnel dès les premières rencontres, et en accompagnant la structuration du projet avec une expertise business et juridique. Ce positionnement séduit. Plus de 33 000 projets déposés et 18 500 talents sont référencés à ce jour, témoignant d'une communauté active et qualifiée.

L'une des forces majeures du réseau est d'équilibrer intelligence artificielle et accompagnement personnalisé. Là où une simple plate-forme de mise en relation se contenterait d'aligner des profils, Cofondateur offre une véritable démarche stratégique : compréhension approfondie du projet, sélection affinée des candidats, suivi humain pour transformer la rencontre en partenariat durable. Si la technologie accélère le processus, ce sont bel et bien l'expérience et l'expertise métier qui garantissent la pertinence du résultat.

Bref, Cofondateur a été pensé pour accompagner la création de *start-up* performantes, attractives pour les investisseurs et capables de croître rapidement sur leurs marchés cibles en structurant la recherche d'associés et en sécurisant les premières étapes de la collaboration. De quoi trouver le partenaire idéal pour son projet.

JEAN-MARIE BENOIST



ELLE A FONDÉ L'ASSOCIATION SISTECH

Joséphine Goube, l'injustice comme moteur

Imaginez une femme. Imaginez que cette femme souhaite travailler dans le monde de la tech. Et imaginez que celle-ci soit réfugiée. Voilà tout le combat de Joséphine Goube, la fondatrice de l'association Sistech, qui favorise l'autonomie des femmes réfugiées en leur permettant d'accéder à des emplois dans le secteur de la technologie et du numérique.

« J'ai grandi dans le nord de la France, entre Boulogne-sur-Mer et Calais. Vous n'imaginez pas à quel point il est effrayant pour un enfant de voir régulièrement des gens qui traversent l'autoroute en courant. Je ne comprenais pas pourquoi. Ma maman me disait qu'ils voulaient rejoindre l'Angleterre, pourquoi ne prenaient-ils pas le ferry comme tout le monde ? », nous confie Joséphine Goube, très tôt confrontée au phénomène migratoire qui touche le territoire calaisien. De cette colère, de cette injustice, de ce sentiment profond qu'il existe des citoyens de seconde zone… nait l'engagement de cette femme entrepreneure étonnée de l'écart qu'il peut exister entre la réalité et le discours politico-médiatique. Passée par Sciences Po et la LSE à Londres, Joséphine Goube a rapidement combiné la démarche intellectuelle au terrain, les constats à l'action.

Redonner aux réfugiées la vie qu'elles méritent

Depuis 2016 Joséphine Goube rencontre des femmes réfugiées qui décrivent la même réalité : « elles m'expliquent qu'elles sont surqualifiées et qu'elles ne trouvent pas d'emploi dans leur domaine. Parce qu'elles sont femmes réfugiées, d'anciennes procureures dans leurs pays deviennent femmes de ménage ou caissières. C'est une situation difficile à accepter, alors j'ai voulu les aider. Parce que je suis une femme et profondément féministe. » Elle crée alors Sistech en 2017 pour réduire les souffrances, à son échelle. Aider les réfugiées à trouver un emploi dans la tech et donc à se reconstruire. Agir sur leur quotidien. La quasi intégralité de nos financements provient des entreprises, et non des aides publiques. L'association – présente en France, Italie et Grèce – accompagne ses « *fellows* » sur tout ce qui pourrait les empêcher de décrocher un job dans la tech : frais de transports, ordinateurs, box wifi, gardes d'enfants, frais d'un hébergement temporaire si besoin, etc. Des offres de formation leur sont proposées, en lien avec des organismes sélectionnés avec attention.

Toutes les femmes réfugiées ne peuvent pas bénéficier du soutien de Sistech, les places étant limitées. « Nous regardons le niveau de langue ; leur état d'esprit, aspirent-elles à décrocher un emploi qui correspond à leurs compétences ou simplement un job alimentaire ? Si nécessaire on les renvoie vers d'autres associations ; et enfin l'environnement psychosocial : on ne peut pas accueillir les sans-papiers, ou les femmes dont la santé mentale est trop aggravée », précise Joséphine Goube.

Compter sur les entreprises

Sistech – composé aujourd'hui de 18 employés – collabore avec des entreprises partenaires, mais aucune promesse d'embauche n'est faite. « Les femmes réfugiées participent à nos événements et rencontrent les employeurs. L'échange humain est formidable car il fait rapidement tomber les barrières et les stéréotypes que peuvent avoir les recruteurs à l'égard des réfugiées […] Je dis aux entreprises : ces femmes se sont tellement battues qu'elles ne partiront pas sur un coup de tête, un argument de choix pour des structures qui font souvent face à un turn over élevé », défend Joséphine Goube, fière de voir ensuite la progression de ces femmes dans leur carrière et leur vie. Nombre d'entre elles jouent ensuite un rôle au sein de l'association, deviennent bénévoles, et certaines feront même partie du *board*.

D'un ADN forcément optimiste – le défi étant immense – Joséphine s'inquiète toutefois de l'incertitude et l'état de santé des entreprises, puisque leurs financements contribuent au développement de l'association. « Si les entreprises vont mal, elles ne dépensent pas d'argent chez nous, et c'est un frein à notre développement », pointe la fondatrice. Mais pas question pour Joséphine Goube de baisser les bras : « Un électron libre ? C'est quelqu'un qui agit pour une cause qu'il défend profondément, pas par opportunisme. » **GEOFFREY WETZEL**

AIDER LES RÉFUGIÉES À RETROUVER UN EMPLOI, SE RECONSTRUIRE

AVOCAT, MÉDAILLÉ D'OR EN CÉCIFOOT ET PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE HANDISPORT

Gaël Rivière, droit au but

Non-voyant de naissance, Gaël Rivière quitte La Réunion, son île natale, pour se rendre à Paris où il se lance dans le cécifoot, en parallèle de sa carrière d'avocat. Un pari gagnant. En 2006, il rejoint l'équipe de France de cécifoot, avec laquelle il remporte deux championnats d'Europe et obtient une médaille d'or aux Jeux paralympiques de Paris. Aujourd'hui à la tête de la Fédération française Handisport (FFH), il veut entériner l'idée selon laquelle handicap rime avec incompétence.

Comme beaucoup d'autres, Gaël Rivière est « un enfant de 1998 ». La Coupe du monde, au-delà du jeu, fédère les Français. Petit, déjà, Gaël n'est pas dans la starification d'un joueur ou d'une équipe – exception faite de l'équipe de France – mais il est séduit par « la dramaturgie d'un match ».

JE VIENS D'UN SPORT COLLECTIF, J'AI DU MAL AVEC LES DISTINCTIONS INDIVIDUELLES

Le jeune Gaël, dix printemps, se découvre une véritable passion pour le football. Très vite, il trouve une astuce pour jouer avec ses amis voyants : enrouler le ballon dans un sac en plastique pour se guider grâce au bruit. « Rétrospectivement, ce n'était pas très écolo… », ironise-t-il. Il joue au cécifoot avant même de connaitre l'existence de la pratique.

Issu d'un milieu modeste, Gaël est bon élève et s'oriente vers une voie scientifique. Alors qu'il est en seconde il fait le choix décisif de quitter La Réunion pour jouer au cécifoot à Paris tout en poursuivant ses études. Soutenu par sa famille, Gaël Rivière débarque dans la capitale à l'âge de quatorze ans : un véritable choc sensoriel ! Gaël passe du chant des oiseaux, au bruit du métro et aux odeurs de pollution. Mais la capitale est aussi source d'indépendance et d'émancipation pour l'adolescent. « À La Réunion la voiture est indispensable pour se déplacer, je devais toujours demander à quelqu'un de m'emmener. À Paris, les transports en commun offrent une liberté de déplacement illimitée. » Durant ses études, Gaël alterne entre des établissements spécialisés pour les non-voyants et des établissements « classiques ». En Terminale, il intègre l'équipe de France de cécifoot, après avoir été repéré par un sélectionneur.

Du terrain au prétoire

« Je ne me suis jamais considéré comme un athlète professionnel parce que j'ai toujours su que je ne pourrais pas vivre du sport. » Alors qu'il porte déjà le maillot de l'équipe de France, Gaël obtient un premier Master en droit des affaires et fiscalité et un second en droit bancaire, et major à deux reprises, même s'il ne l'évoque pas spontanément : « Je viens d'un sport collectif, j'ai du mal avec les distinctions individuelles. » Depuis octobre 2017, Gaël Rivière exerce comme avocat au sein du cabinet Bredin Prat. Le point commun entre sa carrière d'athlète et son métier d'avocat ? Rester performant sous la pression. Après avoir décroché la médaille d'or aux Jeux paralympiques de Paris, Gaël Rivière a été nommé président de la Fédération Française Handisport fin 2024. Une nouvelle casquette qui lui permet de porter un engagement fort : « J'ai envie que la Fédération agisse contre le validisme qui considère que les personnes en situation de handicap sont moins aptes que les autres. Les mentalités doivent changer. »

LISA BEGOUIN

IL ÉTAIT PRÉSENT LORS DE LA SPÉCIALE « SPORT » DU CERCLE ÉCORÉSEAU

À l'occasion de la troisième édition en mai du Cercle ÉcoRéseau, plusieurs invités d'honneur étaient réunis, toujours au Pavillon Ledoyen du chef Yannick Alléno, autour d'un thème, ô combien fédérateur : le sport. Les athlètes de haut niveau et les experts-commentateurs présents sur scène avaient de quoi inspirer quiconque aspire à relever de grands défis… Et parmi les intervenants : Gaël Rivière !

E-sport : pourquoi les entreprises doivent-elles s'y intéresser ?

Depuis quelques années, l'e-sport est passé d'un phénomène de niche à un secteur incontournable du sport business. Là où le sport traditionnel semblait parfois saturé, le gaming a ouvert un nouveau terrain d'opportunités aux marques.

C'est précisément ce pari qu'ont fait en 2018 Quentin Bravet et son associé en fondant Seven, une agence de communication spécialisée dans l'e-sport et le gaming. Ancien acteur du sport traditionnel, Quentin Bravet a rapidement perçu les signaux faibles d'un marché en pleine professionnalisation : « En 2018, on assistait à une professionnalisation de l'écosystème de l'e-sport. Le sport traditionnel restait un univers très bouché, alors que le gaming offrait un champ des possibles exceptionnel pour les marques, encore largement sous-exploité », explique-t-il.

La bascule s'est accélérée avec la crise sanitaire. En 2020, alors que le sport s'arrêtait brutalement, les marques ont trouvé dans l'e-sport une continuité de visibilité et d'engagement auprès d'un public difficile à atteindre par les canaux classiques. Le phénomène n'a cessé de s'amplifier depuis : influenceurs, clubs et compétitions professionnelles se sont multipliés, fédérant des communautés massives et engagées.

C'est là que réside la principale force de l'e-sport : son audience ultra-active. Contrairement au spectateur parfois passif d'un match de football ou de tennis, le fan d'e-sport commente, partage et interagit en direct. Une dynamique communautaire qui démultiplie l'impact pour les marques et change en profondeur les codes du sponsoring. Quentin Bravet résume : « Contrairement à la publicité traditionnelle souvent perçue comme intrusive, la présence des marques dans le gaming devient une partie intégrante de l'expérience des fans ».

Désormais, l'e-sport ne se limite plus au simple divertissement digital. Il constitue un levier stratégique de communication et de différenciation culturelle, capable de rapprocher les marques d'une génération parfois insensible aux médias classiques. Un langage nouveau, que les entreprises ne peuvent plus ignorer.

S'intégrer sans s'imposer : co-création, preuves et storytelling

Pour percer dans l'e-sport, les marques doivent troquer le réflexe du logo plaqué contre une logique d'utilité et de co-création. Ici, la valeur ne vient pas d'une visibilité brute mais de la capacité à enrichir l'expérience des fans. C'est le sens du « best case » Aldi x Solary : plutôt qu'un naming ou un simple patch sur maillot, l'enseigne a financé une vraie cantine dans les locaux de l'équipe, recruté un chef, produit des contenus et fait du bien-manger un pilier de performance. De quoi renverser deux clichés — le « gamer junk-food » et la « MDD (marque du distributeur) bas de gamme » — par des actes tangibles. « Dans l'e-sport, on ne plaque pas un message : on le prouve. Les marques gagnent quand elles apportent quelque chose d'utile et co-créent avec la communauté », observe Quentin Bravet. Résultat : engagement organique, retombées presse et légitimité durable.

Même logique avec Domitis, réseau de résidences seniors, *a priori* loin du gaming. Seven a imaginé un tournoi intergénérationnel sur Street Fighter : binômes grands-parents/petits-enfants, phases de qualif' partout en France, grande finale à l'Ultimate Fighting Arena. Les images — une doyenne de 95 ans acclamée par la foule — ont parlé d'elles-mêmes. Sans budget média, la campagne a généré des dizaines de millions d'impressions et, surtout, un bénéfice d'image : modernité, lien social, émotion.

À l'inverse, les erreurs coûtent cher : one-shot opportuniste, formats copier-coller du sport traditionnel, méconnaissance des codes de Twitch, YouTube ou TikTok… Les communautés ne laissent rien passer et sanctionnent vite ce qui sonne faux. La bonne pratique ? partir des objectifs de marque, choisir le bon territoire narratif, impliquer joueurs et créateurs, penser la durée (saisons, feuilletons, coulisses), etc. « Raconter une histoire prend du temps, mais c'est la seule voie pour transformer l'audience en communauté et la visibilité en préférence de marque », insiste Quentin Bravet. Ici, le sponsoring n'est plus une fin : c'est la porte d'entrée d'une expérience partagée.

L'E-SPORT NE SE LIMITE PLUS AU SIMPLE DIVERTISSEMENT DIGITAL

Au-delà du *b to c* : un levier stratégique pour toutes les entreprises

Longtemps perçu comme un territoire réservé aux marques technophiles ou aux acteurs du divertissement, l'e-sport s'impose aujourd'hui comme un levier stratégique transversal. Qu'il s'agisse d'atteindre des jeunes consommateurs difficiles à séduire *via* la TV ou la presse, de moderniser son image ou de créer du lien émotionnel, il offre des opportunités inédites. Mais le mouvement va plus loin : de plus en plus d'entreprises explorent le gaming comme outil *b to b*. Certaines s'en servent pour fédérer leurs collaborateurs, travailler leur marque employeur, séduire des jeunes talents ou encore innover dans leurs dispositifs de formation. Cet élargissement de spectre confirme que l'e-sport est devenu bien plus qu'un phénomène générationnel. « Pour moi, c'est une erreur pour un directeur marketing de ne pas considérer le gaming comme un levier de communication, quel que soit son secteur d'activité », affirme le fondateur de Seven. Un constat d'autant plus pertinent dans un marché de l'emploi tendu, où attirer et retenir des profils jeunes passe aussi par une capacité à parler leur langage et à partager leurs codes.

Le parallèle avec l'essor du padel, devenu en quelques années un sport business de premier plan, est évident : nouveaux usages, nouveaux terrains, nouvelles communautés. Mais avec une différence de taille : l'e-sport vit et grandit essentiellement en ligne, dans des espaces où les frontières entre consommateurs, créateurs et annonceurs s'effacent. Sa force, c'est la culture communautaire et la capacité de transformer chaque spectateur en amplificateur.

Au fond, la vraie question n'est plus de savoir si les entreprises doivent s'intéresser à l'e-sport, mais comment elles doivent s'y prendre. Compréhension des codes, patience, co-création et storytelling sincère : voilà les conditions pour transformer ce terrain digital en véritable capital de marque. Et pour celles qui franchissent le pas, l'e-sport apparaît déjà comme un accélérateur de business autant qu'un vecteur d'image.

MEHDI ARRAIS

Les prolongations…

CLEMQUICOURT MÉTAMORPHOSE L'UTMB EN SHOW CAPTIVANT

À Chamonix, Clemquicourt redéfinit l'expérience de l'UTMB en transformant la mythique épreuve d'ultra-trail en un véritable spectacle. Son cocktail inédit de performance sportive, marketing et humour digital a électrisé l'événement, séduisant un nouveau public et créant une dynamique vivante autour de la compétition. Une leçon de storytelling moderne qui prouve que même l'ultra-trail peut se vivre comme un divertissement grand public. (ndlr : UTMB = Ultra-Trail du Mont-Blanc, un événement de trail unique : sept courses dont quatre ultra-endurance, traversant trois pays alpins et 18 communes autour du Mont-Blanc.)

Côté Vestiaire
Carine Galli
Journaliste, animatrice émissions TV/Radio et événements entreprises

Entretien avec Johan Salén, Co-CEO de The Ocean Race

Pouvez-vous nous présenter la course à la voile The Ocean Race Europe ?

The Ocean Race Europe est une déclinaison continentale de la célèbre course autour du monde en équipage : The Ocean Race. Après une première édition en 2021, nous revenons en 2025 avec l'ambition de réunir les meilleurs équipages de course au large. Le parcours 2025 relie plusieurs grandes villes maritimes historiques du continent, depuis Kiel (Allemagne), en passant par la mer du Nord, la Manche, l'Atlantique, jusqu'à la Méditerranée et une arrivée inédite dans la baie de Boka, au Monténégro. Cette édition réunit des IMOCA, la classe de monocoque la plus prestigieuse et la plus performante, qui s'adaptent aux conditions océaniques les plus exigeantes. Ce sont notamment les bateaux qui s'élancent lors du Vendée Globe. The Ocean Race Europe n'est pas seulement une compétition sportive. Elle est aussi pensée comme un événement de coopération européenne, avec pour objectif de connecter les peuples, les cultures et les territoires côtiers autour des enjeux maritimes, technologiques et environnementaux. À chaque escale, un programme d'événements, de conférences et d'animations est organisé pour impliquer le public. La course visitera sept pays, le départ a eu lieu le 10 août et s'achèvera le 21 septembre.

En quoi cette course est-elle engagée dans le RSE ?

The Ocean Race Europe intègre une stratégie RSE solide, qui s'inscrit dans la mission globale de The Ocean Race : "Racing for the Ocean". Elle place la protection de l'océan et la sensibilisation aux enjeux environnementaux au cœur de son action. Les voiliers en course embarquent des capteurs scientifiques qui collectent des données cruciales sur l'état de l'océan (température, salinité, pollution plastique, CO_2). Ces informations sont ensuite mises à disposition de la communauté scientifique internationale, contribuant ainsi à la recherche sur le changement climatique et la santé des océans. Par ailleurs, la course met en place des programmes éducatifs dans chaque ville-étape pour sensibiliser les jeunes à la préservation du milieu marin. Elle s'engage aussi à réduire son impact environnemental, via une logistique éco responsable et des critères de durabilité pour ses partenaires. Enfin, elle valorise la diversité au sein des équipages et promeut l'inclusion, chaque équipage est composé d'au moins une femme et deux nationalités doivent être représentées.

Création d'entreprise, séminaires, voyages et cadeaux d'affaires… les leviers pour réussir sa rentrée

Création d'entreprise : ce qu'il faut savoir avant de se lancer… Et après ? p.45
Le voyage d'affaires, miroir de l'économie mondiale p.48
Séminaires : bien-être, collectif et nouvelles attentes p.52
Quels sont les cadeaux d'affaires du moment ? p.56
RH & formations p.62
Carrières & talents : Quelles formations pour être un leader de haut niveau ? p.68

Création d'entreprise : ce qu'il faut savoir avant de se lancer… Et après ?

En 2025, la dynamique entrepreneuriale française se confirme avec plus de 163 500 nouvelles créations au premier trimestre, soit une hausse de 6,4 % par rapport à 2024. L'entrepreneuriat séduit. Encore faut-il en maîtriser les étapes clés et savoir s'entourer des bons dispositifs d'aide… Tour d'horizon des tendances de la création d'entreprise, démarches à suivre et aides financières à avoir en tête !

Pas moins de 27 % des Français envisagent de créer ou reprendre une entreprise et 45 % d'entre eux souhaitent se lancer dans les deux ans qui viennent. C'est ce qu'a révélé une enquête publiée par OpinionWay en février 2025. Dans un monde professionnel en perpétuelle évolution, l'entrepreneuriat s'impose de plus en plus comme une réponse à la quête de sens. Le 23 septembre à Paris (Accor Arena), BIG, le plus grand rassemblement business d'Europe orchestré par Bpifrance en partenariat *avec ÉcoRéseau Business*, mettra de nouveau l'entrepreneuriat à l'honneur. L'occasion de revenir sur les grandes tendances et les aides à la création d'entreprise.

BIG, LE PLUS GRAND RASSEMBLEMENT BUSINESS D'EUROPE

Les dispositifs incontournables

En France, de nombreux dispositifs soutiennent la création d'entreprise, qu'il s'agisse d'aides financières, d'accompagnement ou d'avantages fiscaux. L'Aide à la création d'entreprise (Acre) permet une exonération partielle de charges sociales la première année. Les demandeurs d'emploi peuvent aussi bénéficier de l'Aide à la reprise ou à la création d'entreprise (Arce), qui leur verse une partie de leurs allocations chômage sous forme de capital. Des prêts à taux zéro ou d'honneur sont proposés par des réseaux comme Initiative France ou Bpifrance, facilitant l'accès au financement sans garantie.

Des dispositifs spécifiques, comme le statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI) ou les aides régionales permettent de soutenir les projets implantés dans des zones géographiques précises. Enfin, des plates-formes comme Bpifrance Création ou les Chambres de commerce offrent un accompagnement personnalisé à chaque étape du projet.

Parmi les nouveautés, le dispositif « Transition écologique des entreprises », lancé en 2023 et porté par l'Ademe,

L'AFFACTURAGE EST UNE SOLUTION DE FINANCEMENT, ENCORE MÉCONNUE, MAIS PARTICULIÈRE UTILE À LA CRÉATION D'ENTREPRISE

Bpifrance et les CCI, accompagne les TPE et PME dans la mobilisation des aides liées à leur transition écologique.

L'affacturage, un outil-clé

L'affacturage est une solution de financement, encore méconnue, mais particulièrement utile à la création d'entreprise. Il permet aux jeunes entreprises de disposer rapidement de trésorerie en cédant leurs factures clients à un organisme spécialisé (le factor), qui en assure le paiement anticipé. Cela évite les délais de règlement parfois longs et sécurise le besoin en fonds de roulement. En plus du financement, l'affacturage peut inclure des services de relance, de recouvrement et même d'assurance contre les impayés, ce qui en fait un véritable levier de stabilité pour démarrer son activité sereinement et la développer sainement ensuite.

L'affacturage représente une opportunité précieuse pour les TPE et PME, car il coûte moins cher qu'un découvert bancaire et sécurise efficacement le poste clients dans un contexte économique instable.

LISA BEGOUIN

ENTRETIEN AVEC JULIEN PELLIER, RESPONSABLE DU PÔLE FINANCEMENT CHEZ BPIFRANCE

Comment l'événement BIG aide les porteurs de projets à créer leur entreprise ?

Nous convions tous les acteurs de l'entrepreneuriat à BIG. De ce fait, les porteurs de projet retrouvent tous les organismes ou associations pouvant les accompagner dans leurs démarches entrepreneuriales. Cela va des réseaux d'accompagnement aux réseaux financeurs sans oublier les incubateurs et accélérateurs.

Quels conseils donner à un futur entrepreneur ?

Avant toute chose, avoir une idée bien précise du *business* et pouvoir bien la formaliser. « Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement », pour paraphraser Boileau. Ensuite, il faut établir un *business plan* réaliste en prévoyant bien tous les postes de dépenses. Avoir un *business réaliste* évite les mauvaises surprises !

Comment éviter les pièges ?

Tout simplement en étant bien entouré. En se faisant accompagner par un réseau d'accompagnement qui pourra *challenger* votre projet et vous aider dans le financement. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : lorsque le porteur de projet se fait accompagner, il a 30 % de chance en plus de pérenniser son activité à trois ans. L'accompagnement est donc indispensable pour maximiser ses chances de réussite.

Qui peut être accompagné par Bpifrance dans l'aide à la création d'entreprises ?

Tous les entrepreneurs peuvent être accompagnés. Nous proposons un accompagnement vers le financement avec notre programme « Fast Track To Cash », ainsi qu'un outil digital, « Mon Pass Créa », une véritable boîte à outils pour les entrepreneurs. À ce jour, BPI a accompagné 150 000 porteurs de projets et 80 000 créateurs d'entreprise.

BNP Paribas Factor S.A., au capital de 5 718 272 euros – RCS Paris 775 675 069 - TVA FR 69 775 675 069. Siège social : BNP Paribas Factor - Immeuble Allegro - 160-162 Boulevard Macdonald - ZAC Claude-Bernard - 75019 Paris.
Le contenu de ce document est exclusivement la propriété de BNP Paribas Factor S.A. Toute reproduction sans autorisation expresse et préalable de BNP Paribas Factor S.A. est interdite. Document non contractuel. Création : BNP Paribas Factor.
Ne pas jeter sur la voie publique. N° Ademe : FR200182_01XHWE. *Le financement des factures se fait en moins de 24 heures en moyenne, voir plus d'informations sur le site de BNP Paribas Factor : https://factor.bnpparibas.

Le voyage d'affaires, miroir de l'économie mondiale

Le marché du voyage d'affaires reprend des couleurs, mais dans un contexte d'incertitudes économiques qui invite les entreprises à la prudence. À l'occasion du salon IFTM Top Resa (23-25 septembre à Paris), la directrice du salon souligne une dynamique positive malgré les tensions géopolitiques et financières : « Le voyage d'affaires en France est le reflet de l'évolution mondiale. Selon les chiffres de la GBTA, les dépenses mondiales atteindront 1 570 milliards de dollars en 2025. Cela signifie que nous sommes bien dans une tendance d'augmentation, avec une vraie croissance. »

En Europe comme en France, les signaux sont encourageants. D'après les données recueillies dans un rapport mondial de Flight Centre Corporate, près de 40 % des entreprises prévoient d'augmenter leurs déplacements en 2025. La tendance s'inscrit dans une logique de rattrapage post-covid et de développement commercial à l'international, un impératif dans un contexte économique fragile. « Quand l'économie française ralentit, le voyage d'affaires devient la possibilité d'aller chercher du chiffre d'affaires à l'étranger. Ce n'est pas une dépense accessoire, mais un levier de croissance », insiste Laurence Gaborieau, directrice d'IFTM Top Resa.

Les entreprises restent toutefois vigilantes. La croissance en volume reste contenue, autour de 2,6 % entre 2024 et 2025, et les politiques voyages sont révisées en continu. L'enjeu : concilier expansion et maîtrise des coûts. « Les travel managers que nous rencontrons nous disent qu'ils anticipent beaucoup plus leurs déplacements. Ils sont attentifs aux incertitudes économiques, mais la dynamique est bien là. »

L'inflation, qui avait fortement pesé sur les budgets en 2022 et 2023, semble désormais marquer une pause. Les prix se stabilisent, ce qui apporte un peu de visibilité au secteur. Mais les arbitrages demeurent nombreux : déplacements en Europe plutôt qu'outre-Atlantique, séjours plus courts, rationalisation des effectifs envoyés en mission. Le voyage d'affaires reste donc un outil stratégique, mais soumis à des choix pragmatiques.

Créons ensemble vos évènements :
+33 (0)4 50 45 00 70
contact@lac-annecy-congres.com
www.lac-annecy-congres.com

lac annecy
Tourisme & Congrès

Grand Annecy
AGGLOMÉRATION

INTÉGRER LA DURABILITÉ DANS LES STRATÉGIES DE DÉPLACEMENT

RSE, arbitrages et nouvelles offres : un secteur en mutation

La montée en puissance des obligations extra-financières redessine peu à peu le paysage du voyage d'affaires et du MICE (meetings, incentives, conventions, exhibitions). À partir de 2026, les grandes entreprises devront publier un reporting extra-financier complet, incluant notamment leurs objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Une contrainte lourde, qui pousse les directions à intégrer la durabilité dans leurs stratégies de déplacement.

Mais si la tendance est claire, son application reste hétérogène selon les secteurs. « Tout dépend des entreprises. Certaines industries – la logistique, l'agroalimentaire, la défense ou l'énergie – travaillent à renforcer les échanges intra-européens, en suivant la feuille de route européenne. À l'inverse, des secteurs comme le cognac sont obligés d'aller chercher des marchés beaucoup plus éloignés, malgré les contraintes environnementales », explique la directrice du salon.

Les arbitrages se font donc au cas par cas, et l'économie conserve la primauté. Les normes ESG imposent un cadre, mais la santé financière des entreprises reste le véritable moteur des décisions. « Les sociétés n'ont pas le choix : elles devront intégrer les critères environnementaux pour être conformes. Mais dans les faits, l'économie va driver les choix, parce que les entreprises traversent des difficultés. »

Du côté des exposants, la transformation reste progressive. Si le profil des acteurs n'a pas radicalement changé, leurs offres évoluent, notamment sous l'effet de l'innovation technologique. L'intelligence artificielle fait une entrée remarquée, en particulier dans les solutions destinées aux travel managers : optimisation des déplacements, analyse de données, suivi des dépenses ou encore accompagnement dans la politique RSE. Près de la moitié des *start-up* présentes au « village des Technos » du salon s'appuient déjà sur l'IA.

Autre évolution, plus marquée encore : la consommation locale dans l'organisation de séminaires et d'événements. La tendance est nette, avec une priorité donnée à la France pour les réunions et incentives. Un choix à la fois économique et environnemental, qui marque une rupture avec l'époque où les destinations internationales dominaient.

MEHDI ARRAIS

LES CONFÉRENCES À NE PAS RATER

Vers des futurs soutenables et désirables : comment créer de nouveaux imaginaires du voyage ?

Mardi 23 septembre, 11h00 – 11h45, Village des Initiatives Durables

Cette conférence interroge la manière dont nos représentations collectives du voyage évoluent, en passant d'un imaginaire centré sur l'exotisme et la distance vers des modèles plus durables et responsables.

Inflation dans les mobilités d'affaires – subir, compenser, ou transformer ?

Mercredi 24 septembre, 11h00 – 12h00, Club Affaires

Face à la hausse des tarifs aériens et hôteliers, cette table ronde analyse les stratégies des entreprises pour absorber l'inflation, repenser leurs politiques voyages et transformer les contraintes en leviers d'optimisation.

Paiement – le maillon faible ou la clé de voûte du business travel ?

Jeudi 25 septembre, 11h00 – 12h00, Club Affaires

L'AFTM met en lumière le rôle stratégique des moyens de paiement, désormais au cœur du pilotage, du contrôle et de la transformation du voyage d'affaires. Plus qu'un simple outil, ils deviennent un vecteur d'efficacité et de transparence.

BRETAGNE

LE GRAND LARGE
SAINT-MALO
Palais des congrès

LA 6e ÉDITION DU FORUM ÉCONOMIQUE BRETON EST AU PALAIS DU GRAND LARGE LES 10 ET 11 SEPT 2025

3 plateaux avec vue mer
420, 900 et 1 000 m²
de 80 à plus de 1 000 participants

1 auditorium modulable
de 400 à 1 030 places
1 amphithéâtre
de 200 places

19 salles de réunion
• Ateliers parallèles
• Symposiums
• Sessions posters

Services & prestations à la carte
• Hébergement • Accueil
• Restauration • Logistique
• Exposition • Technique

ISO 20121 evolve

En TGV
Paris / Saint-Malo → 2h28
Rennes / Saint-Malo → 45 min

Hébergement
2 500 chambres dont 900 à moins de 10 min à pied

Tout à pied
Restauration, activités sur la plage, en mer ou au cœur des remparts

Palais du Grand Large 1, quai Duguay-Trouin 35400 Saint-Malo
www.pgl-congres.com

Contact
02 99 20 60 20
contact@legrandlarge-congres.com

Un établissement géré par DESTINATION SAINT-MALO BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL

FEB 2025

GraphicDesign Carbonnier - Photo : Michaël Auvret

Séminaires : bien-être, collectif et nouvelles attentes

Si le voyage d'affaires répond à une logique de développement économique, les séminaires s'inscrivent davantage dans une dynamique de cohésion interne. Après le choc de la crise covid et la généralisation du télétravail, les entreprises voient dans ces rendez-vous une occasion de recréer du lien. Mais les attentes ont évolué : les séminaires doivent désormais combiner efficacité professionnelle et bien-être individuel.

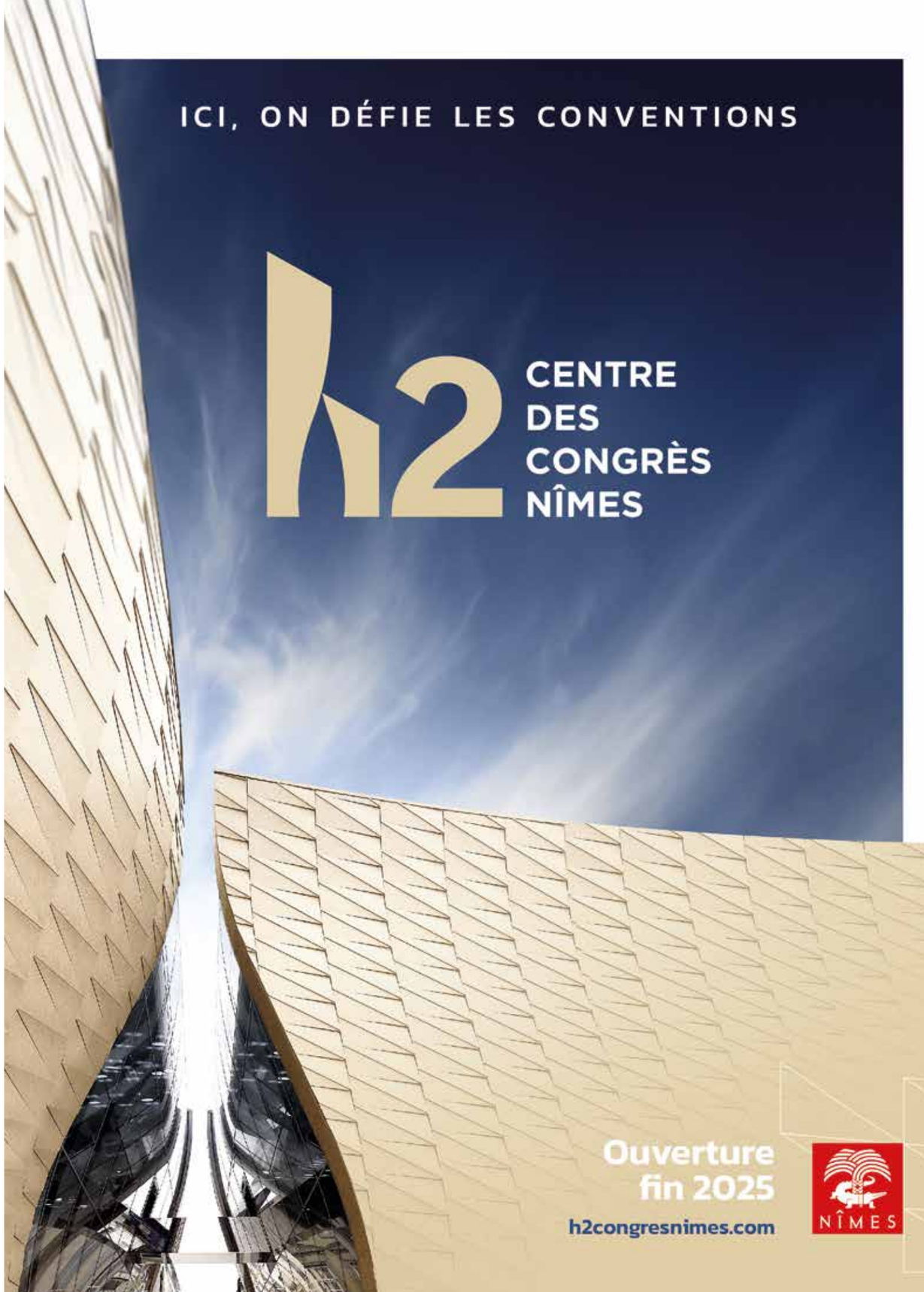
La crise covid a poussé les entreprises à organiser davantage de séminaires pour recréer du lien au sein des équipes. Si les objectifs restent globalement les mêmes – team building, cohésion, intelligence collective –, on observe aujourd'hui une montée en puissance du bien-être et de l'expérience immersive », souligne la directrice du salon Réunir (30 septembre à Paris), Myriam Laraki.

Les programmes se réinventent donc, avec des activités plus expérientielles, immersives, et une place croissante donnée à la créativité et à l'émotionnel. L'idée est de renforcer le collectif tout en offrant un moment qui sort du cadre purement professionnel. « Beaucoup de collaborateurs sont en télétravail et subissent une pression importante. Le MICE intègre désormais des dimensions de bien-être et d'inclusion, en phase avec les valeurs des entreprises », poursuit-elle.

Ce glissement vers l'expérience et l'humain se double d'une exigence accrue en matière de durabilité. Les appels d'offres incluent désormais quasi systématiquement des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance. Les prestataires doivent prouver leur capacité à proposer des événements responsables, qu'il s'agisse de la réduction de l'empreinte carbone, de l'intégration de pratiques inclusives ou de la sélection de partenaires locaux.

RÉPONDRE AUX ATTENTES DES NOUVELLES GÉNÉRATIONS

Cette évolution rejoint aussi les attentes des nouvelles générations. Les jeunes salariés sont sensibles à la qualité de vie au travail, à l'équilibre entre missions professionnelles et expériences personnelles. C'est ce qui explique l'essor du « bleisure », mélange de business et de loisirs, qui permet de prolonger un



CRÉER DES ÉCHANGES INFORMELS ET UN SENTIMENT D'APPARTENANCE

déplacement par quelques jours de découverte. Mais là encore, les contraintes économiques peuvent limiter l'ampleur du phénomène.

Les séminaires et le voyage d'affaires se retrouvent ainsi à la croisée des chemins : leviers de croissance externe et interne, ils doivent répondre simultanément à des impératifs de rentabilité, de cohésion et de responsabilité.

Réunir : proximité et valorisation des territoires

Après avoir souligné l'importance du sur-mesure, le salon Réunir met également en lumière un autre virage décisif : celui de la proximité et de la redécouverte des territoires français. Depuis la crise sanitaire, les entreprises privilégient des destinations plus proches, accessibles et ancrées dans un cadre local. Comme le rappelle Myriam Laraki : « La géolocalisation prime : les entreprises privilégient des lieux accessibles à une heure de leur siège, quitte à revenir plusieurs fois et réinventer les activités. » Cette nouvelle logique répond autant à des contraintes organisationnelles qu'à une volonté de mieux concilier temps de travail et qualité de vie.

Ainsi, la France redevient un terrain de jeu privilégié pour les séminaires et les événements professionnels. Plutôt que de miser sur l'exotisme de destinations lointaines, les entreprises découvrent ou redécouvrent le potentiel de régions accessibles rapidement. Ce choix favorise la flexibilité, permet d'optimiser le temps passé sur place et renforce la cohérence avec les engagements RSE. Myriam Laraki insiste d'ailleurs sur cette évolution : « Depuis l'après-covid, il y a une véritable redécouverte et une revalorisation des territoires français. » Les acteurs du tourisme d'affaires capitalisent ainsi sur des atouts locaux, souvent méconnus, pour offrir des expériences nouvelles.

Dans ce contexte, la convivialité devient un élément central. Les entreprises recherchent désormais des formats plus chaleureux, moins impersonnels, qui favorisent les échanges informels et renforcent le sentiment d'appartenance. Selon Myriam Laraki : « La tendance est d'accueillir les participants comme à la maison, dans un esprit convivial qui favorise les échanges et le bien-être. » Les lieux choisis s'adaptent donc : maisons de campagne, hôtels indépendants, espaces atypiques ou domaines régionaux remplacent parfois les grands complexes standardisés. L'objectif est clair : transformer le séminaire en moment privilégié, à la fois productif et fédérateur.

Par ailleurs, cette nouvelle dynamique aligne davantage le MICE avec les préoccupations environnementales et sociales. Organiser localement permet de réduire l'empreinte carbone, de soutenir l'économie de proximité et de valoriser les ressources locales. Toutefois, cette orientation ne s'inscrit pas uniquement dans une logique écologique. Elle répond également à une exigence de rapidité et de praticité, en limitant les temps de transport et en rendant les séminaires plus accessibles à tous les collaborateurs.

En somme, le salon Réunir démontre que la proximité et la valorisation des territoires français sont désormais au cœur des stratégies événementielles. Ce glissement traduit une adaptation pragmatique aux réalités économiques et sociales, tout en redéfinissant le rôle des séminaires comme leviers de cohésion, de productivité et de durabilité.

MEHDI ARRAIS

ENTREPRENDRE • INNOVER • POSITIVER
ECORESEAU BUSINESS

BULLETIN D'ABONNEMENT

Offre 1 an
10 numéros + 1 Hors-Série annuel
Version papier + numérique
→ **69 €**

Je m'abonne en ligne

Abonnez-vous directement en ligne

en scannant ce QR Code

Abonnements multiples : nous contacter par mail (abonnement@lmedia.fr) pour un devis personnalisé
Délai de réception moyen du premier numéro : 6 semaines environ. DOM-TOM et étranger : nous consulter (abonnement@lmedia.fr). Les informations ci-contre sont indispensables à l'installation de votre abonnement. À défaut, votre abonnement ne pourra pas être mis en place. Par notre intermédiaire, vous pouvez être amenés à recevoir des propositions de partenaires commerciaux d'ÉcoRéseau Business. Si vous ne le souhaitez pas, cochez la case ci-contre ☐. Conformément au Règlement Général sur la Protection des Données, vous bénéficiez de droits à l'information, d'accès, à la limitation du traitement, à l'effacement et à la portabilité des données vous concernant que vous pouvez exercer par courrier auprès du service abonnement d'ÉcoRéseau Business ou par mail à privacy@lmedia.fr. Sauf opposition expresse, les données recueillies lors de votre abonnement peuvent être communiquées à des organismes extérieurs, notamment à des fins commerciales.

Je m'abonne par courrier

☐ Mme ☐ M.

Nom .....

Prénom .....

Société (facultatif) .....

Adresse .....

.....

Code postal ☐☐☐☐☐ Ville .....

E-mail .....

Téléphone .....

Chèque à l'ordre de LMedia à renvoyer avec le bulletin à l'adresse suivante :

LMedia - Service abonnement ÉcoRéseau Business,
13, rue Raymond Losserand - 75014 Paris

LMedia ERBSPQ122

Quels sont les cadeaux d'affaires du moment ?

Réelle tendance de fond, les cadeaux d'affaires représentent désormais bien plus qu'une simple attention, ils deviennent un vrai levier stratégique pour les entreprises. Mais comment bien choisir ? À l'occasion de la 24e édition du salon Omyagué, zoom sur les nouveautés et les tendances du moment à ne pas manquer !

Le cadeau d'affaires est devenu en quelques années un élément indispensable pour les entreprises. Pour célébrer un partenariat fructueux, remercier ses collaborateurs ou s'assurer de la fidélité de ses clients. Une petite attention qui fait toujours plaisir mais qui a aussi vocation à entretenir l'image de l'entreprise. Alors bien choisir ses cadeaux s'avère primordial ! Loin de la fameuse carte cadeau, aujourd'hui, les cadeaux d'affaires sont devenus un véritable terrain favorable au business. Des grandes marques de luxes en passant par des produits *made in* France d'exception, le secteur sait y faire. Parmi les différents événements, Omyagué propose depuis 24 ans des produits dans l'ère du temps respectant ainsi les impératifs de chaque entreprise. *ÉcoRéseau Business* est par ailleurs partenaire de l'évènement qui se tiendra au Carrousel du Louvre les 10 et 11 septembre.

Une dynamique de marché positive

Le marché des cadeaux d'affaires prend chaque année de l'ampleur. Boosté notamment par des cadeaux personnalisés de plus en plus demandés par les entreprises. Un secteur en pleine mutation qui doit jongler avec les exigences d'une clientèle *b to b* en quête d'originalité. Impact émotionnel, cohérence avec les valeurs de l'entreprise, impératifs RSE. Ainsi, les distributeurs spécialisés, les agences de conseil et les circuits d'achats s'élargissent. Selon une étude présentée par Businesscoot en août, le marché mondial des cadeaux personnalisés, dont les cadeaux d'affaires constituent un segment clé, devrait passer de 28,2 à 48,3 milliards de dollars entre 2023 et 2029, avec un taux de croissance annuel de 9,4%. Les cadeaux d'affaires seraient utilisés par plus de 91% des sociétés au moins une fois par an.

IMPACT ÉMOTIONNEL, COHÉRENCE AVEC LES VALEURS DE L'ENTREPRISE, IMPÉRATIFS RSE

Les tendances actuelles

Parmi les nouvelles volontés des entreprises, des produits cohérents avec les politiques RSE mises en place. En effet, il est question désormais de luxe durable. Des cadeaux haut de gamme qui allient esthétisme et valeurs environnementales. Matériaux recyclés, emballages biodégradables ou encore traçabilité des produits, les entreprises ne lésinent plus ! Parmi les produits on compte, les coffrets de soin éco-responsable, les accessoires de bureau en bois ou encore des tote bags bio faits sur mesure. Le *made in* France et l'artisanat local revient également en force dans les tendances actuelles. Une volonté de valoriser les savoir-faire locaux tout en proposant des produits éthiques et authentiques. Un moyen également pour les entrepreneurs de soutenir l'économie avec des objets porteurs de sens. C'est le cas des cadeaux gourmands avec une sélection de produits artisanaux français. Autre concept qui gagne du terrain, la personnalisation. Avec des pièces faites sur mesure telles que des stylos haut de gamme gravés ou des carnets en cuir personnalisés. Enfin, les objets connectés high tech qui s'invitent de plus en plus dans les cadeaux d'affaires, stations de recharge sans fil, carnets intelligents ou encore enceintes connectées.

La sélection de cadeau par Omyagué

LONGCHAMP

Depuis 1948, la maison Longchamp fait partie des *leaders* de la maroquinerie française. Des pipes à tabac grainées de cuir au sac de voyage iconique, la marque s'est construit un empire. Le tout en restant une entreprise familiale et indépendante. Idéal pour ravir ses collaborateurs ou ses clients, le sac Longchamp représente le cadeau d'affaire par excellence.

MAISON MALFROY

Ambassadrice du savoir-faire français, la maison lyonnaise Malfroy confectionne depuis 1939 des foulards haut de gamme. Imaginés et conçus selon des techniques traditionnelles les produits s'inscrivent dans une fabrication responsable. En collaboration avec Le Petit Prince, cette collection exclusive offre une idée de cadeau original.

MONNAIE DE PARIS

Symbole de distinction à la française, la Monnaie de Paris propose des objets d'art uniques. À l'image de ce trophée, Swann Cabourg qui est décerné chaque année lors du festival du film romantique de Cabourg. Médailles, trophées, décorations, tous les objets sont fabriqués avec un savoir-faire artisanal qui perdure depuis 864. Des créations qui peuvent être personnalisées pour un cadeau d'affaire, un hommage ou une célébration.

RELAIS & CHÂTEAUX

Relais & Châteaux réunit plus de 550 hôtels et restaurants d'exception dans le monde, portés par des hôtes passionnés et engagés. Chaque lieu offre une immersion authentique dans l'art de vivre et la culture de sa région. L'occasion d'offrir un séjour mêlant à la fois gastronomie et bien être pour une expérience inoubliable entre collègues ou pour les affaires.

FAUCHON

Au cœur de la gastronomie française on retrouve Fauchon. En collaboration avec des artisans français, ils sélectionnent des produits d'exception et créent des petites spécialités uniques. Fondée en 1886, la marque s'est largement développée proposant aujourd'hui des coffrets raffinés pour des clients en quête de gourmandise et de partage.

DISNEYLAND PARIS

Disneyland Paris offre une expérience inoubliable avec un univers magique où prennent vie les histoires Disney, Pixar, Marvel et Star Wars. Entre spectacles, attractions et repas gourmets, chaque moment est pensé pour émerveiller. Idéal pour remercier ou fidéliser clients et collaborateurs avec des solutions sur mesure pour les professionnels (coffrets séjour, billets, cartes cadeaux).

RITUALS

trendfactory
B2B PARTNER RITUALS

Trendfactory
Votre partenaire pour des solutions de cadeaux d'entreprise inspirantes

Partenaire B2B exclusif Rituals, nous proposons des coffrets haut de gamme, élégants, durables et prêts à offrir.
Notre mission : aider les entreprises à exprimer reconnaissance envers employés, clients et partenaires.

Pour plus d'informations, contactez :
Nicolas LEGENS n.legens@trendfactory.fr

PERNOD RICARD

Spécialiste dans la fabrication et la distribution de vins et spiritueux, Pernod Ricard jouit d'une réputation internationale. Avec à son actif un portefeuille de 80 marques dont Ricard, Lillet, Jameson, Chivas Regal, Perrier-Jouët, la marque incarne à travers son savoir-faire l'art de vivre à la française. Un cadeau d'affaires raffiné et symbole de convivialité.

RITUALS

La plus jeune des marques présentées, Rituals s'est rapidement imposée comme une référence du bien-être en France. Inspirée des traditions ancestrales d'Asie et du Moyen-Orient, elle propose des soins pour le corps, parfums et bougies. De délicates attentions pensées pour transformer les gestes du quotidien en véritables rituels de détente.

ENTRETIEN AVEC LUCILE GINESTE
DIRECTRICE DU SALON OMYAGUÉ

Pourriez-vous rappeler en quelques mots ce qu'est Omyagué ?
L.G. : Omyagué est un salon de cadeau d'affaires d'exception. Nous sélectionnons soigneusement les marques qui exposent, afin de garantir aux visiteurs des produits originaux, qualitatifs et porteurs de sens. Le salon s'adresse exclusivement aux professionnels c'est-à-dire les entreprises en quête de cadeaux pour leurs clients, collaborateurs ou partenaires, mais aussi dans le cadre d'événements comme les séminaires.

Pouvez-vous vous présenter et revenir sur vos débuts chez Omyagué ?
L.G : J'ai rejoint Omyagué il y a un peu plus de trois ans, d'abord en parallèle de mes études. À l'époque, je ne savais pas encore précisément quelle voie professionnelle je voulais suivre, mais j'ai rapidement été séduite par l'univers du salon : rencontrer des clients, découvrir de nouvelles marques, participer à l'aboutissement d'une année de travail lors du salon… c'est un environnement qui me plaît beaucoup ! Tout cela m'a donné envie de poursuivre dans cette voie.

Quelles ambitions portez-vous désormais avec Omyagué ?
L.G : L'idée est de continuer ce qui avait été entrepris par Nathalie Cozette (ancienne directrice, ndlr), tout en ouvrant de nouvelles perspectives en fonction des opportunités et des idées de l'équipe. Les décisions se prennent toujours collectivement ! Et à terme, nous aimerions développer le salon pas forcément dans d'autres villes en France mais peut-être à l'international. Mais avant ça, l'objectif c'est de consolider les bases, avant de voir plus loin.

Comment le salon se distingue-t-il pour attirer exposants et visiteurs professionnels ?
L.G : Après 24 ans d'existence, le bouche-à-oreille joue un rôle important. Les marques savent qu'Omyagué leur permet de rencontrer une cible parfaitement qualifiée. Du côté des visiteurs, nous sommes très attentifs : chaque demande d'invitation est vérifiée individuellement pour garantir la qualité et la pertinence du visitorat.

Quelles sont les évolutions de la demande ?
L.G : On observe quand même depuis quelque temps une tendance à rechercher des produits qui reflètent les valeurs de l'entreprise offrant le cadeau. On privilégie de plus en plus des produits « *made in* France » ou des objets avec un savoir-faire unique, sortant de l'ordinaire, qu'ils proviennent de grandes ou petites marques. Ces cadeaux, souvent d'exception, sont utilisés notamment pour fidéliser les salariés et les clients, un enjeu renforcé depuis la période covid. Par ailleurs, la personnalisation des cadeaux s'intensifie pour marquer davantage la relation avec le bénéficiaire.

CLARA SEILER

Au-delà des mots…
« La chronique pour une VRAIE stratégie Diversité et Inclusion en entreprise ».
Saïd Hammouche
président fondateur du groupe Mozaïk

Contre la dette, l'inclusion par le travail !

La dette, la dette, la dette… En cette rentrée, le mot est sur toute les lèvres. Situation «alarmiste», «inquiétante», «relative» etc : le débat public se pare de toutes les nuances quand il s'agit d'en parler. L'enjeu : changer en profondeur le marché du travail en s'attaquant frontalement au mur des inégalités et des discriminations pour augmenter, coûte que coûte, le taux d'emploi. Celui des seniors évidemment. Mais aussi celui des populations issues des territoires défavorisés, urbains comme ruraux. Encore aujourd'hui, le taux d'emploi des quartiers populaires est près de 20 points inférieur à la moyenne nationale ! Et pourtant, un grand cabinet d'audit et de conseil a déjà quantifié l'impact sur les finances publiques d'un recrutement plus diversifié. Entre recettes supplémentaires (charges, impôts) et économies (RSA, chômage etc.), 42 000 euros de gain en moyenne pour un candidat placé en emploi. Dont 4 000 euros de coût évités que nous tous, collectivement, agents économiques ou simples contribuables, n'auront pas à supporter in fine. Sans compter le bénéfice immatériel d'une société du travail où chacun se voit reconnu pour ses compétences. Réduire les dépenses, augmenter les recettes, notamment pour pérenniser notre modèle social et adapter notre appareil productif aux transitions actuelles (écologique, numérique, démographique) c'est la voie de bon sens que l'inclusion économique permet. En cette rentrée marquée par l'incertitude, c'est un chemin sûr qui ne demande qu'à être davantage emprunté…

la citation

> « L'échec est simplement l'opportunité de recommencer, cette fois avec plus d'expérience »
> **Henry Ford, industriel américain (1863-1947)**

chiffres

66 %

Loin de voir en l'IA une concurrente qui va leur voler leur travail, les cadres la perçoivent plutôt comme un « super assistant » (66 %). Près de la moitié des cadres (49 %) s'imaginent même que l'IA deviendra, à terme, un collègue à part entière.

Source : 23e édition du baromètre Expectra, en partenariat avec l'Ifop

81 %

Les professionnels RH qui se disent proches de l'épuisement en 2025, révélant une pression record sur la fonction RH selon le baromètre Tissot & PayFit.

top 10

Les métiers qui évoluent et émergent en 2025 :

1	**COORDINATEUR D'INTIMITÉ**
2	**CLERC ASSISTANT**
3	**CLERC GESTIONNAIRE**
4	Contrôleur technique qualité des installations et équipements des énergies décarbonées
5	Développeur blockchain
6	Expert en digitalisation et exploitation des bâtiments
7	Intervenant médico-technique à domicile pour les prestataires de santé à domicile
8	Ouvrier de la construction modulaire hors site
9	Pilote de ligne de production de composants et de cellules pour batterie de véhicules électriques
10	Product builder no code

Source : France Compétences

nouveau métier

Le coordinateur d'intimité

L'audiovisuel évolue après le mouvement MeToo. Avec un nouveau venu dans le paysage pro : le coordinateur d'intimité fait son entrée officielle dans la liste des métiers émergents de 2025, selon France Compétences. Ce rôle, né dans le sillage du mouvement #MeToo, vise à encadrer les tournages de scènes sensibles, en garantissant sécurité, consentement et respect des acteurs. Ce métier répond à des attentes fortes sur les plateaux, où la prévention des violences sexuelles devient une priorité. Une première formation certifiante (CQP) ouvrira en septembre 2025. Elle durera entre 8 et 10 mois, avec un parcours de 180 à 250 heures.

enseignement

Les universités françaises toujours bien classées

Pas de grand bouleversement du côté des universités : en 2025, la France garde le cap dans les classements mondiaux. PSL reste la meilleure française selon QS (24e mondiale), suivie de l'Institut Polytechnique de Paris (46e) et Sorbonne Université (63e). Le Center for World University Rankings (CWUR), lui, confirme la suprématie américaine avec Harvard en tête, mais note aussi les progrès d'un bon nombre d'universités françaises. Bref, ça avance doucement, mais sûrement !

tendance

Fort ralentissement des recrutements

Le marché de l'emploi ralentit sérieusement en 2025, avec 2,4 millions de projets de recrutement annoncés, soit une baisse de 12,5% par rapport à l'an dernier. La construction (-22%), l'industrie (-16,5%) et les services aux entreprises (-15,2%) sont les plus touchés. Malgré ce recul, les employeurs peinent toujours à recruter : plus d'un poste sur deux reste jugé difficile à pourvoir. L'industrie prévoit tout de même 153 000 embauches, dont 21 000 à la SNCF et 16 000 chez LVMH.

secteur

La cybersécurité, toujours aussi attractive !

La cybersécurité poursuit sa montée en puissance en 2025. Porté par l'explosion des menaces numériques, le secteur attire toujours plus d'entreprises et de talents. Il faut dire qu'en 2022, 86% des entreprises avaient déjà été victimes d'un incident cyber. Résultat : la demande explose pour des solutions de protection et des experts capables d'accompagner la transition sécuritaire. Selon l'OCDE, la croissance annuelle du secteur atteint 6,65%, un chiffre qui en dit long sur son potentiel. La cybersécurité s'impose comme un pilier incontournable de l'économie numérique.

serial rêveur
Didier Roche
Entrepreneur*

Ambigu, vous aviez dit ambigu !

Nombreux sont nos concitoyens qui manient l'ambiguïté avec art.
Combien de fois l'avez-vous croisée ? Combien de fois l'avez-vous, vous-même, utilisée ?

L'ambiguïté permet de ne pas choisir, de rester en retrait tout en se ménageant la possibilité de dire plus tard : « Je m'en doutais », « C'était prévisible », « Je le savais… »

Confortable, souvent maquillée sous les traits de la « tolérance » ou de la « liberté d'autrui », elle évite les efforts d'accompagnement, détourne des confrontations, préserve — croit-on — des colères et des humeurs. Mais bien souvent, cette ambiguïté glisse insidieusement vers une forme de soumission.

Elle peut aussi être défensive : feindre l'incertitude pour éviter de prendre parti, par peur de déplaire, de mal faire, ou tout simplement pour se soustraire à l'action. Combien la brandissent pour se raccrocher aux branches : « Ah mais tu n'avais pas compris… », « Je me suis mal exprimé… » — tutoyant ainsi la mauvaise foi.

Et vous, quand vous l'avez pratiquée ou subie, qu'en est-il ressorti ?
D'aussi loin que je m'en souvienne, l'ambiguïté n'a jamais produit que de mauvaises émotions et, à terme, de mauvais sentiments. Les actions qu'elle induit répondent rarement aux besoins réels des personnes ou des structures.

Certes, on ne peut pas tout dire à tout le monde, ni tout faire avec tout le monde. Mais se cacher derrière l'ambiguïté, c'est renoncer à la clarté.

L'expérience m'a appris que l'on ne sort de l'ambiguïté… qu'à son détriment.

*Entrepreneur français aveugle depuis son enfance, Didier Roche est notamment le directeur général et associé du groupe Ethik Investment, qui a créé entre autres le Spa « Dans le Noir ? », où les esthéticiennes sont aveugles et la chaîne des restaurants « Dans le Noir ? », où les clients dînent dans l'obscurité totale, servis par des aveugles.
Il est aussi fondateur de l'association H'up entrepreneurs qui accompagne les entrepreneurs handicapés.

didierroche.com, serialreveur.com, ethik-connection.com

jeunes pousses

Spiko

La fintech Spiko a levé 18,5 millions d'euros en série A pour soutenir sa forte croissance dans le secteur de la blockchain. Fondée par Antoine Michon et Paul-Adrien Hyppolite, elle permet aux entreprises d'optimiser leur trésorerie grâce à la tokenisation de fonds monétaires. Avec près de 1 000 clients, 800 millions d'euros de flux traités et une croissance mensuelle de 20 %, Spiko prévoit d'accélérer le développement produit, de recruter et d'élargir ses partenariats, notamment avec Memo Bank.

Greenphage

La *start-up* Greenphage a levé 1,9 million d'euros pour accélérer ses recherches sur les virus thérapeutiques ciblant les bactéries résistantes. En misant sur la phagothérapie, elle entend proposer une alternative aux antibiotiques classiques, dans un contexte d'antibiorésistance croissante. Ce financement va permettre d'intensifier les essais précliniques, de structurer ses équipes R&D et de poser les bases d'un futur passage en phase clinique.

Retab

Retab, jeune pousse spécialisée dans l'intelligence artificielle, a levé 3,5 millions d'euros pour fiabiliser les grands modèles de langage. Sa technologie détecte et corrige les « hallucinations » générées par les IA comme GPT. L'objectif est d'améliorer la précision des réponses dans un cadre professionnel. Cette levée permettra de renforcer la recherche, d'enrichir l'algorithme, de développer des cas d'usage concrets et de consolider la présence de Retab sur le marché b to b.

Dream On Technology

Dream On Technology a levé 1,3 million d'euros pour développer PanicSafe, sa solution connectée dédiée à la sécurité personnelle et professionnelle. Le dispositif permet d'alerter instantanément en cas de danger, *via* un système discret et connecté. Ce financement servira à perfectionner les capteurs, à enrichir l'application mobile, à renforcer la production et à lancer une large phase de commercialisation auprès des particuliers et des entreprises sensibles aux enjeux de sécurité.

rendez-vous

Le festival RH signe son retour

Les 2 et 3 octobre 2025, le Château Barthélémy à Paray-Douaville (Yvelines) accueillera un événement de choix : le festival RH « Present of Work ». Pensé par Le Temple RH et sa cofondatrice Maud Grenier, l'Agence Oxyn, en partenariat avec Parlons RH, et *ÉcoRéseau Business* depuis cette année, le rendez-vous se veut décontracté, sans stands commerciaux, mais riche en échanges et en idées concrètes.

Ici, et pour cette deuxième édition, pas question de se projeter à dix ans : l'accent est mis sur les défis RH d'aujourd'hui. Le programme s'ouvre le jeudi matin avec une réflexion sur le pilotage RH comme un produit, autour de méthodes agiles, de budgets et de communication. L'après-midi, place au quotidien parfois chaotique : conflits, charge mentale, feedbacks difficiles, environnements toxiques. Le vendredi, la diversité et l'inclusion s'inviteront au débat, tout comme l'impact de l'IA sur les pratiques RH. Le format se veut vivant et innovant : 30 ateliers répartis sur deux jours, des interviews longues de DRH, des animations festives, un « Questions pour un champion » en live, ou encore des tentes thématiques dédiées à la santé mentale, au yoga, à l'équi-coaching, au recrutement et à la marque employeur.

Des intervenants de premier plan sont attendus : Vincent Cano (DRH Alma), Valérie Bernard (DRH Deezer), Jérôme Friteau (DRH Cnav), ou encore Geoffrey Fournier (Snow Group), ou encore Frédérique Jeske (Uskoa Partners).

Dans ce cadre naturel entouré de lac et de forêt, les participants – DRH, professionnels et consultants RH – trouveront un espace rare pour souffler, partager et repartir avec des solutions concrètes. Les places étant limitées, le festival s'annonce comme un rendez-vous à ne pas manquer pour celles et ceux qui veulent réinventer leurs pratiques dans un cadre inspirant.

Le festival RH

La réforme du financement de l'apprentissage (décrets n°2025-585 et 586) est entré en vigueur le 1er juillet 2025. Les employeurs devront désormais participer financièrement aux formations Bac+3 et plus, tandis que les premiers niveaux restent exonérés. Objectif : réduire d'un milliard d'euros le budget global et limiter le déficit de France Compétences. Les branches voient leur rôle renforcé, avec modulation jusqu'à 20 %. DRH : anticipez vos budgets et la traçabilité des formations SST.

Com & tendances
Julien Féré
docteur en sciences de l'information et de la communication au CELSA Paris Sorbonne et partner marketing communication pour onepoint.

En avant la musique !

Dans le cadre d'un projet éditorial, j'ai interviewé des dirigeants de grandes entreprises et des experts du métier sur l'évolution des compétences marketing et communication à l'heure de l'intelligence artificielle (IA), des grands mouvements de rationalisation, internationalisation et externalisation en cours dans les organisations et les agences. Hasard du calendrier, j'ai profité de « l'accalmie estivale » pour mener ce travail, tout en planchant sur la stratégie marketing et communication de Onepoint pour la rentrée et j'y ai trouvé des similitudes... En effet, un *leitmotiv* m'a interpellé : la figure récurrente du « chef d'orchestre » pour décrire nos métiers.

La mort de la vision « canal »

Procter & Gamble, Mars ou Coca-Cola : au début du XXIe siècle, chacune de ces entreprises a tenté de définir un canevas « IMC » (Integrated Marketing and Communications) pour penser leurs prises de parole en écosystème. La vision de départ : on ne peut plus attribuer à chaque canal une expertise et faire travailler chacun dans sa ligne de nage. Cela implique de mettre en cohérence toutes les populations qui font le marketing et la communication (du niveau local à international), voire au-delà : commerciaux, démonstrateurs, service client, etc.

Aujourd'hui, cette dynamique lancée par les géants du supermarché est devenue une évidence pour toutes les marques. Par exemple, l'image du dirigeant peut être un des plus grands contributeurs ou détracteurs des ventes (c'est le cas de Dyson sur l'électroménager ou Tesla dans l'automobile) faisant sauter la frontière corporate et produit. De la même façon, la réponse d'un service client sur Twitter peut créer un *bad* (ou *good* plus rarement) *buzz* qui peut détruire une campagne de publicité qui a coûté des millions à financer.

L'image de marque dépasse largement le cadre des actions marketing et communication et elle est d'ailleurs souvent plus influencée par l'usage du produit (l'expérience client et son bouche-à-oreille) que par les campagnes. Et le numérique a complètement brouillé les frontières en laissant les marques (et les marketeurs) parfois désemparés...

Du faire au savoir-faire

Pour les populations marketing et communication, cela implique d'abandonner les métiers de la production « pure » (produire des campagnes de publicité) (et ça tombe bien avec l'IA c'est de plus en plus rapide et facile) pour devenir un référent et un « chef d'orchestre » de la marque et de la communication.

Cela s'applique pour les métiers de stratégie (les directions) mais aussi pour les métiers d'experts : par exemple les community managers sont de plus en plus encouragés à former les équipes internes et à faire naître des ambassadeurs (les dirigeants mais aussi des équipes plus opérationnelles) plutôt qu'à faire parler la marque – et les algorithmes adorent.

Par ailleurs, cela implique également souvent de concilier des enjeux à court et long terme : il y a ce qui est écrit sur la partition et qui doit être joué et il y a le contexte du moment qu'il faut savoir saisir pour moduler le tempo, ralentir ou accélérer. Cette vision chef d'orchestre dépasse largement le spectre du marketing et de la communication pour toucher à tout ce qui est vu et ressenti par les publics.

La bascule est subtile et pas toujours facile car elle oblige à laisser d'autres directions se saisir des problématiques de marque (les équipes opérationnelles, les services client, etc.) tout en étant plus en contrôle de leur production et en faisant des garants de l'identité, la culture et de l'image qui doit être véhiculée. Et vous ? Avez-vous repéré qui est le chef d'orchestre de la marque dans votre entreprise ?

réglementation

IA : les entreprises revoient leurs pratiques

L'éthique de l'intelligence artificielle s'impose comme une priorité en 2025. Face aux scandales liés aux biais algorithmiques, les entreprises sont poussées à revoir leurs pratiques. Résultat : les dépenses en conformité éthique devraient bondir de 18 %, portées par les nouvelles régulations européennes. L'IA responsable n'est plus une option, mais un impératif pour rester dans les clous... et garder la confiance du public.

Changement acté pour l'apprentissage !

La réforme du financement de l'apprentissage (décrets n°2025-585 et 586) est entrée en vigueur le 1er juillet 2025. Les employeurs devront désormais participer financièrement aux formations bac +3 et plus, tandis que les premiers niveaux restent exonérés. Objectif : réduire d'un milliard d'euros le budget global et limiter le déficit de France Compétences. Les branches voient leur rôle renforcé, avec modulation jusqu'à 20 %. DRH : anticipez vos budgets et la traçabilité des formations SST.

mouvements

nomination

Société	Prénom Nom	Fonction
Abraxio	Eléa Bertin	Directrice des ressources humaines
BeetoGreen	Alexis Poulios	Directeur commercial
Butagaz	Florence De Noray	Présidente de Butagaz SAS, directrice générale finance, IT et M&A
Ericsson France	Christian Leon	Chief executive officer Western Europe
Eutelsat	Eric Labaye	Président du conseil d'administration
Everial	Sébastien Jacquet	Directeur administratif et financier
Foodchéri	Anne Porcario	Directrice
Groupe Talan	Nicolas Recapet	Vice-president M&A et Relation Actionnaire
Iveco France	Andrea Alpignano	Directeur général
Lidl France	Jassine Ouali	Directeur exécutif en charge de la relation clients
Matawan	Constance Martiny Sondag	Chief sales officer Europe
Meta France	Pierric Duthoit	Directeur général
Millet	Paul Cisti	Chief Commercial Officer International
Orisha	Jessica Ifker Delpirou	Chief executive officer d'Orisha Commerce
PoliCloud	Christophe Torride	Chief operating officer
Renault Group	Thierry Charvet	Directeur industriel, qualité et supply chain
Safran	Romain Bottan	Governance chief information security officer
Saint-Gobain	Claire Garnier	Directrice de la communication
SCC France	Robert Vassoyan	Directeur général
Sonepar	Jérôme Baniol	Chief financial officer
Spendesk	Pauline Babel	Directrice financière
Stokomani	David Dutendas	Directeur des systèmes d'information et de la Transformation
Toyota France	Marjorie Parguel	Directrice finance, juridique, systèmes et data
Veeam Software France	Philippe Rousset	Country Manager France

Vous avez changé de fonction ? Faites part de votre nomination à la presse et aux acteurs clés du marché sur *nomination.fr*

innovation

Et si on recrutait par IA ?

OpenAI prépare un virage stratégique : d'ici à mi-2026, l'entreprise lancera une plate-forme de recrutement boostée à l'IA – OpenAI Jobs Platform – entrant ainsi en concurrence frontale avec le réseau professionnel LinkedIn. « La plate-forme d'emplois d'OpenAI proposera des candidats compétents et expérimentés à tous les niveaux, ainsi que des opportunités pour tous ceux qui souhaitent mettre leurs compétences à profit. Nous utiliserons l'IA pour trouver l'adéquation parfaite entre les besoins des entreprises et les compétences des employés », a indiqué Fidji Simo, en charge des applications d'OpenAI, dans un article de blog. En parallèle, son OpenAI Academy veut former et certifier 10 millions d'Américains d'ici à 2030, avec des partenaires de poids comme Walmart. Objectif : faire de l'IA non seulement un outil, mais aussi un passeport pour l'emploi de demain.

Quelles formations pour être un leader de haut niveau ?

Face aux transformations du monde du travail, les formations en leadership et en management connaissent un essor considérable en France et dans le monde. Selon McKinsey, 70 % des employés quittent leur entreprise à cause d'un leadership défaillant. Entre montée en compétences, quête de sens et adaptation aux nouveaux modèles organisationnels, ces parcours attirent autant les jeunes talents que les cadres expérimentés.

Le MBA, pour Master of Business Administration, est un diplôme professionnel international axé sur la gestion et le management des entreprises. Il vise à former les leaders de demain, capables de gérer des organisations, de prendre des décisions stratégiques et de diriger des équipes dans un environnement commercial compétitif.

Des écoles, comme HEC, l'EM Lyon, l'ESCP Business School et l'Essec sont des références. Par exemple, la prestigieuse école HEC Paris propose une offre avec trois programmes MBA avec un large choix d'options : Deep tech & AI, Entrepreneurship, Finance, Management and organizations, Reshaping business for sustainability ou Strategy.

Aujourd'hui, le MBA a cessé d'être la chasse gardée des grandes écoles. Les universités en proposent aussi, certes payants, mais beaucoup plus accessibles. C'est notamment le cas de Paris-Dauphine, de La Sorbonne ou Paris-Est Créteil.

UN PROGRAMME RICHE À HEC

La formation continue : avoir une longueur d'avance

La formation continue est un mode d'apprentissage proposé aux professionnels salariés et aux demandeurs d'emploi pour améliorer leurs compétences ou acquérir de nouvelles connaissances. En l'occurrence, les modèles de management et de *leader*ship évoluent rapidement. Il est essentiel pour les cadres et dirigeants de suivre des formations au cours de leur carrière pour rester à la page.

En 50 ans, Sciences Po Executive Education a accompagné plus de 186 000 décideurs, managers et *leaders* dans leur évolution professionnelle. Plusieurs thématiques sont proposées : « management et stratégie », « gouvernance », « *leadership* et soft skills » ou encore « transformations et enjeux de société ». En plus des programmes à destination des cadres et managers, l'école dispense des formations spéciales pour les entreprises qui souhaitent former leurs collaborateurs aux nouveaux défis du *leader*ship.

PENSEZ AUX EMBA !

À côté des MBA, les EMBA (pour Executive, *ndlr*) sont des programmes de formation destinés aux professionnels, généralement cadres ou dirigeants, qui souhaitent renforcer leurs compétences en gestion et *leader*ship. Dans le domaine, les EMBA de l'Edhec sont reconnus à l'international. En effet, dans la catégorie satisfaction alumni, l'école figure à la première place du classement 2024 du *Financial Times*.

Depuis sa création en 1956, l'Institut d'administration des entreprises (IAE) Paris-Sorbonne s'est engagé dans la double compétence en management pour les cadres et les étudiants, avec des formules adaptées à chaque public. Au-delà du management général, l'offre de formation s'est diversifiée. Plus de 45 programmes de formation sont proposés à Paris et à l'étranger. La formation continue constitue 75 % de l'activité : plus de 1 900 cadres sont ainsi formés chaque année, dont plus d'un tiers à l'international.

Les formations à distance : ouvrir le champ des possibles

Une formation à distance est la solution pour les dirigeants qui souhaitent se former tout en conservant leur position de manager au sein de leur équipe. C'est aussi faire sauter toutes les frontières et pouvoir suivre des formations à l'international !

Grenoble École de Management propose un Massive open online course (MOOC) accessible à tous, sur le *leadership*. Dérivé du certificat « Critical perspectives on contemporary *leader*ship and followership » lancé en 2021, ce nouveau programme entend former une génération de managers éclairés, capables de conjuguer performance et bien-être des équipes.

Le nouveau MOOC de Grenoble École de Management tient compte des nouvelles règles de management, alors que le télétravail, le management hybride et la recherche de sens chez les jeunes diplômés ont largement remis en cause les modèles traditionnels. Ce programme fournit les outils pour naviguer efficacement dans un monde où le travail hybride est devenu la norme. Ce MOOC s'adresse à un large public, des étudiants et jeunes diplômés, aux managers qui souhaitent développer une approche saine du *leader*ship.

D'autres MOOC sont proposés, souvent d'une courte durée pour acquérir de nouvelles compétences sur des sujets d'actualités. L'université de Toulouse propose par exemple un MOOC pour analyser le droit des entreprises en difficulté, celle de Bpifrance pour comprendre le droit social et la responsabilité du dirigeant, ou celle d'Open Classrooms pour analyser l'efficacité de son équipe. Bref, ce ne sont pas les formations qui manquent, il suffit de trouver celle qui correspond à vos besoins !

LISA BEGOUIN

© Bal du Moulin Rouge 2024 - Moulin Rouge® - 1-1028499 Photographie : Vlada Krassilnikova - Design : Pauline Nicolas

MOULIN ROUGE® PARIS

Féerie

LA REVUE DU PLUS CÉLÈBRE CABARET DU MONDE !

MONTMARTRE - 82, BLD DE CLICHY - 75018 PARIS - TEL 01 53 09 82 82 - WWW.MOULINROUGE.FR

Signature

l'art du temps p.72
la sélection p.74
mobilité(s) p.76
évasion p.78
art de la table p.79
spécial Patrimonia 2025 p.84
baromètres p.90
la sélection culturelle p.96
flashback p.97
les mots de la fin p.98

« Il est plus beau de transmettre aux autres ce qu'on a contemplé que de contempler seulement »

saint Thomas d'Aquin (1225-1274)

Les grands architectes qui ont fait la France

« L'architecture est un art utile et social, qui doit défier le temps », a déclaré l'architecte Jean Nouvel au micro de France Culture en 2020. Que serait la France sans la Tour Eiffel, l'abbaye du Mont-Saint-Michel et le Château de Chambord ? Au-delà de sublimer le paysage, l'architecture est le témoignage d'une époque. L'art architectural traverse le temps et nous rappelle que bâtir, c'est aussi laisser une empreinte dans la mémoire collective.

Des figures légendaires comme Le Corbusier ou Gustave Eiffel, aux talents contemporains tels que Christian de Portzamparc et Jean Nouvel, la France a vu naître des architectes visionnaires dont les œuvres continuent de marquer les paysages et disciplines académiques.

L'ARCHITECTURE CLASSIQUE POSSÈDE UNE DIMENSION SYMBOLIQUE ET POLITIQUE FORTE

Du classicisme au modernisme à la française

L'architecture dite « classique » se développe en France durant la seconde moitié du XVII[e] siècle et la première moitié du XVIII[e] siècle. Ce courant, qui s'est principalement développé sous les règnes de Louis XIV et Louis XV, désigne un style architectural inspiré de l'Antiquité gréco-romaine. Derrière ses lignes épurées, sa symétrie parfaite et sa rigueur géométrique, se cache la volonté d'exprimer l'ordre monarchique. L'architecture classique possède une dimension symbolique et politique forte.

Le château de Versailles est, sans nul doute, l'illustration la plus parlante de ce courant. Désireux de fuir l'agitation parisienne, Louis XIV entreprend la métamorphose du château de chasse de son père en une résidence royale fastueuse : le palais de Versailles. Le Roi s'entoure des meilleurs architectes de son temps, Louis Le Vau et Jules Hardouin-Mansart. Chef-d'œuvre du classicisme, le château de Versailles représente la vitrine architecturale du pouvoir.

Après le classicisme, la France entre dans une nouvelle ère au XX[e] siècle : celle du modernisme architectural. Ce courant, porté par des architectes de renom, met l'accent sur les formes épurées et l'intégration de la lumière naturelle. L'œuvre de Le Corbusier a profondément influencé l'architecture moderne. Avec ses concepts innovants – pilotis, toits-terrasses et façades libres – il redéfinit les codes de la construction.

Le courant du modernisme est aussi porté par des innovations en termes de matériaux. Auguste Perret (1874-1954), est l'un des premiers architectes à utiliser le béton armé dans la construction. À l'époque, le béton est perçu comme un matériau peu noble et non-esthétique. Sur le chantier du nouveau théâtre des Champs-Élysées, Perret doit composer avec l'architecte officiel du projet, Henry Van de Velde. À la demande du maître d'ouvrage, le mur en béton sera recouvert de plaques de marbre blanc. Au printemps 1945, le Ministère de la Reconstruction et de l'Urbanisme le nomme architecte en chef de la reconstruction du Havre. Pendant près de 20 ans, Perret et son atelier prennent en charge la réédification de 150 hectares du centre-ville.

LES COURANTS DU CLASSICISME ET DU MODERNISME FRANÇAIS ONT INSPIRÉ DE NOMBREUX BÂTIMENTS EN EUROPE ET AU-DELÀ

L'architecture française dans le monde

Portée par de grands noms, l'architecture française rayonne au-delà de ses frontières grâce à des œuvres emblématiques. Si la Tour Eiffel est célèbre dans le monde entier, son créateur, Gustave Eiffel, l'est beaucoup moins. Pourtant, cet ingénieur de génie fait rayonner l'image de la France à l'international avec ses constructions métalliques. C'est à lui que l'on doit, entre autres, la gare de Budapest, la statue de la Liberté de New-York, et des centaines d'ouvrages en Espagne, Roumanie, Russie, Chine, Algérie ou Mexique.

Le Corbusier, a aussi profondément marqué l'histoire de l'architecture. À l'étranger, on lui doit la ville de Candigarh en Inde et le musée National de l'art occidental de Tokyo. Figure majeure de l'architecture contemporaine, Jean Nouvel a également conçu des bâtiments aux *design* avant-gardistes, comme la Torre Agbar à Barcelone et le Louvre Abu Dhabi. Son travail a été récompensé par des prix prestigieux, dont le prix Pritzker en 2008.

Premier architecte français à avoir reçu le Pritzker Prize en 1994, Christian de Portzamparc construit dans le monde entier. Depuis ses débuts, il exerce son métier avec l'objectif de concevoir « une architecture qui ne soit pas datable ». On lui doit notamment l'ambassade de France à Berlin, la Tour LVMH à New York ou encore la Cidade das Artes de Rio de Janeiro.

Les courants du classicisme et du modernisme français ont inspiré de nombreux bâtiments en Europe et au-delà. Le style haussmannien, caractéristique de la ville de Paris, est reproduit à Buenos Aires et Hanoi. Aujourd'hui, les architectes français continuent de participer à des projets internationaux, porteurs d'un savoir-faire tourné vers la créativité et l'innovation.

LISA BEGOUIN

CES ARCHITECTES CÉLÈBRES

Jean Prouvé, Charlotte Perriand, Charles Garnier, Dominique Perrault, Odile Decq, Denis Valode, Jean Pistre, Pierre Lescot, Claude-Nicolas Ledoux.

DEUX CHEFS-D'ŒUVRE INSOLITES

Le Palais idéal du facteur Cheval à Hauterives

Ce palais grandiose et féerique, qui a été bâti par un seul homme à mains nues, appartient au courant de « l'art naïf ». En 1879, Fernand Cheval est un facteur âgé de 43 ans. Lors d'une tournée, il bute sur une pierre à la forme étrange qu'il ramène chez lui, dans la Drôme (26). « Il n'a pas de plan dans la tête (…). Il fait quelque chose qui ne ressemble à rien, c'est une œuvre hors du commun », rapporte Pierre Chazaud, historien de l'art. Ferdinand Cheval est possédé par son chantier, il empile les pierres, taille les blocs, orne la façade de coquillages. L'œuvre est achevée en 1912, après 33 ans de travaux. Le temple n'est pas habitable. Il n'a aucune utilité particulière, si ce n'est d'attirer les curieux. Ce palais de douze mètres de haut n'est pas sans faire penser à la Sagrada Familia de Gaudí, bâtie à la même époque.

La Maison Picassiette à Chartres

Dans le centre-ville de Chartres (28), se trouve une maison pas comme les autres ! Une habitation construite, non pas avec du ciment et des briques mais avec des matériaux trouvés au bord des routes. Lors de ses promenades, Raymond Isidore a pris l'habitude de ramasser des morceaux de verre et de faïence qu'il transforme en mosaïques. Il commence son œuvre en 1938 : « j'ai d'abord construit ma maison pour nous abriter. La maison achevée, je me promenais dans les champs quand je vis par hasard, des petits bouts de verre, débris de porcelaine, vaisselle cassée. (…) Alors l'idée me vint d'en faire une mosaïque, pour décorer ma maison ». Pour créer ses décors, le « Picassiette » s'inspire de ses rêves. Depuis 2017, le site est labellisé « Architecture contemporaine remarquable » par le ministère de la Culture.

horlogerie - joaillerie

Les robots finiront-ils par gouverner nos vies ?

Czapek demande…

La nouvelle Antarctique Rattrapante « R.U.R. » signée Czapek & Cie mêle prouesse horlogère et clin d'œil culturel. Son cadran dévoile un visage de robot sculpté en titane dont les yeux changent de couleur à chaque activation du chronographe. Inspirée de la pièce de théâtre R.U.R. de Karel Capek, qui donna naissance au mot « robot » il y a un siècle, cette création rend hommage à la beauté mécanique et à la réflexion sur l'avenir de l'homme et de la technologie. Limitée à 77 exemplaires, elle offre un mouvement SXH6 spectaculaire, une finition artisanale d'exception et une réserve de marche de 60 heures. Prix international : *58 000 CHF czapek.com*

La Chief Skeleton

Favre Leuba

Pour la première fois de son histoire, Favre Leuba présente un garde-temps entièrement squelette : la Chief Skeleton. Inspirée du boîtier coussin des années 1970, cette création révèle un mouvement manufacture ajouré. Proposée en finition or dans un boîtier acier poli ou en anthracite dans un boîtier DLC noir, elle joue sur les contrastes et la transparence pour magnifier sa mécanique. Verre saphir bombé, colimaçonnage raffiné, balancier à 6 h et barillet à 12 h composent une scène architecturale spectaculaire. Avec son système d'attache rapide et ses variations de couleurs, la Chief Skeleton incarne une étape clé dans la renaissance créative de la maison.

Prix international : *3 450 CHF favreleuba.com*

L'or brodé au poignet

Fil d'Or de Louis Erard

Avec Fil d'Or, Louis Erard signe une prouesse horlogère née de sa rencontre avec Sylvie Villa et Mark Miehlbradt, fondateurs de Wire Art Switzerland. Leur idée ? Détourner une machine de microsoudure électronique pour broder de l'or pur 24 carats, fil après fil. Sur un cadran de 39 mm, 2'320 fils et 3'660 points de soudure dessinent un motif cube trompe-l'œil, clin d'œil aux pièces Métiers d'Art de la maison. Éditée à 99 exemplaires, la montre célèbre l'union de la haute précision et de l'artisanat, sublimant un savoir-faire rare dans une version accessible, environ *4000€ louiserard.com*

Voyagez entre deux mondes

ALD Dual Time de Dennison

La maison horlogère Dennison dévoile la collection ALD Dual Time, signée Emmanuel Gueit. Inspirée des années 70, elle affiche deux fuseaux horaires sur des cadrans en pierres naturelles (œil-de-tigre, marbre, malachite, lapis-lazuli, aventurine). Chaque boîtier en acier ou PVD or renferme deux mouvements suisses Ronda. Évoquant voyage et liberté, ce garde-temps est proposé avec bracelets en cuir de veau Epsom, au prix de *780 €* HT. *dennisonwatch.com*

design & high-tech

Parfaite mini perche stabilisatrice

Influence Pro de TNB

Compacte et ingénieuse, la mini perche stabilisateur 1-axe Bluetooth se transforme en trépied et offre un pivotement fluide à 360°. Idéale pour les selfies, vlogs, lives ou panoramas, elle garantit des vidéos sans tremblements et des photos nettes, même en mouvement. Une LED réglable assure des prises de vue réussies en faible luminosité. Facile à emporter (15,6 cm repliée), elle s'étend jusqu'à 90 cm et se contrôle à distance via télécommande Bluetooth incluse. Compatible avec tous smartphones jusqu'à 9 cm de large. *49,99€ t-nb.com*

Un extracteur de jus nouvelle génération

Hurom H70

Compact mais adapté aux besoins familiaux, le Hurom H70 se décline en deux versions : H70-FT "Easy Press", pour un usage et un nettoyage simplifiés, et H70-ST "Pure Press", avec tamis pour un jus plus clair. Sa large trémie self-feeding permet d'ajouter directement des ingrédients entiers. Grâce à la technologie Slow Squeeze à basse vitesse, il préserve nutriments et saveurs en limitant chaleur et oxydation. Son design Easy Clean sans tamis et à pièces détachables rend le nettoyage facile, et sa garantie moteur de 15 ans assure une durabilité rassurante. *499€ hurom-europe.com*

La High Tech haut en couleurs !

SPC Boost Buds

Déclinés en trois coloris vitaminés (magnetic lime, imposter red, royal blue), ces écouteurs sans fil affichent 30 h d'autonomie (7h30 en écoute continue) et la technologie ENC pour des appels sans bruit parasite. Grâce à Google Fast Pair, ils se connectent rapidement à deux appareils simultanément. Étanches et pratiques, ils vous accompagnent partout. *39,99 € – spcstore.fr*

mode & accessoires

L'élégance en tête

Mira Belle Paris

Fondée en 2007 à Montmartre par Marie, la Maison Mira Belle Paris s'impose depuis 18 ans comme une référence de la chapellerie artisanale. Ses chapeaux et bijoux de tête, réalisés à la main par des modistes talentueuses, conjuguent raffinement, créativité et savoir-faire français. Pour l'automne-hiver 2025-2026, la marque s'inspire de l'univers de Helmut Newton et dévoile des pièces uniques, pensées pour sublimer femmes et hommes. Prochains rendez-vous : le Carré d'Or de Monaco et une collaboration avec la costumière oscarisée Ruth E. Carter. *mira-belle.fr*

100 % laine et zéro plastique

Le t-shirt français Cevene

La marque française Cevene s'engage pour une mode durable avec un t-shirt 100 % laine mérinos, garanti sans plastique. Du fil à l'emballage, aucune fibre synthétique n'est utilisée, assurant une empreinte environnementale réduite. Mixte et intemporel, ce vêtement allie confort, esthétisme et performance naturelle de la laine mérinos : respirante, thermorégulatrice et résistante. Pensé pour durer et accompagner toutes les générations, il illustre une alternative crédible à la fast fashion. Du S au XXL. *90€ ceveneoutdoor.com*

L'été c'est toute l'année !

Les maillots en néoprène Jott

Jott élargit son univers estival avec une collection bain pour femmes, hommes et enfants. Confortables, stylés et fonctionnels, ces modèles s'adaptent à toutes les morphologies. Grande nouveauté : une ligne en néoprène, matière ultra-résistante et isolante, idéale pour les sports nautiques comme le ski nautique, le wakeboard ou la planche à voile. Déclinés en trois coloris, une ou deux pièces, avec ou sans manches, ces maillots conjuguent maintien optimal et allure sportive. *jott.com*

beauté & bien-être

Senteurs d'équilibre

Énergie et Harmonie de Lanqi

Les diffuseurs d'ambiance Énergie et Harmonie signés Lanqi transforment la maison en véritable cocon de bien-être. Énergie (Automne-Hiver) revitalise corps et esprit grâce à une fragrance unique qui diffuse joie et vitalité. Harmonie (Printemps-Été) charme par sa fraîcheur douce, invitation à la sérénité et à l'équilibre intérieur. Élégants, durables jusqu'à 6 mois, ces diffuseurs de 200 ml (*68€*) deviennent les alliés indispensables d'une atmosphère apaisée et raffinée. *lanqi-spa.com*

Né du Larzac pour le yoga

Le tapis de laine

Sur le plateau du Larzac, la laine de brebis prend une nouvelle vie. La maison Le Tapis de laine en fait des tapis de yoga 100 % locaux. Respirante, hypoallergénique et thermorégulatrice, la matière offre confort et stabilité pour la pratique : 8 mm d'épaisseur, 1,25 kg seulement. Un polymère antidérapant, développé dans le Tarn, sécurise les postures. Et en fin de vie, le tapis se découpe pour devenir paillage, réduisant l'arrosage des plantes de 30 %. Prix : *70 €* sans sangle, *90 €* avec. *letapisdelaine.fr*

Le regard au naturel

La Crique

Née à Marseille, La Crique s'impose comme la première marque de maquillage naturel infusé de soin, vegan et Made in France. Sa nouveauté phare : le Mascara Volume Naturel. Enrichi en huile de ricin, il nourrit et renforce les cils tout en offrant un volume modulable, léger ou sophistiqué selon les envies. Sa brosse à fibres assure une application homogène et sans paquets, tandis que la formule, longue tenue et sans bavure, garantit un regard impeccable du matin au soir. Un essentiel beauté qui allie performance, confort et engagement. *19,90€ lacriquebeauty.com*

Le Sérum A, l'anti-âge global

Alyscamps

La maison arlésienne Alyscamps lance le Sérum A, soin multi-actif visage et yeux à 96 % d'ingrédients d'origine naturelle. Son nom incarne à la fois Arles et ses actions clés : Anti-rides, Anti-oxydant, Anti-inflammatoire. Cliniquement prouvé sur 35 femmes, il réduit les rides de 41%, augmente l'hydratation de 83% et améliore la fermeté de 25%. Enrichi en acide hyaluronique acétylé, vitamines C et E, panthénol et extraits d'olivier, ce sérum se distingue par son efficacité et sa sensorialité. *110€* les 50 ml. *alyscamps.co*

Ford Capri : élégant et performant

Le nouveau SUV électrique de Ford, dérivé de l'Explorer et cousin des SUV Skoda et Volkswagen, a de solides arguments à faire valoir dans une bataille commerciale fortement concurrentielle.

Capri c'est fini... En thermique mais pas en électrique. En effet Ford ressuscite ses anciens modèles iconiques en donnant leurs noms à ses nouveaux véhicules électriques. La gamme du constructeur américain voit ainsi réapparaître la Ford Mustang, le Ford Explorer et le coupé Ford Capri. Ce joli modèle commercialisé de la fin des années 60 au milieu des années 80 s'est transformé aujourd'hui en un SUV Coupé très prometteur. Ford Explorer et Ford Capri sont en fait un même véhicule dans deux interprétations différentes, typé 4X4 pour l'un, plus sportif pour l'autre. Et cette version est une vraie réussite. Le Capri partage ainsi avec l'Explorer une même plate-forme technologique (mais aussi son infrastructure électromécanique et son habitacle) héritée du groupe Volkswagen (Skoda Enyaq et Enyaq Coupé, Volkswagen ID.4 et ID.5).

Trois architectures mécaniques sont disponibles : simple propulsion en RWD Standard Range, avec un moteur électrique de 170 ch et une batterie de 52 kWh pour 393 km d'autonomie ; simple propulsion en RWD Extended Range, avec un moteur de 286 ch sur l'essieu arrière et une batterie de 77 kWh, dotée d'une autonomie d'environ 600 km ; transmission intégrale en AWD Extended Range AWD Extended Range, avec deux moteurs électriques (un sur chaque essieu) délivrant une puissance combinée de 340 ch, avec une batterie de 79 kWh pour une autonomie équivalente.

Puissant, spacieux, confortable, plus grand de 17 cm que son cousin Explorer, le Capri est très agréable à conduire et donc forcément attachant, avec des tarifs inférieurs à ceux de ses concurrents les plus directs du groupe VW.

modèle essayé
Ford Capri AWD Extended Range, premium pack
Tarif **à partir de 56 000 €**
Tarif gamme **à partir de 42 490 €**

Maxus eTerron9 : le premier pick-up tout électrique

L'engin volumineux *made in* China réserve bien des surprises de confort et d'agrément de conduite.

Au premier regard la bête (de somme) impressionne : 5,50 m de long, 2 m de large et 1,80 m de haut. Ce pick-up inspiré par la tradition américaine est pourtant chinois et électrique. À bord on jubile. Le véhicule, a priori utilitaire, se révèle spacieux (double cabine 5 places), confortable (grâce à sa suspension pneumatique), forcément moderne et très, très agréable à conduire. Sur de longues distances autoroutières ce SUV à benne et à transmission intégrale, est sans reproche, tout juste un peu gourmand. Logique, il délivre 442 chevaux avec une autonomie finalement réduite d'un peu plus de 400 km. De toute façon le Maxus eTerron9 est d'abord dédié au travail plus qu'aux loisirs, avec une belle capacité de chargement de 620 kg dans sa benne (1,56 m de long sur 1,50 m de large), sans oublier son «frunk» (coffre avant) de 236 litres situé sous le capot pour transporter ses bagages. En outre sa nature électrifiée le fait échapper à tout malus à l'achat (heureusement car les tarifs demeurent salés). Ses deux moteurs électriques (un par essieu, 170 ch et 250 Nm de couple à l'avant, 272 ch et 450 Nm de couple à l'arrière) en font par ailleurs un tracteur remarquable doté d'une capacité de traction de 3,5 tonnes (avec ses 442 ch et 700 Nm de couple).

modèle essayé
Maxus eTerron9
Tarif **à partir de 72 900 €**

Volkswagen Tayron : le nouveau Tiguan à 7 places

L'ancien SUV Tiguan version famille nombreuse cède la place à un nouveau modèle plus spécifique qui fait malheureusement l'impasse sur la troisième banquette en version hybride rechargeable.

C'est le remplaçant du Tiguan Allspace à 7 places qui vient compléter la gamme déjà très fournie (pas moins de 12 modèles) des SUV Volkswagen. Différent du Tiguan restylé en début d'année, le Tayron est, à n'en pas douter, un modèle à part entière, avec un look spécifique (calandre et optiques, découpe des vitres, portières). Plus long de 25 cm qu'un Tiguan (à 4,79 m) il mesure même 6 cm de plus que l'ancien Tiguan Allspace. Évidemment, et c'est sa raison d'être familiale, il dispose de 7 places, mais uniquement en motorisation essence, diesel ou simple hybride. La cohabitation réservoir de carburant-batterie de 19,7 kWh des versions hybrides rechargeables rendant impossible la troisième rangée de sièges. Un sérieux handicap vis-à-vis de la concurrence (notamment celle du Peugeot 5008, qui lui propose 7 places en version hybride et hybride rechargeable). Dans cette configuration mécanique le Tayron n'est donc qu'un nouveau SUV 5 places situé dans la gamme entre Tiguan et Touareg. Au final quatre motorisations sont disponibles : micro-hybride essence 1.5 eTSI de 150 ch, diesel 2.0 TDI de 150 ch, hybrides rechargeables eHybrid de 204 et 272 ch basés sur le 1.5 TSI essence. Pour le reste, no comment... Équipement parfait, agrément de conduite sans reproche, confort, espace intérieur, qualité de finition, design intérieur... Manque juste une raison de s'attacher....

modèle essayé
Volkswagen Tayron R-Line Exclusive 1.5 eHybrid 204 DSG
Tarif **à partir de 62 100 €**
Tarif gamme **à partir de 52 900 €**

Mitsubishi Outlander PHEV : le retour

Absent du catalogue de Mitsubishi en Europe durant quatre ans le SUV hybride rechargeable restylé en 2021 revient en France avec de sérieux atouts.

Il aura fallu attendre quatre ans pour que Mitsubishi propose à nouveau son SUV hybride rechargeable en Europe, avec la quatrième génération de cet Outlander commercialisé outre-Atlantique et en Asie depuis 2021. Best-seller de la marque nippone en 2019, ce SUV n'a rien perdu de son attrait technologique avec une architecture hybride qui était pour le moins originale lors du lancement du véhicule en 2014 et qui assimile le fonctionnement de ce SUV à celui d'un véhicule électrique. Deux moteurs électriques, un par essieu, assurent la motricité durant 85 km et jusqu'à la vitesse de 135 km heure. Le moteur thermique quatre-cylindres 2.4 essence atmosphérique de 136 ch sert principalement à recharger la batterie via un générateur. À partir de 70 km/h ce moteur peut se connecter directement aux roues, seul ou en complément des moteurs électriques, ce qui permet alors d'atteindre une puissance cumulée de 306 ch. Et ce, en bénéficiant d'une transmission intégrale permanente pour s'aventurer en toute tranquillité loin de l'asphalte. Le restyling tant extérieur qu'intérieur de l'Outlander confirme une réelle montée en gamme et une identité plus affirmée avec un agrément de conduite et un confort jamais pris en défaut.

modèle essayé
Mitsubishi Outlander 2.4 PHEV 306 ch 4WD Instyle
Tarif **à partir de 64 090 €**
Tarif gamme **à partir de 51 950 €**

Evasion nature en Hauts-de-France

Cabanes de la Réserve

© valentin.fr

Au cœur d'un domaine préservé, les Cabanes de la Réserve offrent une expérience insolite entre forêts et étangs. Perchées dans les arbres ou flottantes sur l'eau, elles allient confort douillet et immersion totale dans la nature. Certaines sont dotées de bains nordiques privatifs pour un moment de détente unique. L'adresse séduit aussi bien les couples en quête de romantisme que les familles en recherche d'aventure, promettant un séjour ressourçant et dépaysant, en parfaite harmonie avec l'art de vivre au rythme de la nature. *cabanesdelareserve.com*

Exquis palace de poche

Hôtel de Sers

À deux pas des Champs-Élysées, l'Hôtel de Sers cultive l'art du luxe discret. Installé dans un ancien hôtel particulier du XIXe siècle, il conjugue l'élégance haussmannienne à un design contemporain signé Thomas Vidalenc. Ses 52 chambres et suites révèlent matières nobles et lignes sobres, certaines offrant le privilège d'une vue sur la Tour Eiffel. Le restaurant propose une cuisine raffinée et de saison, tandis que le patio végétalisé devient, aux beaux jours, un havre de quiétude insoupçonné en plein VIIIe arrondissement. Réservé aux initiés, apprécié des artistes comme des voyageurs discrets, le Sers incarne un art de vivre parisien où confort, élégance et accueil personnalisé s'entrelacent. Une adresse rare, confidentielle et singulièrement parisienne. *hoteldesers-paris.com*

Luxe méditerranéen et gastronomie d'auteur

Hôtel Thalazur Bandol Ile Rousse

Face à la baie de Bandol, cette adresse 5 étoiles allie chambres vue mer, spa marin et service d'exception. Membre de la collection Thalazur, elle conjugue bien-être, luxe et art de vivre méditerranéen.
Son restaurant gastronomique Les Oliviers, dirigé par Nicolas Féragus (Top Chef), s'impose déjà comme une table incontournable. Sa cuisine, technique et poétique, sublime le terroir provençal avec des plats comme le rouget noir à l'ail noir ou le pigeonneau Miéral farci.
Un lieu où hôtellerie haut de gamme et gastronomie d'auteur se rencontrent, face à la Grande Bleue. *thalazur.fr*

Un nouvel écrin signé Decoeur Hospitality

Hôtel Duquesne Eiffel

© Benoit Linero

Cette belle adresse du VIIe arrondissement conjugue élégance contemporaine et héritage parisien. Avec ses 40 chambres au charme feutré, certaines dotées de balcons offrant une vue unique sur la Dame de Fer, l'adresse se vit comme une maison chaleureuse. Décor raffiné, objets chinés, accueil généreux et paniers pique-nique à savourer face à la Tour Eiffel prolongent l'expérience. Dans ses caves voûtées, un espace bien-être privatisable, sauna infrarouge et bain à remous, complète cette immersion parisienne intime et authentique. *hotel-duquesne-eiffel-paris.com*

Elégance bretonne intemporelle

L'Hôtel de la Plage

À Sainte-Anne-la-Palud, dans le Finistère, l'Hôtel de la Plage conjugue authenticité et modernité. Depuis 1895, cette maison familiale séduit par son emplacement unique, les pieds dans le sable. Ses 20 chambres rénovées offrent une atmosphère lumineuse et balnéaire, tournée vers la mer. En cuisine, le chef Yoann Noël, passé par de grandes tables, magnifie les produits locaux : bar ou saint-pierre entier, homard et langoustines, algues de la région, grillades estivales en plein air. L'adresse s'enrichit d'un spa Algologie flambant neuf, avec sauna, hammam, jacuzzi et soins marins, prolongé par une piscine chauffée et un court de tennis. Les plus actifs profitent du prêt de VTT, du char à voile sur la grande plage et des randonnées sur le GR34. Entre gastronomie iodée, parenthèse bien-être et nature brute, l'Hôtel de la Plage se révèle comme un havre breton d'exception. *plage.com*

Les diners d'*ÉcoRéseau Business*

Le Nolinski Paris
Chic, contemporain et incontournable

À deux pas du Palais-Royal et de l'Opéra, le Nolinski Paris incarne le chic parisien dans sa forme la plus subtile. Première adresse de la collection Evok, cet hôtel cinq étoiles, imaginé par Jean-Louis Deniot, marie raffinement haussmannien et touches contemporaines. En son cœur, Le Restaurant Nolinski s'impose comme une table élégante où se déploie la vision du chef doublement étoilé Philip Chronopoulos.

LE CHEF

Originaire d'Athènes, formé à l'école Bocuse, Philip Chronopoulos a forgé son identité culinaire dans des maisons prestigieuses avant de prendre en 2015 les rênes du Palais Royal Restaurant, couronné depuis de deux étoiles Michelin. Il signe aujourd'hui la carte du Nolinski avec une approche sensible : une cuisine de cœur, sincère et réconfortante, appuyée par le savoir-faire de son fidèle sous-chef Christophe Chottin.

LE LIEU

Le Nolinski déploie une atmosphère feutrée et chic : boiseries, moulures, miroirs, rideaux de velours et tapis épais dessinent une élégance intemporelle. Dans ce décor pensé comme un appartement parisien revisité, le restaurant devient le cadre idéal d'un dîner romantique, d'un déjeuner d'affaires ou d'une célébration. Chaque convive y est accueilli avec bienveillance, reflet de l'hospitalité Evok.

LA CUISINE

La nouvelle carte rend hommage à la cuisine bourgeoise française. Philip Chronopoulos revisite avec délicatesse des plats emblématiques : pot-au-feu, volaille rôtie, gratin de macaronis aux morilles. Ces assiettes rappellent les tables familiales, avec une touche contemporaine en plus. Les desserts poursuivent cette note nostalgique : charlotte, mille-feuille ou baba réveillent souvenirs et gourmandise.

Ouvert du lundi au samedi : déjeuner de 12h à 14h30, dîner de 19h à 22h30.

Menus dès 65€ au déjeuner, 120€ au dîner (hors boissons).

INFOS PRATIQUES :
Nolinski Le Restaurant
16, avenue de l'Opéra,
75001 Paris.

nolinskiparis.com

coup de cœur

Alain Marty

Président du Cercle Wine Business
et animateur de «In Vino Sud Radio»

Clos des Constellations, Persée

À Lesquerde, au cœur du Roussillon, le Clos des Constellations s'impose comme une étoile montante de la région. Fondé par Julia et Sébastien Hoerner, il est né d'un projet audacieux : faire renaître un vignoble oublié et redonner vie à une ancienne cave coopérative. Leur démarche s'appuie sur une vision simple mais exigeante, celle de travailler la vigne et le vin avec respect, en conjuguant authenticité et modernité. Loin des logiques industrielles, le couple revendique une production limitée et soignée, qui laisse une large place au travail manuel et à l'attention portée à chaque parcelle. Leur attachement à l'astronomie se traduit dans le nom même du domaine et dans celui des cuvées, chacune baptisée d'une constellation, comme Orion ou Persée.

Parmi elles, la cuvée Persée illustre avec éclat la philosophie du Clos des Constellations. Ce blanc en IGP Côtes Catalanes, issu d'un assemblage de grenache blanc et de grenache gris, est élevé huit mois en barriques de chêne français. Le résultat est un vin lumineux et raffiné, dont la richesse aromatique séduit dès le premier nez : notes de pain grillé, de pêche et d'abricot sec, rehaussées de touches boisées et légèrement fumées. En bouche, la matière s'affirme avec rondeur et équilibre, soutenue par une belle tension et prolongée par une finale délicatement vanillée.
À travers cette cuvée, le domaine exprime sa volonté de concilier exigence artisanale et identité catalane. Chaque bouteille incarne un lien intime entre un terroir de caractère et un imaginaire tourné vers les étoiles, fidèle à l'esprit du Clos des Constellations.

Bonne dégustation !

vins

L'âme du Chili

Escudo Rojo Gran Reserva 2022

Élaboré par Baron Philippe de Rothschild Maipo Chile, ce Gran Reserva allie puissance chilienne et élégance bordelaise. Sa robe rubis aux reflets violets révèle un nez intense de fruits noirs et rouges relevés d'herbes aromatiques. En bouche, la structure affirmée s'équilibre par une acidité vive et une finale persistante sur la grenade. À savourer avec une épaule d'agneau rôtie ou un magret de canard aux cranberries. *17,80 €*, disponible chez les cavistes et en ligne. *vinatis.com*

Terrasses Rosé 2024

Domaine La Courtade

Sur l'île préservée de Porquerolles, ce rosé lumineux séduit par son élégance méditerranéenne. Au nez, fruits rouges frais, pamplemousse et notes florales iodées s'entrelacent. La bouche, vive et équilibrée, s'achève sur une finale saline rafraîchissante. À apprécier en apéritif entre amis, avec poissons grillés ou salades estivales. *17 €*, disponible chez les cavistes. *lacourtade.com*

Odéliane 2024

Château La Valetanne

Nichée sur la presqu'île de Giens, la propriété familiale signe un rosé haut de gamme à la robe pâle aux reflets nacrés. Le nez dévoile des arômes de fruits exotiques, d'agrumes et de fleurs blanches. En bouche, la texture ample s'allie à une fraîcheur persistante et une finale subtilement saline, marque du terroir varois. À savourer avec une cuisine raffinée de la mer. *28 €*, disponible chez les cavistes. *chateau-la-valetanne.com*

Un rosé élégant, délicat et équilibré

Rumor Rosé 2024

Rumor signe un rosé de Provence incarnant l'élégance contemporaine. Sa robe pâle et son nez finement fruité annoncent une bouche équilibrée et subtile. Issu de Grenache, Syrah et Cinsault, certifié bio, vegan et sans gluten, il reflète un art de vivre moderne et raffiné. Idéal à l'apéritif, avec tapas, poissons ou cuisine méditerranéenne. *26 €*, disponible chez les cavistes et en CHR. *rumorrose.com*

Mystère Jaune 2022

Domaine Cauhapé

Audacieux et singulier, ce blanc du Jurançon est vinifié comme un rouge, offrant une structure rare et intense. Sa robe jaune éclatante révèle un nez d'écorces d'orange et d'épices. En bouche, les tanins soyeux s'équilibrent avec une finale marquée par une subtile amertume de chocolat noir. Issu de 100 % Petit Manseng, Mystère Jaune 2022 exprime toute la richesse du terroir d'argile, de silice et de galets. À déguster avec du veau ou du canard. *24 €*, disponible chez les cavistes et en CHR. *jurancon-cauhape.com*

Rivesaltes Ambré

Hors d'Âge Roc de la Perdiu

Issu du savoir-faire ancestral des Vignerons d'Agly à Argelès-sur-Mer, ce Rivesaltes Ambré Hors d'Âge illustre la noblesse des vins doux naturels du Roussillon. Vieilli longuement en fût, il dévoile une robe lumineuse et des arômes de fruits secs, figue, miel et épices douces. En bouche, l'ampleur et la suavité s'équilibrent entre puissance et finesse. Idéal en apéritif raffiné, avec foie gras, fromages affinés ou dessert chocolaté. *35 €*, disponible chez les cavistes. *argeles-sur-mer.com*

RAVINET D'ARC
Tél.: 01 47 38 37 46
info@ravinetdarc.fr

Retrouvez-nous sur
www.ravinetdarc.fr

SPIEGELAU
HI-LITE

LE HI-LITE
L'AUTHENTIS DANS LA MÊME LÉGÈRETÉ ET FINESSE QUE DEFINITION
MADE IN GERMANY

MARQUE OFFICIELLE DE
L'UNION DE LA SOMMELLERIE FRANCAISE

champagnes

Parfaitement équilibré et rafraîchissant

Champagne Guy Dumangin Rosé Brut 1er Cru

Le Champagne Rosé Brut 1er Cru de Guy Dumangin, élaboré à Chigny-les-Roses, incarne l'élégance et la tradition champenoise. Sa robe saumonée précède un nez expressif mêlant fruits rouges et notes épicées. En bouche, il offre une belle amplitude, avec des arômes de fraise, de framboise et une touche biscuitée, le tout soutenu par une acidité équilibrée et une minéralité rafraîchissante. Ce champagne, issu d'un assemblage de Pinot Meunier, Chardonnay et Pinot Noir, est idéal à l'apéritif ou pour accompagner des plats de la mer et des fromages doux. *21,50€ champagneguydumangin.fr*

Brut nature et zéro dosage

La Dame de Tracy 2022

Élaborée à partir de Chardonnay dans une appellation connue pour le Sauvignon Blanc, La Dame de Tracy surprend par son

élégance. Vieillie 30 à 36 mois sur lattes, cette cuvée rend hommage à Jacqueline d'Estutt de Tracy et offre une robe dorée, des notes de mandarine, vanille, brioche et noisette. Fraîche, saline, à la belle persistance aromatique, elle sublime poissons et fruits de mer. *19,50€ chateau-de-tracy.com*

Héritage et liberté en Champagne

Père Pinot

Né d'un hommage au grand-père visionnaire surnommé «Père Pinot», ce champagne incarne l'esprit de transmission de la famille Drappier. Assemblage unique des quatre pinots – noir, meunier, fromenteau et blanc vrai – il séduit par sa robe or rosé et ses arômes de mûre, myrtille et noyaux de cerise, relevés d'une touche vanillée. Vieilli trois ans sur lattes, sans soufre ajouté, il s'invite idéalement à l'apéritif, entre fraîcheur et élégance. *87€ champagne-drappier.com*

spiritueux

Le *speakeasy* qui fait vibrer Paris

Gentlemen 1919

À deux pas des Champs-Élysées, Gentlemen 1919

cultive le secret avec élégance. Derrière la façade discrète d'un salon barbier raffiné, une porte dérobée ouvre sur un speakeasy digne des années 1920. Fauteuils en cuir, lumières tamisées, murs sombres : ici, le temps suspend son vol. Dans ce bar caché, inspiré de la Prohibition, l'expérience est totale. Les barmen, véritables artistes de la mixologie, composent des cocktails sur mesure aux saveurs équilibrées et inventives. La carte mêle créations signature et grands classiques revisités, toujours servis avec précision. *gentlemen1919.com*

Tout sur les spiritueux ou presque…

Un guide passionnant !

L'Académie des Vins et Spiritueux publie Tout sur les spiritueux ou presque… aux Éditions Ellipses, un précis illustré et accessible qui s'adresse aussi bien aux amateurs qu'aux professionnels. Structuré en cinq axes – de la dégustation à la mixologie en passant par les familles de spiritueux – l'ouvrage transmet avec pédagogie les savoir-faire et l'histoire de cet univers. Riche en cartes, photos et schémas, ce livre clair et vivant se veut un véritable compagnon de route pour découvrir, comprendre et savourer les spiritueux.

Un rhum rare et audacieux

Arcane Rum Flamboyance,

Vieilli en fûts de chêne français et américain puis affiné en single malt, Flamboyance séduit par sa robe dorée aux reflets cuivrés. Au nez, il mêle sucre caramélisé, coco grillée et fleurs envoûtantes. En bouche, rondeur et gourmandise s'équilibrent avec des notes fumées et acidulées rappelant des bonbons miellés. Édité en seulement 4 098 bouteilles, ce rhum souple et raffiné incarne l'audace d'Arcane. *86€ arcanerum.com*

Le rhum arrangé Isautier

Délice mangue caramélisée

La Maison Isautier dévoile une nouveauté ultra gourmande : l'Arrangé mangue caramélisée. Ce rhum arrangé marie la fraîcheur fruitée de la mangue à la douceur intense du caramel. Au nez comme en bouche, l'exotisme domine, avec des notes de fruits cuits et de sucre fondu. Héritière d'une tradition créole née au XVe siècle, Isautier, plus ancienne rhumerie de La Réunion, perpétue son savoir-faire depuis 1845. À savourer givré, en apéritif ou en digestif. *16,90€ isautier.com*

tables à découvrir

Le jardin suspendu du Marais

au_top

Perché au sommet au cœur du Marais, au_top est bien plus qu'un restaurant : c'est "le nouveau jardin de Paris Centre", un lieu pensé comme une véritable expérience sensorielle où se mêlent goût, esthétique et immersion totale. À peine caché derrière une cour discrète, on accède par un ascenseur à cet écrin à l'atmosphère feutrée et à la vue panoramique sur Paris. La cuisine met à l'honneur viandes et poissons grillés au feu de bois, absolument fabuleux ! Ouvert le soir en semaine et dès le midi le week-end, au_top invite à une parenthèse gourmande entre ciel et capitale. *au-top.paris*

Une cuisine végétale qui réinvente le sushi

brEAThe

Niché rue Mandar à Paris, brEAThe bouleverse la gastronomie japonaise avec une carte 100 % végétale, maison, et de saison. Le duo Laetitia et Richard, associés à la cheffe Morvane Gendreau, proposent des créations audacieuses où le végétal s'exprime sous toutes ses formes : fumé, fermenté, infusé. Le menu dégustation à *29,5€* invite à découvrir des classiques réinventés, comme la betterave fumée au gingembre, le tamago végétal, le shiitake aushiso, le panko de seitan croustillant… Le tout dans une ambiance conviviale où chaque plat est une expérience sensorielle, soutenue par des cocktails inventifs et des accords mets & sakés. *breathe-restaurant.com*

gourmandises

La gourmandise givrée made in Ardèche

Pierre Chauvet

À Aubenas, le maître chocolatier Pierre Chauvet s'impose aussi comme artisan glacier. Avec la même exigence, il sublime le lait – animal ou végétal – et les fruits de saison de producteurs locaux. Sans colorants ni arômes artificiels, ses glaces marient intensité aromatique, onctuosité et fraîcheur. En partenariat avec la Laiterie Carrier, située à dix minutes, il travaille un lait frais d'exception, complété aussi par des alternatives végétales. Signatures : sorbet citron-basilic, lait d'amande douce, chocolat noir au piment d'Espelette. *pierrechauvet.com*

David Gallienne, saveurs d'exception

Plum'Store

Au Plum'Store, le chef étoilé David Gallienne signe une épicerie fine fidèle à sa vision : sincère, raffinée et audacieuse. Trois incontournables : Le Bacchus, un velours de balsamique de pommes co-créé avec la Ferme du Gros Caillou, qui réveille salades et viandes froides ; des rillettes au foie gras de canard, contenant un tiers de foie gras pour une générosité assumée ; une huile d'olive monovariétale Koroneiki de Grèce, intense et aromatique. Une gamme à l'image du chef : authentique et exigeante. *plumstore.fr*

L'artisanat gourmand qui séduit toute la famille

Fabrique à Cookies

Depuis sa création, la Fabrique à Cookies régale les amateurs de douceurs avec des recettes artisanales, généreuses et sans compromis sur la qualité. Beurre AOP, chocolat pur beurre de cacao, œufs de plein air : chaque cookie traduit un savoir-faire authentique. La maison dévoile une création inédite : le cookie framboise-pistache. Mariant la fraîcheur acidulée du fruit rouge à la rondeur croquante de la pistache, cette nouveauté lancée cet été est déjà un coup de cœur. *lafabrique-cookies.fr*

L'excellence marine à l'espagnole

Ortiz

Depuis 1891, la maison Ortiz incarne la conserve de poisson haut de gamme. Ancrée au Pays basque espagnol, cette entreprise familiale séduit les gastronomes avec des recettes aux saveurs authentiques. Préparés à la main et issus de pêches durables, thon, anchois, sardines et maquereaux sont conservés dans une huile d'olive vierge extra biologique qui exalte leur délicatesse. Plus de 130 ans de savoir-faire pour une gamme bio irrésistible et un art de vivre solaire, à savourer toute l'année comme une assiette d'été. *conservasortiz.com*

Les placements à privilégier en temps d'incertitude

La 32e édition de la convention Patrimonia se déroulera les 24 et 25 septembre au centre des congrès de Lyon. L'évènement réunira comme chaque année les professionnels de l'univers du conseil patrimonial : conseillers en gestion de patrimoine (CGP), CGPi, family office, gérants privés, experts comptables, notaires, courtiers, et avocats. Alors que la situation politique actuelle peut engendrer des incertitudes et de l'attentisme, EcoRéseau Business a concentré son attention sur trois thèmes d'investissement considérés comme porteurs par les experts : les actions dans le secteur de la défense, les SCPI et l'immobilier via la technique du démembrement.

Actions : pleins feux sur la défense

Les valeurs européennes de la défense ont le vent en poupe depuis quelques mois. Si la guerre en Ukraine a replacé le secteur de la défense sur le devant de la scène en 2022, les choses se sont clairement accélérées avec le retour de Donald Trump à la Maison-Blanche en janvier. Le nouveau président américain a contraint l'Europe à prendre à bras-le-corps sa propre sécurité et à réduire sa dépendance au « parapluie militaire » de l'Oncle Sam. Lors du sommet de l'Organisation du traité de l'Atlantique Nord (Otan), qui s'est tenu en juin, les pays de l'alliance se sont engagés à porter leurs budgets strictement militaires à 3,5 % du produit intérieur brut (PIB) d'ici à 2035. Jusque-là, la cible n'était que de 2 %. Dans ce contexte, les investisseurs ont pris d'assaut les valeurs du secteur, provoquant leur

AU PRINTEMPS DERNIER, AMUNDI A LANCÉ UN FONDS INDICIEL COTÉ (ETF) DÉDIÉ AU SECTEUR EUROPÉEN DE LA DÉFENSE

envolée spectaculaire en Bourse sur le Vieux Continent. « La défense est un sujet tendance », confirme Jérôme Rusak, président du Groupe Rayne. « Il est acté que les États européens vont massivement investir pour se réarmer, renforçant l'idée que l'investissement dans la défense européenne est un thème de croissance à long terme pour les marchés de capitaux », assure le dirigeant. Les gérants ne s'y trompent pas en mettant en avant devant leurs clients ou CGP leurs fonds spécialisés dans la défense, autrefois mal vus en raison de leur difficulté à passer le filtre ISR. « Cette question ISR est un faux problème. Qui veut la paix prépare la guerre », rappelle le président du Groupe Rayne. D'autres étoffent leur offre dans ce secteur. Au printemps dernier, Amundi a lancé un fonds indiciel coté (ETF) dédié au secteur européen de la défense. L'ETF Amundi Stoxx Europe Defense réplique l'indice Stoxx Europe Total Market Defense Capped. Cet indice sélectionne des entreprises européennes du secteur « aérospatial et défense », en se concentrant sur celles engagées dans le rééquipement de l'Union européenne sur le plan de la défense. « Ce nouvel ETF permet aux investisseurs de s'exposer spécifiquement au secteur européen de la défense, en forte croissance alors que l'Europe renforce significativement ses capacités militaires », explique la filiale du groupe Crédit Agricole.

Dans le sillage d'Amundi, Auris Gestion a lancé cet été European Shield Fund, un fonds investissant majoritairement dans les secteurs de la défense. « La sécurisation du Vieux Continent est un enjeu existentiel et comme l'écrivait Antoine de Saint-Exupéry dans *Citadelle*, « pour ce qui est de l'avenir, il ne s'agit pas de le prévoir, mais de le rendre possible », commente Sébastien Grasset, directeur général d'Auris Gestion. « Nous sommes fiers de pouvoir répondre à l'appel lancé par les gouvernements européens en matière de financement des secteurs stratégiques mais aussi de faire bénéficier nos clients d'une fenêtre d'investissement particulièrement adéquate sur ces secteurs portés par des flux importants », ajoute le dirigeant.

LES SCPI SORTENT DE L'ORNIÈRE

Le retour en grâce des SCPI

Après deux années mouvementées liées à la hausse des taux et aux tensions inflationnistes, les sociétés civiles de placement immobilier (SCPI) semblent sortir progressivement de l'ornière. Si certaines affichent encore des parts en atteinte de retrait dépréciées et une vacance importante au sein des immeubles, d'autres tirent leur épingle jeu en affichant des rendements en hausse, voire en relevant leur prix de leur part. Six véhicules sur 225 ont réussi cette prouesse : Patrimonia Capital et Rendement, de la société de gestion éponyme, Sofidynamic de Sofidy, Coeur d'Europe de Sogénial, Epsicap Nano d'Epsicap REIM, Kyaneos Pierre de Kyaneos AM et Iroko Zen. « Nous recueillons les fruits de notre stratégie basée sur les petits et moyens actifs immobiliers (bureaux, commerces, logistique, etc.) qui présentent selon nous un couple rendement-risque plus intéressant », commente Léonard Hery, directeur général d'Epsicap REIM.

Par ailleurs, à l'image d'autres jeunes SCPI comme Remake, Epsicap a rapidement tourné son appétit vers d'autres pays européens que la France. « Nous investissons en Espagne, au Portugal et au Royaume-Uni. L'idée est de se positionner sur d'autres cycles politiques, économiques et immobiliers », explique le dirigeant. D'ici à fin 2026, l'objectif de la SCPI est de réduire son exposition à la France en dessous des 40 %. Attention met en garde l'expert, si la revalorisation des parts constitue la preuve de la bonne santé d'une SCPI, elle peut s'accompa-

PENDANT LA PÉRIODE DU DÉMEMBREMENT, C'EST LE BAILLEUR QUI SE CHARGE DE GÉRER, D'ENTRETENIR ET DE LOUER LE BIEN

gner chez certains acteurs d'un effet de bord pour les nouveaux acheteurs : à prix de part plus élevé, le rendement facial devient mécaniquement plus bas. « Ce n'est pas le cas pour la SCPI Epsicap Nano qui maintient sa performance tout en revalorisant le prix de sa part chaque année », assure Léonard Hery. Pour ce dernier, la période de faiblesse traversée par l'immobilier tertiaire, propice à l'investissement, pourrait bientôt s'achever avec la fin du cycle d'assouplissement monétaire de Banque centrale européenne (BCE). « Je recommande aux investisseurs de se pencher sur le marché immobilier avant que la fenêtre ne se referme », indique Léonard Hery.

Le démembrement, un placement de long terme particulièrement attractif

Les épargnants qui souhaitent accroître leur patrimoine immobilier dans une optique de long terme pourraient s'intéresser également au démembrement de propriété. Cette technique repose sur le partage de l'usufruit et de la nue-propriété qui sont les deux droits constitutifs de la pleine propriété. Le nu-propriétaire possède le bien sans en avoir l'usage, pendant une durée définie contractuellement, de 15 à 20 ans, tandis que le bailleur-usufruitier dispose du droit d'usage du bien en assurant la gestion locative globale, tout en percevant, au fil de l'eau, les revenus afférents.

« La nue-propriété offre une décote de 30 à 40 % sur le prix d'achat dans un cadre fiscal particulièrement attractif (exonération de l'Impôt sur la Fortune Immobilière, absence de taxe foncière et avantage sur la plus-value à la revente) », indique Nicolas de Bucy, directeur général de Perl, principal acteur du marché de l'usufruit locatif social. L'achat par un particulier d'un logement en nue-propriété dont l'usufruit est simultanément acquis par un bailleur institutionnel (un organisme HLM par exemple) pour une durée minimum de 15 ans est également avantageux au regard de l'impôt sur le revenu. Pendant la période du démembrement, c'est le bailleur qui se charge de gérer, d'entretenir et de louer le bien. « Dans la mesure où l'investisseur nu-propriétaire n'encaisse aucun loyer pendant cette période, son investissement ne génère aucune fiscalité complémentaire : ni impôt sur le revenu, ni prélèvements sociaux. S'il a contracté un crédit bancaire, il peut en outre déduire les intérêts des revenus locatifs qu'il pourrait percevoir par ailleurs », explique Nicolas de Bucy.

FRANÇOIS PILLOUX

le chiffre

4,5 %

Le rendement de la dette française à 30 ans, considéré comme un baromètre de la confiance des investisseurs à long terme, a franchi mardi 2 septembre le seuil des 4,5 % pour la première fois depuis 2011, lorsque la zone euro était en pleine crise des dettes souveraines.

bons plans

L'ETF Crypto et Blockchain de VanEck atteint la barre des 500 millions de dollars

L'ETF VanEck Crypto and Blockchain Innovators géré par le géant américain de la gestion d'actifs VanEck a atteint fin juillet un encours de 500 millions de dollars. L'ETF investit à l'échelle mondiale dans des entreprises actives dans l'écosystème des actifs numériques – parmi lesquelles des plates-formes d'échange pour actifs numériques, des fournisseurs d'infrastructure blockchain ainsi que des opérateurs de minage de cryptomonnaies.

Agent Mandataire France lance son département Club Deal Immobilier

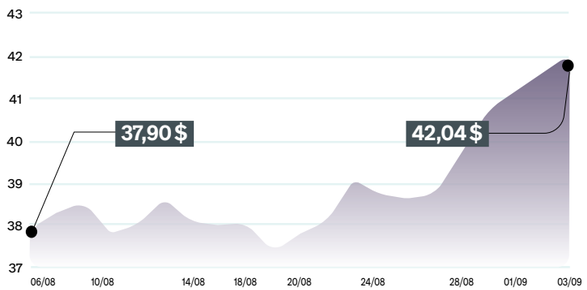
Le réseau spécialisé dans l'investissement immobilier a annoncé la création d'un département entièrement dédié à la commercialisation d'actifs « off-market » auprès des investisseurs professionnels. Chaque projet est accessible à partir de 1 million d'euros.

L'Institut Montaigne propose de créer un « Prêt viager hypothécaire Transmission Accession »

Le principe serait de permettre aux seniors d'aider leurs descendants à se constituer un apport en vue de l'acquisition d'un bien immobilier. La formule actuelle du Prêt viager hypothécaire (PVH) permet aux propriétaires de transformer une partie de la valeur d'un bien immobilier en liquidités, sans vendre ni quitter leur logement, et sans mensualités de remboursement. Le capital prêté est remboursé au moment de la succession ou de la vente du bien. Afin de rendre ce schéma attractif, l'Institut Montaigne propose que ce prêt ne soit pas « considéré comme une donation » et soit « déduit des droits de succession ».

achetez/vendez

L'argent s'envole



Le cours de l'once d'argent évoluait début septembre près de son plus haut de 2011, soutenu par la perspective d'une baisse des taux aux États-Unis et le bond des projets liés à l'énergie solaire en Asie, alors que le métal joue un rôle stratégique dans les infrastructures photovoltaïques.

analyses

Les actions américaines sont plus chères qu'à l'ère de la bulle Internet

En août dernier, la question d'une éventuelle bulle des actions américaines, et notamment celles liées à l'intelligence artificielle, est revenue sur le devant de la scène. L'indice S&P 500, le préféré des gérants, n'a jamais été aussi cher, ni aussi concentré sur un nombre réduit de sociétés. Les 10 plus grandes sociétés du S&P 500 représentent presque 40% des 500 entreprises qui composent l'indice, un record historique. L'enchaînement des records historiques pour le S&P 500 n'est pas sans conséquence. Le ratio valorisation/chiffre d'affaires, vient de dépasser le niveau de la bulle Internet du début des années 2000. « Les investisseurs paient désormais plus que jamais pour chaque dollar de chiffre d'affaires généré par les entreprises de l'indice », a commenté Antoine Fraysse-Soulier, analyste de marché pour eToro dans une note adressée à ses clients. Pour l'expert, la combinaison de valorisations très élevées et d'un volume de transactions très important accroît indéniablement la vulnérabilité du marché. Si tout le monde est effectivement long sur les mêmes valeurs, que se passe-t-il lorsque chacun vend au même moment ? Pour l'instant, rien n'indique un début de correction, ni même de consolidation à Wall Street.

L'or continue de briller

Après un bond de près de 30% en 2024, le cours de l'or affiche la meilleure performance cette année, parmi les classes d'actifs majeures avec un gain de 32% depuis janvier. Surtout, il n'en finit pas de franchir de nouveaux seuils. Mardi 2 septembre, il a dépassé la barre des 3 500 dollars l'once au comptant, à un nouveau record de 3 530 dollars. Pour Philippe Crevel, directeur du Cercle de l'épargne, « si, ces derniers mois, les tensions géopolitiques et commerciales expliquaient l'appréciation du métal précieux, en cette rentrée 2025, c'est la possible évolution de la politique monétaire de la banque centrale américaine qui y contribue ». La probable baisse des taux directeurs de la Réserve fédérale (Fed) au mois de septembre rendra moins attractifs les placements en dollars ou ceux qui rapportent des intérêts, ce qui incite les investisseurs à rechercher d'autres actifs jouant le rôle de valeur refuge. Selon Peter Kinsella, responsable de la stratégie changes et métaux précieux chez UBP, « cette hausse reflète la réaction du marché aux tentatives de Donald Trump d'influencer la politique de la Fed. Les demandes du président américain en faveur d'une politique monétaire plus souple sont bien connues, et il est allé encore plus loin en limogeant Lisa Cook, membre de la Fed ». Dans un contexte géopolitique des plus incertains, Peter Kinsella estime par ailleurs que l'or restera un pilier de stabilité.

bons plans

HSBC affiche sa confiance sur le luxe

HSBC prévoit une amélioration des perspectives des valeurs du secteur du luxe après quatre trimestres difficiles. La banque d'affaires s'attend à un redressement de l'activité au second semestre 2025 puis à une croissance soutenue en 2026 grâce notamment à la reprise de la demande en Chine. HSBC a relevé sa recommandation de «Conserver» à «Acheter» sur Kering et LVMH mais abaissé son conseil sur Hermès d'«Acheter» à «Conserver».

Deutsche Bank devient positif sur Sanofi

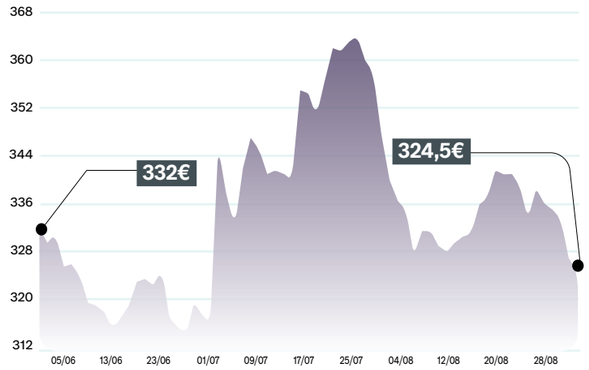
Deutsche Bank a relevé sa recommandation sur Sanofi de «Conserver» à «Acheter». La banque allemande estime que le lancement espéré du traitement expérimental amlitelimab dans le traitement de la dermatite atopique devrait contribuer à compenser l'expiration du brevet du Dupixent, le médicament vedette du laboratoire pharmaceutique, à partir de 2031.

JPMorgan mise sur Bouygues

JPMorgan a relevé sa recommandation sur Bouygues de «Neutre» à «Surpondérer» après avoir relevé la valorisation d'Equans, la filiale de services multi-techniques du groupe diversifié. L'intermédiaire financier estime par ailleurs que la consolidation du marché français des télécommunications, qui pourrait intervenir d'ici à la fin de cette année, devrait soutenir l'action du propriétaire de Bouygues Telecom.

spéculons

Virbac, c'est prometteur !



TP ICAP Midcap a relevé son objectif de cours de 378 euros à 400 euros sur le titre Virbac, tout en confirmant sa recommandation «acheter», induisant un potentiel de hausse de 22 % par rapport au cours de clôture du 2 septembre de 327 euros.

le chiffre

1 million de dollars

La prévision de cours du bitcoin dans les années à venir d'Eric Trump, le fils du président américain Donald Trump et fondateur de la société de minage American Bitcoin.

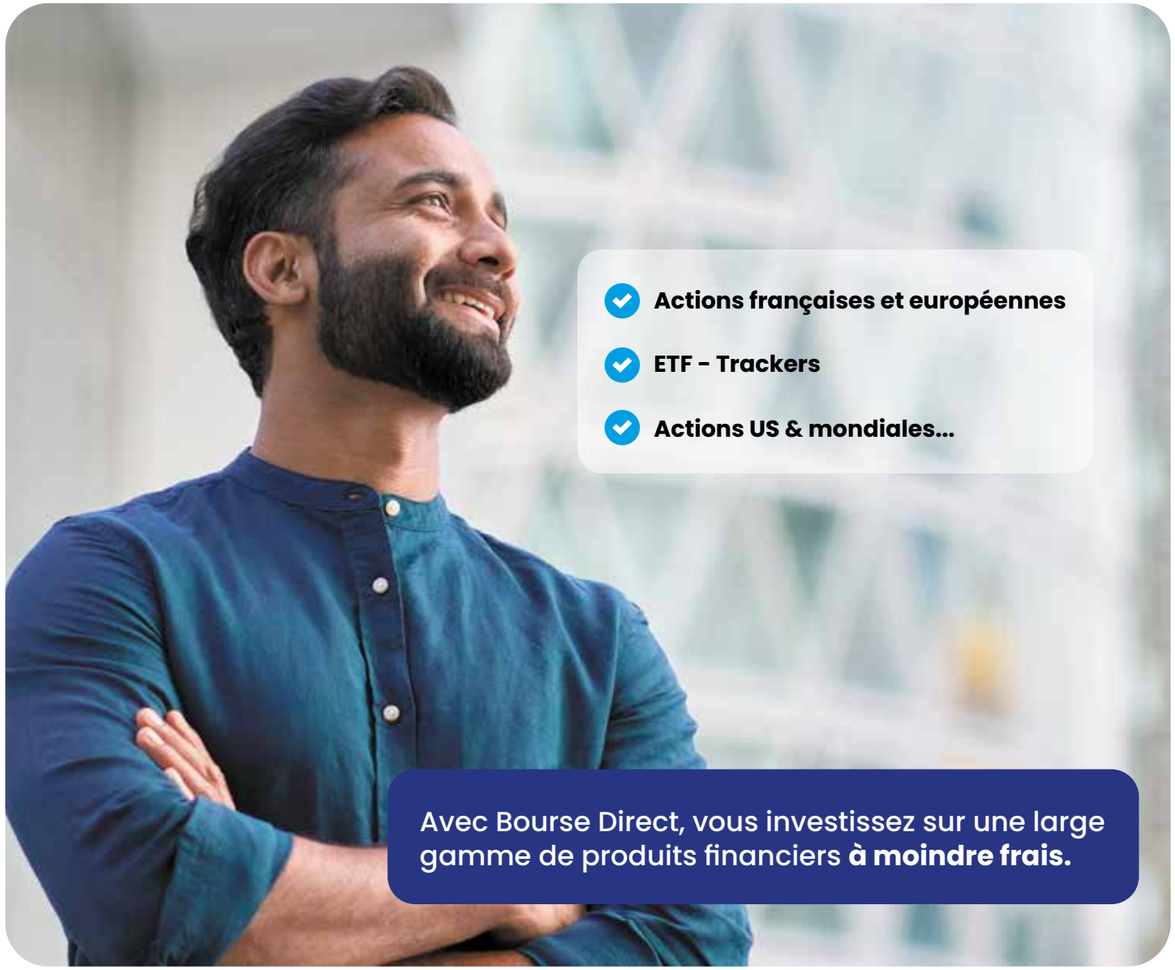
analyses

Sodexo pourrait relever la tête en 2026

Début juillet, Sodexo a publié un chiffre d'affaires en hausse de 3% au troisième trimestre de son exercice décalé (mars-mai) et annoncé viser le bas de la fourchette attendue pour cette année entre +3% et +4%. Pas d'embellie en vue donc au cours des prochains mois pour le groupe de restauration collective et de services. En conséquence, L'action stagne depuis au-dessus des 50 euros, soit à son bas niveau depuis plus de trois ans. Pour autant, dans une note publiée en septembre, UBS a maintenu sa recommandation d'Achat sur le titre avec un objectif de cours inchangé de 66,75 euros. L'intermédiaire financier prévoit en effet une reprise de la croissance lors du prochain exercice alors que l'impact des contrats perdus l'an dernier devrait s'estomper.

Bien gérer ses investissements, c'est essentiel

BOURSE DIRECT



0€ de droits de garde
de frais d'inactivité
de frais de tenue de compte

100% Frais de transfert remboursés*

Découvrir

PEA - Compte titres ■ Assurance vie ■ Épargne

*À hauteur de 200 € pour un compte titres et 150 € pour un compte PEA, PEA Jeunes ou PEA-PME. Au-delà, nous consulter.
Bourse Direct - 374, rue Saint-Honoré - 75001 Paris - Société Anonyme à directoire et conseil de surveillance au capital de 13 226 058,25 €
RCS Paris B 408 790 608 - ORIAS 08044344.

Investir en bourse presente un risque de perte en capital – Communication promotionnelle

L'ether séduit davantage que le bitcoin

Le bitcoin a subi au mois d'août une forte volatilité. Après avoir atteint le 14 août un nouveau record historique à plus de 124 000 dollars, la plus célèbre des cryptomonnaies a essuyé une vague de prises de bénéfices. Il a clôturé le mois à 109 127 dollars, en repli de 6,3% par rapport à fin juillet. En parallèle, l'ether affiche un gain mensuel de 19,3%. Sur les cinq dernières séances d'août, l'ether a capté dix fois plus de flux que le bitcoin. Pour Anthony Sassano, figure de l'écosystème, ce basculement est «brutal» et marque une étape dans la hiérarchie crypto. «Depuis juillet, les flux cumulés sur l'ether approchent les 10 milliards de dollars, portant le total à 13,6 milliards de dollars en un peu plus d'un an», a commenté John Plassard, responsable des investissements de Cité Gestion dans une note adressée à ses clients. Si le bitcoin reste dominant avec 54 milliards de dollars d'encours pour les ETF bitcoin, l'écart se réduit rapidement avec les ETF ether. «Pour Jan van Eck, PDG du géant américain de la gestion d'actifs VanEck, l'ether est désormais le *token de Wall Street*, a souligné le professionnel. «Selon les

données de la Securities and Exchange (SEC) américaine, Goldman Sachs figure en tête des détenteurs d'ETF ether avec une exposition de 712 millions de dollars, preuve que le secteur institutionnel mène le mouvement», a conclu John Plassard.

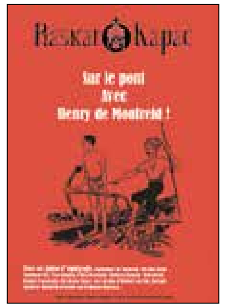
Valneva souffle le chaud et le froid avec ses vaccins

Le 25 août dernier, Valneva a refroidi les ardeurs des investisseurs, le titre chutant de plus de 22% en une seule séance. Le fabricant de vaccins a annoncé que la Food and Drug Administration (FDA), l'autorité sanitaire américaine, avait suspendu la licence de son vaccin Ixchiq contre la maladie causée par le virus du chikungunya. Cette suspension, entrée en vigueur immédiatement a impliqué une interruption de l'expédition et de la vente de l'Ixchiq aux États-Unis. Cette décision soudaine a fait suite à l'enregistrement de quatre nouveaux cas d'effets indésirables graves. Pour Mohamed Kaabouni, analyste financier chez Portzamparc, cette décision constitue un coup dur pour le groupe français, bien qu'elle ne soit pas définitive pour le moment. Surtout rappelle l'expert, la valeur de la société porte essentiellement sur les résultats de son vaccin expérimental contre la maladie de Lyme et la poursuite de la bonne dynamique commerciale des autres produits, c'est-à-dire le vaccin Ixiaro contre l'encéphalite japonaise et le vaccin Dukoral contre le choléra. Or, début septembre, Valneva a rassuré en présentant des résultats d'étude positifs concernant l'utilisation d'une troisième dose de rappel de son vaccin expérimental contre cette maladie de Lyme, VLA15, développé en partenariat avec l'américain Pfizer. Dès lors, Pfizer prévoit de soumettre des demandes d'autorisation de mise sur le marché auprès de la FDA, et de l'agence européenne des médicaments (EMA) en 2026. L'enjeu est d'importance. Lors d'une journée investisseurs organisée en octobre dernier, Valneva avait annoncé prévoir «une rentabilité durable» à partir de 2027 si son vaccin contre la maladie de Lyme était approuvé. La maladie de Lyme est une infection systémique causée par une bactérie transmise à l'homme par les tiques. Bien que l'incidence réelle de cette maladie soit inconnue, elle toucherait environ 476 000 personnes par an aux États-Unis et 132 000 personnes par an en Europe.

SUD RADIO
PARLONS VRAI
DÉBATS, OPINIONS, PROXIMITÉ, LIBERTÉ
LA RADIO GÉNÉRALISTE NATIONALE
TOUTES LES FRÉQUENCES EN FRANCE SUR
SUDRADIO.FR
Sud Radio est une des sociétés de Fiducial Médias
ÉCOUTEZ SUR SUDRADIO.FR

REVUE

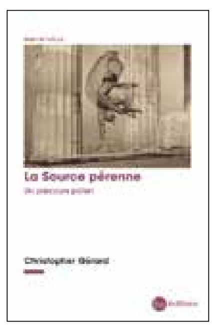
Sur le pont avec Henry de Monfreid. Dessins d'Hubert van Rie. www.raskarkapac.com, 50 pages, 40 euros.



Pour fêter ses dix ans, la revue de Maxime Dalle rend hommage à Henry de Monfreid, auteur mythique *des Secrets de la mer rouge,* « parcheminé, osseux, incisif et solaire », comme le décrit Christiane Rancé, fascinée enfant par « les pêcheurs de perles, les fumeurs de haschich, le couperet des pirates, la navigation nocturne des boutres sombres et les côtes interdites de la Somalie. » Guillaume de Monfreid, son neveu, voit en lui un allié spirituel de Teilhard de Chardin et de Charles de Foucauld, en osmose avec la nature, « à la limite du paganisme ». Stéphane Barsacq présente un texte inédit sur la découverte du Harrar si cher à Rimbaud, retrouvé dans une malle ayant appartenu à Pierre-Vaillant Couturier, cofondateur du PCF et premier mari de la journaliste Ida Treat qui la possédait. Il y décrit sa visite dans la cour d'une prison où il voit de pauvres hères enchaînés aux pieds et aux poignets, parlant de « supplice atroce », qui rappelle l'Albert Londres reporter. Poignant.

ESSAI

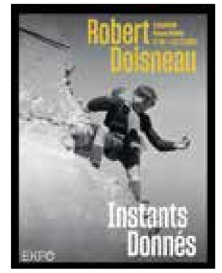
La Source pérenne, de Christopher Gérard, La Nouvelle librairie, 262 pages, 22 euros.



Contre le nihilisme moderne, Christopher Gérard se dit païen, fier de vénérer Épicure et Sénèque comme les antisocratiques. « Le païen est un civilisé, se vante-t-il, l'héritier conscient d'une culture plurimillénaire qu'il entend maintenir, enrichir et transmettre. » Il se juge *insoumis* depuis l'enfance, comme un archétype de l'homme européen qu'il est foncièrement, né d'une mère d'origine anglo-irlandaise et d'un père brabançon, en 1962. N'a-t-il pas raison de lier sa ferveur à toutes les renaissances en Europe « qui se sont faites par un recours à la mémoire païenne » ? Son essai se lit avec délectation, s'appuyant sur des auteurs anticonformistes qui rejettent la bien pensance. « Une vie qui n'est pas un rite perpétuel d'actions de grâce n'est pas une vie réussie », a écrit Alain Daniélou dans ses *Contes du labyrinthe.* Le voilà en totale harmonie avec ce précepte qu'il essaie d'appliquer à lui-même. On le comprend en lisant ces pages brûlantes, hantées par les mythes, le cosmos et l'Odyssée. Le culte qu'il voue au Soleil est sa façon de vénérer « l'ordre du monde ». Marcher en Irlande, en Bretagne ou en Grèce est pour lui une liturgie. Éros et Thanatos n'ont pas de secret pour ce lettré qui sait qu'après le zénith vient le déclin, ayant appris dans Montherlant le principe de l'alternance. Christopher Gérard est un sage qui a fait de sa propre spiritualité une source de vérité, citant le cardinal Daniélou : « Le païen est celui qui reconnaît le divin à travers sa manifestation dans le monde visible ».

EXPOSITION

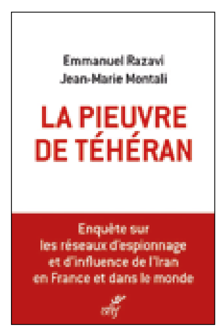
Robert Doisneau, « Instants donnés ». Musée Maillol, jusqu'au 12 octobre 2025. www.museemaillol.com



Avec Izis (1911-1980), Robert Doisneau (1912-1994), fut le photographe le plus doué de cette génération que l'on range souvent dans la catégorie de la « photographie humaniste ». Son talent s'exprime dans la rue, dès les années 30, auprès des gamins de Paris et des faubourgs, des piliers de bistrot, des jeunes filles prenant le soleil à la terrasse d'un café. Il connaît par cœur, armé de son Rolleiflex, ce qu'il appelle « le sirop de la rue » où se jouent les scènes d'une vie quotidienne d'avant et après-guerre, joyeuses et répétitives, entre les jeux, la franche camaraderie, le 14 juillet et la vie en usine, lui qui a travaillé un temps chez Renault. Ses images en noir et blanc sont alors l'expression de cette France mélancolique et pathétique parfois. On aime aussi le Doisneau reporter pour *Vogue* avec soirées mondaines, smokings et robes longues. Tout chez Doisneau respire le mouvement, la grâce de moments volés, jusqu'à ce baiser de l'Hôtel de ville qui semble filmé. Plus de 400 clichés sont exposés avec délicatesse au musée Maillol. Ne pas rater ses reportages dans les ateliers d'artistes (Picasso, Fautrier, Léger, Giacometti) ou près des écrivains. Simenon ressemble à Jacques Tati et Blondin rayonne devant son ballon de rouge. Admirable !

ENQUÊTE

La pieuvre de Téhéran, de Jean-Marie Montali et Emmanuel Razavi, Éditions du Cerf, 236 pages, 19,90 euros.



Deux grands reporters ont enquêté sur les mécanismes de l'ingérence iranienne aux États-Unis et en Europe. Ils insistent sur l'importance de la force Al-Qods du Corps des Gardiens de la révolution islamique ayant pour mission d'entraîner les futurs terroristes et notamment 500 membres du Hamas et du Jihad islamique, ayant transité par l'Égypte et la Syrie. On comprend mieux d'où viennent les réseaux islamistes tissés depuis 45 ans par l'Iran des mollahs, surtout depuis le retour du redoutable Ayatollah Khomeiny à Téhéran, après son exil parisien. Pour tout savoir sur l'alliance entre la République islamique d'Iran, la Syrie, les Houthis et les groupes terroristes, tels le Hezbollah, le Hamas et le Jihad islamique, comme les milices Hachd al-Chaabi en Irak. On assiste ainsi à la conjuration de ceux qui veulent imposer une vision unilatérale au Proche et Moyen-Orient tout en voulant déstabiliser l'Occident coûte que coûte (à lire les rapports contrastés en France et Iran). Les mêmes qui le 7 octobre 2023 ont massacré les habitants du district sud d'Israël, ramassis d'islamistes, de marxistes et de nationalistes « qui ont en commun l'antisionisme, l'anticolonialisme et l'anti-impérialisme occidental. »

Jeanne Bordeau
Artiste, auteure, conférencière, et linguiste

CONSULTER SON ŒUVRE
jeanne-bordeau.com
madamelangage.com
Instagram : jeannebordeau_artiste

Sous le label Madame Langage, Jeanne Bordeau, linguiste et artiste, intervient, pour les entreprises et les marques, sur tout sujet qui nécessite expérience et expertise en langage écrit et oral. Elle réunit, selon les besoins des clients, les experts adéquats. Madame Langage est une marque de la société Anna Chroniques créée par Jeanne Bordeau en décembre 2019. Elle est l'auteur de treize livres et concepteur d'une quarantaine d'études sur l'évolution du langage économique et digital. À la demande, Madame Langage anime des conférences et des master classes sur ce qui fonde la qualité et l'efficacité du langage dans le monde de l'entreprise et des dirigeants. Depuis seize ans, elle crée chaque année une œuvre artistique et lexicale en 10 tableaux sur les mêmes dix thèmes. C'est un observatoire de 16 000 mots qui conte l'actualité. C'est pourquoi on la sollicite pour toute création en langage. Visitez la galerie en ligne de l'artiste : *jeanne-bordeau.com* et son Instagram Jeannebordeau_artiste.

En plus d'écrire dans EcoRéseau Business, elle est également chroniqueur pour Sud Radio et le Journal du Luxe.

« Rosalie », Femmes 2024

Flash-back sur les mots des femmes en 2024

En 2024, l'affaire Pelicot a envahi l'actualité et des mots comme *violeurs, déni du viol, procès de Mazan* sont des mots qui ont été à la une des media.

Ce lexique violent a confirmé la question déjà posée l'année d'avant : *faut-il inscrire le consentement dans la loi ?*

Quand Depardieu continue de faire parler de ses agressions et Gérard Miller ... décidément le harcèlement et le viol sont incrustés dans le lexique et sont depuis quelques années des mots prédominants dans le vocabulaire autour de la femme.

En même temps, les femmes de plus en plus apparaissent comme des combattantes et des résistantes : des Iraniennes aux Afghanes rebelles, dans bien des parties de la planète les femmes se battent pour leur droit à la liberté d'être.

Mais qu'est-ce qu'une femme ? Une femme libre ? On peut continuer de se le demander et c'est pourquoi cette année, j'ai dessiné un tableau avec une femme au visage grimaçant qui possède un rire qui se transforme en rictus.

En effet, c'est comme si du côté occidental la femme soi-disant libre d'être - et que tant d'autres cultures envient - se devait malgré tout d'être à la fois active, autonome, mère modèle, épouse mais en plus, belle, toujours belle, encore plus belle !

Depuis 18 ans, des mots futiles pourtant rôdent toujours dans les fresques que je crée contant les femmes.

On lit cette année encore des mots comme *k beauty, beauty high tech*, c'est un piège, la femme est un physique, un être qui semble toujours devoir offrir un look. Malgré tous les combats pour le droit des femmes, être belle, c'est un diktat de la société occidentale.

De plus, on a beau nous dire que les femmes corpulentes et fortes sont tout autant appréciées que les femmes minces et sveltes, on en voit peu dans les photos de mannequins des journaux féminins ... les façons de photographier ces femmes disposées là pour séduire dans des poses aguicheuses, parfois presque provocantes, en disent long ! Les visuels de ces femmes photographiées à demi nues sont là pour présenter un sac à main de luxe, un parfum...Cette quasi-nudité est-elle indispensable ?

Ces images confirment dans l'inconscient collectif que les archétypes et façons de penser rétrogrades sont encore là, toujours là.

Décidément, Il y a raison et émotion dans le langage. Et on combat mieux l'univers de la raison que celui de l'émotion où les images et mots de la femme objet de séduction rôdent encore ! Alors oui, j'ai composé une femme au sourire étrange qui pourrait sembler rire autant que pleurer !

Le saviez-vous ?

Lors d'un voyage en Australie (dont elle était aussi la souveraine), la reine Elizabeth II rédigea une lettre en demandant à ce que la missive ne soit ouverte et lue qu'en 2085. La capsule temporelle se trouve donc toujours au Queen Victoria Building, et ce depuis 1986. Il est d'ailleurs intéressant de noter qu'une capsule temporelle peut prendre bien des formes, qu'il s'agisse d'un objet dans lequel des objets anciens se trouvent enfermés, ou d'une simple lettre. Après l'affaire George Floyd, survenue aux Etats-Unis en 2021, une statue du Général Lee (commandant des armées confédérées pendant la Guerre de Sécession) fut déboulonnée et enlevée de son socle pour des raisons évidentes. On découvrit alors deux capsules temporelles datant de la Guerre de Sécession dans son socle et son piédestal... Dun dun dun !

Œillères

Mettre des œillères, c'est une expression simple à comprendre : c'est une façon de dire «*Je regarde ailleurs pendant que quelque chose d'important a lieu*». Par exemple, la montée du nazisme dans les années 30, ou certains éléments d'actualité : on met des œillères parce que ça permet de ne pas voir la souffrance des autres. On préfère échapper à ce chaos ambiant en regardant de l'autre côté. Mets un pansement sur cette jambe de bois, Billy, ça devrait aller. Mais les loups entrent où ils veulent... Pour peu que le gardien laisse la porte du zoo ouverte.

Honk honk

Honk honk... Fait le morse. Bien sûr, il ne s'agit pas du morse répugnant aux grandes dents de la série Pingu. Non, non. Ici, nous allons parler de ce qui a permis au Titanic de contacter les copains (aka navires environnants) avant de couler. Le morse, c'est un code / alphabet inventé en 1838 qui est vu comme le précurseur des communications numériques. Mais saviez-vous que plusieurs navires avaient contacté le Titanic avant le naufrage ? En fait, les personnes aux commandes desdits navires avaient remarqué la présence d'icebergs. Le Californian, le Caronia, le Baltic et le Noordam avaient tenté d'en informer le Titanic... En vain. On ferait bien une vanne sur le fait d'envoyer une bouteille à la mer, mais ça tomberait à l'eau. Néanmoins, il est important de noter que sans l'existence du code morse, le Titanic n'aurait pas pu appeler à l'aide, et le Carpathia n'aurait pas pu secourir les rescapés. Au passage... non, la porte du film n'était pas en mesure de supporter le poids de Rose ET Jack.

★

« « Tu es merveilleuse »,

déclare le célèbre auteur Arthur Conan Doyle à sa femme. Le créateur de Sherlock Holmes meurt à l'âge de 71 ans quelques instants plus tard, suite à une crise cardiaque. Bien sûr, cette citation peut paraître un peu anodine en comparaison avec les derniers mots d'autres auteurs, mais elle reste touchante. Exprimer son amour à la personne qui a partagé votre vie jusqu'à la fin juste avant de rendre son dernier souffle... Peut-on espérer mieux ?

CHAMPAGNE
DUVAL-LEROY
MAISON FAMILIALE ET INDÉPENDANTE
depuis 1859

FLEUR DE CHAMPAGNE

Brut Premier Cru

Premier champagne élaboré avec des raisins Premiers & Grands Crus, depuis 1911.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ
À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

bpifrance
SERVIR L'AVENIR

ENTREPRENEURS, DITES-LE HAUT ET VRAI

big.bpifrance.fr

BIG
LE PLUS GRAND RASSEMBLEMENT BUSINESS D'EUROPE
23.09.25 • ACCOR ARENA, PARIS • #BIG2025

RCS 507 523 678

Mouvement des Entreprises de France
CCI PARIS ILE-DE-FRANCE
Business France
BANQUE DE FRANCE EUROSYSTÈME
GSC
cnrs
apec
Banque européenne d'investissement | Groupe
Harmonie mutuelle
PAPREC
ARKEMA
CAISSE D'EPARGNE
KPMG
CISCO
LA BANQUE POSTALE
BUREAU VERITAS
MACIF
HSBC Innovation Banking
BFM BUSINESS
LA TRIBUNE
JCDecaux
Brut.
ELLE
BIG média
Maddyness
Les Echos
Le Parisien
C'EST QUI LA BOSS ?
ECORESEAU BUSINESS