

ESCP ALUMNI magazine

#203 / Septembre 2023 / Le média des Alumni

An illustration of a courtyard. In the background, there is a light-colored building with several windows. In the foreground, there are several large, rounded, green trees. The ground is a dark blue color, and there are several yellow stars scattered across it, resembling the flag of the European Union. The overall style is a simple, colorful illustration.

ESCP : une idée européenne

Pioneering our way through.

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

TK TIKEHAU
CAPITAL

PRIVATE DEBT
REAL ASSETS
PRIVATE EQUITY
CAPITAL MARKETS
STRATEGIES

Alternative Thinking



tikehaucapital.com

FRANCE | UNITED KINGDOM | SINGAPORE | BELGIUM | ITALY | SPAIN | KOREA | UNITED STATES | JAPAN
LUXEMBOURG | NETHERLANDS | GERMANY | ISRAEL | SWITZERLAND | UNITED ARAB EMIRATES



L'ÉDITO

D'ÉVA MOLLAT DU JOURDIN (98)
Délégue Générale ESCP Alumni

L'Europe : nos racines, nos valeurs et notre futur

Notre communauté est internationale, il n'y a pas de doute là-dessus.

Riche de plus de 130 nationalités, elle est le reflet de notre monde dans sa diversité.

Tous ces profils ont façonné notre communauté au fil des années. Ils ont fait de nous l'Ecole et les individus que nous sommes aujourd'hui. La création de l'EAP en 1973 et la fusion en 1999 ont été des temps forts de cette construction.

Nous sommes heureux et fiers de pouvoir célébrer cette année les 50 ans d'excellence européenne. Aujourd'hui, avec des campus à Berlin, Londres, Madrid, Paris, Turin et Varsovie, ESCP est la seule école de commerce à offrir aux Européens et aux non-Européens une vision unique et complète de l'Europe.

Ces valeurs humanistes et de multiculturalisme sont celles que nous portons et que nous défendons au quotidien. Le succès des classements qui se succèdent démontrent la force de notre modèle. Alors célébrons ensemble la singularité de notre héritage et continuons à cultiver notre altérité.

Vous découvrirez aussi dans ce numéro l'interview du Professeur Léon Laulusa, récemment nommé Dean de notre belle Ecole. Les liens qui unissent ESCP Business School, ESCP Alumni et la Fondation ESCP sont de plus en plus forts et cet alignement nous permettra d'atteindre des sommets. Nous souhaitons beaucoup de succès à Léon dans ses nouvelles fonctions et serons à ses côtés pour inventer le futur de ESCP !

Europe: our roots, our values and our future

Our community is international, there's no doubt about it.

With over 130 nationalities, it reflects the diversity of our world.

All these profiles have shaped our community over the years. They have made us the school and the individuals we are today. The creation of EAP in 1973 and the merger in 1999 were essential steps in this process.

We are delighted and proud to celebrate 50 years of European excellence this year. Today, with campuses in Berlin, London, Madrid, Paris, Turin and Warsaw, ESCP is the only business school to offer Europeans and non-Europeans a unique and comprehensive vision of Europe.

These humanist and multicultural values are what we stand for and defend everyday. The success of one ranking after another demonstrates the strength of our model.

So let's all celebrate the uniqueness of our heritage and let's continue to cultivate our otherness.

This issue also features an interview with Professor Léon Laulusa, recently appointed Dean of our great School. The ties that join ESCP Business School, ESCP Alumni and the ESCP Foundation are increasingly strong, and this alignment will enable us to reach new peaks. We wish Léon many successes in his new role and will be by his side to invent the future of ESCP!

Sommaire



News

- 5** Zapping
- 8** Ils/elles bougent!
Agnès BENASSY-QUERE (ESCP 97)
Marie-Christine AULAGNON (ESCP 86)
Paul BOURDILLON (ESCP 96)
François-Cyrille DE RENDINGER (EAP 91)
Joel SRAER (ESCP 97)
- 13** Agenda/Carnet

Dossier

- 14** Management européen : mode d'emploi
- 20** L'eupéanisation d'ESCP en 10 dates

- 22** Interview. Leon LAULUSA, directeur général de ESCP Business School dévoile ses ambitions pour le futur de l'école

Carrière

Coaching

- 26** Le pitch : faites la différence. Par Laurent ZYLBERSTEIN, associé fondateur de Cap Dirigeant

Portrait

- 30** Amélie DUMONT (MiM 04), chief revenue & impact officer de Phenix. Alumni of the Year 2023

Grand entretien

- 34** Guillaume SENECLAUZE (ESCP 89), président de Monoprix et Naturalia

Créateurs

- 32** Sophia ALJ (MiM 15) et Ismaël BELKHAYAT (MiM 08) co-fondateurs de Chari. Alumni of the Year 2023
- 37** Tiphaine BEGUINOT (MS 14), fondatrice et directrice générale de Popote

Réseau

Échos du réseau

- 39** Le Groupe Professions Juridiques débat du rôle de l'état face au défi environnemental
- 40** Summer Party 2023. Retour sur la plus belle fête de l'été !
- 42** The ESCP Alumni community is making a strong comeback in New York!
- 43** Le Groupe Ressources Humaines réfléchit au partage de la valeur en entreprise
- 44** À lire

Campus

École

- 47** United for European spirit ! Une tournée européenne Inside Out sur les campus de ESCP
- 50** Brèves
- 54** Chairs & Professorships
- 56** Why entrepreneurs need to make use of chance, René Mauer Professor Entrepreneurship, ESCP Business School

Fondation

- 58** Interview Thibault BASQUIN (ESCP 2001),

Student Life

- 61** Le Quatter, bar légendaire d'ESCP

Culture

Mots Croisés

- 63** 50 ans d'Europe à ESCP

Rencontre avec un étudiant

- 64** Les meilleures notes d'Ambroise SOUBRIER (MiM 21)

Green is Good

- 66** Voyageons mieux avec Hugo BAZIN (MS 16) et Tictactrip

Si Seniors !

- 68** Henry DE BROSES (EAP 82), le négociateur

La vie des entreprises

- 71** Vie des entreprises

RETROUVEZ ESCP ALUMNI SUR :

 Escpalumni  @ESCPAlumni  ESCPALumni

ESCP MAGAZINE EST ÉDITÉ PAR : L'Association ESCP Alumni – 6-8 avenue de la Porte de Champerret, 75017 Paris – Tél. : 01 43 57 24 03 • **DIRECTEUR DE LA PUBLICATION :** Bertrand DUMAZY (ESCP 94) • **DIRECTRICE ADJOINTE DE LA PUBLICATION :** Eva MOLLAT DU JOURDIN (MS 98) • **RÉDACTEUR EN CHEF :** Arthur JEANNE (MSI 13) • **CONSEILLER EDITORIAL :** Brieux FEROT (MiM 04) • **COMITÉ DE RÉDACTION :** Maud AUTRECHY, Gilles GOUTEUX, Florence JACOB, Brieux FEROT (MiM 04), Luc MAROT (ESCP 83), François VALVERDE (ESCP 46), Henry DE BROSES (EAP 82) • **RÉDACTION :** Houda GHARBI, Adrien CANDAU, Florian LEFEVRE, Ana BOYRIE, Fabien PALEM et Eric MAGGIORI • **COORDINATRICE DE RÉDACTION :** Linda WAKAM, lwakam@escpalumni.org • **CONTRIBUTEURS :** Florence JACOB, Gilles GOUTEUX (MD 12), Jonathan SARDAS • **MAQUETTE :** Florent CHAGNON • **ILLUSTRATRICE :** COSMO • **PUBLICITÉ :** FFE – 15 rue des Sablons – 75116 Paris – Tél. : 01 53 36 20 40 – ffe@ffe.fr – Serge Schando, s.schando@ffe.fr, 01 43 57 91 62 • **RESPONSABLE TECHNIQUE :** Yaël SIBONY • **RÉDACTION DÉLÉGUÉE :** Hannibal + - Matthieu Binder • **IMPRIMEUR :** Espace Graphic. Commission Paritaire : n° 1126G82354 – Dépôt légal : 6090 – ISSN 2108-257X – Prix de l'abonnement (4 numéros) : 50€ plein tarif. Prix unitaire 15€.

News



3 Alumni dans le dernier “100 under 30” de Forbes Italia

Forbes Italia met en lumière dans son classement les jeunes leaders inspirants qui révolutionnent leurs industries respectives en Italie. Trois diplômés de ESCP Business School sont dans le top 100 cette année : **Andrea LUPO (MiM 19)**, Co-founder & General Manager de Sun Tzu Consulting, **Fabrizio CUSTORELLA (MBA 22)**, Co-founder & CFO de ReLearn, et **Simone QUARTA (MEM 19)**, Co-founder & CEO de BRIDGELogistica.

Forbes ITALIA

Forbes Italia – 9 mars 2023



Les start-up où investir en 2023

Dans son dernier classement des 100 start-up où investir en 2023, le magazine Challenges met à l'honneur 2 Alumni de ESCP Business School. En 2023, investissez dans les start-up de **Caroline SPAN (MS 13)**, Co-fondatrice de la néobanque communautaire, Welcome Place, et **Michella Abdallah ABOUJAOUDE (EMBA ESA 05)**, CEO de Digital Industrial Modules, une start-up spécialisée dans la technologie de construction (ConTech).

Challenges

Challenges – 23 mars 2023



Edenred entre au CAC 40

Bertrand DUMAZY (ESCP 94), est à la tête du groupe international à l'ascension fulgurante. Coté en Bourse depuis 2010 et membre du CAC 40 ESG depuis septembre 2022, l'entreprise a passé un nouveau cap cette année en entrant au CAC 40. Principalement connue pour son offre de Ticket-Restaurant représentant 44% de son chiffre d'affaires, l'entreprise a également su se distinguer en se développant à l'international et en digitalisant 3 grands services : les avantages salariés, les solutions de mobilités professionnelles et les paiements interentreprises.

LE FIGARO

Le Figaro – 8 juin 2023



Interview exclusive de la nouvelle Directrice Générale de leboncoin

Site incontournable des petites annonces, **Amandine DE SOUZA (MiM 04)**, patronne de l'entreprise depuis le mois d'avril 2023, dévoile dans sa première interview sa feuille de route pour les prochaines années. Dans un contexte où l'e-commerce et la seconde main sont deux secteurs très concurrentiels, l'ambition d'Amandine De Souza est claire : *«Nous voulons devenir un Amazon européen de la seconde main.»*



LSA – 15 juin 2023



AMI : la marque de prêt-à-porter qui ne connaît pas la crise

Avec un chiffre d'affaires de plus de 230 millions d'euros en 2022, AMI Paris s'est construit une place à part dans le monde de la mode. Depuis sa création en 2011, la marque connaît une croissance exponentielle tout en conservant la même identité grâce à son logo identifiable par tous. **Nicolas SANTI-WEIL (ESCP 01)**, PDG d'AMI, revient sur les débuts, les objectifs, le parcours et l'ascension de cette marque devenue incontournable.

Les Echos

Les Echos – 3 mai 2023



An Alumni in Atlantic Business Magazine's Top 50 CEO

Ashwin KUTTY (IMM 04), CEO & President of WeUsThen, is ranked in the Atlantic Canada's Top 50 CEO for the fourth time. Established in 1999, this ranking have grown into Atlantic Canada's premiere celebration of corporate leadership excellence. With its outstanding success in growing WeUsThen, a full-service advertising agency, Ashwin Kutty is a truly inspiring leader who had enabled its agency and its teams to become major players in advertising.



Atlantic Business Magazine - Mai 2023



W E N D E L

Investir *pour le long terme*

Wendel est l'une des toutes premières sociétés d'investissement cotées en Europe. Elle investit en Europe et en Amérique du Nord, dans des sociétés leaders dans leur secteur : ACAMS, Bureau Veritas, Constantia Flexibles, Crisis Prevention Institute, IHS Towers, Stahl et Tarkett. Elle joue souvent un rôle actif d'actionnaire majoritaire ou significatif dans les sociétés de son portefeuille.

Elle cherche à mettre en œuvre des stratégies de développement à long terme qui consistent à amplifier la croissance et la rentabilité de sociétés afin d'accroître leurs positions de leader. Avec Wendel Growth, Wendel investit également via des fonds ou en direct dans des entreprises innovantes et à forte croissance.

Agnès BÉNASSY-QUÉRÉ (ESCP 97) est promue Seconde Sous-Gouverneur de Banque de France



Depuis février 2023, Agnès BÉNASSY-QUÉRÉ occupe les fonctions de Seconde Sous-Gouverneur de la Banque de France. Elle est ainsi sous la responsabilité directe de François Villeroy De Galhau, Gouverneur.

Agnès BÉNASSY-QUÉRÉ est en congé de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et de l'École d'Économie de Paris

où elle est Professeure d'économie. Avant de rejoindre la Banque de France, elle était Cheffe économiste à la Direction générale du Trésor (2020-2023). De 2012 à 2017, elle a été Présidente déléguée du Conseil d'analyse économique. Entre 2006 et 2012, elle était Directrice du CEPII (2006-2012), et avait occupé des postes académiques dans les universités de Paris-Nanterre, Lille et Cergy-Pontoise, ainsi qu'à l'École Polytechnique.

Agnès BÉNASSY-QUÉRÉ a été membre du Haut Conseil de Stabilité Financière, du Conseil général de la Banque de France, du Conseil des prélèvements obligatoires, du Conseil national de productivité et du Conseil d'analyse économique franco-allemand. Elle a aussi été chercheuse non résidente à Bruegel et responsable du réseau de recherche du CEPR sur l'architecture économique européenne.

Ses recherches portent principalement sur le système monétaire international et sur la politique macroéconomique en Europe. De septembre 2011 à juillet 2014, pendant 3 saisons, Agnès BÉNASSY-QUÉRÉ a animé la chronique « Les idées claires » tous les jeudis matin dans l'émission Les Matins sur France Culture.

Agnès BÉNASSY-QUÉRÉ est Chevalière de la Légion d'Honneur (2012) et Officière de l'Ordre National du Mérite (2018)

PARCOURS

Enseignement

- ▶ **1993-1996** : Maître de conférences à l'université de Cergy-Pontoise
- ▶ **1996-1999** : Professeure à l'université Lille II
- ▶ **2000-2004** : Professeure à l'université Paris-Ouest Nanterre
- ▶ **Depuis 2004** : Professeure d'économie à l'université Paris-Panthéon-Sorbonne et à l'École d'Économie de Paris
- ▶ **2009-2011** : Professeure chargée de cours à l'École polytechnique
- ▶ **1998-2006** : Directrice adjointe du Centre d'études prospectives et d'informations internationales (CEPII)
- ▶ **2006-2012** : Directrice du CEPII
- ▶ **2012-2018** : Présidente déléguée du Conseil d'analyse économique
- ▶ **2017-2018** : Présidente de l'Association française de science économique (AFSE)
- ▶ **2020-2023** : Cheffe économiste à la Direction générale du Trésor

Recherche

- ▶ **1991-1992** : Économiste au bureau de la politique économique du ministère des Finances et de l'Industrie
- ▶ **Depuis 2023** : Seconde Sous-Gouverneur de la Banque de France

NOMINATIONS

AMÉLIE BARRE THIRIET (ESCP 03) est promue *Vice President Sales, Marketing and Communication de LVMH Hotel Management*, à ce poste depuis mars 2023.

VINCENT BAZZOCCHI (MiM 11) est promu *Directeur au sein de l'équipe Andera MidCap d'Andera Partners*, à ce poste depuis avril 2023.

MATHILDE BEAU (EAP 02) est promue *Directrice Générale de Vision Care pour l'Europe occidentale de Johnson & Johnson Santé Beauté France*, à ce poste depuis février 2023. Elle est ainsi chargée du portefeuille de travaux Vision Care comprenant les lentilles de contact de marque Acuvue, ainsi que les marchés de la région dont font partie la France, la Belgique, les Pays-Bas, l'Allemagne, l'Autriche, la Suisse, l'Espagne et l'Italie.

KARIMA BEKKOUCHE (MSC 07) est promue *Directrice Marketing et Animation Commerciale BDR de Caisse d'Épargne Ile-de-France*, à ce poste depuis janvier 2023.

MEHDI BELKAHLA (MiM 16) est promu *Directeur d'Investissement au sein de l'équipe Growth de Citizen Capital*, à ce poste depuis janvier 2023.

GUILAUME BERAUD (MSK 99) est nommé *Directeur de l'usine de Saint-Saulve de Saarstahl Ascoval*, à ce poste depuis février 2023, en remplacement de Franck Dourlens.

VALENTINE BOURDILLAT (ESCP 03) est promue *Directrice Commerciale de Lactalis*, à ce poste depuis avril 2023.

LUDOVIC BOUTAILLIER (MSA 1997) est nommé *Directeur du Développement d'Icade*, à ce poste depuis mars 2023.

PASCAL CATHALIFAUD (MBA 10) est nommé *Directeur Développement des Relations Entreprises et Alumni de Pôle Universitaire Léonard de Vinci*, à ce poste depuis février 2023.

CHRISTOPHE CAUDRELIER (ESCP 90) est nommé *Directeur Financier Groupe d'Eutelsat*, à ce poste depuis décembre 2022, en remplacement de Sandrine Térán. Christophe est sous la responsabilité directe d'Eva Berneke, Directrice Générale.

JEAN-MICHEL CAULIER (ESCP 80) est promu *Directeur Projet RSE d'Agrial*, à ce poste depuis mars 2023.

LAURENT CHENAIN (MSY 87) est promu *Responsable du département Corporate & Leveraged Finance de Crédit Agricole Corporate & Investment Bank*, à ce poste depuis juin 2023. Il est ainsi chargé des activités de financement et de conseil à destination des clients entreprises, des LBOs et du secteur télécoms.

ANTOINE COLIN (MiM 14) est nommé *Operating Partner Finance et Stratégie d'Adova Group*, à ce poste depuis mai 2023.

EMMANUEL CORDIE (ESCP 85) est promu *Directeur Général adjoint en charge des finances, du marketing et de la communication d'Ikory*, à ce poste depuis février 2023. Emmanuel est sous la responsabilité directe de Stéphane Imowicz, Président-Directeur Général et Fondateur.

EZIO DAL MASO (MBA 19) est promu *Associé en Financement maritime de Stephenson Harwood Paris*, à ce poste depuis mai 2023. Il est ainsi chargé de la pratique Superyachts à Paris. Il intervient en conseil de financement maritime,



Marie-Christine AULAGNON (ESCP 86) est nommée Directrice finances, achats et assurances d'Enedis

Depuis 2023, Marie-Christine AULAGNON occupe les fonctions de Directrice finances, achats et assurances d'Enedis et est ainsi sous la responsabilité directe de Marianne Laigneau, Président du directoire.

En 1986, elle avait débuté sa carrière dans le Groupe Rhône-Poulenc où elle a occupé différents postes de direction dans le domaine financier, en France et au Royaume-Uni. En 2000, elle rejoint la business unit Rhodia Consumer Specialty en qualité de

Directrice de l'intégration financière d'Albright et Wilson avant de devenir, en 2001, Directrice de la communication financière de Rhodia. En 2004, elle rejoint Dalkia France où elle devient Directrice financière, en 2011. En 2014, elle est nommée Directrice du pilotage de la performance à la direction financière du groupe EDF. Depuis 2019, elle était Directrice de l'audit interne du groupe EDF.

NOMINATIONS

du financement traditionnel aux financements structurés, innovants et complexes, notamment en financements de prêts, financements par voie de crédit-bail fiscal et les crédits-exports.

THOMAS DANIEL-ROBIN (MSK 07) est nommé *Business Development Director d'Orano*, à ce poste depuis mai 2023.

NICOLAS DE QUINCEROT D'HARANGUIER (MSP 96) est nommé *Managing Director de Bryan Garnier & Co France*, à partir de mai 2023. Nicolas est sous la responsabilité directe de Guillaume Nathan, Associé responsable de l'équipe Business and Tech-Enabled Services. Il est ainsi chargé de soutenir l'équipe dans le développement de l'origination et de la structuration des transactions dans le meilleur intérêt des clients.

FRÉDÉRIC DIEULLE (MSS 09) est nommé *Directeur des Ressources Humaines d'IVC Evidensia France*, à ce poste depuis mai 2023.

BENOIT DRILLAUD (MSF 99) est promu *Directeur Financier de Wendel*, à ce poste depuis mai 2023, en remplacement de Jérôme Michiels. Benoît est sous la responsabilité directe de Laurent Mignon, Président du directoire.

SAQR FASSI FEHRI (EMMD 15) est promu *Senior Vice-President, Global Guest Engagement, Care and Reservation Centres d'Accor*, à ce poste depuis mars 2023.

STÉPHANIE FOUCARD (EMMD 19) est promue *Directrice Connaissance Société et Comportements des consommateurs de Citeo*, à ce poste depuis janvier 2023.

BÉATRICE FOUCHER (MSY 89) est promue *Chief planning Officer de Stellantis*, à partir de juillet 2023. Béatrice est sous la responsabilité directe de Carlos Tavares, Directeur Général Groupe.

ALEXANDRE GAUTIER (MSJ 92) est promu *Directeur Général adjoint de la Direction Générale de la Stabilité Financière et des Opérations (DGSO) de Banque de France*, à ce poste depuis avril 2023. Alexandre est sous la responsabilité directe d'Emmanuelle Assouan, Directrice Générale de la Stabilité Financière et des Opérations (DGSO).

SYLVAIN GIACHINO (MiM 10) est nommé *Directeur de Participations de Tertium Invest*, à ce poste depuis mai 2023. Il est ainsi chargé de contribuer au développement économique de la région Sud.

MARIE-CLAIRE GROENINCK (MiM 05) est promue *Chief Development Officer, Major Gifts and International Philanthropy de Centre Pompidou*, à ce poste depuis avril 2023.

BERTRAND GSTALDER (ESCP 94) est nommé *Chief Executive Officer Groupe d'Acolad*, à ce poste depuis mars 2023.

JEAN GUERRIN (MiM 04) est promu *Social Media and Community, Global Senior Director d'Ubisoft*, à ce poste depuis mars 2023.

ILHAM GUERRIOUNI (MSA 02) est nommée *Chief Financial Officer de Zenchef*, à ce poste depuis mai 2023. Ilham est sous la responsabilité directe de Xavier Zeitoun, Président-Directeur Général et Cofondateur. Elle est ainsi chargée de la gestion financière globale de Zenchef afin de soutenir son développement en Europe. En parallèle, elle apporte sa vision stratégique à l'équipe de direction.

NICOLAS GUFFROY (MiM 11) est promu *Directeur Financier France de Korian*, à ce poste depuis mars 2023. Nicolas est sous la responsabilité directe de Nicolas Mérigot, Directeur général France.

SÉBASTIEN HERZOG (EAP 98) est promu *Président France, Chief Operating Officer EMEA Institutional Client Business de BlackRock France*, à ce poste depuis mars 2023.

CHRISTOPHE HUAU (EMS 10) est promu *Directeur du grand projet du Sud-Ouest de SNCF Réseau*, à ce poste depuis avril 2023.

GAELE LAVOCAT (MSJ 11) est promue *Directrice Juridique de Banque Richelieu France*, à ce poste depuis mars 2023.

MATTHIEU LEBARBIER (MiM 08) est promu *Associé Audit de Grant Thornton*, à ce poste depuis mars 2023. Il est ainsi chargé de l'audit de groupes internationaux cotés et plus particulièrement dans le secteur TMT (Technologies, Médias et Télécom).

DIANE LEMOINE (MSI 10) est promue *Directrice Générale déléguée, Directrice Régie, Fabrication et Administratif de Groupe L'Express*, à ce poste depuis mai 2023. Diane est sous la responsabilité directe d'Alain Weill, Président-Directeur Général et Directeur de la publication. Elle est ainsi chargée d'accélérer le développement des abonnements et de la publicité. Elle dirige notamment la régie, L'Express Studio.

JEAN-PAUL LEMONNIER (MiM 08) est promu *Managing Director, Directeur Général Royaume-Uni de Peugeot Invest*, à ce poste depuis avril 2023, en remplacement de Frédéric Banzet. Jean-Paul est sous la responsabilité directe de Bertrand Finet, Directeur Général.

JEAN LEROY (MiM 16) est nommé *Directeur du Développement de LFPI*, à ce poste depuis février 2023. Jean est sous la responsabilité directe de Gilles Etrillard, Président.

MATTHIEU LEROY (ESCP 03) est nommé *Directeur Général délégué Stratégie, Finance et Transformation d'Ayor*, à ce poste depuis avril 2023.

EDOUARD LEURENT (MiM 12) est nommé *Directeur Commercial d'Opale Capital*, à ce poste depuis mars 2023. Edouard est sous la responsabilité directe de Paul Moreno-Blosseville, Président.



Paul BOURDILLON (ESCP 96) est le nouveau CEO Europe et Asie Centrale de Suez

Paul BOURDILLON débute sa carrière en 1996 dans la banque d'affaires anglaise Schroders. En 2002, il rejoint SUEZ Environnement en tant que contrôleur financier avant d'être promu Chef de l'équipe de contrôleurs financiers du groupe. En 2006, il est nommé Directeur financier de SITA en Australie. Trois ans plus tard, de retour au siège à Paris, il reprend le poste de Directeur des fusions et acquisitions du groupe SUEZ Environnement. En 2010, il intègre Agbar, la filiale espagnole et

d'Amérique Latine du groupe dans le secteur de l'eau, en qualité de Directeur financier Adjoint.

Cinq ans plus tard, il est nommé Directeur Financier de la Business Unit AMEI (Afrique, Moyen Orient, Inde), avant d'être promu Directeur Général Adjoint de la Business Unit. En 2009, il est nommé CEO pour la zone Africa Near-East. Depuis 2021, il occupait les fonctions de Carveout Director.

NOMINATIONS

BARBARA LEVEEL (ESCP 02) est promue Global Director, Human Resources de Banque Européenne d'Investissement France, à ce poste depuis avril 2023.

GATIEN MAGNIER DE MAISONNEUVE (MiM 06) est promu Directeur Général de Banque de Savoie, à partir d'avril 2023, en remplacement de Nicolas Poughon. Gatién est sous la responsabilité directe de Daniel Karyotis, Président du Conseil d'Administration.

SÉBASTIEN MANELFE (ESCP 93) est nommé Associé Transaction Services de Mazars France, à ce poste depuis avril 2023. Sébastien est sous la responsabilité directe de Firas Abou Merhi, Partner - Global Head of Financial Advisory.

PIERRE MASCLLET (ESCP 90) est promu Directeur Général d'Azqore, à partir de mai 2023. Pierre est sous la responsabilité directe de Jacques Prost, Directeur Général Groupe. Il est ainsi chargé de poursuivre le développement d'Azqore et de renforcer sa proposition de valeur au service de ses clients.

LUCILE MERIGUET (MSF 07) est promue Associée au sein du département Restructuration/Contentieux Commercial de Fieldfisher France, à partir de mai 2023. Lucile est sous la responsabilité directe de Bruno Paccioni, Managing Partner du bureau de Paris, responsable de l'activité Restructuration et Procédures Collectives.

GILLES MOREL (MiM 07) est promu Managing Director, Head of Secondaries, au sein de l'activité Placement de Fonds de Jasmin Capital, à ce poste depuis janvier 2023. Il est ainsi chargé de l'activité Conseil en transactions secondaires.

CÉCILE NADAL (ESCP 95) est nommée Marketing Director de Kepler Consulting, à ce poste depuis juin 2023.

LÉA NASTAT (MSF 16) est nommée Associée Director au sein du département Capital Markets d'Avison Young France, à ce poste depuis février 2023. Léa est sous la responsabilité directe d'Ariel Marelli, Executive Director Capital Markets France.

JILAN NOURAOUI (MSS 16) est promu Human Resources Director d'Unilever France, à ce poste depuis mai 2023.

GERALDINE O'NEILL (MiM 06) est nommée Directrice du département Consulting Services & Analytics d'Iqvia France, à ce poste depuis avril 2023. Géraldine est sous la responsabilité directe de Frank Swaelens, Directeur Général. Elle est ainsi chargée des activités de conseil à destination des industriels et d'autres acteurs de santé.

DAMIEN PALACCI (ESCP 98) est promu Partner - Global Consulting Portfolio and Operations leader FBLA de BearingPoint France, à ce poste depuis mai 2023.

JUDITH PALANT (MBA 01) est nommée Directrice de la practice Advisory de Fluxym, à ce poste depuis mars 2023. Judith est sous la responsabilité directe de Cyrille Chastaing, Directeur Général Groupe. Elle est ainsi chargée d'accélérer le développement et d'accompagner les clients dans la digitalisation de leurs processus Achats et Finance/comptabilité.

CHARLES-EMMANUEL PASCAL (ESCP 2000) est promu Directeur des Financements structurés de SG, à ce poste depuis janvier 2023. Charles-Emmanuel est sous la responsabilité directe de Nasrine Hassan, Directrice du pôle Corporate et Grande Clientèle.

PAUL ERIC PERCHAUD (MiM 07) est nommé Real Estate Director Private Debt de Mimco Asset Management, à ce poste depuis avril 2023. Paul-Eric est sous la responsabilité directe d'Ara Adjennian, Managing Partner et associé Cofondateur. Il est ainsi chargé de la stratégie d'investissement en dette privée immobilière. Il dirige une équipe de professionnels expérimentés dans la gestion d'actifs immobiliers, qui cherchent à identifier les opportunités d'investissement les plus attractives et à construire un portefeuille diversifié de prêts immobiliers.

STÉPHANE PETERLINI (EMS 12) est promu Directeur adjoint des Fusions & Acquisitions de SG, à ce poste depuis janvier 2023. Stéphane est sous la responsabilité directe de Marc Dunoyer, Directeur des Fusions & Acquisitions.

JACQUES PEYTHIEU (ESCP 87) est promu Senior Executive Vice President Customer and Strategy d'Orano, à ce poste depuis mai 2023.

JEAN-MARIE PIVARD (ESCP 90) est promu Deputy General Secretary d'Atos, à ce poste depuis mars 2023.

CAMILLE PORGES (ESCP 99) est nommée Directrice Gouvernance, Risques et Compliance de Geodis, à ce poste depuis mars 2023. Camille est sous la responsabilité directe de Marie-Christine Lombard, Présidente du directoire.

FRANCK PORTAIS (EAP 95) est promu Managing Partner France et Co-Chairman de la division Banque d'investissement d'Alantra France, à ce poste depuis mars 2023.

CATHERINE RENARD (ESCP 03) est promue Company Strategic Business Development Finance Director de Danone, à ce poste depuis février 2023.

CHARLOTTE ROGER (MSS 10) est promue Human Resources Director Office Universelle Buly de LVMH, à ce poste depuis janvier 2023.

ALEXIS SARREMIÀ (MSF 12) est nommé Directeur Fusions et Acquisitions d'Alantra France, à ce poste depuis mars 2023.



Strat for impact.

Circle Strategy est le cabinet de conseil en stratégie du Groupe Square Management, qui puise ses origines dans la culture entrepreneuriale. Il tire sa singularité du double profil de ses équipes, une expérience mixte de conseil et de terrain.

Nos valeurs

CARE
iNSPIRATION
rESPONSIBILITY
CREATIVITY
LIFESTYLE
eNTREPRENEURSHIP

«Strat for impact.» La devise d'un cabinet de conseil en stratégie qui conjugue excellence et pragmatisme. Vous partagez les valeurs de Circle Strategy ? Rejoignez un cabinet en forte croissance et participez à l'aventure.

recrutement@circle-strategy.com





François-Cyrille DE RENDINGER (EAP 91) est promu Président d'A.P.C.

Depuis mars 2023, François-Cyrille DE RENDINGER remplace Jean Touitou à la présidence d'A.P.C.

En 1991, François-Cyrille DE RENDINGER démarre sa carrière au sein d'ESSILOR d'abord en Thaïlande en qualité de Plant Logistics Manager. En 1994, il reprend les fonctions d'Industrial Planning Manager en France avant de repartir en Thaïlande en qualité d'Asia Operations Logistics Manager. En 2001, il rejoint le monde du conseil en qualité d'Associé sein du Cabinet McKinsey à Bangkok. En 2003, de retour en France, il intègre le groupe A.P.C. au poste de Directeur Général.



Joel SRAER (ESCP 97) est promu Directeur Général d'A.P.C.

En 1997, il commence sa carrière au sein d'Essilor dans le contrôle de gestion en Asie. En 1999, il rejoint le monde du conseil en stratégie au sein du cabinet Accenture. Un an plus tard, il rejoint Fullsix où il occupe notamment les fonctions de Directeur et de Partner à partir de 2007. En 2012, il intègre le groupe A.P.C aux fonctions de Directeur Adjoint avant d'être nommé Directeur Général en mars 2023.

NOMINATIONS

SARA SAVIO (EMIB) est nommée Head of Marketing de Talentia Software, à ce poste depuis février 2023.

BENJAMIN TANCREDE (MSI 02) est promu Directeur du pôle Education & Formation, Directeur Digital & Innovation d'Editis, à ce poste depuis février 2023. Benjamin est sous la responsabilité directe de Michèle Benbunan, Directrice Générale. Il est ainsi chargé d'un pôle qui regroupe les activités scolaires, les solutions pédagogiques, la formation et Educlever.

CHARLES THOMAS (MSP 08) est promu Group Commercial Director de Cos d'Estournel, à ce poste depuis mars 2023.

LISA THOMAS-DARBOIS (MiM 18) est promue Responsable du pôle Economie et Action de l'Etat d'Institut Montaigne, à ce poste depuis janvier 2023.

XAVIER-LAURENT THOUVENIN (MSP 93) est nommé Associé en Droit des sociétés de Redlink, à ce poste depuis février 2023. Il est ainsi chargé d'intervenir, en conseil comme en contentieux, sur les enjeux qui concernent la gestion quotidienne des sociétés, les litiges entre associés ou la rédaction de contrats complexes. Il accompagne, en France comme à l'international (Allemagne, Italie, Belgique, Grèce), des acteurs majeurs du secteur de l'immobilier, de la nouvelle économie, de la banque, de l'hôtellerie, des services ou du jeu vidéo. Il conseille les entreprises pour la mise en œuvre de projets de transformation, de rapprochement, de restructuration, d'externalisation, de partenariats et assure également un rôle de conseiller stratégique.

MAXIME TRABAND (MSI 02) est promu Directeur des Etudes Stratégiques et du Développement des services Wholesale d'Orange, à ce poste depuis avril 2023.

MARIE TRANCHIMAND (MSP 07) est promue Sales and Marketing Director de Netatmo, à ce poste depuis mars 2023.

GUILLAUME TUFFIGO (MBA 20) est nommé Director Asset Management de Swen Capital Partners, à ce poste depuis mai 2023.

CHLOÉ VASSEUR (MEB 12) est nommée Directrice Générale adjointe France, Head of Impact, Transformation and Sustainability de BCW, à ce poste depuis mars 2023. Chloé est sous la responsabilité directe de Marc Chauchat, Chief Executive Officer France. Elle est ainsi chargée de l'expertise et des stratégies d'Impact, Transformation et Durabilité. Elle développe cette offre décisive sur le marché français et accompagne son déploiement à l'international au sein du réseau BCW.

Informez-nous de vos nominations à info@escpalumni.org



Novembre 2023

MERCREDI 8 NOV. • 12H30 - 14H
WEBINAR
Sharpen your pitch

MERCREDI 15 NOV. • 19H
GROUPE AURA
Visite de Serfim - Vénissieux

VENDREDI 17 NOV. • 12H30 - 13H30
WEBINAR
Donner un feedback constructif

SAMEDI 18 NOV.
CONSULTING BOOTCAMP
Zoom

LUNDI 20 NOV. • 12H30 - 13H30
WEBINAR
Comment les recruteurs vous identifient sur LinkedIn ?

JEUDI 23 NOV. • 19H
ALUMNIGHT
Paris

JEUDI 23 NOV. • 12H30-14H
WEBINAR
Comment demander une augmentation de salaire ?

VENDREDI 24 NOV. 12H30-13H30
WEBINAR
Comment négocier au mieux son départ : l'éclairage d'une avocate.

Carnet

DÉCÈS

- 1 **André ORSINI (ESCP 58)**, décès survenu le 30 avril 2023 à l'âge de 88 ans
- 1 **Hervé BERNARD (ESCP 56)**, décès survenu le 06 octobre 2021 à l'âge de 85 ans
- 1 **Gwenaél GUILLEMOT (EMMD 04)**, décès survenu le 9 mai 2023 à l'âge de 59 ans
- 1 **Claude PETIT (ESCP 53)**, décès survenu le 29 avril 2023 à l'âge de 92 ans
- 1 **Philippe VALAT (ESCP 79)**, décès survenu le 15 avril 2023 à l'âge de 64 ans
- 1 **Delphine LUMB (ESCP 02)**, décès survenu le 19 février 2019 à l'âge de 40 ans
- 1 **Roger MARTINET (ESCP 51)**, décès survenu le 30 mars 2023 à l'âge de 95 ans
- 1 **Marion BLOX (MIS 18)**, décès survenu le 9 mars 2023 à l'âge de 31 ans

Septembre 2023

MARDI 12 SEPTEMBRE • 19H
GROUPE AURA
Soirée de rentrée
Charbonnières-les-Bains

MARDI 12 SEPTEMBRE • 19H
GROUPE MEDIA
Table ronde
La Maison de la Radio - Paris 16

VENDREDI 15 SEPTEMBRE
PROMO EAP 96
Weekend in Paris

DIMANCHE 17 SEPTEMBRE • 9H30
GROUPE PACA CÔTE D'AZUR
Vol de découverte en avion de tourisme
Cannes

JEUDI 21 SEPTEMBRE • 19H
GROUPE AURA
Visite de Paredes - Genas

JEUDI 21 SEPTEMBRE • 19H
ALUMNIGHT
Back to Network
Paris

VENDREDI 22 SEPTEMBRE
PROMO EAP BE 95
Weekend in Brussel

MARDI 26 SEPTEMBRE 12H30 • 13H30
WEBINAR
Elaborer son projet professionnel

MERCREDI 27 SEPTEMBRE • 12H - 14H
WEBINAR
Construire un CV impactant

Octobre 2023

MARDI 3 OCTOBRE • 12H30 - 13H30
WEBINAR
Identifiez les fondamentaux de mes choix professionnels

JEUDI 5 OCTOBRE • 12H - 13H30
WEBINAR
Illustrer vos compétences

VENDREDI 6 OCTOBRE • 13H - 14H
WEBINAR
How to network ? Why networking skills are important ?

SAMEDI 7 OCTOBRE
PROMO ESCP 88
Nos 35 ans à Marseille

SAMEDI 7 OCTOBRE
Finance Bootcamp
Zoom

MARDI 10 OCTOBRE
PROMO ESCP 76
Séjour au Mans

JEUDI 12 OCTOBRE • 12H30 - 14H
WEBINAR
Teste l'impact de ton résumé LinkedIn

VENDREDI 13 OCTOBRE
PROMO ESCP 93
Les 30 ans

MERCREDI 18 OCTOBRE • 19H
ALUMNIGHT ONLINE
Zoom





Management européen : mode d'emploi

Créée en 1973, l'école des affaires européennes de Paris (EAP) – qui fusionnera avec ESCP en 1999 – fut l'une des premières écoles d'excellence à offrir à ses étudiants une formation multi-campus, successivement effectuée en France, en Allemagne et en Angleterre. La naissance d'un modèle de management à l'européenne qui s'est inscrit depuis dans l'ADN de l'école et fait partie intégrante de sa vision aujourd'hui.

Par Adrien CANDAU
Illustrations : COSMO

C'était il y a 50 ans. En 1973, l'Union Européenne élargissait les bases du marché commun en accueillant dans ses rangs le Danemark, l'Irlande et le Royaume-Uni, moment également choisi par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris pour créer l'école des affaires européennes de Paris, ou EAP. Un audacieux projet continental : première école multi-campus, l'institution permet aux managers de demain de successivement se former dans trois grandes villes différentes : Paris, Oxford et Düsseldorf. Suite à la fusion de l'EAP avec ESCP en 1999, la formule académique restera globalement identique : l'actuel Bachelor en management de ESCP Business School offre ainsi à ses bénéficiaires la possibilité d'étudier dans 3 pays différents - un par année scolaire - les campus de Londres et Berlin se substituant désormais à ceux d'Oxford et Düsseldorf. Ce modèle d'apprentissage continental pourrait-il dès lors avoir contribué à modeler un management typiquement européen ? « En 1992, la signature du traité de Maastricht - qui renforce le marché commun et instaure l'Union monétaire - a réintroduit la question

du management à l'Européenne » explique le professeur en Ressources Humaines de l'Université de Fribourg, Eric Davoine (EAP 91). « A l'époque, on s'intéresse néanmoins davantage à souligner les différences, qu'à trouver une forme d'homogénéité dans les pratiques de leadership. »

Un continent, plusieurs modèles

Des dissemblances qui perdurent inmanquablement, encore aujourd'hui. « Les différents pays en Europe ont une culture du management différenciée, estime ainsi Ignacio García Alves (EAP 92), CEO du cabinet de conseil international Arthur D. Little, implanté notamment dans 21 pays du vieux continent. « Les Allemands ont par exemple un respect strict des processus, qui ne doivent pas être changés en cours d'exécution par les dirigeants. En Angleterre, la décision est souvent basée sur l'expertise du chef : on va lui faire confiance, sans chercher à analyser ses décisions. En France, le manager va au contraire devoir démontrer pourquoi son raisonnement est le bon, pour convaincre ses équipes. Vous voyez bien qu'on a affaire à une multitude de cultures du travail et de management ».

Des styles de leadership qui sont également la résultante des modèles de formation des managers, qui restent assez hétérogènes. « Prenons deux modèles nationaux chers à ESCP, le français et l'allemand, poursuit Éric Davoine. En France, le modèle traditionnel, c'est le diplôme sélectif, généralement pluridisciplinaire. Il valorise la culture générale et les capacités intellectuelles. On forme des managers polyvalents, capables de s'adapter et il n'est pas rare de voir les grands dirigeants français passer d'un secteur à un autre, d'un métier à un autre. » Une orientation éducative fondamentalement différente de celle qui prévaut dans les écoles d'excellence outre-rhin. « Le modèle allemand, lui, est un modèle centré sur l'expertise, décrypte Davoine. Ils ont une approche de l'enseignement par la recherche : les étudiants effectuent des travaux visant à collecter de manière très exhaustive de l'information. On leur demande d'avoir fait le tour d'une expertise technique, et ensuite, seulement, on les fera monter hiérarchiquement. » Les différences socio-culturelles sont un autre obstacle évident à l'instauration d'un modèle de management européen globalisé. « Il y a tout un cumul de



En Angleterre, la décision est souvent basée sur l'expertise du chef: on va lui faire confiance, sans chercher à analyser ses décisions. En France, le manager va au contraire devoir démontrer pourquoi son raisonnement est le bon. Vous voyez bien qu'on a affaire à une multitude de cultures du travail et de management.



“ Les Européens ont l’habitude de travailler dans des contextes culturels différents, et ce, depuis le début de leurs études supérieures. ”

petites différences, auxquelles il faut s’adapter, poursuit Christophe Leyssieux (ESCP 95), actuel chef de projet en France et en Italie du géant chinois de l’électricité Chint. « *En Allemagne, la communication est par exemple plus frontale qu’en Angleterre. J’ai pu travailler trois mois avec un chef de projet britannique en Italie qui me disait successivement. « Oui, non, peut-être... ». Au bout d’un moment, il a fallu que quelqu’un me fasse comprendre qu’il n’était pas réellement intéressé. Ce cas précis m’a posé des problèmes, mais, globalement, j’ai appris à comprendre la culture business des pays où j’ai travaillé pour savoir à quoi s’attendre, lire entre les lignes... »*

La touche européenne

Dans un continent très morcelé géographiquement et linguistiquement, le manager européen semble paradoxalement mieux armé pour appréhender la différence et s’y adapter. « *Pour moi, c’est cette approche facilitée de la diversité qui nous différencie du management américain,* estime Marc Scheer (EAP 93), conseiller au ministère de l’économie du Luxembourg. *Les Européens ont l’habitude de travailler dans des contextes culturels différents, et ce, depuis le début de leurs études supérieures.* » La création puis l’élargissement du programme Erasmus depuis la fin des années 1980 comme l’instauration de formations multi campus - à l’image de celle proposée par ESCP - en sont une illustration directe : « *Ce que je retiens d’abord de mes années à ESCP c’est l’acquisition de cette capacité d’adaptation,* avance Hemisha Newaj (BSc 21), vice-présidente de l’association étudiante Agora. *L’apprentissage est sans cesse renouvelé, puisque chaque année et pendant trois ans, on*

découvre un nouveau contexte, un nouveau campus, un nouveau pays, avec des étudiants de dizaines de nationalités différentes. » Le plurilinguisme semble également davantage prononcé chez les managers européens : « *Les Américains ont tendance à ne parler qu’uniquement anglais, illustre Christophe Leyssieux. Moi, je suis français et je travaille pour la filiale allemande d’une société chinoise, sur les marchés français et italiens. Je parle italien, anglais, allemand. C’est peut être aussi ça, faire du management européen.* » Pour Eric Davoine, le tronc commun du management européen s’articule prioritairement autour de deux caractéristiques majeures : d’abord, une approche davantage sociale, basée sur un dialogue avec les salariés hérité d’un droit du travail plus exigeant que sur les autres continents. Ensuite, une emphase globalement plus prononcée sur les compétences métiers des managers. « *Plus que l’expertise métier, ce sont les compétences sociales et de leadership qui sont déterminantes dans le management anglo-saxon: on veut des leaders capables de fédérer des troupes, de trouver des solutions, plutôt que des hyper spécialistes,* explique l’enseignant. *L’Europe continentale, elle, a plutôt une tradition "métier", qui est importante pour légitimer les positions managériales. C’est beaucoup plus difficile pour des Allemands, même pour des Français, d’occuper des positions de leadership dans des équipes qui ont une expertise technique que le manager, lui, n’a pas.* » A l’image des compromis nécessaires à la construction européenne, les pratiques managériales du vieux continent semblent aussi épouser une verticalité moins prononcée, caractérisée par une habileté à prendre des décisions collégiales. « *De ce que j’ai pu observer lors*

de mes travaux de groupes avec des étudiants internationaux, les gens issus de culture asiatique ont plutôt tendance à fonctionner selon des procédés très hiérarchisés, basés sur une division des tâches prononcées, illustre Hemisha Newaj. *Une personne pouvait être nommée pour piloter l’ensemble du projet, là où les Européens vont avoir tendance à privilégier une gestion plus collective et horizontale.* » Marc Scheer, qui a officié pendant onze ans comme chargé d’affaires de l’ambassade du Luxembourg aux Emirats Arabes Unis puis comme conseiller économique dans la région du Golfe, peut témoigner de l’unicité du management européen: « *Dans ces pays moyen-orientaux, j’étais confronté à des organisations très dépendantes d’une figure centrale, très hiérarchisées. Ça remet en perspective une spécificité du modèle européen : des gens de plusieurs pays peuvent avoir une vision différente sur le même problème, mais cette diversité d’opinions est perçue comme un atout, pour résoudre ledit problème.* » Une culture du consensus qui doit par ailleurs composer avec un certain nombre d’imperfections, inhérentes à son fonctionnement: « *Ce compromis typiquement européen peut aussi parfois être considéré comme négatif,* confirme Marc Sheer. *Il peut parfois aboutir à des solutions perçues comme trop diluées, pas assez radicales.* »

L’influence américaine

Le management dit « européen » souffre également de la concurrence exacerbée des modèles de leadership anglo-saxons, qui tendent vers une uniformisation des procédés et cultures gestionnaires. « *On peut identifier plusieurs facteurs qui expliquent comment ce modèle s’est imposé*

Une méthode européenne?

progressivement, reprend Éric Davoine. Par exemple, la globalisation des enseignements en anglais dans les écoles européennes, qui inspire naturellement à enseigner des concepts et notions de management inspirés des modèles américains. « En outre, des sociétés de conseil type McKinsey ou le BCG ont mis en place dans les multinationales des modèles d'identification des talents qui mettent l'accent sur les compétences sociales et de leadership, complète Davoine. Ces caractéristiques sont également valorisées dans les bilans de compétences : on ne va plus seulement évaluer la bonne tenue des objectifs, mais aussi sonder les collaborateurs des managers, pour savoir s'ils ont du leadership, de

l'esprit d'équipe, s'ils savent communiquer... Ces instruments de pilotage relatifs à la culture d'entreprise viennent typiquement du monde anglo saxon. » Illustration au sein du cabinet de conseil Arthur D Little, où Ignacio García Alves explique que 40% de l'évaluation annuelle des partenaires est basée « sur des critères de comportement » (leadership, solidarité, esprit d'innovation etc.). Pour Christophe Leyssieux, l'influence grandissante des pratiques anglo-saxonnes ne fait ainsi aucun doute : « Il y a une prédominance des concepts de business qui viennent d'outre atlantique, c'est certain. Tout le monde parle un peu la même langue,

s'inspire des mêmes pratiques managériales. » Le management typé européen peut-il dès lors résister à cette standardisation des pratiques de leadership? » Les habitus de management restent hybrides, nuance Eric Davoine. Dans les contextes nationaux, on va adapter ce modèle anglo-saxon à un cadre local. Une solution médiane, pour laquelle a précisément opté Arthur D Little. « On ne veut pas que tout soit dicté par le global, appuie Ignacio García Alves. Nos collaborateurs effectuent des tâches uniformes à tous nos bureaux, mais, localement, les gens ont aussi un rayon d'action propre à leur pays : par exemple, ils peuvent choisir sur quel secteur ils veulent localement davantage s'investir, comment ils vont recruter les consultants etc... » La pérennisation du management européen semble ainsi liée à la nécessité de trouver un juste point d'équilibre, entre un modèle globalisé de leadership et des cultures du travail spécifiques à chaque nation. « Les entreprises européennes doivent continuer à être pragmatiques sur cette question de l'hybridation, conclut Éric Davoine. La question qu'elles doivent impérativement se poser, c'est : est ce que ça fait sens, chez moi, dans mon entreprise, dans mon environnement, de copier le modèle anglo-saxon ? Ce n'est pas nécessairement toujours le cas, loin de là. » |

Casting



Éric DAVOINE (EAP 91),
professeur en Ressources Humaines de
l'Université de Fribourg (Suisse)



Hemisha NEWAJ (BSc 21),
vice-présidente de l'association
étudiante Agora



Ignacio GARCÍA ALVES (EAP 92),
CEO du cabinet de conseil Arthur D. Little



Christophe LEYSSIEUX (ESCP 95),
chef de projet à Chint Solar



Marc SCHEER (EAP 93),
conseiller au ministère de l'économie
du Luxembourg



EightAdvisory

Acting locally,
reaching globally

Paris
Lyon
Nantes
London
Brussels
Frankfurt
Munich
Zurich
Amsterdam
Hamburg
Rennes
Marseille
Cologne

Eight Advisory is a European financial, operational and strategic consulting firm with global reach. We support companies, investors and banks in their international transactions, restructurings and transformations.

Par Gilles Gouteux (EMMD 12)

L'européanisation de ESCP en 10 dates

Il ne faut pas croire que ESCP était strictement franco-française, lors de ses premiers pas au début du XIX^e siècle, bien au contraire.

1824

Ainsi, la promotion 1824 comptait déjà 30% d'élèves non-français avec 15 nationalités différentes et des voyages d'études à l'étranger étaient intégrés à la scolarité. L'enseignement des langues étrangères faisait partie intégrante de son programme et dès 1825, ce sont près de 10 langues étrangères qui étaient enseignées à ESCP, avec l'obligation pour les étudiants d'en suivre au moins trois.

Cet élan initial s'est cependant atténué et à la fin des années 60, la très grande majorité des étudiants était de nationalité française.

1973

Tout changea en 1973 lorsque la fusion entravée de ESCP et de HEC Jeunes Filles imposa à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris de créer un nouveau type d'école européenne appelée d'abord l'Ecole des Affaires de Paris (EAP) qui se transforma rapidement en Ecole des Affaires Européennes. Le concept d'un établissement multi campus, mis en œuvre par le professeur Michel Furois, se concrétisa par une scolarité commençant à Paris, suivie d'une 2^e année au Royaume-Uni pour se terminer en Allemagne. C'est ce qui a constitué le socle fondateur du modèle européen de l'école.

1982

De son côté, ESCP lança en 1982, le European Management Journal (EMJ), revue académique réputée et de réputation internationale dans le domaine de la recherche sur les affaires et la gestion qui publie des articles de recherche conceptuelle, empirique et de synthèse.

En 1999, ESCP et EAP ont fusionné pour constituer l'école que l'on connaît maintenant qui continua son développement en 2004

1999

1988

C'est en 1988 que s'est ouvert le Campus de Madrid, d'abord dans le quartier de Viso à Madrid, avant de s'installer rue Arroyofresno, dans le district de Puerta de Hierro. En 1996 s'est créé le MEB (aujourd'hui MBA in International Management) qui se déroule sur une année dans 2 pays et en 2 langues, le programme s'étant ensuite étendu aux autres écoles.

1985

En 1985, l'EAP a déménagé son campus allemand de Düsseldorf à Berlin, à l'invitation du Sénat de Berlin, à une époque où même les plus optimistes ne pouvaient imaginer voir le mur tomber cinq ans plus tard. Mais le Sénat berlinois proposait de contribuer au financement de la future EAP locale et, surtout, permettait qu'elle soit reconnue comme une institution académique scientifique avec l'obtention d'un "Diplom Kaufmann", diplôme universitaire allemand de gestion, privilège unique pour une grande école française.

Le 27 septembre, ouverture du campus de Turin et au déménagement d'Oxford le 30 novembre à Londres (dans un ancien collège religieux transformé en université). Des locaux plus vastes et de meilleure qualité ont permis à l'école de se développer et d'être plus proche de la communauté d'affaires britannique de Londres et de la majorité de ses anciens élèves basés dans ce pays.

En Italie, la ville de Turin avait été sélectionnée, en raison du partenariat solide avec l'Université de Turin et la Chambre de Commerce de Turin, et du soutien de structures institutionnelles et d'entreprises prestigieuses.

2004

2008

Mais l'école, ce n'est pas seulement des cours, ce sont aussi des activités associatives, dont les sportives et comment ne pas citer la Regatta, compétition créée en 2008, dont la première édition s'est tenue sur l'île de Capri, au large de la côte napolitaine, réunissant des anciens élèves et des étudiants des cinq campus ?

Depuis, chaque année, la Regatta, en plus de la compétition navale, comprend toute une série d'événements : jeux de société, "baptêmes d'entrepreneurs" au cours desquels les participants pouvaient tester leurs idées d'entreprise sur des managers, apéritifs B2B entre entreprises partenaires...

2023

Dix dates importantes, mais qui seront suivies de beaucoup d'autres ces prochaines années.

2016

Enfin, ESCP a ouvert son 6^e campus en 2016 à Varsovie partenariat avec la meilleure université de commerce de Pologne, l'Université Kozminski.

2009

2009 est une année importante puisque c'est celle de la refonte et de l'harmonisation des programmes sur les différents campus. Mais c'est surtout celle d'un événement fondateur pour tous les étudiants de première année de master : le séminaire au parlement européen. D'abord implanté à Strasbourg en partenariat avec l'ENA, il s'est ensuite déplacé à Bruxelles et il permet aux étudiants des 5 campus d'accéder au Parlement européen et de mieux comprendre l'importance et le fonctionnement de l'environnement communautaire.

Propos recueillis par Arthur Jeanne (MS 13)

« La mission de ESCP vise à préparer les leaders de demain pour avoir un impact positif »

Directeur Général de ESCP Business School depuis le début de l'année, **Léon LAULUSA** a des grandes ambitions pour l'école. Rencontre avec un homme bien déterminé à emmener ESCP vers le Top 10 mondial en s'appuyant sur un socle de valeurs fortes.



Pr Léon LAULUSA
Directeur Général
de ESCP Business School

Bonjour Léon Laulusa, dans un premier temps, pouvez-vous vous présenter, nous en dire un peu plus sur votre parcours ?

Léon Laulusa : Je suis un passionné du monde académique qui dispose de plus de 30 ans d'expérience professionnelle, d'une carrière passée entre le monde des grandes écoles et le secteur privé. J'ai débuté mon parcours dans les cabinets d'audit en tant qu'expert-comptable et commissaire aux comptes. Je suis devenu Associé chez Deloitte, d'abord dans les services d'audit et assurance puis dans les activités de conseil. Parallèlement, j'ai commencé à enseigner dès 1996 à HEC en tant que professeur vacataire, puis en 1999 à ESCP. En 2005, je suis devenu professeur permanent à ESCP

à temps partiel. J'ai occupé différentes fonctions au sein de l'école jusqu'à devenir Directeur Général de l'école par intérim depuis le 28 février. J'ai été confirmé dans mes fonctions le 1^{er} juin dernier par notre conseil d'administration.

Votre nomination répond à une certaine continuité puisque vous faisiez déjà partie du comité exécutif

L.L. : Ma nomination aux fonctions de Directeur général adoube effectivement la stratégie de croissance sélective que nous menions depuis déjà près d'une décennie avec Frank Bournois, que j'accompagnais depuis 2014. Avec le comité exécutif et l'ensemble des équipes, nous avons contribué à mettre en place la nouvelle orientation de l'école vers le plan « Choice & Expériences ». En fait, toute notre communauté a été mobilisée pour réfléchir à cette stratégie qui est mise en œuvre depuis 2022, à laquelle plus de 2000 personnes (des diplômés, des étudiants, des professeurs, des membres du personnel administratif) ont participé et contribué.

Comment définiriez-vous cette approche ?

L.L. : ESCP est aujourd'hui une business

“
Pour être l'une des 10 meilleures écoles de commerce du monde, il faut savoir prendre le pouls de notre société, s'interroger sur son devenir et anticiper ses changements.”

school à vocation mondiale, qui repose sur une approche multi-campus, multiculturelle, multi-perspective et multidisciplinaire. Je crois que c'est cela qui est unique à ESCP, et véritablement différenciant.

Pouvez-vous nous en dire plus sur les perspectives de l'école pour les prochaines années ? Quelles seront les grandes lignes de votre mandat ?

L.L. : L'ambition consiste à renforcer et améliorer cette approche de choix pour les élèves. Je prends l'exemple de notre programme Grande École, nous offrons plus de 70 spécialisations au sein de nos six campus et nos étudiants peuvent choisir et étudier jusqu'à trois spécialisations différentes.

C'est une expérience augmentée que nous déployons pour nos élèves. En parallèle, nous allons continuer à améliorer les services offerts, l'infrastructure, et les installations de l'école pour favoriser leur épanouissement aussi bien académique, professionnel, personnel et physique.

L'internationalisation est un de vos chevaux de bataille, c'est quelque chose que vous allez pousser encore davantage que votre prédécesseur ? Qu'est ce qui va changer sous votre mandat ?

L.L. : J'aime parler de continuité dans le changement. Ce qui va changer ou en tout cas se renforcer, c'est bien l'internationalisation. A l'époque où j'ai été nommé directeur des relations internationales de l'école en 2014, nous avions 90 nationalités dont 50% d'étudiants français et près de 100 partenaires académiques. Aujourd'hui, nous coopérons avec plus de 150 partenaires académiques prestigieux et nous accueillons 133 nationalités dont plus de 62% de nos étudiants ont une nationalité autre que française. ESCP c'est un peu les Nations Unies ! Je souhaite que nous attirions encore davantage les meilleurs étudiants dans le monde entier. Pour cela, nous sommes en train de mettre en place une alliance mondiale autour de l'innovation et l'entrepreneuriat. Nous allons renforcer nos partenariats avec les Etats-Unis, la Corée du Sud et l'Inde. Nous allons aussi consolider ce que j'appelle l'hybridation des compétences, le croisement de différentes

disciplines à travers nos partenariats internationaux. Notre terrain de jeu, c'est le monde !

“ La Fondation et ESCP Alumni sont les piliers sur lesquels s'appuie notre stratégie. ”

Comment ?

L.L. : En nouant des alliances de complémentarité à l'international avec des institutions d'excellence dans différents domaines tels que l'art, la culture, la diplomatie, le design ou l'engineering (ABCDE). Nous venons de signer un nouveau partenariat avec la prestigieuse école de commerce Stern de l'université de New York (NYU). Nous sommes également en cours de finalisation d'un accord avec l'école d'ingénieurs de Columbia pour un double diplôme. L'idée est de permettre à nos élèves qui sont excellents en management et en business d'acquérir une expertise supplémentaire. Nous développons également cette hybridation des compétences avec des institutions françaises. Par exemple avec la Sorbonne avec laquelle nous avons des doubles parcours en mathématiques, ou en droit de longue date, nous allons ouvrir un double parcours dans le domaine de l'histoire de l'art, nous avons aussi des doubles diplômes avec l'école spéciale militaire de Saint-Cyr, l'Institut Français de la Mode, ou encore Ferrandi Paris dans le secteur hôtelier et le Centre de Formation des Journalistes (CFJ) de Paris. C'est aussi cela la richesse de l'école ; on peut aller chercher auprès de nos partenaires d'autres expertises complémentaires que nous n'avons pas forcément. Cela fait partie intégrante de notre stratégie Choice & Experiences..

Autre grand sujet la refonte du campus parisien, du 79 rue de la République. Pouvez-vous nous en dire plus ?

L.L. : C'est un grand chantier en effet, les travaux commencent cet automne. A ce titre, je remercie la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Ile-de-France qui nous soutient sur ce développement incroyable pour un budget total de 150 millions d'euros. Nous avons un grand projet de rénovation pour créer un magnifique campus haussmannien, modernisé vertical à double certification écologique, qui va armer l'école d'un écrin exceptionnel pour les 200 années à venir. Cela sera un lieu d'épanouissement, d'attractivité, de dépassement de soi, d'entrepreneuriat et d'innovation. L'expérience sera inouïe avec une modularité innovante numérique et une modularité des espaces pédagogiques et de travail, et 3000 mètres carrés de terrasse, notamment un rooftop au 8ème étage avec une vue imprenable sur Paris. L'objectif est d'offrir une expérience étudiante inédite en construisant le campus du futur. Ce nouveau campus renforcera notre signature ! Je vous invite à revenir d'ici 4 ans pour le découvrir. En attendant, nous avons déménagé sur le nouveau site de Paris-Champerret dont les locaux ont été rénovés pour mettre nos élèves, professeurs et personnel administratif dans les meilleures conditions. C'est également un campus vertical qui propose une expérience étudiante nettement améliorée.

Puisque l'on parle de l'avenir. Qu'en est-il de votre vision à plus long terme ?

L.L. : Notre ambition, à moyen et long terme, est de positionner durablement ESCP comme l'une des 10 meilleures écoles de commerce dans le monde. Une fois que l'on a dit cela, il s'agit d'y parvenir en s'appuyant sur les valeurs de l'école. La raison d'être de ESCP est de servir la société. La mission de l'école est de préparer des leaders de demain, engagés et responsables à avoir un impact positif sur notre planète, les sociétés, les organisations.

Comment cette mission se décline à travers les différents programmes ?

L.L. : Chaque programme répond à un type de leadership. Le Bachelor est un

programme d'excellence pour préparer des futurs leaders opérationnels. Le Programme Grande Ecole doit préparer des futurs leaders stratégiques. Les Mastères Spécialisés forment des experts, des futurs leaders fonctionnels. Quant aux Doctorats, ils préparent des futurs leaders dans le domaine académique. Il y a différentes nuances de leadership. L'école se positionne sur l'excellence à tous les niveaux pour mieux servir notre société.

Parmi l'ADN de l'école, il y a aussi l'identité européenne. Est-ce que vous avez pour objectif de renforcer encore plus cet aspect européen qui fait de ESCP Business School une école unique ?

L.L. : Absolument, d'autant plus que cette année nous fêtons le cinquantième anniversaire de notre modèle d'excellence européen que je souhaite renforcer. ESCP Business School est une école française qui a des racines européennes et un impact mondial. C'est effectivement unique. Nos différents campus européens font notre force car chaque campus propose une approche pédagogique complètement différente. On peut avoir sur une même thématique, une approche critique à Paris, théorique à Berlin, et plus axée sur la gamification à Londres. Chaque campus propose donc une approche complètement locale pour le même cours. Cette unicité et cette singularité font la force de l'école. Il y a plusieurs expériences ESCP. Et c'est cette approche multi-expériences, multi-campus, multi-pédagogies, qui fait qu'on arrive à comprendre les problèmes sous différentes perspectives et à embrasser la complexité du monde.

Vous parlez d'impact positif. Le développement durable sera-t-il un des enjeux majeurs de votre mandat ?

L.L. : Même prioritaire ! Selon moi, nous vivons dans un monde de transformations. Ce n'est plus une question de transition. Il y a trois transformations majeures que nous vivons et que ESCP doit accompagner et accélérer. La première d'entre elles, c'est la transformation écologique. Jusqu'à présent, la conception du développement économique était fondée sur la domination et la maîtrise de la nature et de l'environnement. Il faut changer de

paradigme. Il ne s'agit pas de maîtriser la nature, mais bien d'être en harmonie avec notre environnement. De ce fait, le modèle de développement économique va changer. C'est pour cela que je souhaite que l'école et sa communauté s'engagent collectivement pour créer ensemble, un nouveau modèle de développement durable. Nous aurons d'ailleurs probablement un institut européen de recherche sur le développement durable pour accompagner nos élèves et des entreprises sur ces sujets. Cela viendra s'ajouter aux cours de développement durable et autres initiatives qui sont déjà mises en place.

Quid des autres transformations majeures que vous évoquiez ?

L.L. : La deuxième transformation, c'est la transformation technologique. Regardez l'intelligence artificielle générative comme Chat GPT. Je crois que nous allons vivre dans une société qui va être fondée sur cette intelligence générative. Au lieu de subir cela comme une contrainte, il faut être en mesure d'en créer une opportunité. Nous allons aussi travailler sur ce sujet.

La troisième transformation, c'est la transformation sociétale qui pour moi a deux dimensions. D'abord la dimension inclusion-diversité. Ma conviction est que celle-ci est un levier de performance. C'est pour cela que nous travaillerons sur la thématique de leadership inclusif. Ensuite la dimension liée aux enjeux géopolitiques. A ce sujet, nous allons probablement créer un institut européen autour du business et de la géopolitique. Nous allons donc adresser ces quatre grandes transformations dont je vous parlais via des instituts européens de recherche, des enseignements et des partenariats. S'ajoutent l'entrepreneuriat et l'innovation qui se renforcent au niveau européen. Pour être l'une des 10 meilleures écoles de commerce du monde, il faut savoir prendre le pouls de notre société, s'interroger sur son devenir et anticiper ces changements. C'est aussi pour cela que je souhaite que nous renforçons la recherche qui est le moteur de l'école. C'est la recherche qui génère l'expertise pour l'enseignement et permet d'attirer les meilleurs professeurs, les étudiants talentueux du monde entier et d'avoir un impact positif sur notre société et les organisations.

L'école, c'est aussi l'Association des Alumni, la Fondation et la communauté toute entière. Quel rôle ont-elles à jouer pour emmener l'école encore plus haut ?

L.L. : Un rôle majeur. J'aime beaucoup les acronymes. Ensemble, l'Ecole, l'Association des Alumni et la Fondation forment le triangle FAST (F pour Fondation, A pour Alumni Association, S pour School, T pour Triangle). Afin d'accélérer notre croissance de manière sélective, durable et maîtrisée, nous avons besoin de ce triangle et de ces trois piliers. Évidemment, la Fondation est essentielle à plusieurs égards. J'ai travaillé étroitement avec Christian Mouillon (ESCP 77) et aujourd'hui avec Jean-Stéphane Arcis (EAP 85), président de la Fondation sur des projets stratégiques pour l'Ecole. Le programme « Chances Augmentées » cocréé avec Marguerite Burghardt (ESCP 91), est très important car il permet de corriger les biais sociaux. Nous ne souhaitons pas faire de discrimination positive, nous souhaitons avoir des étudiants boursiers talentueux financés et accompagnés par la Fondation pour viser l'excellence. Encore une fois la Fondation est l'un des piliers sur lesquels s'appuie notre stratégie au même titre que l'Association Alumni.

Selon vous, quel rôle doit jouer ESCP Alumni dans cette croissance dans l'école ?

L.L. : ESCP Alumni a un rôle moteur. Nous avons la chance d'avoir une communauté mondiale de plus de 75 000 Alumni présents dans 200 pays. Je crois que cela, c'est notre force. Nous avons 75 000 ambassadeurs qui peuvent partager leur expérience avec les étudiants, faire rayonner cette fierté sans arrogance de l'école, contribuer à en faire une marque mondiale. Je souhaite que l'Association se renforce et je suis complètement aligné avec la volonté de son président Bertrand Dumazy (ESCP 94) de faire en sorte qu'elle ait un rayonnement international encore plus grand.

Le futur s'annonce plutôt brillant !

L.L. : Le futur, c'est maintenant et c'est pour cela qu'on œuvre quotidiennement. L'école doit continuer à être pionnière pour servir notre société. C'est vraiment la raison d'être de ESCP Business School. |



CHANEL

COLLECTION MÉTIERS D'ART 2022/23

Carière

Le Pitch : faites la différence !

Avez-vous déjà remarqué l'aisance de certaines personnes devant un auditoire ? En quelques mots bien choisis, ils savent retenir l'attention du public et convaincre, le tout de façon très naturelle. L'art de la rhétorique ne s'improvise pas et demande un vrai travail de fond. Il en va de même du Pitch, que l'on pourrait définir comme de « l'éloquence concentrée » ! Comment rédiger un bon pitch ? Quelles sont les erreurs à ne pas commettre ? Les conseils avisés de Laurent ZYLBERSTEIN, associé fondateur de CAP DIRIGEANT.



Laurent ZYLBERSTEIN, associé fondateur de Cap Dirigeant

« Engagement, bienveillance, disponibilité en restant toujours orienté résultats » : c'est par ces mots que Laurent décrit son engagement dans l'accompagnement de dirigeants dans leur phase de transition (Executive Outplacement) ou de développement (Executive Coaching). Son parcours professionnel au sein de groupes internationaux et sa participation à différents comités de direction lui ont permis de développer des compétences reconnues dans les domaines du management d'équipes multiculturelles, de la communication et de l'accompagnement au changement.

Laurent a co-fondé CAP DIRIGEANT, cabinet spécialisé dans l'Outplacement et le Coaching de dirigeants, implanté à Paris et à Lyon.

Laurent est diplômé de l'European Business School et est Executive Coach certifié HEC.

Imaginez, vous montez dans un ascenseur, et vous croisez le Directeur des Ressources Humaines, qui recherche un nouveau collaborateur. Vous avez une poignée de secondes pour capter son attention et le convaincre de votre expertise pour le poste. Que diriez-vous ? Le Pitch elevator (pitch ascenseur, en anglais) consiste à donner la meilleure version de vous-même... dans un temps très limité ! Son cousin, le pitch de présentation, vous accordera 2 ou 3 minutes. Il est donc un peu plus long, mais tout aussi condensé pour résumer parfois 20 ans de carrière. Improviser ? Sûrement pas ! Un pitch percutant, ça se prépare. Savoir se résumer en quelques lignes est un art. Comme tout bon plan marketing, le pitch revêt une dimension commerciale : il faut donc élaborer son offre, trouver un fil conducteur à sa





carrière, chercher les éléments différenciants. Telle la bande-annonce d'un film, le pitch doit retenir l'attention, avec des morceaux choisis et un discours impactant. Il doit être énoncé avec conviction, enthousiasme et créativité!

Un pitch, c'est quoi?

Dans le cadre d'une démarche réseau ou entretien de recrutement, c'est un mini scénario professionnel, qui met en lumière votre parcours, vos compétences et vos soft-skills. Il doit susciter l'intérêt, attiser la curiosité et retenir l'attention, rien que ça! Le pitch est une façon de se présenter sans concession ni monotonie! Il doit aller à l'essentiel, être concis et précis. Plus le pitch est court, plus il a été travaillé en amont, afin de sélectionner les bons mots, adopter la bonne posture et choisir la bonne intonation. Le pitch est le fruit d'un long travail, qui demande un certain recul sur sa carrière et son projet professionnel. Comme tout travail d'acteur, il faut peaufiner le scénario, répéter le message afin que le discours soit fluide et naturel. C'est un peu le filet de secours d'un acrobate. Très souvent, lors d'un entretien, le stress nous fait trébucher sur certains mots, provoque des trous de mémoire ou des oublis concernant un point clé. Le pitch, justement, borde toutes nos idées, c'est un mémo sur-mesure qui permet de nous souvenir de tout.

Quand pitcher?

Le pitch est utile lors d'un entretien réseau ou de recrutement, notamment pour se présenter ou pour répondre à la question « Parlez-moi de vous. » Il s'utilise également dans tout contexte de communication où l'on est amené à se présenter de façon synthétique ou pour convaincre des partenaires ou des investisseurs.

Comment rédiger votre pitch?

Pour bien préparer votre pitch, il faut impérativement prendre de la distance sur votre parcours professionnel. Il doit donner les grandes lignes de votre parcours, sans pour autant calquer le CV. Surtout, il doit répondre aux bonnes questions : Quel est votre projet professionnel? Votre cœur de compétences? Vos forces ou vos expertises? Quelles sont les étapes clés de votre parcours? Les réalisations probantes?

Un plan facile à mettre en œuvre consiste à revenir sur votre parcours, en le segmentant en grandes thématiques / phases de carrière : une première étape opérationnelle sur le terrain, puis des responsabilités corporate avec la conduite de projets transverses, et enfin l'animation d'un centre de profits. Chaque phase devant être éclairée par des exemples de réalisations probantes. Une alternative à cette proposition de plan est de présenter son parcours

autour de grands piliers de compétences et d'agréger ses expériences / réussites autour de ces piliers.

Lors de votre pitch, il peut être également intéressant d'évoquer une activité extra-professionnelle, permettant de vous distinguer : une expérience sportive de haut-niveau, la pratique assidue d'un instrument de musique, un engagement fort auprès d'une association... L'objectif étant de faire l'analogie entre votre passion et les qualités requises pour porter votre projet / offre : le sens du collectif et de l'effort, la capacité à fédérer des profils différents, la gestion du stress...

C'est quoi un bon pitch?

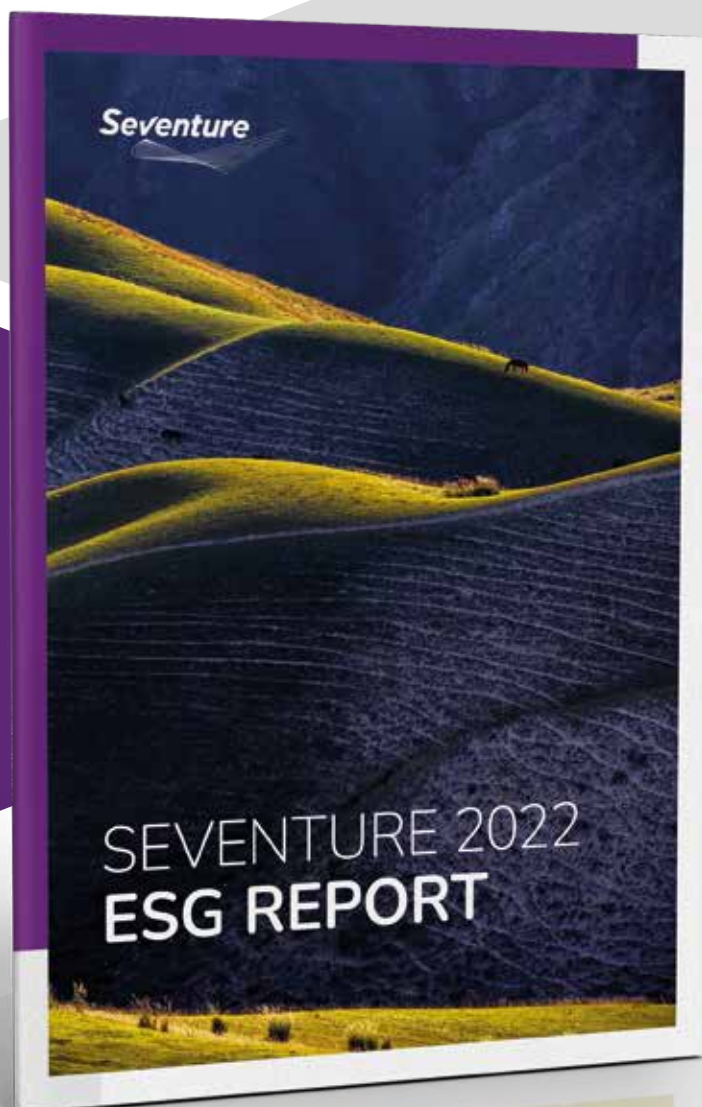
Un bon pitch, c'est celui qui retient l'attention, et qui donne envie d'en savoir plus sur vous. Il se prépare par écrit, se répète jusqu'à se l'approprier. Le plus difficile? Trouver le juste équilibre entre votre contribution au poste et ce que vous avez appris. Rappeler en effet ce que vous avez appris lors d'une expérience n'est pas une marque de faiblesse mais une manière subtile de parler également de ses compétences! Bref, pas d'orgueil démesuré ni de trop grande retenue. Rester humble avec enthousiasme : voilà le bon dosage!

Quelles erreurs à ne pas commettre?

L'erreur fréquente est de réciter son CV dans le détail, alors que vous devez vous présenter de façon concise. C'est fastidieux, un pitch ne détaille pas tout. Il faut savoir créer du « teasing » pour susciter l'échange et les questions. Une autre erreur est de dérouler toujours le même pitch, quelle que soit la cible. Or, il faut savoir l'adapter si nécessaire en fonction du contexte, du profil de votre interlocuteur et des objectifs recherchés. Enfin n'oubliez pas de clarifier vos attentes dès le départ, de rappeler le contexte de votre venue, afin que votre interlocuteur puisse adapter son écoute en fonction de vos attentes. Dernière erreur : l'improvisation totale, mais ça, vous l'avez déjà compris!



SEVENTURE PARTNERS, UN ACTEUR ENGAGÉ



**RETROUVEZ LE RAPPORT ESG
DE SEVENTURE PARTNERS**

www.seventure.fr/a-propos/investissement-responsable/





Propos recueillis par Ana Boyric

Amélie, anti-gaspi

Après dix ans passés au cabinet de conseil Bain & Company, quatre ans à la stratégie France de Coca-Cola, **Amélie DUMONT (MiM 04)** change de cap et intègre en 2019, Phenix. Une startup qui, forte de ses 180 employés et 17 antennes, lutte contre le gaspillage alimentaire. Une mission qui résonne avec ses convictions pour qui rien ne se perd, rien ne se jette, tout se transforme.



Amélie DUMONT (MiM 04)
Chief revenue & impact officer à Phenix

6 0 millions de repas sauvés de la poubelle en 2023. Amélie Dumont, chief revenue and impact officer (CRO) chez Phenix, n'est pas peu fière de ce score. Il y a de quoi. À raison de 10 millions de tonnes de nourritures jetées chaque année dans l'Hexagone, l'ampleur du gaspillage alimentaire est de taille. Un constat pénible lorsque l'on sait que 16% des Français ne mangent pas à leur faim et qu'un tiers de la nourriture gaspillée suffirait à nourrir les personnes dans le besoin. De quoi se tordre le ventre. « Avec Phenix, chaque utilisateur sauve plus de 300 000 repas par an », félicite la directrice. Or, au pays des « Phéniciens et phéniennes », ils sont cinq millions inscrits sur l'application. Un nombre qui a particulièrement explosé au moment de la pandémie – en 2021, la startup française a quintuplé le nombre de ses utilisateurs à 1,4 million – et qui, depuis, ne cesse de croître. Le principe est simple : la vente à prix réduit (jusqu'à la moitié du prix initial) de paniers surprises d'invendus, à proximité du domicile ou du

lieu de travail. Sur un tarif unitaire moyen de cinq euros, la startup en récupère un. Et ce n'est pas tout. « Nous sommes aussi l'intermédiaire entre supermarchés (Carrefour, Leclerc, Intermarché, Système U, Monoprix...), industriels ou producteurs ayant des invendus sur les bras, et plus de 5000 associations caritatives en France, en Espagne et au Portugal, précise Amélie. Et quand ces invendus ne peuvent pas être consommés par l'homme, ils peuvent être donnés en alimentation animale. »

Le choc d'une chambre froide

Si Phenix voit le jour en 2014, à l'initiative de Jean Moreau et Baptiste Corval, c'est en 2019 – soit cinq ans plus tard – qu'Amélie rejoint l'aventure. « J'ai assisté à une présentation de Jean au Salon de l'Entrepreneur et je me suis dit : "dingue, ce type a monté la boîte que j'avais envie de lancer". » Comme un signe du destin. Amélie en est convaincue, le gaspillage est l'un des fléaux majeurs du XXI^e siècle et l'un des défis les plus importants à relever pour sauver la planète. Du côté des politiques, le sujet du gaspillage alimentaire a lui aussi pris de l'ampleur, puisque plusieurs lois comme la loi Garrot en 2016, la loi Egalim 1 en 2018 et la loi anti-gaspillage de 2020, ont été mises en place. Prise de conscience ? « Ça reste quand même quelque chose d'abstrait, quelque chose dont on a du mal réellement à toucher du doigt. » Peut-être devrions-nous faire comme elle : se rendre sur le terrain, plus particulièrement dans la chambre froide d'un supermarché. « Vous vous retrouvez avec des bacs énormes de déchets, remplis de pizzas,

de salades, de produits préparés, de sushis, de viande... Bref, des produits qui ont une très forte valeur nutritionnelle et pécuniaire, qui sont encore consommables mais dont la date vient tout juste d'être dépassée, et qui sont donc jetés. Ça a été un vrai choc. » D'autant que chez les Dumont, rien ne se perd. Petite-fille d'agriculteurs normands, Amélie se souvient de phrases comme 'prends plutôt cet épluche-légumes pour tes pommes de terre, comme ça, tu n'enlèves qu'une peau très fine et tu ne gaspilles pas de nourriture'. Chez ses parents, même histoire : « On ne jetait rien à la maison, poursuit-elle. Il fallait finir son assiette, finir les restes, on n'achetait pas de produits préparés. On m'a transmis qu'un aliment, ça a une valeur : une personne a travaillé pour que ça termine dans ton assiette. Donc si tu n'aimes pas tant pis, tu termines. » Depuis, Amélie sursaute à l'idée qu'un produit n'ait pas été « usé jusqu'à la corde » ou « consommé jusqu'à l'os ».

Commissaire-priseur, marketing & conseil

Avant d'accepter la mission Phenix, cette maman de trois enfants a mené plusieurs carrières. 1997 : la tête dans les bouquins, la question se pose d'intégrer une prépa khâgne et hypokhâgne. « Mais j'avais aussi envie d'avoir un pied dans la réalité, nuance-t-elle. Dans le monde qui agit, plutôt que le monde qui lit, qui écoute, qui regarde. » Après une prépa faite au lycée parisien Saint-Louis de Gonzague - Franklin, c'est donc ESCP qu'elle intègre en 2000. Déjà à l'époque, il ne fallait pas gaspiller. Amélie profite de



“En France, tout le monde attend la crise de la quarantaine pour se questionner. Je pense qu'on doit revoir nos modèles d'accompagnement sur ce sujet.”

tous les avantages proposés par l'école : les accords d'échange, la vie associative, le sport – en l'occurrence l'aviron – tout est bon à prendre. Mais pour ce qui est de l'orientation professionnelle, c'est une autre affaire. « J'ai fait un stage dans la vente aux enchères chez Christie's, un stage en marketing sur des sujets variés allant des shampoings pour coiffeurs chez L'Oréal, aux cartes de carburant... Dans l'absolu, pourquoi pas. Mais passer trois heures à se demander s'il faut écrire tel texte en police 9 ou 8,5, très vite, j'ai senti que j'allais tourner en rond. » Enfin, le déclic a lieu : les étudiants de troisième année sont appelés à se réunir dans le Grand Amphithéâtre afin d'assister à une présentation du cabinet de conseil Bain & Company. Au pupitre, une certaine Joëlle de Montgolfier. « Elle avait la trentaine, elle rayonnait, elle était enceinte et nous parlait de ses projets clients où elle revisitait la stratégie avec les plus grands groupes de la planète... Je me suis complètement projetée ! Je n'arrêtais pas de me dire "mais cette femme forte, smart, brillante qui arrive à concilier tout, en même temps, je veux être comme elle !" » Des étoiles dans les yeux, Amélie marque une pause et sourit : « C'est d'ailleurs elle qui m'a fait passer mes entretiens d'embauche chez Bain. J'y suis rentrée et le deuxième jour, je sanglotais, persuadée que jamais j'allais y arriver. » Elle y restera pourtant dix ans.

De Coca-Cola au potager

Douée pour résoudre des problèmes, animée par le challenge d'une entreprise en

difficulté, Amélie semble avoir trouvé sa place. Elle ajoute : « Regarder les choses sous un autre angle, apporter des éclairages, des réponses qu'une boîte ne trouve pas par elle-même, ça me stimulait ! Et puis, je touchais à d'innombrables domaines. » Mais qui dit médecin des entreprises, dit aussi son lot de déceptions. Elle ne s'en cache pas, certaines missions n'ont pas été simples : « Quand vous vous retrouvez impuissante face à des entreprises en réelle difficulté, que les recommandations faites et défendues requièrent de fermer des usines et donc de mettre un paquet de gens au chômage, c'est dur psychologiquement. » Fatiguée du réveil à cinq heures du matin pour retrouver un client à Rotterdam, des nounous qui font les trois-huit, Amélie décide de « passer de l'autre côté du miroir ». Chez le client. C'est à Coca-Cola qu'elle atterrit. Comment est-ce qu'on réduit le plastique ? Comment peut-on aller de plus en plus sur du PET recyclé ? Comment remplacer le plastique par du carton ? Comment éliminer au maximum les emballages secondaires ? Toutes ces questions, Amélie commence à se les poser sérieusement. Malheureusement, entre investir des millions sur une nouvelle ligne de production pour un packaging plus vert et travailler sur ses chiffres de rentabilité, le choix est fait. « Ça pouvait parler de récupération de plastique dans les océans, mais ça reste une grosse entreprise dans laquelle il faut délivrer des chiffres. » D'autant que le rythme est tout aussi intense, voire plus difficile que Bain et cie. Stop ! Au bout de quatre ans,

Amélie quitte le géant du soda et décide... de ne rien faire. « J'avais besoin de m'arrêter, de sortir de ce fleuve tumultueux et de réfléchir. "Finalement, tout ça m'emmène où ? De quoi j'ai envie ?" »

Dans son jardin rémois, loin de sa vie à mille à l'heure, Amélie passe du temps avec ses enfants, prend soin de son potager, regarde les fleurs pousser, sans que personne ne vienne lui demander des comptes. Le bonheur, non ? Car si pendant des années, ses décisions ont été prises en fonction de son curriculum, Amélie conseille désormais complètement l'inverse aux étudiants d'ESCP. À savoir : « Ne travaille pas pour ton CV, mais pour toi. Suis tes intuitions, ton 'gut feel' et tes désirs ». Chose, selon elle, que l'on ne fait pas suffisamment tôt. « En France, tout le monde attend la crise de la quarantaine pour se questionner. Je pense qu'on doit revoir nos modèles d'accompagnement sur ce sujet. L'autre jour, je lisais un bouquin d'un philosophe (dont elle a oublié le nom, ndlr) qui disait qu'à l'adolescence, on aurait une intuition sur "qui on est" et sur "ce qu'on veut faire". Une intuition qui, rapidement, serait noyée sous des injonctions. » Sans pour autant s'agacer, la directrice B2B de Phenix est catégorique : il est temps de dédramatiser les choix d'orientation professionnelle. « À 20 ans, c'est impossible de savoir ce qu'on veut faire de sa vie. C'est un questionnement qui, constamment, se rafraîchit. »



Par Houda Gharbi

Chari, la start-up qui bouscule l'e-commerce et les services financiers en Afrique

Sophia ALJ (MiM 15) et Ismael BELKHAYAT (MiM 08), mariés dans la vie et cofondateurs de la start-up Chari, se sont lancés dans l'aventure ambitieuse d'accélérer le développement du e-commerce en Afrique, mais aussi d'accroître le niveau d'inclusion financière des populations locales. Focus sur cette start-up marocaine qui n'a pas fini de faire parler d'elle.



**Sophia ALJ (MiM 15)
et Ismaël BELKHAYAT (MiM 08)**
co-fondateurs de Chari

Chari est le fruit de cette expérience personnelle et des similitudes qui existent dans l'industrie de la grande consommation au Maroc, en Afrique mais aussi dans la plupart des pays émergents. Alors qu'elle travaillait pour le cabinet de conseil McKinsey au Maroc, Sophia Alj était très régulièrement amenée à partir en mission pendant plusieurs mois en Afrique. Très souvent accompagnée par son mari, Ismael Belkhatat, le couple faisait essentiellement ses courses dans de petites épiceries de quartier qui sont plus populaires et beaucoup plus plébiscitées que les supermarchés. Au fil du temps, le couple d'entrepreneurs s'est intéressé de plus près à ce modèle propre à la zone LATAM et à l'Asie du Sud Est. « En janvier 2020, nous avons lancé Chari, une centrale d'achat digitale pour les commerces de proximité. Au coeur de notre projet, on retrouve, en effet, les épiceries qui

sont un élément central de la vie quotidienne du quartier, car les populations locales ne font pas qu'acheter leurs biens de consommation chez eux. Selon leurs besoins, elles contractent très souvent aussi des micro-crédits auprès de leurs épiceries pour acheter ce dont elles ont besoin, mais aussi pour parer à des dépenses imprévues », explique Sophia Alj.

D'une centrale d'achat à un établissement de paiement à part entière

À son lancement en 2020, Chari s'est d'abord développée à Casablanca avec un business modèle très simple : la start-up achète des biens de grande consommation qu'elle stocke afin de la revendre aux épiceries de quartier qui passent leurs commandes via l'application mise à leur disposition. Très vite, Chari a mis en place un réseau d'entrepôts pour couvrir l'ensemble du Maroc, puis d'autres pays en Afrique. « Après avoir démontré la faisabilité du modèle dans notre pays, nous nous sommes implantés en Tunisie et en Côte d'Ivoire avec pour objectif de devenir un leader dans le B2B e-commerce qui propose par ailleurs de la finance intégrée ou embedded FinTech en Afrique francophone ».

Soutenue par des acteurs du Venture Capital, la start-up a continué à investir dans son développement et a fait évoluer son positionnement et son coeur de métier. « Suite à l'obtention de la licence d'établissement de paiement, nous travaillons sur notre



“ Au coeur de notre projet, on retrouve, en effet, les épiceries qui sont un élément central de la vie quotidienne du quartier. ”



technologie pour offrir à nos clients des services financiers», ajoute Sophia qui poursuit, «jusqu'à-là, les commerçants qui s'approvisionnaient chez Chari nous payaient en cash à la livraison. Demain, ils pourront payer via un wallet, mais aussi souscrire à un micro-crédit ou une micro-assurance auprès de Chari».

Aujourd'hui, Chari est la seule start-up au Maroc à avoir obtenu cette licence qui lui permet d'opérer en qualité d'établissement financier. Historiquement, cette licence avait été exclusivement délivrée à des banques, des telcos ou de grands opérateurs de la monétique. «Grâce à la licence que nous avons obtenue, nous souhaitons travailler sur le sujet de l'inclusion financière en commençant avec la digitalisation de l'accès aux services financiers pour nos commerçants», note Sophia Alj.

Promouvoir l'inclusion financière en Afrique

Si Chari poursuit le développement de son activité e-commerce B2B avec pour objectif d'étendre son empreinte géographique aussi bien dans les pays où elle opère déjà, mais aussi visant de nouvelles implantations en Afrique, elle ambitionne aussi de proposer ses services financiers. «Nous allons commencer par proposer nos services financiers à nos premiers clients au Maroc, les commerçants de proximité, afin de les inclure dans une

dynamique collective et vertueuse qui vise à permettre aux populations locales d'avoir accès aux services financiers de base», souligne Sophia Alj. «Notre principal défi est ainsi de mettre au point au Maroc un modèle permettant d'inclure les populations non-bancarisées qui pourra ensuite être dupliqué dans d'autres pays».

Créateurs de l'année 2023

«Nous avons aussi à coeur de contribuer au développement de l'écosystème des start-ups et de la Tech au Maroc. Avec d'autres start-ups et les institutions publiques, notre ambition est de créer une véritable start-up nation dans notre pays», explique également la cofondatrice de cette start-up qui a été élue Alumni of the Year 2023 dans la catégorie Créateurs par la communauté.

Pour elle, l'entrepreneuriat est avant tout un pari qui se prépare et qui nécessite un travail de réflexion pour affiner sa vision et fixer un cap. Il requiert bien évidemment une bonne dose de motivation et de détermination. «Une fois lancé dans son projet, il faut s'accrocher, car il y a bien évidemment des obstacles à franchir et des barrières à lever. Et sur ce chemin, avec Ismael, nous avons eu la chance de pouvoir capitaliser sur l'excellence de la formation que nous avons suivie à l'école», nous confie-t-elle. |

« Nous avons aussi à coeur de contribuer au développement de l'écosystème des start-ups et de la Tech au Maroc. Avec d'autres start-ups et les institutions publiques, notre ambition est de créer une véritable start-up nation dans notre pays. »



Propos recueillis par Arthur Jeanne

« Nous devons offrir au client, ce qu'il veut, quand il veut, où il veut »

Après 25 ans de carrière dans l'univers du retail qui l'ont mené dans 9 pays différents, **Guillaume SÉNÉCLAUZE (ESCP 89)** a pris l'an dernier la tête de Monoprix et Naturalia. Depuis, son ambition consiste à faire de la marque emblématique des centres-villes un champion de l'omnicanal. Rencontre avec un alumni déterminé à réinventer le quotidien des gens. Tout simplement.



Guillaume SÉNÉCLAUZE (ESCP 89)
président de Monoprix et Naturalia

Bonjour Guillaume, pouvez-vous nous en dire davantage sur votre parcours ?

Guillaume Sénéclauze : Un tiers de mon parcours s'est fait en France et deux tiers à l'étranger. Ma carrière m'a mené dans 9 pays sur 3 continents, des États-Unis à la Colombie en passant par la Chine, l'Allemagne, l'Italie, la Pologne, le Chili ou le Vietnam. De l'industrie de produits de grande consommation au retail, j'ai eu la chance d'évoluer au sein de grands groupes. 17 ans chez Carrefour et 8 ans au sein de Casino. Depuis avril 2022, j'exerce la présidence de Monoprix et Naturalia. Je suis animé par la passion du commerce que j'ai développé dès ma sortie de l'école.

Qu'est-ce que vous aimez dans le retail ?

G.S. : C'est le fait que chaque décision peut

avoir un impact visible très rapidement. Ce qui n'est pas forcément le cas dans certaines industries où les délais de conception et de production sont plus longs et où on ne connaît le résultat de la stratégie mise en place plusieurs années plus tard. Dans le retail, c'est assez immédiat. Nos décisions impactent le quotidien des personnes. Tout le monde a besoin de manger, de s'habiller... Les produits que l'on sélectionne et que l'on vend ont une influence sur la vie des gens.

Vous avez évolué dans plusieurs pays, dans différents contextes, comment avez-vous pu mesurer cet impact ?

Chaque pays, chaque culture, chaque contexte a une singularité. Par exemple, en Chine ou au Vietnam, nous devons rendre accessible de nouveaux produits à des populations qui accédaient à la grande consommation. C'était très enthousiasmant de rendre accessible au plus grand nombre des biens jusque-là inédits, cela contribuait à améliorer la vie des gens. En Colombie, l'objectif de Carulla (une marque de supermarchés premium dont il a été directeur exécutif de 2016 à 2019) consistait à donner accès à une nourriture saine, bonne, et responsable. L'impact me semble là encore très concret, puisqu'il permet aux populations de mieux manger.

Votre parcours est très international, vous imaginiez cela en sortant de l'école ?

J'ai la chance d'avoir reçu une éducation qui m'a ouvert sur l'international. Quand j'étais à ESCP, j'ai fait mon stage en Allemagne, peu après je suis parti aux États-Unis faire un VIE. Je suis très reconnaissant à l'école qui m'a ouvert cette porte vers le monde et éveillé ma curiosité sachant que je n'avais pas pris l'avion une seule fois avant de rentrer à ESCP !

Comment ce parcours international a-t-il façonné le manager que vous êtes aujourd'hui ?

J'ai acquis une vision globale des défis et des tendances, notamment en matière de transition qu'elle soit alimentaire, écologique ou énergétique. Grâce à mes différentes expériences, j'appréhende mieux aujourd'hui la dynamique commerciale entre le discount et le premium. Cette vision globale me permet de saisir de manière plus holistique la relation business / client. J'observe beaucoup et m'inspire des meilleures pratiques mondiales. Sur le plan du leadership et du management, j'ai évolué en comprenant que l'intelligence émotionnelle est aussi cruciale que l'intelligence intellectuelle, ce que je n'avais pas forcément saisi en sortant de l'école. En Chine, par exemple, les relations interpersonnelles sont essentielles



“Minimum, une journée par semaine, je suis en magasin. C’est essentiel car ça me permet d’avoir une autre perspective que quand on me raconte des choses avec un PowerPoint.”

pour réussir commercialement, tout comme en Amérique latine.

Aujourd’hui, comment envisagez-vous votre fonction de dirigeant ?

Mon rôle est de faire en sorte que les gens s’épanouissent dans leur travail. J’attache beaucoup d’attention à créer des conditions favorables pour libérer le potentiel humain. Si les collaborateurs travaillent pour une entreprise qu’ils aiment, dont ils adhèrent aux valeurs, ils seront plus performants et les résultats seront meilleurs. Au début de ma carrière, je serais sans doute allé chercher directement le résultat avant d’envisager l’action qui produit le résultat. J’ai appris à adapter le processus de décision ou de réflexion : une bonne idée, c’est d’abord une idée que les collaborateurs vont pouvoir adopter et s’approprier. La partie humaine est essentielle. Monoprix emploie environ 20 000 personnes. 92 % des employés sont en contact avec le client. Ma tâche, c’est faire en sorte que ces employés aient plutôt le sourire quand ils viennent au travail. De sorte que, quand ils voient le client, ils aient plutôt le sourire. J’ai tendance à croire que s’ils ont le sourire, le client sera mieux servi.

Il paraît que vous aimez arpenter vos magasins, pour tâter le terrain et aller à la rencontre de vos employés ?

J’ai beaucoup de plaisir à me rendre au

minimum une journée par semaine à la rencontre des équipes. L’intérêt c’est de capter des remontées spontanées et directes. Je suis comme tous les autres un employé de Monoprix. On est tous là pour servir Monoprix, j’ai besoin d’être sur le terrain. Je commence à discuter avec les salariés pour prendre le pouls du magasin, à leur demander ce qui fonctionne, ce qui marche moins bien, quels sont les problèmes rencontrés. Tout cela est essentiel car ça me permet d’avoir une autre perspective quand on me raconte et me démontre beaucoup des choses, PowerPoint à l’appui.

Depuis un peu plus d’un an, vous êtes à la tête de Monoprix, quel est l’ADN de Monoprix pour vous ?

J’ai coutume de dire que Monoprix c’est du ET plutôt que du OU. C’est-à-dire que c’est un magasin qui répond à des besoins ET où l’on se rend par envie. On peut aller y faire ses courses et y faire du shopping. Des achats nécessaires et des achats plaisirs. Monoprix, c’est l’alimentaire, la parfumerie et le textile sous un même toit en centre-ville. Monoprix, tant par son offre unique que par sa philosophie, est la seule enseigne à permettre une telle réconciliation, des besoins et des envies, du bon, du sain et du durable. La mission c’est de faire aimer le quotidien des gens en faisant en sorte que le client trouve tout ce dont il a besoin pour améliorer sa vie en plein cœur de la ville.

Monoprix, c’est une enseigne identitaire des centres villes français ?

Je considère que Monoprix est bien plus qu’une enseigne, c’est une marque. Une marque, c’est une enseigne qui donne du sens tant aux collaborateurs qu’aux clients. C’est une enseigne qui va au-delà du fonctionnel ou du transactionnel pour donner de l’émotionnel. Je crois que Monoprix est une des rares marques dans l’alimentaire. La preuve c’est que les gens se sont appropriés Monoprix en disant Monop’. Quand ils parlent de leur magasin Monoprix, ils disent même « Mon monop ». C’est donc une marque qui a une relation très spéciale avec ses clients. Monoprix participe au rayonnement des centres-villes. Beaucoup de maires aimeraient pouvoir accueillir un Monoprix dans leur ville.

Comment envisagez-vous votre mission en tant que PDG de Monoprix ?

Mon travail, c’est d’accélérer cette transformation d’une enseigne en une marque. C’est-à-dire de lui donner toujours plus de valeur ajoutée transactionnelle, mais aussi une valeur ajoutée émotionnelle. Pour le client, aller chez Monoprix doit être différent que d’aller dans un supermarché. Notre stratégie de différenciation est pensée dans ce but. Le client doit trouver chez nous des bénéfices qu’il ne trouve nulle part ailleurs.

Cela passe par la qualité de notre offre, par des emplacements stratégiques, par des collaborations avec des créateurs comme India Madhavi, Vincent Darré, des chefs ou MOF (Meilleur Ouvrier de France) comme Frédéric Lalos avec le Pain, Christian Le Squer côté traiteur, par nos collections mode qui sont conçues par nos bureaux de style avec une vision responsable mais aussi par nos valeurs et nos engagements très forts sur la réduction d'émissions de gaz à effet de serre. Cette stratégie de différenciation est pensée sur l'ensemble du spectre.

C'est à cet effet que vous accélérez aussi sur l'offre omnicanal ?

Le client a changé, notamment les clients les plus jeunes. Un grand nombre ne mettent pas les pieds dans les magasins. Leur point d'entrée avec la marque, c'est leur smartphone. L'omnicanal répond à ce véritable défi. C'est notre capacité à offrir au client ce qu'il veut, où il veut et quand il veut. C'est pour cela que nous mettons en place l'offre physique et digitale la plus complète et la plus efficace possible. Comme client de Monoprix vous pouvez vous faire livrer (gratuitement) vos achats à partir du magasin, commander sur les plateformes Amazon, Deliveroo ou Uber Eats pour une livraison de dépannage sous deux heures, ou commander un choix de plus de 30 000 produits, disponibles sous 24 heures. Nous avons mis en place un partenariat avec Ocado, leader mondial de la distribution alimentaire en ligne. Grâce à cela, on a aujourd'hui

l'entrepôt qui permet d'avoir le meilleur service de livraison à domicile d'Ile de France.

L'innovation est aussi importante dans l'ADN de Monoprix ? Quelles innovations doit-on s'attendre à voir en magasin prochainement ?

Notre obsession ? Avoir toujours un quart d'heure d'avance pour que nos clients puissent mieux consommer et mieux vivre en ville. Nous avons innové chez Naturalia en créant 'Naturalia, la ferme,' un nouveau format de magasin pour répondre à l'évolution des besoins des consommateurs. Ce concept élargit notre offre au-delà du bio, pour toucher ceux qui cherchent à manger sain sans nécessairement opter pour le bio. Deux magasins illustrent cette nouvelle approche à St Ouen et rue d'Aligre à Paris. Chez Monop', nous avons repoussé les limites de la proximité en transformant le magasin Louise Michel à Levallois. Nous proposons une expérience sur-mesure, adaptée au quartier, pour répondre à tous les besoins, allant des produits ultra-frais à des services pratiques tels qu'une laverie, un espace Vinted, une zone photocopies et même un espace café. Nous testons ce modèle avec ce magasin pilote de Louise Michel. Enfin, en juin dernier, nous avons signé un accord exclusif avec Amazon, permettant aux clients d'Amazon Prime de bénéficier de 10 % de réduction sur l'alimentation, les produits d'entretien et les produits de beauté chez Monoprix. C'est la première fois (hors des États-Unis) qu'Amazon ouvre

sa base clients à un partenaire pour offrir un bénéfice non seulement valable online, mais aussi dans plus de 400 magasins Monoprix. Cette approche « web to store » avec Amazon est une première.

Vous ne craignez pas les retours des clients ou d'avis négatifs autour de ce partenariat ? Monoprix est une marque emblématique des centres-villes français. Or, Amazon est justement considérée par ses détracteurs comme un fossoyeur du commerce de proximité dans les villes.

Les gens sont assez pragmatiques. Beaucoup de français utilisent Amazon Prime et pourront bénéficier de réductions non négligeables Et Monoprix a quand même dans son ADN, ce côté défricheur. Il faut essayer des choses, tester ce qui marche, ce qui ne marche pas, ce qui est utile, ce qui n'est pas utile, que ce soit avec Amazon ou avec d'autres marques. Nous avons vocation à être le tremplin des petites marques et l'écrin des grandes. Les deux ne sont pas contradictoires. Monoprix, c'est pour tout le monde. |

“ Monoprix a quand même dans son ADN ce côté défricheur. Il faut essayer des choses, tester ce qui marche, ce qui ne marche pas, ce qui est utile, ce qui n'est pas utile, que ce soit avec Amazon ou avec d'autres marques. ”



Par Houda Gharbi

Des « Popote » pas comme les autres !

Des gourdes mono-saveur, un format inédit et tout un univers dédié à l'alimentation des bébés... C'est tout ce que propose la start-up Popote qui promet avant tout une parentalité sereine et positive. Sa fondatrice, **Tiphaine BEGUINOT (MS 14)**, nous explique.



Tiphaine BEGUINOT (MS 14)
fondatrice et directrice générale de Popote

Serial-entrepreneure, Tiphaine Beguinot est tombée dans la marmite de l'entrepreneuriat dès son plus jeune âge. Filles d'entrepreneurs dans le monde de l'agroalimentaire, elle s'était pourtant dit qu'elle tracerait son chemin dans un autre domaine. Après s'être intéressée à l'univers des Youtubeurs, elle co-fonde avec Aurélia Zambon, en 2014, Keed, un réseau social familial permettant aux parents et aux proches de partager et protéger les souvenirs de leurs enfants. Elle sera, d'ailleurs, incubée à la Blue Factory de ESCP dans ce cadre. Forte de cette expérience, Tiphaine se lance avec Aurélia dans un nouveau projet Apiki qui propose des jouets porteurs de valeurs sociétales et environnementales. En 2017, Tiphaine est finalement rattrapée par l'entreprise familiale pour développer un projet qui traînait dans les cartons : Popote, des compotes et purées pour bébés.

Une marque à mi-chemin entre les envies des parents et la vraie vie

Rares sont les parents qui ont le temps de préparer un repas 100% home-made pour leurs petits chérubins. Les principales options



disponibles sur le marché sont les pots ou les assiettes toutes prêts. « Avec Popote, nous avons souhaité donner aux parents les moyens de créer leur propre menu en leur proposant des gourdes alimentaires mono-ingrédient et mono-saveur », explique Tiphaine.

Avec une gamme de plus d'une quarantaine de produits, Popote est, par ailleurs, le seul acteur du marché à proposer en produit ambiant des protéines, alors que les autres marques vont combiner légumes et viande. Popote est aussi connue pour les saveurs inédites qu'elle propose : aubergine, artichaut, figue, ou encore cerise...

La start-up distribue ses produits au travers d'un réseau de 1 500 points de vente (les pharmacies, Biocoop, Naturalia, Bio C' Bon...) et en ligne (40% du CA). Elle capitalise sur l'outil industriel de l'entreprise familiale pour fabriquer ses gourdes qui sont très appréciées par les parents pour leur côté flexible et pratique qu'ils peuvent facilement transporter dans un sac à langer : il suffit de déboucher, de doser la quantité de nourriture et de reboucher!



Un univers dédié à la parentalité

« Avec Popote, j'ai souhaité construire une marque très incarnée, qui au-delà de la fourniture de produits d'alimentation pour les bébés, s'inscrit dans une démarche forte d'accompagnement des parents et plus particulièrement des mamans, dont nous sommes très proches », confie Tiphaine. Au fil des années, une véritable communauté Popote s'est développée. Outre les interactions sur les forums où les mamans échangent en toute confiance, Popote organise aussi des ateliers, et publie régulièrement des brochures et des ebooks sur des thématiques très prisées comme le lait maternel et infantile, l'allaitement, la diversification, les allergènes, le retour du congés maternité...

Grandir sans perdre de vue ses valeurs

Depuis 5 ans, Popote connaît une hypercroissance. Toutefois, pour la cheffe d'entreprise, il ne s'agit pas de grandir à n'importe quel prix! « Actuellement, nos produits sont destinés à la période de la diversification alimentaire des bébés. Nous avons donc encore beaucoup de choses à faire!

En 2022, nous avons notamment lancé un lait infantile avec le parti pris d'être très respectueux des mamans qui font le choix de l'allaitement, mais aussi de proposer un produit à celles qui font un choix différent sans jugement ou a priori ». Enfin, si Popote renforce ses parts de marchés en France, elle ambitionne aussi de grandir aussi hors des frontières de l'hexagone avec un focus sur les pays limitrophes dans un premier temps.

Réseau

Par Arnaud BENEZETH (MS 17), délégué du Groupe Professions Juridiques

L'État face au défi environnemental

Retour sur notre table ronde avec Michèle PAPPALARDO, Marine YZQUIERDO et Laurent FONBAUSTIER



7 juin 2023, le Groupe Professions Juridiques, en partenariat avec le think tank Hexagone, a organisé sa première table ronde, avec pour thème : « L'État face au défi environnemental ». Pour en débattre, le Groupe Professions Juridiques a eu la joie de recevoir :

- Michèle PAPPALARDO, présidente du comité du label ISR et ancienne directrice de cabinet de trois Ministres de l'Environnement (Michel Barnier, Nicolas Hulot et François de Rugy) ;
- Marine YZQUIERDO, avocate et dirigeante de l'association Notre Affaire à Tous ; et
- Laurent FONBAUSTIER, professeur de droit public et de droit de l'environnement à l'Université Paris-Saclay.

« Je peux vous proposer demain, avec une forte intervention de l'État, un enfer sur Terre parfaitement neutre en carbone »



Laurent FONBAUSTIER a souligné l'écueil récurrent de l'État consistant à se focaliser sur les émissions de carbone ce qui a pour effet que l'État délaisse souvent de nombreux pans de la crise environnementale, notamment la protection de la biodiversité. Il ne faut pas confondre crise environnementale et crise climatique. Abondant dans son sens, Marine YZQUIERDO a rappelé que la crise environnementale était une crise systémique.

« Le pouvoir de l'État réside dans le fait qu'il a les capacités pour empêcher, interdire et encourager les comportements de tous les autres acteurs »

Michèle PAPPALARDO a rappelé que l'État en propre avait un impact limité sur les émissions carbone et autres types de pollution mais a insisté sur l'importante capacité d'action de l'État pour « faire bouger les lignes » et emporter avec lui les autres acteurs, notamment les entreprises.

« Le rôle des associations est d'alerter l'opinion publique et de renforcer ou faire évoluer le droit en faveur de la protection de l'environnement »

Marine YZQUIERDO juge que cet objectif peut être atteint grâce à des « contentieux stratégiques » tels que l'Affaire du Siècle opposant l'État à plusieurs associations de défense de l'environnement et dans le cadre de laquelle l'État a pour la première fois été condamné au titre de son inaction écologique. Michèle PAPPALARDO a remis en cause l'efficacité réelle de telles actions, considérant que celles-ci ne peuvent s'appliquer qu'aux cas de violations de règles précises et non aux engagements environnementaux tels que ceux pris lors de la COP21. Les politiques publiques sont telles qu'elles entrent systématiquement en conflit les unes avec les autres car les sujets sont eux-mêmes conflictuels et « tout l'art de la politique

Pour rejoindre le groupe, scannez le QR code



est de résoudre ces conflits en faisant en sorte qu'on ait à la fois des logements et une protection de la biodiversité ». Pour Laurent FONBAUSTIER, il vaut bien mieux miser sur la prévention, l'action en justice ne devant être qu'un ultime recours.

Par Laura Papazian et Linda Wakam

Summer Party 2023 : Des souvenirs inoubliables pour la dernière soirée sur le campus de République



Cette année encore, vous étiez plus d'un millier à vous réunir dans la cour mythique de notre campus historique.

Le 9 juin dernier, diplômés, étudiants et collaborateurs étions réunis pour célébrer l'été tous ensemble et tirer notre révérence au mythique Campus du 79 avenue de la République, que nous retrouverons avec joie après sa rénovation.

Après notre Assemblée Générale, la soirée s'est poursuivie avec la remise des prix Alumni of the Year 2023 sous l'égide d'Eva Mollat du Jourdin (98), Déléguée Générale ESCP Alumni.

À l'issue des votes des Alumni – fortement mobilisés cette année quatre nouveaux ambassadeurs incarneront les valeurs de ESCP durant les douze prochains mois : Guillaume Sénéclauze (ESCP 89), Président Monoprix & Naturalia France, dans la catégorie Corporate. Sophia Alj (MiM 15) et Ismael Belkhatat (MiM 08), respectivement Co-founder & COO et co-founder & CEO de Chari dans la catégorie Créateurs, et Amélie Dumont (MiM 04), Chief Revenue & Impact Officer à Phenix dans la catégorie For Good.





La soirée a continué en (vraie!) fanfare dans la cour du campus totalement transformée en fête foraine.

Toutes les personnes présentes ont ainsi profité de nos animations - machine à pince, flipper, borne d'arcade, etc - mais ont aussi dégusté des gauffres délicieuses, de la barbe à papa, des pommes d'amour et sont retombées en enfance devant le candy bar.

La convivialité, la bonne humeur et les défis entre amis au basket électronique étaient au rendez-vous.

Les invités ont aussi pu se faire prendre en photo dans le photobooth d'Inside Out : un projet artistique participatif initié par l'école, afin d'immortaliser les visages de notre communauté et célébrer le 50^e anniversaire de notre modèle européen.

Le photobooth Inside Out parcourra ensuite l'Europe sur tous les campus de ESCP Business School.

Nous tenons à remercier nos partenaires qui nous ont

accompagnés dans la réussite de cette belle fête : l'agence événementielle Là-Haut, Auriane Denis (MS 12) des champagnes Lucien Collard, Pernod Ricard et son bar des amis, Oscar Girardot (MiM 23) du Quatter, Le Réfectoire traiteur, Hervé Hadjadj de Gaufre d'Art et Lucile Denecker, photographe.



Merci aussi à Samuel Vignon (MiM 23) et Bryan Kergoat (MiM 23) pour leur aide précieuse.



Enfin, un grand merci à tous les Alumni présents pour cette soirée inoubliable!

Par Joanna GIZA (MiM 14), David LALLEMAND (ESCP 98), Marc LAMBERT (MiM 13), Remi RIOU (MBA 12), Ludovic SABOT (MSM 97), délégués du Groupe New York

The ESCP Alumni community is making a strong comeback in New York!

Same as Rihanna who made her big comeback at the 2023 Super Bowl halftime show, here we are back on stage in New York!



Did you know that we are more than 400 ESCP Alumni in the New York City area and over 1,000 in North America? The easiest way to connect with others and be aware of upcoming events is to join our ESCP Alumni "New York" and "North America" LinkedIn groups. It is as simple as one click, really! We started with a Christmas party hosted by the French Chef Pascal Petiteau at Bistro Vendôme NYC in December. We were a diverse crowd of 40 people, Alumni from different generations and different programmes (Bachelor, Master, Specialized Master/MSc, MBA, MiM, Executive MBA, etc.), all happy to share a joyful and tasty dinner. As a cherry on the cake, at the end of the dinner, we drew prizes offered by our partners. What a great rehearsal for all of us before Christmas Eve!

Now, let me introduce you to our great team of Delegates, all super motivated to organize events and help ESCP Alumni connect in New York:

Joanna GIZA (MiM 14)

David LALLEMAND (ESCP 98)

Marc LAMBERT (MiM 13)

Remi RIOU (MBA 12)

Ludovic SABOT (MS 97)

Special thanks to Sofia REIS (MiM 13) who did a great job and has recently moved back to Europe.

We also launched the Alum'Night, a recurrent after-work party that

takes place at OCabanon, a family-run French kitchen located in the heart of Manhattan. These events allow us to develop authentic connections and grow our community on a regular basis.

In addition to these cozy gatherings, we recently organized two major events: the first one was a Wine & Cheese Tasting Party hosted by the great, brand new Nicolas Auvray Gallery in Chelsea, on May 17th. The ESCP Alumni community enjoyed unique art pieces, in all forms, from paintings to sculptures and photographs, combined with some of the finest French wines offered by Château Maris (Cordier USA) and a selection of vintage Swiss cheeses offered by Mifroma (Maîtres Fromagers Suisse). The ESCP Alumni were thrilled to be part of this wonderful experience, savoring art, wine, cheese while having the opportunity to get to know each other better.

The second event, hosted on June 21st, was a unique Luxury Conference, gathering almost 100 people from ESCP and other French Grandes Écoles in New York. This fascinating event was initiated by the ESCP Delegates in New York and organized with the collaboration of the AAGEF (Association des Amis des Grandes Écoles de France) at the Burberry store in Soho. Our guest speakers were renowned leaders of the Luxury sector:

- President Boucheron Americas: Philippe Galtié (ESCP Alumni)
- President Burberry Americas: Thibaut Perrin-Faivre (NEOMA Alumni)
- President Vilebrequin Americas: Emmanuele Vinciguerra (ESSEC Alumni)

They engaged in a panel discussion, moderated by Erwan Rambourg (EDHEC Alum), author of the book "Future Luxe", around the topic: "How to Engage with the Next Generation of Consumers?". The event was a fruitful exchange between the guest speakers and the Alumni Community, through a Q&A followed by a cocktail dinner catered by our sponsors Angelina Paris, sustainable Champagne Telmont (Rémy Cointreau), and Evian.

Please feel free to contact us if you have any questions or if you are interested in joining (or partnering with) our Delegates Dream Team! And last but not least, please update your profile on www.escpalumni.org and become a Lifelong ESCP member! |

Par Déborah Penaud (MS 13) et Victor Roisin (MS 14), délégués du Groupe Ressources Humaines

Le partage de la valeur en entreprise, une équation irrésoluble ?

Intéressement, participation, plans d'épargne, BSPCE, actionnariat salarié, primes, ... autant de leviers potentiels et complémentaires pour la mise en place de dispositifs de partage de la valeur au sein des entreprises que les invités de marque du Groupe RH ont débattu lors de leur dernière soirée le mardi 13 juin.



Cette nouvelle table ronde a réuni quatre experts du sujet qui ont apporté chacun leur éclairage à ce sujet complexe et multi-factoriel :

Sandrine Dorbes (MS 10), fondatrice du cabinet How Much a tissé le fil de rouge de la soirée avec son analyse du dernier projet de loi sur le sujet. Retraçant l'histoire depuis le premier dispositif de participation, elle a souligné les différents axes du projet de loi qui étaye et clarifie certains des dispositifs ayant pour objet de donner envie aux salariés de s'investir dans l'entreprise. Elle a souligné certaines difficultés dans la mise en place des dispositifs portés par ce projet de loi, notamment la prime liée à la valorisation de l'entreprise. Elle a également souligné les différents leviers existants de partage de la valeur existants.

Astrid Delanoë (EMBA 21), DRH au sein de ComGest un acteur indépendant de la gestion d'actifs, a partagé sa vision opérationnelle et stratégique du mode de fonctionnement du dispositif atypique d'actionnariat salarié et de l'impact concret dans sa stratégie RH en matière de recrutement, fidélisation, ainsi que les bonnes pratiques de communication autour de ce type de dispositif.

Hugo Martin-Cocher (MS 15), Head of Business Excellence au sein d'EPSOR solution de gestion d'épargne salariale et retraite, nous a fait part des incontournables facteurs de succès dans la mise en place des dispositifs portés par EPSOR chez ses clients et a également partagé les bonnes pratiques de l'entreprise en matière de partage de la valeur.

Enfin, Quentin Frisoni, Associé au sein du Cabinet Factory qui hébergeait l'évènement, a partagé son analyse de tendance autour du projet de loi, notamment sur les zones de flou du projet de loi autour de la définition de la notion de résultat exceptionnel et des différentes obligations des entreprises de plus ou moins cinquante salariés.

De ce débat riche et animé, plusieurs éléments sont ressortis : communication pédagogique et surtout fréquente, clarté dans les critères de calcul et d'attribution, et surtout adéquation entre le projet de l'entreprise et le choix du type de dispositif de partage de la valeur sont indispensables.

A l'issue de cet évènement, intervenants et participants ont pu partager leurs visions respectives sur ces sujets autour de l'apéritif désormais classiquement proposé par le Groupe RH.

Pour rejoindre le groupe, scannez le QR code





De l'hyperconnexion au silence du grand vide

A l'heure de l'hyperconnexion digitale, que se passerait-il si, en l'espace d'un éclair, quelqu'un détruisait tous nos systèmes informatiques ? 27 Juin 2017 : une cyberattaque mondiale frappe de plein fouet plusieurs multinationales. Angeline, collaboratrice engagée dans une course effrénée aux résultats, tout comme Martin, son PDG, se

trouvent brutalement plongés au milieu du chaos. En l'espace d'une seconde, la suractivité laisse place au silence du grand vide. Sans information. Et surtout, sans aucun moyen de communication. Après le choc des premières heures et les jours qui s'égrènent, comment faire pour relancer la machine ? Comment le comité de direction va-t-il réagir et faire face à des événements aussi inattendus que terribles ? Cette grande entreprise globale n'est-elle finalement qu'un colosse aux pieds d'argile ? Comment continuer à travailler alors que la totalité des outils de travail ont été détruits ? Laissez-vous emporter dans cette histoire vécue et profondément humaine qui vous plongera dans les affres de la grande déconnexion.

Cyberattaque : plongez au cœur du blackout !

Delphine Chevallier (ESCP 92), alias Angeline Vagabulle, Thalia Neomedia, 238 pages, 15€



Géopolitique et numérique... à quoi ressemblera le monde de demain ?

Ce roman d'anticipation géopolitique dresse les lignes du monde de demain, partant des grandes tendances de ce début du XXIème siècle pour décrire, ce qui est susceptible de se produire, en l'état actuel des relations internationales, d'ici la fin du siècle. Face à un monde occidental, en perte d'attractivité

sur les plans interne et externe, qui se croit pourtant sanctuarisé par l'universalisme de ses valeurs et son avance technologique, une Alliance Transasiatique (ATA) se met en place derrière la Russie et la Chine et parvient à faire vaciller les démocraties via une offensive numérique majeure. Le contrôle des populations devient total via un puissant outil, le Registre, qui contrôle étroitement chaque faits et gestes des habitants de la planète. Un groupe de résistants décide bientôt de chercher comment combattre la pieuvre numérique depuis une base souterraine dissimulée dans la région d'Almeria, en Andalousie, sous les hectares de serres qui échappent à la surveillance des drones et des satellites du Registre. Parviendront-ils à déjouer le nouvel ordre mondial numérique ?

Reset

Johann Godeau (MBA Beyrouth 08), alias Johann Augedo, AFNIL, 402 pages, 11,59€



Vous avez perdu votre joie de vivre ? Retrouvez-la avec ce livre

Vous vivez une période difficile, voire un drame ? Ce livre est fait pour vous. Il vous accompagnera sur votre chemin de résilience pour retrouver une vie pleine, souriante et heureuse.

Dans la première partie, 14 nouvelles vous présenteront des parcours de résilience issus d'histoires vraies. Laissez Hélène, Elsa, Julien et tous les autres personnages vous servir d'exemples inspirants dans la voie du mieux-être.

La seconde partie, le Guide Pratique, vous donnera la méthode, les conseils concrets et les astuces pour reconquérir, à votre tour, le bonheur auquel vous avez droit ; pour passer de victime à résilient.e.

Ce livre n'a qu'un seul objectif : vous permettre d'aller mieux, de retrouver la joie de vivre.

La résilience à portée, demain

Richard Bourrelly (ESCP 96), sous le nom de Richard-Hubert, éditions ekilibris, 350 pages, 24,90€



Quelques heures pour sauver l'humanité

Quel lien entre les carnets originaux de Darwin volés et mystérieusement restitués 22 ans plus tard à l'université de Cambridge, le Talmud et des robots totalement biologiques nés de l'intelligence artificielle chinoise ? Ava, jeune calédonienne, docteure en mathématiques, championne de combats clandestins et dernière héritière de la Tradition océanienne, n'a que quelques

heures pour le découvrir, faute de quoi, une grande partie de l'Humanité disparaîtra. Une course effrénée contre la mort va la conduire du Pacifique Sud, à l'Europe, en passant par l'Asie.

Ava, nouméa fatale

Georges Nurdin (EAP 76), Editions Harmattan, 228 pages, 22,50€

advancy

Driving Strategy To Results

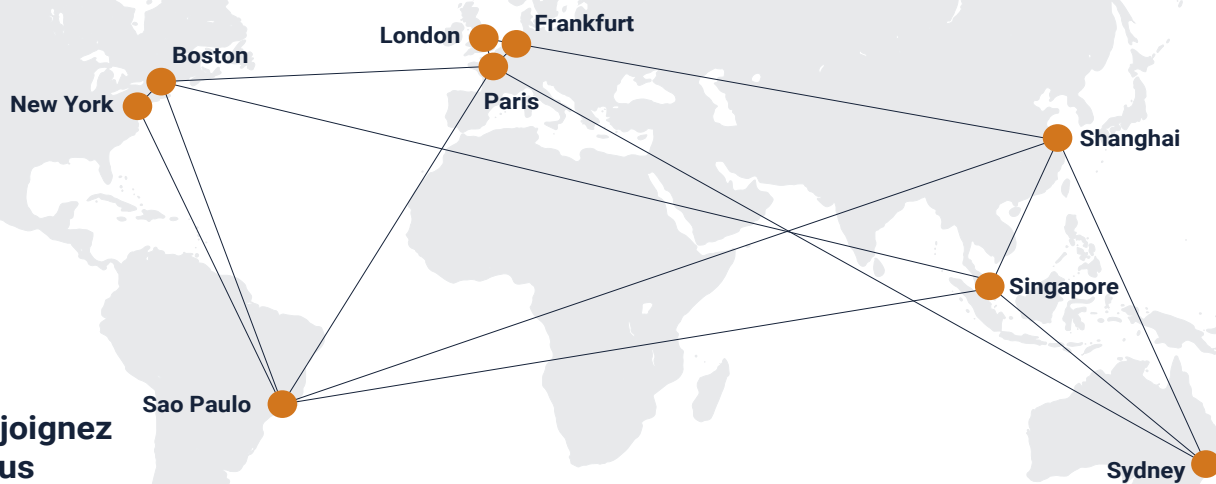


CREATE IMPACT
SHAPE YOUR FUTURE

Conseil en stratégie

ENTREZ DANS L'UNIVERS ADVANCY !

9 bureaux dans le monde



Rejoignez
nous

Campus

United for European spirit!

Une tournée européenne Inside Out sur les campus de ESCP

Pour la première fois, ESCP participe à Inside Out pour rassembler l'ensemble de sa communauté autour d'un projet artistique collaboratif inédit. À l'occasion du 50^e anniversaire de son modèle européen, ESCP réunit tous les acteurs de sa communauté à travers le projet de photos-portraits Inside Out, une plateforme artistique participative.



Cette année marque l'anniversaire d'un pilier central de l'identité de ESCP : son modèle européen multi-campus. Pour célébrer cet anniversaire

important, l'école a choisi d'honorer les individus qui, dans leur diversité, constituent la base de l'identité unique de ESCP. Chacun est invité à se faire prendre en photo dans le Photobooth Inside Out et à ajouter ce portrait à une immense installation d'art public sur le campus.

United for European spirit

Le projet Inside Out est une plateforme qui aide toutes les communautés du monde entier à défendre leurs convictions tout en les incitant à un changement des comportements et ce d'abord à l'échelle locale. La plateforme permet à toute personne de créer une "action Inside Out" en affichant des portraits en noir et blanc à grande échelle de membres de sa communauté dans des espaces publics.



“
En qualité
d'école
fondée par des
entrepreneurs il y
a plus de 200 ans,
ESCP souhaite
véritablement
mettre l'accent
sur la promotion
de la créativité.”



Depuis sa création en 2011 par l'artiste JR, le projet Inside Out a touché près de 500 000 personnes dans 149 pays et territoires, avec plus de 2 300 actions créées.

«United for European spirit»: une tournée européenne pour célébrer la communauté ESCP

Le camion Inside Out Photobooth se rend sur six campus de ESCP à travers l'Europe dans le cadre de la tournée «United for European spirit». Cette expérience rassemble l'ensemble de la communauté ESCP qui se fera photographier et dont les portraits

apparaîtront sous forme de mosaïques géantes sur les murs des campus de ESCP.

En qualité d'«école fondée par des entrepreneurs il y a plus de 200 ans, ESCP souhaite véritablement mettre l'accent sur la promotion de la créativité. Cette action célèbre la communauté d'étudiants qui nourrit la curiosité, embrasse l'audace et encourage les contributions de toutes les disciplines pour construire un monde plus équitable et durable.

Dans le cadre de cette action artistique, les étudiants, les alumni, les professeurs, et le

personnel administratif se rencontreront sur les campus de ESCP pour échanger, apprendre, créer et renforcer les liens entre toutes ces communautés.

Ces œuvres d'art collaboratives reflètent l'enseignement multiculturel du corps étudiant et son ADN paneuropéen. Quatre ans après son bicentenaire, l'école célèbre le 50^e anniversaire de ce modèle européen en 2023.

À l'image des étudiants de ESCP qui se déplacent de campus en campus, le voyage du camion Photobooth débutera le 8 juin sur son site parisien de République. Il poursuivra sa route dans toutes les villes des campus européens de ESCP, à commencer par Turin, puis Berlin, Londres, Madrid, bouclant son expédition sur le nouveau site de Champerret dans le 17^e arrondissement.

Conformément à la politique de développement durable de ESCP, le camion fonctionnera au gaz naturel. Le papier utilisé pour créer les œuvres est recyclé et la colle 100% organique.

«Ce projet artistique illustre par excellence notre stratégie d'hybridation des compétences ABCDE*, avec un grand "A" pour "Arts". Cette opération, dans le cadre de l'anniversaire des 50 ans du modèle européen se présente comme un moment de convivialité idéal pour célébrer toute la communauté qui fait la richesse et l'histoire de ESCP», conclut Léon Laulusa, Directeur général.



PKF ARSILON

**Rejoignez
nous !**

Ensemble, passons au niveau supérieur

www.pkf-arsilon.com

#NextLevel

STUDENT ACHIEVEMENTS

Meet the four winners of the first ESCP Dean's Award

FT-ranked ESCP Business School recognised the outstanding achievements of several of its students with the newly created Dean's Award at an inaugural prize-giving lunch on 1 June. The aim of the award is to encourage and recognise students for their active participation and contribution to the ESCP community. All students had the possibility of nominating or being nominated for the award. The criteria for selection included:

- Exemplifying the values of ESCP
 - Achieving excellent academic and non-academic results throughout their schooling
 - Having made an outstanding contribution to the school, fostering its European community and furthering student life on campus through entrepreneurial or associative initiatives
- 2 Winners of the award underwent a rigorous selection process, during which a total of over 300 entries had been assessed by both student representatives and staff.

Four winners were selected by a jury composed of the Dean, Faculty Dean and EVP for Student Experience.

1. Bautista Aguirre Celiz (3rd Year Bachelor programme): Founder of the Blockchain & Crypto Association at ESCP, Bautista has been

recognised for bringing students together, promoting a sense of community and encouraging intellectual exchange;

2. Farah Houari (MBA programme): President of the Women in Leadership association and member of the GenZ Observatory of the ESCP HEC Turning Points Chair with Cartier. Farah has been recognised by her peers for her ability to collaborate and willingness to contribute positively to the MBA programme and to the ESCP community.

3. Hemisha Newaj (MSc Digital Project Management & Consulting): Also a graduate of ESCP's Bachelor programme, she holds the ESCP record for serving four years as a student representative in the student union, Agora, where she currently holds the position of vice president. Hemisha is recognised by her peers for having a "great work ethic" and being "committed to improving student life".

4. David Kurzmann (1st year Bachelor programme): Recognised as an outstanding achiever, David put in place a maths support network for his classmates during his first semester at ESCP. In addition to tutoring, David is the president of the Student Philanthropic Foundation in Paris and founded the social impact startup Vipi.Education.



Gorgi Krlev featured in Poets&Quants' Best 40-Under-40 MBA Professors for 2023



Poets & Quants has named the Assistant Professor of Sustainability as one of the Best 40 Under 40 MBA professors worldwide in its annual list.

Poets&Quants (P&Q), which was recently acquired by Times Higher Education, unveiled the 11th edition of 40-Under-40 Best MBA Professors for 2023. This annual feature identifies and celebrates the most talented young professors currently teaching in MBA programs around the world.

The leading resource for business education received more than 1,500 nominations from students, colleagues, administrators, and professors. P&Q's editorial staff evaluated each nominee on teaching (given a 70% weight) and research (given the remaining 30% weight). "Gorgi had a remarkable ability to connect theoretical business concepts with real-world applications, which was truly inspiring. His

teaching methods were very interactive and had a profound impact on all of his students," former student Arpit Aggarwal told P&Q. "I am extremely grateful to the leadership of our world-class MBA programme, most notably Associate Dean Laura Reyero, Director Zahia Bouaziz and programme manager Sabrina Tiberi, for their support throughout the year and in this nomination," commented Gorgi Krlev.

"I am buzzed about this recognition because I truly believe we have a unique approach to sustainability education at ESCP, pioneered by my colleagues Aurélien Acquier, Valentina Carbone and others in our great Sustainability Department."

Centre stage

Not only did Poets & Quants include him in their 40, gave him the floor and mentioned the numerous awards his research, teaching, and impact work have earned him, they also gave him the leading role in their feature. Maybe because he teaches sustainability – not a topic generally associated to MBA students so far...

"I have extensively studied social innovation and societal impact. One of my core arguments is that we fail to support either effectively if we try to understand them by way of their commercial counterparts. Instead, we need to remodel our mindsets, norms, and resources to cope with their inherent complexity and collaborative nature," he told P&Q. "If I had my way, the business school of the future would have much more of this... It would care deeply about whether it makes a positive difference to the world. Gladly, when it comes to that, I am in a very good place at present."

ESCP's Master in Finance ranked Number 1 in the world by Financial Times



ESCP Business School's Master in Finance has been ranked first worldwide in the 2023 Financial Times Masters in Finance ranking, moving up one place from last year.

This exemplary result cements ESCP's place as one of the most prestigious business schools in the world. This position in the annual FT

ranking is based on a large number of factors including the average salary three years after graduation and the average percentage increase since that time, international course experience, alumni network, diversity, career services and aims achieved. ESCP's Master in Finance performed exceptionally in every respect.

Above all, ESCP's Master in Finance was ranked 1st for its alumni network and careers service, with 100% of graduates employed three months after graduation. This strong performance is further evident in the fact that ESCP earned the top place in terms of aims achieved (96% of respondents).

Professor Philippe Thomas, Academic Director of ESCP's Master in Finance, comments "We are incredibly proud to be ranked first worldwide by the FT. It shows that our innovative teaching methods, delivered by outstanding faculty with both published research and hands-on industry experience, have succeeded in shaping the world's top financial industry leaders."

The REGATTA: a European sailing race since 2008

When Flavio Nappi became a student at ESCP in 2007, he wondered how he could best contribute to raising the school's profile and extending its influence. In 2008, the Neapolitan reconciled his love of water sports with his taste for management by organising the first ESCP Europe Regatta, with the support of the Turin Campus management.



2008 - First edition on the island of Capri

How to get sea legs while networking.

For its first edition, held on the island of Capri off the Neapolitan coast, alumni and students from all five campuses and all the courses came together for four days of competition.

But the programme did not end there, and the companies, who proved to be more than mere sponsors, joined the competition, making it possible to add a genuine recruitment forum, even if the setting was very unusual. Right from the beginning, in addition to the Regatta, the programme included a whole series of events: board games, "entrepreneur baptisms" during which participants could test their business

ideas on managers, B2B aperitifs between partner companies, etc. The goal is to facilitate the concept of "networking". Students meet alumni who advise them, knowledge is transferred, and managers come to look for trainees or employees. Relationships are all the easier because people are meeting in a barrier-free environment: it is much easier to get to know someone on a boat than in a job interview. The event met with immediate success.

Ongoing success for what has become an escp institution

500 participants for the fourteenth edition on the island of Ischia, in 2022. Although the Regatta's first edition attracted only 60 participants, three years later, there were 260 and in 2022, about 500.

Each boat's crew consists of four students, two alumni and two partners. This diversity of profiles makes for an effective mix.

Today, the event has become an institution at ESCP: its faculty and administrative staff participate actively, although a team of students from many different countries is still in charge of the organisation.

The structure is flexible but nevertheless extremely professional, and nothing is left to chance in the management of the "village" used by all the teams and contributors to the event. The "village" functions like a small town, facilitating encounters between all concerned, but requiring serious logistical planning for which sustainability is the watchword. The ESCP Regatta seeks to be environmentally-friendly, offering sustainable, low-impact solutions

ESCP and CKGSB partner for dual MBA programme

ESCP Business School and Cheung Kong Graduate School of Business launch a dual MBA programme to train global business leaders. ESCP Business School and Cheung Kong Graduate School of Business (CKGSB) are proud to announce the launch of a unique dual MBA programme that will offer students an unparalleled opportunity to study in a truly global programme with key strategic differentiations.



The Dual MBA, taught in English and delivered primarily in Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) countries (including China) and Europe (including France), will combine

the expertise of both institutions to provide students with a global perspective, introduce the latest trends in business and digitalization, and propel them to foster social innovation. Students of the dual MBA programme will gain a global perspective by studying in several locations, leveraging ESCP's six campuses across Europe—Berlin, London, Madrid, Paris, Turin and Warsaw—and CKGSB's China campuses in Beijing, Shanghai and Shenzhen, as well as CKGSB's partner institutions in Dubai, Singapore, Seoul and Tokyo. The dual MBA programme is designed to provide participants with the best of both worlds, combining

CKGSB's deep knowledge of RCEP markets (and the wider Asia region) and ESCP's long-standing reputation as the world's oldest business school and leader for international course experience (FT MBA ranking, 2022). Having consolidated its position as one of the top 3 business schools in Europe, ESCP looks to the global business arena. RCEP economies represent one of the world's most dynamic and fastest-growing regions in today's uncertain and bifurcated world, and CKGSB is well-positioned to cover business opportunities in this region.



Supporting sustainable innovation in opera and dance on, behind, and beyond the stage.



FEDORA PRIZES
BIENNALE



NEXT STAGE
INITIATIVE

The FEDORA Platform's mission is to support and showcase sustainable innovation on, behind, and beyond the stage in the fields of opera and dance in Europe.

We provide visibility and new funding opportunities to innovative cutting-edge co-productions created by emerging artists, that are still in the making, through the world's largest opera and dance competition: the **FEDORA Prizes** initiated by Jérôme-François Zieseniss, FEDORA's President. We also provide financial support and skills development to boost innovation through sustainability, inclusivity, and digital transformation, through the **Next Stage Initiative** launched by FEDORA and Opera Europa.

In 2023, FEDORA celebrates its 10-year anniversary: a decade of impact with artists, creatives, and audiences in the opera and dance sectors all around the world.



€ 6.5 million
public and private
funds raised for
new creations



**75 new
co-productions**
financially supported



**+ 2,000 artists &
creatives** involved



+ 500,000 people
worldwide attended
the winners'
performances



+ 350,000 users
interacted on the
FEDORA platform

with the primary support of



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union



in collaboration with



Learn more on www.fedora-platform.com

The first offspring of a true love story!

The ESCPxRIU professorship has begun to be fruitful for both long-time partners.



It has been more than a year since the school signed an agreement with RIU Hotels & Resorts to undertake a professorship about corporate social responsibility (CSR) in the hotel industry. *“After a five-year honeymoon, RIU and ESCP are now finally married,”* said Lola Herrero, Associate Professor at ESCP Business School and Scientific Director of the Jean Baptiste Say Institute for Entrepreneurship on the Madrid campus when the partnership became a professorship after five years of developing projects together. The marriage started off great and has already begun to bear fruit - some of it planned and some totally unexpected. But after all, aren't surprises the secret to solid relationships?

In its first year, the professorship implemented four International Consulting Projects (ICPs) with students from the MSc in Hospitality & Tourism Management (MHM), MSc in Marketing and Digital Media (MDM), and MBA in International Management (MBA) programmes. These were part of the AD-HOC Academic CSR consulting missions: “Sustainability In ACT-I-ON” workstream, but they were not the only component: the professorship’s team carried out a “fifth” academic consulting mission on how to design and implement a standardised monitoring system for CSR projects, to be incorporated into the RIU Method - a social innovation methodology developed by Lola Herrero for selecting the social projects to carry out in each destination, based on objective and scientific criteria and with two clear objectives: people and biodiversity. Known as RIU-SSIP (Sistema de Seguimiento e Impacto de Proyectos-destino), this consultancy was

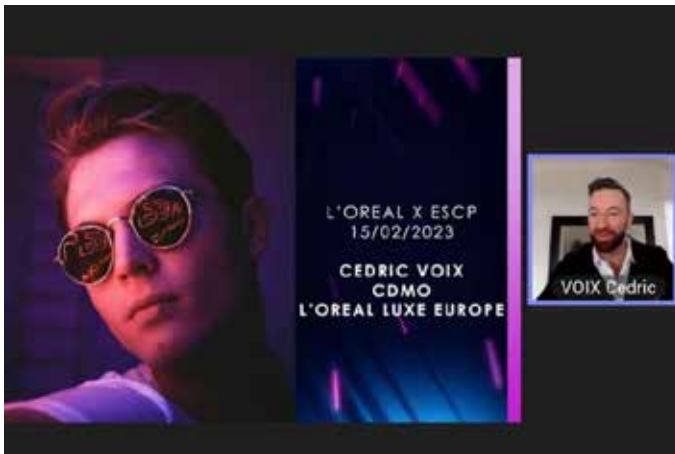
carried out in parallel to the ICPs and tested in the field; specifically, in Cancun (Quintana Roo, Mexico), together with the RIU team, and the destination’s stakeholders. In this way, the ESCP team travelled to work hand in hand with RIU’s CSR partners in the destination. The objective was to create in a collaborative/participatory manner both the processes and the monitoring tools, which could be replicated in other destinations. There were 15 days of bilateral co-design workshops and project visits. From this fieldwork, some work processes were created based on tools that, back home, the ESCP team continued testing through 22 online workshops with social investment projects in Mexico. *“The SSIP-RIU process and its derived tools are very practical for us because they have not only helped us to measure the progress of the project but have also allowed us to learn more about project management,”* commented Fundación Aitana Director Yoselin Vera. *“This will help us in our day-to-day work and in obtaining more resources for our task in the comprehensive care of child cancer patients.”*

The ICP on RIU’s CSR diagnosis was also very helpful in mapping all of RIU’s CSR data. It laid the foundations that allowed the ESCP team to continue researching, mapping and reviewing the state of the art of scientific-academic research on hotel CSR and its dissemination, with a view to creating a prototype for the creation of a knowledge structure that can have a favourable impact on the promotion and consolidation of social investment undertaken by the hotel sector. All this work was accompanied by great general and academic communication efforts. Together with the RIU team, the ESCP team talked about the RIU method in important tourism forums. *“The most important thing in the first year of the professorship was what happened unexpectedly: what we had not planned and yet materialised. The main one was the creation of the fifth ICP on how to measure the impact of social investment,”* explains Lola Herrero. *“Also unforeseen and extremely welcome were the invitations we received to participate in the UNWTO’s 2022 Sustainable Destinations Summit and the 2022 ISTO (International Social Tourism Organization) World Congress. At the ISTO conference, we were able to share some of the conclusions of the work carried out throughout the year and this has given rise to a synergic relationship with ISTO members for the creation of working groups on reporting and indicators of social investment in the tourism sector.”*

Like all marriages, this one requires a lot of work but it should be long and beautiful.

A fountain of youth for L'Oréal

The L'Oréal Professorship in Creativity Marketing and its scientific director Marie Taillard held their two annual events: L'Oréal's Innovation Factory and Big Picture.



First, in February nearly 200 ESCP students participated in L'Oréal's 2023 Innovation Factory, an annual event brought by the L'Oréal Professorship in Creativity & Marketing that gives them the unique opportunity to get to know L'Oréal and learn more about the many careers it has to offer around innovation and tech. *"The 2023 Innovation Factory event with ESCP proved to be once again a fantastic opportunity to spend quality time with students,"* commented L'Oréal France Talent Acquisition Director Stefanie Messner. *"This highly interactive annual get-together consists of a day packed with conferences, talks and exchanges between ESCP students and L'Oréal employees in different countries. This year, we built our agenda around the topics of innovation, digital and sustainability with the aim of allowing students to gain an authentic understanding of our strategies, commitments and concrete initiatives, as well as the challenges we are facing. Last but not least, within the context of L'Oréal4Youth, the event fosters youth employability and gives participants additional insights into career opportunities at L'Oréal."*

Big Picture, the annual exclusive student challenge at the core of L'Oréal's partnership with ESCP and its Creativity Marketing Centre, kicked off on Monday, 24 April with a briefing on its approach to Gen Z consumers by Diane Hecquet, Yves Saint Laurent Beauty's Chief Digital and Marketing Officer. Diane and her team joined ESCP faculty, industry experts and school alumni at L'Oréal, to mentor the teams over the course of the week and help them develop recommendations that they presented to a jury panel. ESCP alumni at L'Oréal play an important role in the project's success. *"It's super exciting to see how students evolve from one year to the next, the innovative solutions they deliver, the different ways in which they approach the challenges, the creative ideas they come up with,"* commented Global e-Commerce Director Luka Brekalo, who took part in Friday's jury alongside Laurent Francois, Managing Partner at 180 Luxe & 180 Social and lecturer at ESCP. *"It really gets better every year as consumer and market trends become increasingly complex and challenging!"*

“It’s super exciting to see how students evolve from one year to the next.”

Why entrepreneurs need to make use of chance

Many of the products that are a firm fixture in our daily lives owe their existence to chance – and the business acumen of the people who discovered them. René Maurer explains why entrepreneurs should tap the potential of chance, and how to open the door.



René Maurer
professor Entrepreneurship
ESCP Business School

The Swedish village of Jukkasjärvi owes at least as much to entrepreneur Yngve Bergqvist as it does to chance. Bergqvist realised the area's tourist potential for the summer months. However, as he explains, he was met with naysayers when it came to tourism who said it was too bleak, cold and dark in northern Sweden during the winter.

But he stuck to his guns and planned a project with ice sculptures, including an igloo art gallery with art created out of ice and snow.

And this is where chance comes into play: when a group of people wanted to stay in the village despite the cold winter night but no warm cabins were available, Bergqvist promptly offered to let them spend the night in the art gallery igloo. The guests loved it, and the ice hotel was born.

Chance creates potential out of nothing

Yngve Bergqvist accepted chance as a friendly prospect: he identified the potential thrown up by an accidental development. Building an ice hotel was never his goal, but

he recognised the idea when it arose and followed it through to its final destination. The same thing happened to the Post-it. Originally, the focus was on the development of an adhesive that did not stick as firmly as hoped. However, this failed attempt was used by a colleague of the adhesive developer who wanted to mark passages in the music book of his church choir. Normal notes slipped, but with his colleague's glue this no longer happened – the prototype of the Post-it was born.

Bergqvist could have dismissed his igloo guests' delight as a one-off. The church choir singer could have kept his glue creation to himself, as his own problem had been solved. But both chose to take a different path – paths trodden by people with an entrepreneurial way of thinking.

How do we tackle chance?

The key question when entrepreneurs and employees are tackling chance is: do they embrace the chance and welcome its effects, or reject it as uncertainty and a deviation from the plan?

Initially, the decisive factor is the mindset of how to deal with the occurrence of chance. However, the more exciting question is what behaviour can be adopted to give chance a helping hand.

It would be tempting if chance were able to come knocking more often, or at least at the right moment. This would allow anyone to come up with the next business idea or innovation.

However, a key characteristic of chance is that it occurs unexpectedly, and can only

“
The key question when entrepreneurs and employees are tackling chance is: do they embrace the chance and welcome its effects, or reject it as uncertainty and a deviation from the plan?”



be deliberately conjured up to a very limited extent. One thing is clear: there is no way to force a happy accident. However, entrepreneurial individuals can open the door to chance – in fact literally so, as only people who go out on a limb and open themselves up to contact and discussion will enable chance.

Effectuation opens the door to chance

Radical innovation does not occur in a standardised idea funnel – because there are no empirical values for radical innovations. Something radically new cannot be evaluated using known parameters and guided through the process. Instead, organised chaos must be created as the foundation.

Entrepreneurship research's empirically-based effectuation method gives substance to this approach: rather than the expense of sending selected team members off to develop ideas as part of defined procedures, instead a rough framework, mission or challenge simply needs to be laid down with a group of intrinsically motivated volunteers devoting their time to it.

Because effectuation has two major core beliefs:

- Firstly, all the information relevant to innovations can be found in people – the only thing that is unclear is what innovations are in whom, and how they can be linked up.
- Secondly, forecasts and planning do not work in moments of great uncertainty.

This means that there must be as much creative scope as possible at the beginning of an innovation process. Structuring tools can then be gradually added as more knowledge is gained about the project and its potential.

If Bergqvist had established a business plan or used design thinking right at the outset, he most likely would never have ended up with his ice hotel. Instead, he accepted the occurrence of chance and coolly drew the best from it. It is therefore well worth making chance the flavour of the week more often. |

Portrait de donateur

À travers son don, chacun exprime une histoire singulière avec ESCP Business School. Découvrons le témoignage de **Thibault BASQUIN (ESCP 01)**, l'un des Mécènes de la Fondation ESCP.

La Fondation soutient quatre axes dont tous les projets sont conçus pour être déployés sur les 6 campus européens de l'École :

L'Égalité des chances & l'Inclusion : des bourses de scolarité, de vie et d'urgence pour permettre la réussite et les études de tous les étudiants, sans distinction sociale ni géographique.

L'Excellence de la recherche académique et l'Innovation pédagogique, avec le soutien de programmes made in ESCP uniques comme le Permanagement ou l'Art thinking ; et aussi des chaires à Paris, Londres et Madrid ; des appels à projets

pour soutenir la recherche innovante de professeurs sur nos campus européens.

Une **Expérience étudiante** harmonisée et haut de gamme, sur chaque campus en Europe, avec des espaces Alumni, un coffee lounge, un incubateur ; mais aussi des solutions de logement, des activités extra-scolaires et des équipements d'étude modernisés (salles hybrides, bibliothèque 2.0.).

L'Entrepreneuriat, avec l'europanisation de la Blue Factory, l'incubateur de l'École, avec des équipes dédiées sur chaque campus, et le développement d'un écosystème start-up dans chaque pays.

Toutes ces initiatives sont possibles grâce aux dons ! Dans ce numéro, nous avons souhaité mettre à l'honneur **Thibault Basquin (ESCP 01), nouveau Mécène de la Fondation**. Je le remercie chaleureusement pour son **engagement exemplaire** en faveur de l'Égalité des chances, de la diversité, de l'inclusion et de l'innovation pédagogique.

Jean-Stéphane ARCIS (EAP 85),
Président de la Fondation ESCP



Bonjour Thibault, Pouvez-vous vous présenter et retracer les grandes étapes de votre parcours professionnel ?

Aîné d'une fratrie de quatre garçons, j'ai grandi dans le Val d'Oise, à côté de Pontoise, où j'ai étudié. J'avais de nombreuses activités mais ma passion principale était la planche à voile. J'ai très tôt travaillé pour pouvoir acheter mon matériel. Chocolatier, caissier, facteur, ... les nombreux jobs d'été ou stages de courte durée m'ont permis d'être au contact des entreprises et de réaliser mes projets.

J'ai quitté le domicile familial à 18 ans pour aller faire ma classe préparatoire à Versailles.

Ce fut deux merveilleuses années au cours desquelles j'ai pris mon envol, découvert l'autonomie et l'indépendance et forgé des amitiés toujours fortes aujourd'hui.

ESCP m'a ouvert ses portes en septembre 1997. En fin de 1ère année, j'ai parcouru le monde comme steward Air France. Un stage que j'avais beaucoup apprécié et dont chaque vol encore aujourd'hui me rappelle des souvenirs. Puis j'ai eu une longue expérience de césure après la 2^e année chez Arthur Andersen en audit (avant l'affaire Enron) et WebContents, une start-up alors spécialisée dans le contenu pour sites web. Mon stage de fin de 3^e année m'a amené à rejoindre la petite équipe LBO d'AXA Private Equity qui avait été créée 4 ans auparavant. Je ne connaissais pas ce milieu, le Private Equity n'était alors pas enseigné à l'École. Parmi les grands métiers en vogue à l'époque, on retrouvait le conseil en stratégie, la banque d'affaires et les projets start-ups (jusqu'au krach boursier de juin 2000). Fraîchement diplômé de l'École en juin 2001, j'ai eu la belle surprise d'avoir deux offres d'embauche chez AXA Private Equity

et je suis resté fidèle à l'équipe LBO qui m'avait formé, et avec laquelle j'avais noué des liens forts. Nous avons alors connu une très belle histoire de croissance. J'ai passé 18 ans au bureau de Paris, travaillé sur de nombreux dossiers, en tant que membre d'équipe puis responsable de dossiers d'investissement. Cela m'a amené à voyager un peu partout dans le monde, pour des opérations de build-ups ou des rendez-vous de fundraising.

J'ai aussi vécu notre prise d'indépendance du groupe AXA en 2013 et la naissance d'Ardian. Depuis, nos actifs sous gestion ont quintuplé pour atteindre plus de 150 Md\$. Cette année est importante car nous fêterons les 10 ans d'Ardian en septembre 2023. En septembre 2018, nous sommes partis nous installer à New York avec mon épouse et ma fille. J'y ai monté l'équipe Buyout US qui compte désormais 8 professionnels. Les débuts sont très prometteurs, et ce, malgré la pandémie et les nombreux impacts liés au conflit ukrainien, dont la crise énergétique, l'inflation galopante et la forte hausse des taux d'intérêt. Nous avons déployé

plus d'1 Md\$ d'equity dans deux très belles plateformes américaines, et accompagné plusieurs de nos sociétés européennes dans leur expansion nord-américaine.

Depuis mi-2022, je co-dirige au niveau mondial l'équipe Buyout, accompagne l'équipe Growth, et supervise le lancement d'une nouvelle activité thématique stratégique. Je suis par ailleurs impliqué depuis plusieurs années dans la gouvernance de l'entreprise au sein de différents comités.

Vous l'aurez compris, j'adore mon métier, en particulier pour les nombreuses aventures humaines que j'ai vécues aux côtés d'entrepreneurs.

Quels souvenirs gardez-vous de votre passage à ESCP ?

Sans aucune hésitation je commence par les amitiés fantastiques que j'y ai forgées, dans la continuité de celles de classe préparatoire. Nous avons pleinement profité des opportunités offertes par l'École pour apprendre mais aussi nous détendre. Imaginez que j'ai été trésorier du Quatter pendant un an, après l'échec de ma liste BDE. Une mission particulière pour celles et ceux qui connaissent l'institution !

Je soulignerai aussi le vivier d'entrepreneurs de grande qualité qui y a émergé, et ce en partie grâce aux nombreuses associations responsabilisant les étudiants, et le corps professoral d'une grande qualité. Certains professeurs sont toujours là 25 ans après et ont suivi leurs étudiants.

Ce fut enfin les tous débuts du projet d'internationalisation de l'École avec le rapprochement avec l'EAP, dont les promotions qui ont suivi la mienne ont été diplômées.

Comment est né votre engagement au sein de la Fondation ESCP ?

J'avoue avoir été très discret dans mes relations avec l'École après mon diplôme. Avec le temps, j'ai réalisé à quel point la notion de communauté est un outil puissant pour s'enrichir intérieurement, faciliter de belles rencontres menant à des projets concrets, aider à la prise de décision, établir des liens de confiance, etc. J'ai alors souhaité reconnecter avec l'École, elle qui m'a ouvert de nombreuses portes sans que je le réalise

pleinement alors que j'étais jeune diplômé. Le travail de suivi régulier des équipes de la Fondation pour faire connaître le projet (Brynhild Dumas notamment), l'implication de jeunes anciens motivés comme Thomas Rajzbaum, ou encore l'engagement fort de Frank Bournois et Léon Laulusa lors de dîners de fundraising organisés à New York m'ont convaincu que je devais reconnecter avec l'École et y soutenir des projets qui me tiennent à cœur.

Qu'est-ce qui a motivé votre don, quels sont les projets de la Fondation qui vous tiennent le plus à cœur ?

J'ai décidé d'orienter mon don vers deux causes qui me tiennent particulièrement à cœur : le handicap et l'agriculture régénératrice. L'équipe de la Fondation a su me proposer des programmes sur-mesure.

Le choix de la thématique du handicap est notamment lié à mon expérience personnelle et familiale, en particulier autour du handicap invisible qui je pense a jusqu'à présent été beaucoup trop ignoré dans les milieux scolaires et professionnels. Trop nombreux sont encore les étudiants qui cachent certains aspects d'eux-mêmes, par crainte, mais aussi par manque de formation et de sensibilisation des enseignants et des autres étudiants, et aussi par l'absence de prise en compte de certains de leurs besoins spécifiques sur des aspects très pratiques. Habitant à New York depuis 5 ans, je vois à quel point les Américains et les Canadiens sont en avance sur les Européens dans les méthodes pédagogiques et le respect de la différence.

L'autre thématique, celle de l'agriculture régénératrice, vient de belles rencontres ayant eu lieu à la ferme du Bec Hellouin avec ses fondateurs Charles et Perinne

Hervé-Gruyer. Ils m'ont sensibilisé à la permaculture, ou comment produire en grande quantité sur de petites superficies, tout en respectant le sol et la biomasse. D'autres amis se sont aussi lancés dans des projets responsables ambitieux, notamment Patrick de la Chesnais à Minorque. J'ai aussi accompagné plusieurs dossiers d'investissement dans la chaîne agroalimentaire où nous avons mis au cœur de la stratégie des projets d'impact autour de la naturalité et de la réduction du recours à certaines pratiques intensives. Il s'agit d'enjeux primordiaux pour la planète et ses habitants. En un mot : "You are what you eat".

Quel est votre souhait pour le futur de ESCP ?

Je souhaite à l'École de rester la référence pour accompagner et préparer des élèves à devenir des leaders internationaux engagés, et à former une véritable communauté d'entrepreneurs responsables et humains. ESCP doit être l'École du monde, du terrain, du lien. Elle sera globale.

En quoi la mobilisation des Alumni est-elle décisive pour le développement de ESCP ?

L'École ne peut rayonner seule. Elle a besoin de toutes les forces vives possibles à l'heure où la concurrence est féroce et où l'ultra communication à travers les réseaux sociaux peut noyer les idées. Pour cela, les engagements de la direction, du corps enseignant et de la Fondation ne suffisent pas. Les Alumni doivent permettre de faire connaître, de transmettre les valeurs et d'affirmer l'identité de l'École. Je vois bien à quel point ici aux Etats-Unis la fierté d'appartenance est importante. Je ne vois pas pourquoi cela devrait être différent en France et à ESCP en particulier. |

“

Trop nombreux sont encore les étudiants qui cachent certains aspects d'eux-mêmes, par crainte, mais aussi par manque de formation et de sensibilisation des enseignants et des autres étudiants. ”

Un engagement exemplaire



ESCP Business School s'est fixé un objectif ambitieux : permettre l'accès à l'ensemble de ses programmes d'études à tout étudiant en situation de handicap. En 2022, 129 étudiants se sont déclarés en situation de handicap, dont beaucoup dits "invisibles" (dyslexie, troubles de l'attention, troubles viscéraux, troubles visuels ou de l'audition, maladie, etc.).

C'est grâce à l'engagement d'Alumni comme Thibault Basquin que la Fondation peut aider l'École à accueillir ces étudiants dans les meilleures conditions en finançant trois types d'actions concrètes :

- Des modules de sensibilisation à destination des professeurs, du personnel et des étudiants ;
- La création d'un fonds de soutien en cas de problème critique d'un étudiant en situation de handicap ;
- Des investissements portant sur les infrastructures informatiques et les outils de communication de ESCP (site web, intranet, etc.) pour une meilleure accessibilité numérique.

La Fondation va également financer des initiatives autour de l'agriculture durable en s'appuyant en particulier sur des actions en faveur de la Permaculture afin de sensibiliser étudiants, professeurs, collaborateurs et Alumni et ainsi créer une communauté d'intérêt et d'action autour de ce thème.

Tout cela est possible grâce à tous ceux d'entre vous qui vous engagez aux côtés de la Fondation. Nous comptons sur vous !

Brynhild Dumas, Déléguée Générale de la Fondation ESCP

Le « permanagement », une innovation pédagogique Made in ESCP soutenue par La Fondation

C'est au sein de ESCP que le concept de Permanagement a été créé par deux étudiants de l'Executive MBA, soutenus par les professeurs Yannick Meiller et Véronique Tran.

Il s'agit de la transcription en termes de management de l'approche de la permaculture. L'École développe des ateliers pour les étudiants s'appuyant sur un effet de miroir entre écosystème naturel et écosystème business. Ce trait d'union permet d'une part de transformer les pratiques managériales pour plus de soutenabilité et d'autre part de faire découvrir la permaculture – développant une réflexion sur l'agriculture durable.

Le principal projet est l'intégration d'ateliers de permanagement à la spécialisation MiM « Digital Transformation : Understand, Contribute Manage ». Ils permettent d'aborder différemment la transformation digitale et mènent les étudiants à réfléchir aux liens entre écosystème naturel, permaculture, management et transformation digitale – tout au long du semestre. Ce faisant, les étudiants de la spécialisation développent un jardin en permaculture sur le campus. Les retours sont très bons – à la fois en termes d'approfondissement de la transformation digitale, de réflexion sur les méthodes managériales et de découverte de la permaculture.

Le mot des Présidents



“L''étincelle européenne de ESCP Business School s'est allumée il y a 50 ans avec la création de l'EAP puis avec son mariage réussi avec ESCP en 1999. Nous fêtons en 2023 ce modèle international, pilier central de l'identité de l'École, qui continue d'être inégalé à ce jour. ESCP Business School c'est aujourd'hui :

- 6 campus en Europe et une antenne à Dubaï
- Plus de 9200 étudiants et 5000 managers de 130 nationalités différentes
- 145 alliances universitaires en Europe et dans le monde, dans 48 pays
- 75 000 Alumni actifs dans plus de 170 pays

La Fondation ESCP partage avec ESCP Alumni des valeurs de diversité, d'inclusion et de solidarité qui sont au cœur de nos missions respectives. Nous nous réjouissons de relier les générations passées, présentes et futures

de la communauté par le biais d'une série d'actions communes et d'événements pour cette fin d'année et espérons que vous pourrez être des nôtres.

Faire un don à la Fondation ESCP Business School, c'est rendre à l'École ce qu'elle nous a donné en aidant les étudiants actuels et futurs à suivre cette formation d'excellence et en inscrivant la dynamique ESCP dans la durée. Ensemble, nous pouvons doubler le nombre de donateurs et déployer des projets à fort impact pour toute la communauté.

Jean-Stéphane ARCIS (EAP 8g), Président de la Fondation ESCP et **Bertrand DUMAZY (ESCP 94)**, Président de ESCP Alumni

Le Quatter, bar légendaire d'ESCP



Théâtre des souvenirs, de moments conviviaux et de multiples rencontres, le Quatter est le cœur de la vie sociale bouillonnante d'ESCP. Dans cet endroit fédérateur, les étudiants vivent des moments marquants.



Oscar GIRARDOT (MiM 23)
étudiant et président du Quatter

Pouvez-vous décrire votre association en quelques mots ?

Le Quatter Lounge Bar a été créé en 1996. Bar légendaire de ESCP, lieu où se rejoignent chaque soir des dizaines d'étudiants après les cours ou leurs activités sportives pour boire une - ou plusieurs - mousse(s). Situé au bout du couloir associatif, il en est le

cœur, ce qui fait de ce couloir une véritable fourmilière. Les étudiants y viennent pour « piécer » et tisser des liens dans une ambiance festive et conviviale bien que sombre. Derrière le bar, le recrutement est fait de telle sorte que nous devenions tous amis et que tout le monde soit dans l'ambiance. Chaque année le lien entre les promotions est de plus en plus fort. C'est ce qui fait aussi la force de notre association. Le Quatter perpétue la tradition d'école de commerce à laquelle les étudiants sont très attachés, c'est aussi un lieu d'intégration qu'il est important pour nous de perpétuer.

Que vous a apporté ce projet ?

La gestion d'un bar peut sembler peu sérieuse et réservée à la fête pour ses membres. Pourtant, il n'en est rien. Elle fut sûrement l'une des expériences les plus responsabilisantes pour des étudiants sortant

d'une classe préparatoire. Les tâches sont nombreuses et plus ou moins complexes : gestion des étudiants, des fournisseurs/distributeurs (nous avons changé de brasseurs et négocié des contrats avec eux), négociation des contrats avec Lyfpay, organisation des travaux, gestion d'une équipe au total de 24 étudiants, d'un CA entre 200k et 250k, gestion des plannings et des stocks (bières, pièces, ecocups), relation avec l'administration et création du nouveau bar sur le campus de Champerret.

Nous avons toujours des problèmes à gérer : mécanique (il faut être assez bricoleur : système son, système de refroidissement, lumière), relationnel, administratif etc. C'est ce qui en fait, selon moi, l'une des associations les plus soudée. Le Quatter représente un gros client pour les fournisseurs : on est souvent contacté, démarché par des entreprises. Les quantités que nous écoulons nous donnent un vrai pouvoir de négociation auquel nous ne sommes pas habitués.

Un message à partager avec les alumni de ESCP Business School ?

Le campus de République ferme ses portes mais le Quatter est heureux de vous retrouver à Champerret pour de nouvelles aventures.



Président : Oscar Girardot (MiM 23)

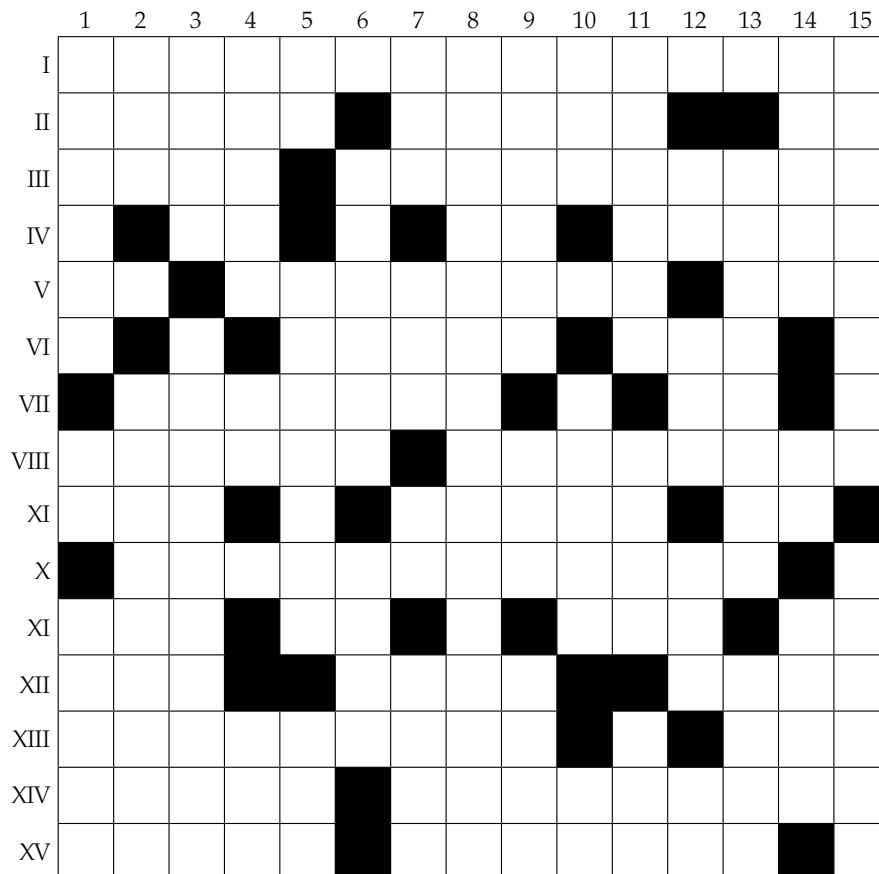
- 12 membres par promotion
- Création en 1996

Culture

Par Gilles Gouteux

Mots croisés spécial

« 50 ans d'Europe » à ESCP



Horizontal

- I – Pratiquée à ESCP depuis 1973
- II – A un taux exagéré – Il est facile à battre – Cours suivi à Turin
- III – Ennuya – Bières qui manquent de corps
- IV – Grande réunion en petit – Un mot pour lui – Ecluser
- V – A un rapport avec le cercle – Peut être breton ou picard, alors qu’il vient d’Espagne – Oncle d’Amérique
- VI – Doit être établie avant une élection de BdE – Ouverture permise par le campus de Varsovie
- VII – Changement majeur chez les mineurs – Ruminante souvent vue dans des grilles
- VIII – Il y en a deux à Paris, un grand et un petit – Dirige une école à Berlin
- IX – C’est de la bombe – Madone chantée par Madonna - Ile ou note
- X – Célébré à l’école en 2019
- XI – Préjudice – Société Anonyme - Drucker au cinéma - La 4ème à monter en gamme
- XII – Change une fois par an – Mieux que rien – Dieu belliqueux
- XIII – Est associée au commerce dans certaines chambres – Posé
- XIV – Très petite – ESCP est souvent à sa pointe
- XV – Supports – Carburant au sens propre comme au figuré

Vertical

- 1 – ADN de l’école – Platinium abrégé – Comme la mère de Bambi, par exemple
- 2 – Sont constitués de 50 états – Se déguste sur la promenade des Anglais
- 3 – Finassa – Mélange de supports intellectuels
- 4 – Son et lumière naturel – Parole de scout – Lié
- 5 – Saint du Sud – Bien remplies – Possessif
- 6 – Limpides – Apparaît
- 7 – Coule dans les pubs – A l’heure de Dubaï (abrégé) – Conjonction – Arbre
- 8 – Forme de neutralité (2 mots)
- 9 – Se sent seule – Un allemand – Poète grec
- 10 – Manche – A base de huit – Fin de verbe
- 11 – Qui peut être labouré – Sur l’oreiller – Désert de dunes
- 12 – Fleuve italien – Titre à Londres – Bélier marin – Se trouve parfois devant un oui et un non
- 13 – Celle de l’école est riche et longue - Alliée
- 14 – On y trouve des étoiles et des rats – Démonstratif – S’est brûlé à fréquenter des huiles
- 15 – Les abeilles du campus de Paris n’en ont pas souffert – Pièges

Par Fabien Palem

Les meilleures notes d'Ambroise

Passionné de musique classique, de mathématiques et de philosophie, **Ambroise SOUBRIER (MiM 21)** partage avec passion ses connaissances. À tous les publics et par tous les moyens. Les nouvelles technologies sont le meilleur allié de ce prof-youtubeur, prêt à réussir dans le monde de l'entreprise.



Ambroise SOUBRIER (MiM 21)
étudiant et fondateur de Les Eclaireurs

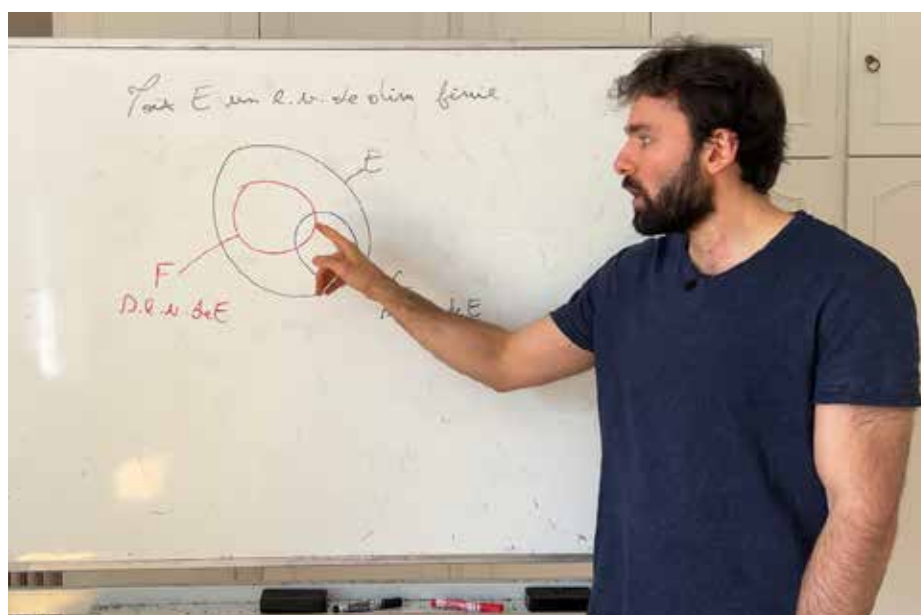
« Sur les banderoles, on voyait des mecs en costard-cravate qui vantaient les mérites de la vie de trader, se souvient-il. Mes camarades avaient les yeux qui brillaient. Moi, j'en suis sorti en pleurant ! » Ce premier contact avec l'univers des écoles de commerce date des journées portes ouvertes du lycée Chaptal. Ambroise Soubrier, alors étudiant en prépa ECG, se demande bien ce qu'il fera quand se termineront les khôlles de maths et de philo, ses deux matières de prédilection. « J'étais allé en prépa pour la prépa, j'ai adoré l'expérience. Je voulais étudier, apprendre encore plus. Avoir des professeurs agrégés qui connaissent ton prénom, pour moi, c'était toucher du doigt l'idéal républicain ». Alors qu'une bonne partie de ses camarades attend impatiemment l'entrée dans les écoles, vue comme un soulagement, après deux années d'efforts, Ambroise l'assure : « j'aurais volontiers passé dix ans en prépa ».

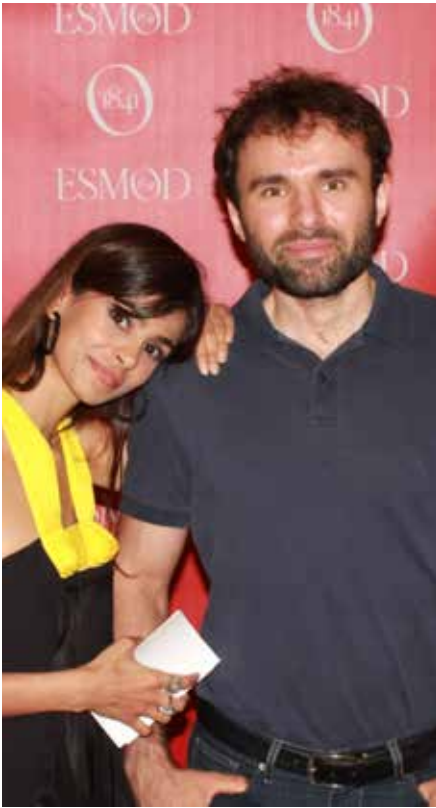
Passé ce premier « choc », l'étudiant reprend ses esprits, réussit les concours et entre à ESCP. Un M2 plus tard, passé avec une double spécialisation en circular economy et médias & culture, le jeune homme de 25 ans ne regrette absolument pas son choix. L'école a participé à forger son caractère, lui a offert de belles amitiés et des opportunités. En plus de ses projets personnels, Ambroise sera l'un des chargés de TD de micro-économie de la professeure Vanessa Strauss-Kahn, à partir de la rentrée 2024.

Enthousiaste, passionné, Ambroise est aussi un romantique. Parlez-lui business, il vous répondra en musique. L'une de ses grandes

satisfactions est d'avoir pu exercer sa première passion, tout au long de son parcours universitaire : la musique classique. « J'ai appris le piano tout petit, aux côtés de mon père, quand nous vivions à Chalo-Saint-Mars, au fin fond de l'Essonne, où je suis né, confie-t-il. C'est là-bas que se sont construites mes valeurs : la passion pour la musique, la simplicité. Savoir couper du bois et apprendre la musique classique, qui chez nous n'est pas un art snob. Nous avons déménagé plusieurs fois mais cette maison de campagne est restée un repère. »

Fils d'un banquier et d'une architecte d'intérieur, des parents « tous deux hyper cultivés », Ambroise se forme à la musique au





Toujours guidé par l'accessibilité de l'éducation pour tous, il a fondé Les Éclaireurs, une association dédiée à l'égalité des chances et la mixité sociale.

contact de différents professeurs, au gré des déménagements. Il découvre l'orgue à Grasse (« une révélation ») puis suit les cours des conservatoires de Barcelone et de Paris, avant de jouer dans l'enceinte de la cathédrale Notre-Dame. En Terminale, il faisait ses premiers pas dans la composition, en écrivant son premier opéra. Au sein de l'école, lui et ses camarades Ezechiel Le Guay (MiM 21) et Clémentine Lambert (MiM 22) font rénover le piano au centre Chopin puis lancent un récital. Alors, si vous lui demandez pourquoi il ne vit pas de la musique, le pianiste a une formule toute prête : « Je préfère que la musique soit un jeu, plutôt qu'elle ne devienne un enjeu ! »

En 2018, une rencontre a bien failli tout faire basculer. De passage à la gare de Lyon, Ambroise reconnaît la mélodie du dernier mouvement de la troisième sonate de Chopin. Risquant de rater son train, il se précipite vers l'instrument et engage la discussion avec le musicien, qui s'avère être Philippe Dufour, « le big boss des orgues en France ». « Nous sommes devenus amis. Il m'a proposé de travailler dans sa boîte, qui loue les

orgues aux sites les plus prestigieux du pays. » Au moment où se déclare la pandémie de Covid-19, Ambroise est proche de se lancer dans cette aventure. Mais le confinement le ramène aux sources, dans la maison familiale de Chalo-Saint-Mars. L'étudiant retombe sur ses cours de maths, rangés au fond de son placard. « Je me suis dit que c'était dommage de rien en faire. Alors j'ai commencé à réaliser des vidéos sur Youtube ».

Sur sa chaîne Cogitamus, Ambroise reprend les méthodes qu'il avait déjà appliquées lors des cours particuliers, donnés durant ses années ESCP. Le succès de ces vidéos (déjà plus de 400) est attesté par les commentaires élogieux postés par plus de 13 000 abonnés, la plupart des élèves de classes prépa. Avide de transmettre ses savoirs, Ambroise a aussi créé une chaîne Tik Tok dédiée à l'étymologie et à l'histoire de la littérature française, Calliope_culture, qui compte 12 000 abonnés. Cette passion pour l'enseignement, par tous les moyens et sur tous les canaux, cet intello youtubeur l'avait déjà mise en pratique dans des cours d'éloquence, donnés au sein de l'association ESCPpression.

Le succès rencontré avec Cogitamus l'a récemment conduit à peaufiner son modèle d'enseignement et à construire un business plan. Toujours guidé par l'accessibilité de l'éducation pour tous, il a fondé Les Éclaireurs, une association dédiée à l'égalité des chances et la mixité sociale. Ce « modèle disruptif » réunit actuellement 150 élèves par cours, dont une centaine en ligne, pour seulement 5 euros de l'heure (gratuit pour les boursiers). Aussi rentable que redistributive, cette offre « réunit dans un même espace des élèves du 93 et ceux d'Ipésup ». Dans cette aventure, Ambroise compte sur le soutien de Marguerite Burghardt (ESCP 91), de la BNP, et de Léon Laulusa, directeur général de ESCP Business School tous deux sensibles aux projets portés vers l'égalité des chances.

À la conquête des meilleures notes au concours, les étudiants peuvent compter sur la méthode d'Ambroise, prêt à composer sa vie à la mesure de ses différentes passions. « La musique est une mathématique sonore ; la mathématique, une musique silencieuse », déclare Edouard Herriot, repris sur le site du professeur-youtubeur, entrepreneur en devenir. Alors, pourquoi choisir entre les chiffres et les arpèges ?

Propos recueillis par Florian Lefèvre

Dans le bon wagon avec Tictactrip

Comment voyager au meilleur prix, tout en limitant son impact sur l'environnement ? Cette question nous concerne tous. Pour y répondre, le comparateur de billets Tictactrip regroupe les offres des transporteurs ferroviaires et routiers afin de proposer des combinaisons intermodales (trains, bus, covoiturages) à travers la France et au-delà. Interview avec l'un de ses cofondateurs, **Hugo BAZIN (MS 16)**, 31 ans.



Hugo BAZIN (MS 16)
co-fondateur et directeur général
de Tictactrip

Avec ton associé, vous avez lancé Tictactrip, un comparateur de billets de transports bas carbone, fin 2016. Quelle est la genèse du projet ?

Hugo Bazin : Au départ, il y a un constat : c'est le manque de desserte et de connectivité des zones rurales du territoire français. Avec Simon Robain (MS 16), mon associé rencontré pendant notre master à ESCP, nous avons fait le même constat parce que nous avons chacun des membres de nos familles qui vivent dans des coins isolés. Même si j'ai grandi à Paris, et Simon aussi, j'allais très régulièrement en Bourgogne. Dans un village comme Ruffey-lès-Beaune, si on n'a pas de voiture, on est bloqué.

En 2015, la « loi Macron » a provoqué la libération du marché du bus et du train...

H.B. : A l'époque, on s'est dit qu'il y avait

un potentiel marché énorme sur lequel se positionner. Et, tous les deux, on est complémentaires en termes de compétences. Simon a une formation de data-scientist et moi dans le domaine commercial et financier. L'objectif, c'était donc de devenir une plateforme de référence sur les combinaisons intermodales (billets de trains, de bus, covoiturages). On s'est lancés en tant qu'étudiants-entrepreneurs, accompagné par plusieurs incubateurs. On remercie à ce titre Maëva Tordo de la Blue Factory à ESCP.

Pourquoi choisir Tictactrip pour réserver son trajet plutôt que la plateforme SNCF Connect ou un comparateur comme Rome2Rio ?

H.B. : Pour l'exhaustivité et la combinaison des offres. Nous sommes agnostiques. On ne va pas se contenter de l'offre Blablacar ou de l'offre SNCF. On va tout comparer et tout combiner. Concrètement, l'idée c'est de pouvoir être en mesure de faire son trajet Paris-Méribel ou Lyon-Bordeaux en combinant différents moyens de transport : train-navette, train-bus, train-covoiturage, etc. avec la possibilité d'un moyen de transport différent à l'aller et au retour pour un prix optimisé. D'ailleurs, en juillet les compagnies ferroviaires Trenitalia, en Italie et Renfe en Espagne arrivent sur le marché français. Elles seront disponibles dans notre moteur de recherche, contrairement à celui de SNCF Connect.

Vous visez le grand public mais aussi les agences de voyage. En quoi consiste ce deuxième volet ?

H.B. : Il s'agit de rendre accessible notre technologie à des professionnels du tourisme. Là, on vient de signer un beau partenariat avec Showroomprive - un tour-opérateur qui vend des hébergements, des activités... Ils vont pouvoir puiser ce dont ils ont besoin dans nos offres de transports notamment ferroviaires et l'intégrer dans leurs packages. En plus, cela leur permet de pouvoir mettre en avant des trajets bas carbone car l'impact sur l'environnement est devenu un enjeu pour la clientèle.

Quel est le modèle économique de votre start-up ?

H.B. : Aujourd'hui, on fonctionne essentiellement en B2C avec des commissions reversées par nos partenaires, comme la SNCF ou Blablacar. Pour le client, le prix reste le même. Néanmoins, sur certains trajets combinés où le client a accès en ligne à des compagnies qui ne seraient pas accessibles ailleurs, là, on peut appliquer un pourcentage correspondant à un frais de dossier. En B2B, on fonctionne avec un abonnement annuel : un acteur type tour-opérateur va nous payer l'équivalent d'un droit de licence d'utilisation de nos services.



Vous avez récolté 2 millions d'euros lors de votre dernière levée de fonds l'année dernière. Comment votre chiffre d'affaires a-t-il évolué ?

H.B. : En 2021, première vraie année de commercialisation, on a fait 750 000 euros de ventes. En 2022, on a fait 3,2 millions. On vise 7 millions cette année et 20 millions en 2024. En 2022, on était à environ 80% de B2C. L'objectif c'est d'arriver à équilibrer avec 50% de B2B à la fin de l'année. Aujourd'hui, on est une équipe de 15 salariés, dont 13 CDI et 2 alternants. L'objectif de fournir la plateforme de référence pour trains, bus, covoiturages est presque atteint. Presque car on a encore des transporteurs régionaux à intégrer pour être ultra performants, même si ce que l'on délivre aujourd'hui est déjà supérieur à la concurrence.

Quelles sont les difficultés pour desservir en profondeur les régions françaises ?

H.B. : La première difficulté, c'est que les offres ne sont souvent pas digitalisées et pas accessibles à des acteurs indépendants comme nous. Parmi les acteurs publics, il y en a avec qui ça fonctionne très bien, mais il y en a d'autres qui nous disent que ça ne les intéresse pas de se compliquer la vie, de faire des développements techniques pour plus de visibilité et vendre davantage car « quoi qu'il arrive nos chauffeurs sont payés la même chose, que le bus soit plein ou qu'il tourne à vide ». C'est dommage. La deuxième

difficulté, c'est les accords commerciaux avec des grosses entreprises comme la SNCF.

C'est votre partenaire mais aussi votre concurrent...

H.B. : Oui, c'est pour cela que la relation est compliquée. La SNCF met des bâtons dans les roues via des conditions commerciales et d'utilisation techniques quasiment impossibles à respecter. Entre les frais d'entrées, les frais d'utilisation, ce qu'ils nous facturent mensuellement... On peut très vite vendre à perte des trajets Ouigo, par exemple.

Dans quels territoires êtes-vous le plus implantés aujourd'hui ?

H.B. : On a fait un gros travail avec la Haute-Savoie qui consiste à intégrer les transporteurs régionaux, qu'ils soient publics ou privés et à les combiner avec l'offre nationale. Cela a été rendu possible dans ce département car il y a beaucoup d'acteurs privés pour desservir les stations de sport d'hiver. On sera bientôt implantés en Occitanie, où la région fait un vrai effort de digitalisation des moyens de transport et d'ouverture de données.

Et après la France ?

H.B. : Nous visons l'Italie et l'Espagne, toujours dans cette logique de maillage national le plus efficace possible. |

“
Concrètement, l'idée c'est de pouvoir être en mesure de faire son trajet en combinant différents moyens de transport avec la possibilité d'un moyen de transport différent à l'aller et au retour pour un prix optimisé.”

Par Fabien Palem

Le Négociateur

Après une carrière riche, qui l'a mené jusqu'au Proche-Orient, **Henry DE BROSSES (EAP 82)**, ancien dirigeant de L'Oréal a pris sa retraite. Le moment idéal pour revenir sur une vie de poignées de mains.



Henry DE BROSSES (EAP 82)
ancien dirigeant de L'Oréal

Demandez-lui de raconter sa meilleure négociation, vous ne serez pas déçu du voyage. Résumer toute une carrière dans les affaires en une seule anecdote? Henry de Brosse, 67 ans, lève les yeux au plafond. Les images défilent dans la tête de cet ancien dirigeant de L'Oréal. Il y a d'abord cette réunion tendue avec à un distributeur international. Ce dernier se trouve accompagné de ses relais dans plusieurs territoires. Les réclamations fusent. La réunion est mal partie, se dit Henry, qui a plus d'une corde à son arc. «*Si vous êtes tout seul face à un groupe, vous pouvez toujours retourner les choses et faire que le nombre devienne un handicap. La multiplicité des requêtes peut créer la division*». Ce premier conseil, distillé par notre expert en la matière, sera suivi d'autres tips de vieux loup de mer, qui vont rythmer notre conversation. Ce jour-là, en renvoyant ses interlocuteurs réviser leurs attentes, Henry gagne du temps et ne s'engage sur rien durant la réunion. Balle en touche!

Né à Paris en 1956, Henry a grandi en Alsace, où son père, un ancien militaire, occupa le poste de directeur général des

Tanneries de France. La rigueur militaire et l'aisance dans les affaires sont sans doute deux héritages du pater. Tout comme le goût pour le voyage. Son père a parcouru l'Europe et s'est rendu régulièrement en Russie, aux États-Unis et en Amérique latine. Henry, lui, mettra bientôt le cap sur le Proche-Orient.

C'est en 1979 qu'il intègre l'EAP, l'École européenne des affaires, qui fusionnera vingt ans plus tard avec ESCP. Après un service militaire chez les para, le jeune homme est à deux doigts de s'engager dans l'armée. À l'époque, sa femme Odile le convainc du contraire. «*J'avais l'obsession de renforcer la France à l'étranger... C'était la mission que je souhaitais remplir*», se souvient-il. Décidé, depuis l'adolescence, à représenter la France de par le monde, ce baby boomer a été marqué par une enfance passée dans une région frontalière. Ce goût d'Europe, qu'il considère comme «*un seul et même pays*», conditionne son orientation universitaire. À cette époque, l'EAP impose à ses étudiants un parcours trinational et polyglotte : un an à Paris en français, un an à Oxford, en anglais, et pour finir une année dans la langue de Goethe, à Dusseldorf.

L'expérience anglaise lui a laissé quelques souvenirs impérissables, notamment celui d'un grand bal qu'il organise de A à Z, avec une poignée de camarades. «*L'école nous a appris à penser comme des entrepreneurs. Organiser un bal à Oxford, c'était quelque chose! Nous l'avons appelé La Nuit de Paris. Il fallait monter un vrai business plan et s'occuper de tout : l'affiche du bal, inspirée de Toulouse-Lautrec, la sécurité, la location du lieu, la recherche de sponsors, les invitations... Nous*

en avons fait la promo en voiture sandwich.» Résultat : un vrai succès, avec 1300 entrées vendues, 300 de plus que l'objectif fixé. «*Si ça a marché c'est parce qu'on a fait un beau travail d'équipe, assure Henry. Les allemands étaient très forts en logistiques. Nous les Français, on était très débrouillards en négociations. Les Anglais ont bien aidé aussi et puis ils se sont chargés de monter sur les tables quand ils avaient trop bu, le soir du bal.*»

“
Organiser un bal à Oxford, c'était quelque chose! Nous l'avons appelé La Nuit de Paris. Il fallait monter un vrai business plan et s'occuper de tout. Si ça a marché c'est parce qu'on a fait un beau travail d'équipe.
”



À la sortie de l'école, le jeune homme fait ses armes dans le domaine de l'air conditionné, en intégrant l'entreprise leader dans le secteur. Il se frotte aux marchés européens : l'Allemagne, la Suisse l'Autriche, le Royaume-Uni, l'Italie. Quatre ans plus tard, il s'engage auprès de L'Oréal. Henry est d'abord chargé des ventes du laboratoire Garnier pour la région Est jusqu'en 1991. Cette année-là, il met le cap encore plus à l'est : sur la zone Orient - Asie - Pacifique, puis Proche-Orient (Syrie, Liban, Lybie). Au gré de ses voyages sur le terrain, en représentation du groupe, il affine ses capacités d'adaptation et passe maître dans les négociations mêlant des personnes de cultures différentes, et parfois antagoniques. *« Plus que jamais, l'écoute est une compétence primordiale dans les affaires car pour signer un deal, tu n'es jamais seul, abonde-t-il. Il faut comprendre comment on est perçu et définir quelles sont les attentes de l'autre. Mieux vaut se montrer gant de velours que main de fer. »*

Si l'empathie est de mise, Henry fait surtout valoir un aplomb naturel, acquis durant son expérience militaire. Avoir été officier chez les para, ça aide pour prendre le commandement ! Durant ces années de connexion constante avec le Proche-Orient, ce Lawrence d'Arabie du commerce se

laisse guider par son âme d'aventurier. Il s'imprègne des cultures arabes. En Arabie Saoudite, ce pays où il vivra deux ans et demi, son équipe ressemble à la tour de Babel : *« parmi les diverses nationalités présentes, il y avait cinq arabes et cinq asiatiques »*.

Depuis avril 2021, Henry goûte aux plaisirs de la retraite. Mobilisé dans le domaine associatif, il est notamment en charge du groupe Seniors actifs d'ESCP Alumni. Son témoignage aide à mesurer le poids de la parole des anciens, qui vaut comme un guide de bonne conduite pour les nouvelles générations. *« Moi-même je me souviens que j'observais le comportement des anciens, y compris chez les concurrents, renchérit Henry. Je mémorisais leur manière de faire, pour reproduire ce qui marchait. »* Entre une partie de pelote basque et une sortie golf, le sexagénaire supervise avec bienveillance sa descendance : trois enfants et quatre petits-enfants. Il aime aussi transmettre les clefs de l'art de la négociation auprès des élèves d'ESCP, lors des pots. Si vous croisez Henry, n'oubliez pas : une conversation amicale, tout comme une ardue négociation, se conclue toujours par une franche poignée de main. |

“
Plus que jamais, l'écoute est une compétence primordiale dans les affaires car pour signer un deal, tu n'es jamais seul. Il faut comprendre comment on est perçu et définir quelles sont les attentes de l'autre. Mieux vaut se montrer gant de velours que main de fer.”



Hugo BAZIN (MS 16), co-fondateur et directeur général de Tictactrip

✓ **Le principal trait de mon caractère**
Déterminé

✓ **La qualité que je préfère chez les gens**
L'honnêteté

✓ **Mon principal défaut**
Colérique

✓ **Ma principale qualité**
Le jusqu'aboutisme

✓ **Ce que j'apprécie le plus chez mes amis**
La bienveillance

✓ **Mon occupation préférée**
L'histoire

✓ **Mon rêve de bonheur**
Des enfants et un cadre préservé

✓ **Quel serait mon plus grand malheur ?**
De perdre un être cher subitement

✓ **A part moi-même qui voudrais-je être ?**
Un personnage historique comme l'athlète antique Milon de Crotone

✓ **Le pays où j'aimerais vivre**
La France

✓ **La couleur que je préfère**
Le rouge

✓ **L'oiseau que je préfère**
Le faucon pèlerin

✓ **Mes poètes préférés**
Charles Baudelaire

✓ **Mes héros dans la fiction**
Iron Man

✓ **Mes héros dans la vie réelle**
Les pompiers

✓ **Mes héroïnes préférées dans la vie réelle**
Les mamans

✓ **Ce que je déteste le plus**
L'hypocrisie et l'incivilité

✓ **Le fait militaire que j'estime le plus**
Les soldats qui sacrifient leur vie pour sauver des otages

✓ **Le don de la nature que je voudrais avoir**
Respirer sous l'eau

✓ **Comment j'aimerais mourir**
Après avoir eu la sensation d'accomplir quelque chose

Solution du mots croisés de la page 61

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
I	E	U	R	O	P	E	A	N	I	S	A	T	I	O	N
II	U	S	U	R	E		L	O	S	E	R			P	O
III	R	A	S	A		C	E	N	O	T	A	P	H	E	S
IV	O		A	G		L		I	L		B	O	I	R	E
V	P	I		E	P	A	G	N	E	U	L		S	A	M
VI	E		M		L	I	S	T	E		E	S	T		O
VII		P	U	B	E	R	T	E		O		I	O		S
VIII	P	A	L	A	I	S		R	E	C	T	R	I	C	E
XI	T	N	T		N		E	V	I	T	A		R	E	
X		B	I	C	E	N	T	E	N	A	I	R	E		N
XI	D	A	M		S	A		N		L	E	A		F	A
XII	A	G	E			I	O	T	A			M	A	R	S
XIII	I	N	D	U	S	T	R	I	E		E		M	I	S
XIV	N	A	I	N	E		M	O	D	E	R	N	I	T	E
XV	E	T	A	I	S		E	N	E	R	G	I	E		S

Vie des entreprises

LES FEMMES DIRIGEANTES

MANUFACTURES DE MODE

PAULINE DE BERTRAND PIBRAC (MiM 06).....p. 72

WINE SERVICES

Caroline MEESEMAECKER (MEB 05).....p. 74

AUDEMARS PIGUET

Olivia CROUAN (ESCP 2000).....p. 75

CARRIÈRE PASS

SCHNEIDER ELECTRICp. 76

LES MÉTIERS DU CONSEIL

EIGHT ADVISORY

Éric DEMUYT (ESCP 89).....p. 78

ADVANCY

Éric DE BETTIGNIES.....p. 80

CIRCLE

Jean-Marc LIDUENA.....p. 81

10^{ÈME} ANNIVERSAIRE DE LA PROMO 2013

FEDORA

Edilia GÄNZ (MS 13).....p. 82

40^{ÈME} ANNIVERSAIRE DE LA PROMO 1983

PKF ARSILON

François DUHAU (ESCP 83).....p. 83



PAULINE DE BERTRAND PIBRAC
(MIM 06)
CFO

Le luxe : un univers aux multiples facettes

Pauline de BERTRAND PIBRAC (MIM 06) revient sur son parcours professionnel et nous en dit plus sur ses fonctions actuelles de CFO au sein des Manufactures de Mode, du groupe CHANEL et sur l'évolution de la mixité dans le secteur de la mode et du luxe.

Des bancs de ESCP aux Manufactures de Mode du groupe Chanel. Dites-nous en plus sur votre parcours.

J'ai débuté ma carrière dans le conseil au sein du cabinet McKinsey&Co où j'ai notamment développé une appétence particulière pour les sujets Business to Consumer, que ce soit sur des problématiques stratégiques ou opérationnelles. Très vite, j'ai pu encadrer des équipes, et suivre des clients dans la durée. Sept ans plus tard, je suis partie à Hong Kong SAR où le réseau ESCP m'a permis de rencontrer un alumni qui était Directeur Général de la Maison CHANEL pour Hong Kong SAR. J'ai alors eu l'opportunité de contribuer à des projets de développement de la marque en Corée du Sud et en Chine continentale. A mon retour en France, j'ai mené la veille stratégique pour la marque avant d'accompagner la refonte de la gouvernance de la Maison, avec la mise en place d'un conseil d'administration externe indépendant et l'accompagnement du Comité Exécutif global dans son quotidien. Ayant toujours eu envie de m'impliquer sur le terrain, j'ai ensuite occupé le poste de CFO de ERES – spécialiste du maillot de bain et de la lingerie haut de gamme, avec une feuille de route large, de la finance à la supply chain en passant par la transformation digitale et les systèmes d'informations. Depuis 1 an, j'ai rejoint toujours en tant

que CFO, les Manufactures de Mode, l'entité qui accompagne les plus de 45 sociétés qui développent et fabriquent pour la Mode de CHANEL et d'autres grands noms du luxe. Nous sommes dans une phase de croissance importante et de développement de nos activités, principalement en France et en Italie.

Au poste du CFO des Manufactures de Mode, quels sont les principaux sujets qui vous mobilisent ?

Les Manufactures de Mode est un groupe de 45 sociétés autonomes et indépendantes. Dans le giron de CHANEL, elles participent à la filière amont de la Mode. Dans ce cadre, j'interviens sur plusieurs volets. Nous les accompagnons dans leur développement en nous assurant de l'adéquation entre leur plan, leur ambition et leur capacité à se développer sur des bases saines et durables. En synthèse, nous faisons en sorte que toutes les sociétés aient les moyens de leurs ambitions. Le deuxième volet est lié aux personnes. Dans cette constellation allant d'ateliers de quelques dizaines de personnes à des manufactures plus développées, l'enjeu est de placer les bonnes personnes au bon endroit et de garantir notamment que les équipes finance de chaque entité et leur DAF puissent se positionner comme un véritable business partner pour les DG de ces entreprises.

L'animation de cette communauté est un axe passionnant de ce poste, me permettant d'accompagner activement le développement d'équipes larges, au plus près du terrain : le profil des financiers que nous cherchons évolue fortement, face à un élargissement des enjeux. Du pilotage financier, nous élargissons à un pilotage business plus large, englobant les reportings extra-financiers.

Dans le secteur de la mode et de l'industrie du textile, comment le sujet de la mixité et de la parité a-t-il évolué ?

Aujourd'hui, je constate avec joie que la mixité est perçue comme une richesse et un facteur de performance. La mode et l'industrie textile ne font pas exception. Cependant, il y a encore une marge d'amélioration quel que soit le secteur, notamment pour faire connaître nos métiers manuels, que ce soit auprès de jeunes en début de formation, qu'auprès de publics en reconversion. Nous devons œuvrer à permettre d'ouvrir les portes de nos métiers, et l'implantation des Maisons d'Art au sein du superbe écrin qu'est le 19M, à Paris 19^{ème} est un acte symbolique de notre volonté d'aller vers une diversification de nos talents. Par ailleurs, avec la Maison CHANEL, nous faisons partie de la convention « Un jeune, un emploi » qui a vocation à accompagner les jeunes vers l'emploi. Dans notre secteur en pleine croissance,



ces derniers peuvent trouver de très belles perspectives de développement ou des opportunités de reconversion pour se positionner sur des métiers, souvent manuels, et fortement valorisants.

Le monde du luxe reste, par ailleurs, un secteur très plébiscité par les jeunes diplômés. Quelles perspectives peut-il leur offrir ?

Dans cet univers, il faut avoir un intérêt

pour le produit parce que le client, très exigeant, ne s'y trompe pas ! Nos métiers et les savoir-faire qui s'y rattachent font écho aux transitions responsables qui s'opèrent actuellement dans la société, et répondent ainsi aux aspirations et à la quête de sens des nouvelles générations. Nos produits sont durables, nous ne cessons de progresser pour les rendre exemplaires. C'est un monde où il y a beaucoup à faire et de belles histoires à écrire.

Les **Manufactures de Mode est un groupe de 45 sociétés autonomes et indépendantes. Dans le giron de Chanel, elles participent à la filière amont de la Mode. Nous les accompagnons dans leur développement en nous assurant de l'adéquation entre leur plan, leur ambition et leur capacité à se développer sur des bases saines et durables.**



À la découverte d'une femme entrepreneure et passionnée de vin

Caroline Meesemaeker (E04), CEO de Wine Services, répond à nos questions sur son parcours, son entreprise et son rôle de femme dirigeante dans le monde du vin, un univers encore très masculin.

CAROLINE MEESEMAECKER (E04)

CEO de Wine Services

Comment votre parcours vous a-t-il mené à ce poste de dirigeante ?

Ingénieure dans le domaine de la santé et diplômée de l'ESCP, j'ai commencé ma carrière dans l'industrie pharmaceutique en marketing stratégique et opérationnel avant de me reconvertir dans le vin, un domaine qui m'a toujours attirée. Suite à mon MBA Wine Marketing et Management à l'INSEEC, j'ai d'abord travaillé comme consultante notamment pour un syndicat viticole puis chez Wine Services pour développer le volet commercial et technologique. Très vite, j'ai repris les fonctions de directrice commerciale de l'entreprise dont j'ai, au fil des années, acquis le capital. Depuis 2018, j'assume la direction générale de Wine Services et j'en suis l'unique actionnaire depuis 2022.

Que retenez-vous de changement de carrière et de secteur ?

Il faut oser prendre des risques et se projeter sur le long terme en gardant à l'esprit que les postes se construisent avec les personnes. Il faut aussi challenger les méthodes de fonctionnement et de management, se dépasser et surtout beaucoup travailler. Reprendre une entreprise nécessite aussi de savoir « vendre » son projet

auprès des différents acteurs bancaires et financiers.

Mais je dirais que le plus important est de s'investir dans son projet et de croire en soi. À la création de Wine Services, il y a 12 ans, le besoin de data dans le monde du vin était quasi-inexistant. Nous avons dû mener un important travail pour convaincre les propriétaires viticoles de l'intérêt de nos services. Le défi était d'autant plus grand que j'étais une femme évoluant dans un cercle d'hommes. Et en plus, je n'étais ni Bordelaise ni issue du monde du vin ! J'ai persévéré et aujourd'hui, je suis à la tête de Wine Services. Il faut croire en ses rêves, persévérer et ne pas abandonner à la première difficulté.

Quelle place occupe la mixité dans votre entreprise ?

Chez Wine Services, elle s'inscrit dans une démarche plus large de RSE qui inclut les sujets de bien-être au travail, l'équilibre vie perso/vie pro ou encore de partage de la valeur au sein de l'entreprise.

En termes de mixité des équipes, nous comptons autant d'hommes que de femmes au sein du comité de direction. Dans les équipes, il y a une dominante de collaboratrices et côté apprentis, cela varie d'année en année. Cette année par exemple, il n'y a que des garçons !

Dans la filière du vin majoritairement masculine, avez-vous rencontré des difficultés en tant que femme ?

En permanence ! Lorsqu'on est une femme, la légitimité n'est pas automatique ! À mes débuts, par exemple, j'ai subi des réflexions machistes. En début d'année, lors du lancement de notre produit collaboratif sur les statistiques des négociants, j'ai été confrontée à certaines difficultés. Être une femme et ne pas faire partie des acteurs historiques de la place de Bordeaux, où nous sommes implantés, n'aident pas ! Mais le travail, la résilience et la patience ont fini par porter leurs fruits. J'ai su m'imposer comme cheffe d'entreprise et renforcer la visibilité de mon entreprise et affirmer la pertinence de son positionnement dans ce secteur assez éloigné des nouvelles technologies.

Aujourd'hui, le bilan est positif : nous collaborons avec 185 domaines à travers le monde, 90 châteaux à Bordeaux, une vingtaine de maisons de champagne et de grands vins étrangers dans le monde.

Enfin, ce parcours entrepreneurial ne m'a pas empêché d'avoir une vie de famille et d'être l'heureuse maman de 3 enfants !

© avec l'aimable autorisation d'Audemars Piguet

**OLIVIA CROUAN (ESCP 2000)**

Chief Brand Officer

Une vision féminine dans l'univers de la Haute Horlogerie

Chez Audemars Piguet, la place de la femme a toujours été centrale. Dans cet entretien, **Olivia CROUAN (ESCP 2000)**, Chief Brand Officer de cette manufacture iconique, nous en dit plus et revient également sur son propre parcours dans le monde du luxe.

Comment êtes-vous arrivée à ce poste ?

Le monde du luxe est avant tout une histoire de rencontres et d'intuition. Durant mes études à ESCP, j'ai eu l'occasion de faire mes classes lors d'un stage chez Procter & Gamble. À la fin de mon Master, j'ai rencontré la responsable RH de Moët Hennessy, ce qui m'a permis de rejoindre cet acteur incontournable du luxe où j'ai évolué pendant 18 ans. Portée par la curiosité et une envie d'élargir mes horizons, j'ai commencé à m'intéresser au segment du luxe où on retrouve un fort savoir-faire ainsi qu'une vision à long terme. Suite à de nombreuses rencontres dans le milieu de l'horlogerie, j'ai été contactée par Audemars Piguet qui recherchait une personne dotée d'une vision stratégique de la construction des marques de luxe. Lors du processus de recrutement, la rencontre avec François-Henry Benaïm, CEO d'Audemars Piguet, a été décisive. Elle m'a permis d'apporter ma connaissance du luxe et une vision plus féminine à cette manufacture familiale où je suis, par ailleurs, la première femme à avoir siégé au comité exécutif.

Le monde de l'horlogerie est plutôt dominé par les hommes. Avez-vous pu observer une évolution de la place de la femme dans ce secteur ?

Dans sa réputation, l'horlogerie est,

en effet, un univers masculin. Toutefois, chez Audemars Piguet, les femmes ont toujours joué un rôle central. Elles ont notamment initié les avancées en matière de miniaturisation et joué un rôle central dans l'évolution de la marque grâce à certaines personnalités à la fois fortes et en avance sur leur époque. On peut notamment citer la designer Jacqueline Dimier qui a dessiné la Royal Oak pour femmes en 1976 et bien sûr Jasmine Audemars qui a été à la tête du conseil d'administration pendant 30 ans. Aujourd'hui, de nombreuses autres femmes de talent se sont associées à Audemars Piguet, telle que la créatrice joaillière Carolina Bucci, contribuant à leur donner une juste place dans le domaine de l'horlogerie.

Les maisons de luxe doivent s'inscrire dans une vision long terme et être en mesure d'adresser aussi bien les hommes que les femmes.

Dans le monde de l'horlogerie de manière plus globale, les femmes s'affirment de plus en plus aussi bien en tant que consommatrice que dirigeante. D'ailleurs, Audemars Piguet vient de présenter sa future CEO, Ilaria Resta.

La question de la place de la femme n'a donc jamais été un sujet chez Audemars Piguet...

La place de la femme a toujours été un sujet important chez Audemars Piguet mais nous préférons faire au lieu de dire, donner l'exemple dans nos actes. Notre

Comex est aujourd'hui composé à 50 % de femmes. Bien sûr, certains départements restent à l'heure actuelle, plus masculins, mais nous valorisons les compétences et le talent au-delà du genre.

Qu'est-ce que vous appréciez au sein de l'entreprise ?

Son « free spirit » ! Audemars Piguet valorise la liberté d'expression, de penser, de créer et d'entreprendre de tous et à tous les niveaux de l'entreprise. Cette liberté est véritablement un des leitmotivs de la marque. Et c'est justement ce que j'apprécie le plus !

Et pour conclure ?

Sur ce sujet de la mixité et de la parité, nos sociétés avancent et c'est une très bonne chose ! Dans les entreprises, les hommes et les femmes ont des rôles complémentaires. Chez Audemars Piguet, nous souhaitons ouvrir la voie en la matière en favorisant un environnement de travail dans lequel toutes et tous peuvent s'épanouir et évoluer. Il est important de continuer à encourager l'individualité, la liberté et le vivre ensemble afin de permettre aux talents de chacun de s'exprimer. C'est, je pense, un très beau message à adresser aux diplômées et diplômés de l'école.

Accélérer sa carrière avec le graduate program de Schneider Electric



À qui s'adresse le graduate program ?

Le graduate program s'adresse aux Bac+5 (École d'ingénieurs ou Master 2) bénéficiant d'un bon niveau d'anglais et d'une formation ou d'une expérience dans les domaines de l'électronique, l'électromécanique, des logiciels embarqués, de la simulation & modélisation, de l'industrialisation, des tests & validation etc.

Quels sont les grands critères de sélection ?

En plus de présenter un projet professionnel ambitieux, les candidats, à la fois dynamiques et créatifs, doivent pouvoir témoigner d'une capacité à innover, à prendre des décisions et à convaincre, mais aussi être à l'aise socialement et avoir un esprit critique.

Comment postuler ?

Les talents sont invités à postuler en

ligne sur le site de Schneider Electric en déposant leur CV. Une fois les dossiers étudiés, une rencontre est organisée avec le service RH, le/la manager et le/la CTO de l'organisation qui recrute. La sélection dure entre un mois et demi et deux mois.

Comment se déroule le programme ?

Sur une période de 6 à 18 mois, le graduate intègre des programmes internes de développement des jeunes talents et découvre les technologies, les produits et leurs applications au travers de trois expériences sur différents postes, dont une mission à l'international de 3 à 6 mois, dans l'objectif d'évoluer et de collaborer au sein de cultures et de métiers différents, mais aussi de développer un réseau professionnel.

Comment le graduate est-il accompagné ?

Le graduate est suivi tout au long du

programme par le service RH qui construit avec lui un parcours personnalisé correspondant à son projet professionnel. Le mentoring d'un leader ou d'un expert comme le CTO permet également au graduate de partager les problématiques rencontrées lors des missions ou les questions liées à son futur professionnel, et de bénéficier d'un accompagnement adapté.

Pourquoi choisir Schneider Electric ?

Le graduate program de Schneider Electric permet de développer ses compétences techniques, de participer à des missions impactantes dans des environnements stimulants, de comprendre la technologie du groupe et l'innovation au service des clients motivés par une culture et des valeurs fortes alignées au positionnement stratégique de l'entreprise.

Les témoignages des graduates : Jaime et Yara

Motivés par le projet professionnel d'exercer rapidement des responsabilités de leadership technique, Yara et Jaime ont intégré le graduate program de Schneider Electric. Ils témoignent ici d'une expérience unique, celle d'une formation accélérée permettant d'atteindre en quelques mois les hautes sphères du management.



Jaime Farromeque Alva, 25 ans : « Le graduate program me permettait de poursuivre ma vie d'étudiant mais sur de l'opérationnel »

Originaire du Pérou, Jaime arrive en France en 2017 après avoir obtenu une bourse d'étude. Titulaire d'un DUT Génie Mécanique et production, il intègre l'INSA Lyon, toujours en Génie mécanique, avec une spécialisation mécatronique, avant de suivre un stage de fin d'étude dans une start-up. Il hésite alors à se lancer dans une thèse ou à plonger directement dans le grand bain de la vie professionnelle. Une amie lui raconte son expérience au sein d'un graduate program et aide Jaime à prendre une décision. Séduit par les opportunités du dispositif, il choisit à son tour de postuler. « Le graduate program me permettait de poursuivre ma vie d'étudiant mais sur de l'opérationnel » se réjouit-il. La polyvalence de son profil, son background international et son souhait d'évoluer dans le domaine de la R&D convainquent la direction de Schneider Electric qui l'engage en CDI. Jaime démarre ainsi en novembre 2022 en tant qu'ingénieur et chargé d'essai au sein de la R&D. Il travaille actuellement sur un produit spécifique et aimerait s'orienter vers la conception, le design et l'amélioration de celui-ci. Son objectif pour les mois à venir est de monter en compétences et assumer des responsabilités techniques tout en privilégiant l'innovation. Ses conseils pour un graduate program réussi ? « Je pense qu'il ne faut pas avoir peur de poser des questions, avoir l'esprit critique, chercher les solutions et comprendre aussi pourquoi ça marche ! »

Yara Da Costa Hermisdorff, 28 ans : « Pour chaque mission, j'ai eu un interlocuteur privilégié et j'ai été particulièrement bien intégrée dans chacune des équipes »



Après des études en génie chimier réalisées au Brésil, Yara obtient une bourse pour poursuivre sa formation en France à l'École CPE Lyon et intégrer, dans le cadre de son projet de fin d'étude, un stage chez Schneider Electric. Yara choisit ensuite d'écrire une thèse pour étudier le vieillissement des nouvelles formations développées au cours de son projet de fin d'étude. Cependant, « réaliser une thèse voulait aussi dire devenir experte dans un domaine très précis, ce qui pouvait rendre l'insertion professionnelle plus difficile, ce que je ne voulais pas ! » raconte Yara. Durant sa dernière année de thèse, elle entend alors que Schneider cherche à recruter une personne pour un premier poste dans le cadre du graduate program technique en France au sein du laboratoire F-Lab. En décembre 2021 elle intègre le pôle correspondant à son projet professionnel. « Passionnée par la science et les défis, je recherchais un poste me permettant de découvrir de nouveaux domaines et de développer mes compétences » poursuit Yara. Depuis presque un an et demi, Yara a travaillé sur des missions concrètes et diverses comme développer l'autonomie du laboratoire sur l'adoption d'une nouvelle norme, réaliser le benchmark des laboratoires concurrents ou encore innover autour d'une nouvelle technologie visant le remplacement d'un produit chimique dangereux. « Pour chaque mission, j'ai eu un interlocuteur privilégié et j'ai été particulièrement bien intégrée dans chacune des équipes » confie-t-elle. A la fin de son graduate program, Yara a pour ambition d'évoluer pour devenir référente experte au niveau des laboratoires du groupe et des équipes d'innovation.



Véritable tremplin de carrière, le graduate program technique de Schneider Electric offre aux jeunes diplômés et aux jeunes professionnels une formation accélérée au travers d'un CDI associé à une diversité de missions, un accompagnement sur mesure et une expérience à l'international.



ÉRIC DEMUYT (ESCP 89)

Associé fondateur

Une success-story qui se poursuit dans le monde du conseil

En moins de 15 ans, Eight Advisory est devenu un acteur indépendant incontournable du conseil en Europe. Aujourd'hui, le cabinet poursuit son développement à l'international en diversifiant ses compétences et expertises. **Éric DEMUYT (ESCP 89)**, associé fondateur du cabinet, nous en dit plus.

Eight Advisory est une véritable success-story dans le monde du conseil. Quelles sont les principales évolutions du cabinet qui s'est fortement développé aussi bien en France que dans le monde ?

En 2009, à la création du cabinet, nous étions 8 associés. Quatorze ans plus tard, nous sommes 88 associés, 750 personnes et nous allons réaliser un chiffre d'affaires supérieur à 200 millions en 2023. Cabinet indépendant avec de nombreuses implantations en Europe, Eight Advisory a aussi une très forte dimension globale grâce à son alliance internationale qui nous permet d'avoir des relais dans de nombreux pays : les États-Unis, le Brésil, l'Australie ou encore l'Inde...

Nous connaissons une croissance régulière de plus de 20 % depuis notre création. Cette croissance s'explique, tout d'abord, par notre positionnement multi-spécialiste unique sur le marché du conseil en transaction, en restructuration et en transformation. Nous avons commencé par couvrir tous les aspects financiers relatifs à ces situations, puis progressivement, nous avons ajouté d'autres compétences toujours avec l'objectif d'accompagner nos clients dans leurs opérations transformantes : la fiscalité, les opérations, la stratégie... Nous sommes aussi passé d'un modèle axé sur le Private Equity (1/3 de notre activité actuelle) au développement de

relations avec une clientèle corporate (2/3 de l'activité).

En interne, nous avons travaillé sur nos pratiques managériales, l'intégration et la formation de nos équipes, la diversité de nos recrutements... Nous nous appuyons sur un très fort ADN et un engagement tout aussi fort de nos collaborateurs et consultants.

Aujourd'hui, il s'agit donc de continuer à apporter le meilleur conseil à nos clients en combinant nos différentes expertises. Nous avons, par exemple, développé une offre à destination du monde des acteurs la banque et des assurances. Nous avons renforcé nos équipes dédiées à l'innovation avec notamment un groupe d'une dizaine de personnes spécialisée dans l'analyse de données.

Enfin, nous poursuivons aussi notre déploiement à l'international avec l'ouverture d'un bureau à New York début septembre.

Quelles sont les principales expertises de votre cabinet et ses aires de prédilection ?

Les due diligences sont notre métier historique. Cela représente encore 40 à 50% de notre activité à l'heure actuelle. Nous accompagnons nos clients dans leurs acquisitions ou cessions sur les dimensions stratégiques, financières, fiscales, juridiques ou opérationnelles. Selon les classements de Mergermarket,

Eight Advisory est classé à la 5e position en Europe et fait partie des acteurs leaders, notamment en France. Sur le restructuring, qui représente 15 % de notre activité, nous avons là aussi une position de leader et, en France, nous intervenons sur la quasi-totalité des grandes opérations.

Le volet transformation représente 20 à 25 % de notre activité. Dans ce cadre, nous accompagnons les équipes dirigeantes de nos clients dans leurs opérations de transformation : feuilles de route stratégique, plans de retournement opérationnels ou d'amélioration de performance opérationnelle ; opérations de détournement d'actifs, de carve-out ou d'acquisition, avec notamment la problématique d'intégration... Nous accompagnons également les directions financières dans la définition et la mise en place de leurs feuilles de route, notamment sur les sujets de reporting, d'efficacité des processus financiers, de gestion de leur trésorerie ou du BFR ou de la refonte de l'organisation de la fonction finance... Nous réfléchissons aussi sur le futur des directions financières et essayons d'anticiper avec nos clients les prochaines grandes évolutions...

Nous avons enfin une compétence reconnue en ingénierie financière (20 % de notre activité) qui s'appuie sur des expertises sectorielles particulières comme l'immobilier, les infrastructures... ou des expertises pointues comme

l'évaluation, le support aux contentieux ou l'accompagnement des groupes lors de leurs cotations en Bourse ou l'émission de dettes privées.

En transversal, nous travaillons également sur le renforcement de notre offre ESG. Nous avons lancé le recrutement de plusieurs profils experts en la matière aussi bien pour nos projet internes qu'externes. Au cours des dernières années, l'ESG est devenu un sujet transverse incontournable et il était important pour Eight Advisory de se doter des compétences nécessaires pour l'intégrer à nos réflexions et à notre accompagnement.

Le conseil est très plébiscité par les diplômés de grandes écoles de commerce. Quelles sont les opportunités qu'un acteur comme Eight Advisory peut offrir à de jeunes talents ?

Nous sommes dans une démarche continue de recrutement pour accompagner notre forte croissance. Nous souhaitons ainsi nous entourer de talents qui nous permettront de conseiller toujours mieux les entreprises. Chaque année, nous recrutons près de 220 personnes par an, des profils juniors et plus expérimentés à parts égales, dans le domaine financier, des due diligence et du restructuring, mais aussi sur des sujets opérationnels, fiscaux, juridiques...

Au sein d'Eight Advisory, nous offrons une véritable diversité de parcours aussi bien sur le plan thématique ou sectoriel, que géographique. Nos collaborateurs ont, en effet, la possibilité de rejoindre un de nos bureaux dans le monde. Nous avons aussi mis en place un programme de formation destiné aux jeunes diplômés qui couvre



la partie technique, mais aussi le volet soft skills. Après la phase d'intégration, nous accompagnons aussi leur montée en compétences et nous cherchons à les responsabiliser très vite. Et pour ce faire, nous misons sur une très forte proximité avec nos équipes et nos collaborateurs.

Et pour conclure, quelles sont vos perspectives de développement ?

Actuellement, notre accompagnement s'inscrit dans un contexte marqué par une très forte instabilité économique. Nos clients sont notamment confrontés à des problématiques d'approvisionnement, de remontée des taux d'intérêts, d'inflation... qui impactent leur performance. Notre enjeu est donc de leur apporter un éclairage pertinent de la situation et de leur donner les clés pour comprendre et faire face à ces nouveaux enjeux. Pour ce faire, nous

continuons à développer et diversifier nos expertises pour mieux les conseiller face à cette complexité ambiante. C'est la raison pour laquelle nous renforçons notre pôle Strategy & Operations en recrutant des compétences stratégiques sur certains secteurs qui nous semblent prioritaires comme l'infrastructure et l'énergie. Nous continuons notre développement à l'international autour de deux axes : l'ouverture de nouveaux bureaux et le renforcement de notre alliance, Eight International.

Enfin, nous avons aussi un enjeu de fidélisation et de rétention de nos talents et compétences. Nous avons la chance d'avoir aujourd'hui un des taux de turnover le plus bas dans le monde du conseil en France. Nous continuerons d'investir dans le recrutement, la formation et le développement des compétences pour répondre aux attentes de nos collaborateurs.

**ÉRIC DE BETTIGNIES**

Fondateur

Advancy : un cabinet de conseil résolument différent !

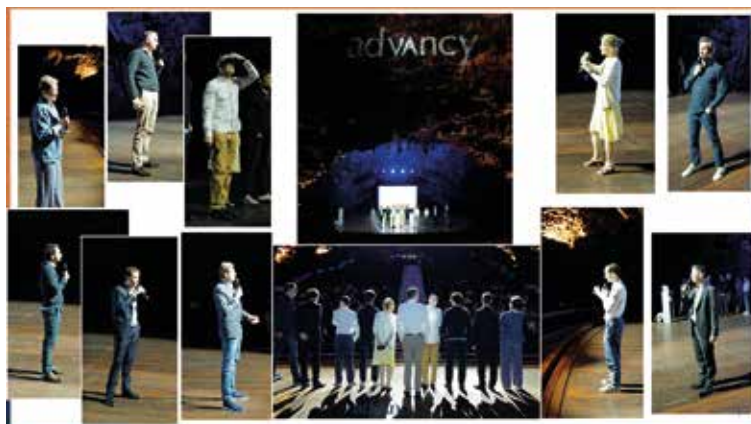
Fondé par **Éric de BETTIGNIES** il y a 23 ans, Advancy, cabinet de conseil en stratégie, s'est imposé comme un acteur incontournable de la place aussi bien en France que dans le monde. Son fondateur et associé nous en dit plus dans cet entretien.

Comment se positionne votre cabinet dans le monde du conseil ?

Notre cabinet de conseil en stratégie, Advancy aide les sociétés à prendre les orientations stratégiques transformantes nécessaires et à en lancer la mise en œuvre de manière sécurisée. Depuis la création du cabinet il y a déjà 23 ans, nous avons adopté une approche unique axée sur le résultat : « driving strategy to results ».

Pour ce faire, nous travaillons main dans la main avec nos clients afin de nous approprier leurs enjeux et garantir la pertinence des orientations. Nos principales aires de prédilection sont la chimie et la décarbonation ; la pharma et les sciences de la vie ; l'industrie et la construction ; les biens de consommation et le retail ; le luxe et le tourisme. Nous couvrons 4 grands types d'interventions complémentaires : le M&A avec plus de 20 milliards d'euros de transactions clôturées chaque année depuis 3 ans ; la stratégie ; les opérations ; le retournement avec notamment des dossiers très médiatisés actuellement (Casino, PVCP).

Au-delà, notre mission est aussi d'aider les talents qui nous rejoignent à grandir. C'est véritablement cette symétrie des attentions – clients et collaborateurs – qui différencie Advancy dans le monde du conseil.



comme Advancy peut leur offrir ?

Nous sommes fiers de pouvoir partager avec ces jeunes talents et leur transmettre nos savoirs et notre expérience. Chez Advancy, nous les intégrons dès leur arrivée dans nos équipes, car nous sommes convaincus que cette démarche garantit une progression très rapide. Par ailleurs,

dès le grade de manager et selon leur performance, ils sont amenés à entrer dans le capital de la société. C'est un process fédérateur qui leur permet de révéler leur fibre entrepreneuriale.

Dans un contexte mouvant et incertain, quels sont les principaux sujets qui vont mobiliser les dirigeants ?

Aujourd'hui, les dirigeants doivent gérer de manière simultanée trois horizons : l'immédiat pour parer aux affaires les plus pressées ; la mise à niveau pour adopter les meilleures pratiques de leur secteur et l'innovation pour se démarquer, anticiper et se positionner comme un leader dans leur domaine. Cela demande une bonne dose de confiance, d'agilité et d'écoute, des qualités que nous observons au quotidien dans les dirigeants que nous accompagnons. D'ailleurs, nous les invitons, en ces temps troubles, à se faire plus confiance pour franchir de nouveaux caps !

Le conseil est très plébiscité par les diplômés de grandes écoles de commerce. Quelles sont les opportunités qu'un acteur

Quelles sont vos perspectives ?

Sur les 4 dernières années, Advancy a doublé ses chiffres. Nous avons aussi ouvert nos bureaux de New York, de Francfort et de Singapour. Nous visons une croissance identique sur les 4 années à venir et un très fort renforcement de nos bureaux internationaux.

Pour les diplômés qui nous rejoignent, c'est une opportunité unique. Nous donnons, en effet la possibilité à nos jeunes consultants d'aller travailler dans un de nos bureaux dans le monde entier et ils sont plus de 15% à saisir cette opportunité ! Advancy est un des rares cabinets de la place à proposer ces perspectives internationales à ce niveau.



JEAN-MARC LIDUENA
CEO

A la conquête de l'Europe !

Circle, cabinet de stratégie au sein du groupe Square Management, poursuit son développement avec pour objectif à horizon 2027 une équipe de 300 consultants, afin de devenir LA plateforme de référence de conseil en Europe de l'Ouest. Rencontre avec son CEO, **Jean-Marc LIDUENA**.

Bio express :

Diplômé de l'ESTP (1994), de l'INSEAD (1999), Jean-Marc Liduena a débuté chez Bossard Consultants. Il a évolué chez Unilever en qualité de vice-président et membre du comité exécutif européen. Avant de rejoindre Circle comme Directeur général, Jean-Marc Liduena a exercé dans le conseil en stratégie chez Bain & Company, Roland Berger, Deloitte et KPMG.

Associé de KPMG jusqu'en 2023, vous avez été nommé le 20 mars CEO de Circle. Pourquoi avoir accepté de rejoindre Circle ?

J'ai rencontré deux personnes formidables qui m'ont données envie de rejoindre Circle Strategy : le fondateur, Augustin Van Rijckevorsel, dénommé « Gus », qui a une audace incroyable et déborde de créativité, et Jérôme Boucheron, Président fondateur de Square Management, qui a créé un groupe de 1000 consultants en moins de 15 ans. Ils ont été rapides à faire croître la réputation de Circle et fidéliser une clientèle de premier plan, et cherchent désormais à étoffer le dispositif à l'international.

Il s'agit là d'une véritable opportunité de 'scale up' qui m'a été offerte, pour développer un cabinet international en stratégie, basé à Neuilly, au sein d'un grand groupe de conseil. Opportunité que j'ai su saisir !

Quelles sont vos missions ?

Notre mission se résume par notre slogan : « Strat for impact ». La première mission de Circle est de cultiver cette différence par rapport à nos concurrents. Notre développement est en effet basé sur un élément très différenciant : celui du conseil en stratégie à impact, grâce à un pragmatisme et une légitimité qui résultent du fait que nous sommes tous des entrepreneurs. Tous nos seniors ont ainsi une double expérience, à la fois stratégique et opérationnelle. Notre cabinet bénéficie également d'une souveraineté bien établie. Basé à Neuilly, Circle entend s'étendre à l'international en promouvant nos valeurs françaises et européennes. Notre trajectoire de croissance est forte, agressive et ambitieuse. Nous souhaitons recruter un nombre important de talents dans les cinq années à venir, pour pouvoir asseoir notre légitimité en Europe. Quatre associés vont ainsi étoffer notre dispositif dans les quatre prochains mois. Circle aura au moins 300 consultants d'ici 2027, dans 5 ou 6 bureaux en Europe.

Les stratégies innovantes qui composent vos équipes ont vocation à conseiller les grandes entreprises. Quel accompagnement proposez-vous ?

Nous proposons un conseil de direction générale, qui se matérialise par un accompagnement dans les différentes transformations en cours des entreprises : digitale, environnementale, sociale... les dirigeants ont besoin d'un accompagnement stratégique sur tous les plans.

Nous les accompagnons à l'heure actuelle sur de grandes questions, comme la mesure d'impact de l'intelligence artificielle, le développement du e-commerce, ou encore la transformation ESG...

Quels sont les défis que devra relever Circle ?

Le premier défi sera de passer du Circle des débuts, fondé en 2019, à Circle 2.0, et permettre ainsi cette phase de croissance accélérée. Pour ce faire, nous avons besoin de talents : ingénieurs, commerciaux... tous ceux qui aiment traiter des sujets variés, progresser rapidement tout en gardant un équilibre de vie sont ainsi invités à nous rejoindre. La féminisation de Circle est aussi pour moi un vrai défi à relever. Je souhaite nous entourer davantage de talents féminins, afin d'établir une parité souhaitable et fructueuse au sein du cabinet.



Edilia GÄNZ (MS 13)
Directrice

Le management au service de la culture

Établie au sein du Palais Garnier, la plateforme FEDORA s'est imposée dans le paysage culturel comme un acteur incontournable du soutien aux artistes émergents et aux projets novateurs, tout en favorisant le développement de nouveaux modèles économiques. Le point avec **Edilia GÄNZ (MS 13)**, directrice de cette initiative.

Quelques mots sur votre parcours.

Pendant mes études, j'ai pu développer une expertise solide dans le domaine du conseil en management. J'ai développé une certaine expérience dans le monde du conseil en management d'entreprise et j'ai eu l'opportunité d'œuvrer aux côtés desur la communication et les relations publiques de l'Orchestre philharmonique de Mannheim.

En 2013, j'ai eu la chance de collaborer avec Jean-Yves Kaced, également diplômé de ESCP, directeur de l'AROP (Association pour le Rayonnement de l'Opéra national de Paris) dans le cadre de mon stage de fin d'études. Dans ce cadre, j'ai mis au point un business plan pour la réintroduction de FEDORA, en collaboration avec Jérôme-François Zieseniss, rendant ainsi hommage à Rolf Liebermann. Travaillant dans ce contexte culturel en étroite collaboration avec des maisons d'opéra en Europe m'a encouragé à mettre mes compétences dans le domaine de gestion d'entreprise au service de ma passion pour le spectacle vivant. Depuis 10 ans, j'ai l'honneur de diriger FEDORA, avec le soutien d'un conseil d'administration très engagé où on retrouve des anciens Alumni, notamment Jean-Yves Kaced et Stéphane Argyropoulos, ainsi que l'accompagnement d'une équipe composée de huit personnes talentueuses et passionnées, dont Lea

Bou Fadel et Justine Touchon, qui sont aussi diplômées de l'ESCP.

Qu'est-ce que FEDORA ?

C'est une association à but non lucratif dédiée à l'avenir de l'opéra et de la danse en Europe. Elle fédère un réseau de plus de 100 membres dans 28 pays, ainsi que des mécènes particuliers, des donateurs entreprise et des fondations.

Notre objectif est de favoriser l'innovation, la créativité et la collaboration. Nous organisons ainsi le premier concours mondial de prix visant à soutenir des projets novateurs et des artistes émergents, pour atteindre de nouveaux publics. Les Prix FEDORA offrant des dotations de prix de 50 000 € à 100 000 € dans 4 catégories (opéra, danse, éducation et digital) sont soutenus par des mécènes privés, la maison de haute joaillerie Van Cleef & Arpels, le cabinet de conseil en management Kearney, le cabinet d'avocats Carlara International et la société de conseil financier The Silver Company. Au cours des dix dernières années, 25 projets lauréats ont été récompensés, soit plus de 2 000 artistes et créatifs et touchant plus de 500 000 spectateurs dans 25 pays. Nous accordons aussi une grande importance au développement durable, à l'inclusion sociale et à la transformation numérique. En 2021, FEDORA et Opera Europa ont ainsi lancé l'initiative Next Stage pour redynamiser le secteur de l'opéra et de la danse suite à la pandémie.

Dans ce cadre, quels sont vos enjeux et votre feuille de route ?

Depuis le début de la pandémie, nous avons engagé une réflexion approfondie avec l'ensemble du secteur de pour favoriser les échanges entre les maisons d'opéra et préparer l'avenir. L'idée est d'encourager le secteur lyrique et chorégraphique à devenir plus durable, inclusif et de promouvoir sa transformation numérique. Au quotidien, nous les accompagnons avec nos deux programmes de financement et construisons des dialogues et des synergies vertueuses entre les maisons d'opéra, nos mécènes et partenaires experts.

Comment capitalisez-vous sur les acquis de votre formation à ESCP ?

Grâce à mon parcours, j'ai pu me lancer dans cette aventure entrepreneuriale culturelle. J'ai développé une expertise en « creativity and fundraising management » et acquis une maîtrise du « stakeholder management ». Je suis heureuse d'avoir pu mettre en place une structure solide et de continuer à la construire en en offrant des opportunités aux jeunes intéressés par la culture. Au-delà, mon expérience à ESCP me permet aussi de générer de nouvelles idées qui apportent une valeur sur le plan personnel et professionnel.



François Duhau (ESCP 83)

Membre du directoire

Les défis à relever sont nombreux et passionnants !

Acteur de premier plan dans les domaines de l'expertise-comptable, de l'audit et du conseil stratégique et financier, PKF Arsilon est une entreprise en forte croissance. Entretien avec **François DUHAU (ESCP 83)** membre du directoire de PKF Arsilon, membre du Board mondial de PKF Global, vice-chairman du Board européen, Moyen-Orient et Inde.

Quel est le rôle de PKF Arsilon et à quels types d'organisation vous adressez-vous ?

PKF Arsilon accompagne les organisations, les dirigeants et les entrepreneurs dans le pilotage de toutes les étapes de leur structuration, leur développement et leur transformation, dans un environnement où entreprendre et diriger exige plus que jamais une capacité à anticiper des mutations complexes. PKF Arsilon propose ses services principalement aux PME et ETI. Quelques groupes importants à la marque reconnue au plan national ou international font aussi partie de son portefeuille. Avec un peu plus d'une vingtaine de bureaux dans toute la France, PKF Arsilon dispose d'un large ancrage territorial.

Quelles sont les ambitions de croissance de PKF Arsilon pour les années à venir ?

Elles sont grandes ! Depuis 2021, PKF Arsilon a déjà réalisé six opérations de croissance externe. Nous travaillons sur de nouveaux projets d'acquisition centrés notamment sur l'offre de conseil en matière de RSE d'une part, et le business spécialisé avec certains pays d'autre part. A Paris, les ambitions de croissance de PKF Arsilon se traduisent par le développement récent du département « Deals & Value ».

Cependant notre croissance sera fondamentalement organique, via le recrutement de nouveaux collaborateurs/associés et le développement de nouvelles offres. Le volume et les compétences des ressources humaines étant décisifs à cet égard, notre défi majeur réside dans notre capacité d'attraction des talents et à les faire adhérer à notre projet. Nous cherchons constamment à rehausser notre promesse d'employeur au niveau des diverses composantes de la rémunération, du développement des compétences et de la qualité de vie au travail. Nous avons par exemple élargi le champ du télétravail au point que, pour certains postes ou fonctions, la flexibilité est totale. L'an dernier, nous avons instauré la semaine de 4,5 jours sur le second semestre, bien entendu sans aucune diminution de rémunération. Au-delà de nos efforts au sein de PKF Arsilon, le réseau met l'accent sur les programmes d'échanges internationaux, les plans de formation avec notamment une *Leadership Academy*, ou encore une plateforme de partage des compétences et ressources.

Quels sont pour vous les facteurs de succès ?

Les compétences et la sensibilité culturelle, la communication véritable, le développement d'un esprit de partenariat fort, la flexibilité et l'adaptabilité seront les vertus qui amèneront le succès.

Quels sont les défis à relever dans les prochaines années ?

Ils sont nombreux et passionnants, qu'ils soient issus de la pression réglementaire en matière de responsabilité sociale et économique, de développement durable, ou des disruptions technologiques, de la facturation électronique à l'intelligence artificielle en passant par les outils type ChatGPT, les robots, la *data analytics* ou encore la *blockchain*.

Un dernier mot à l'adresse des jeunes diplômés ?

A titre personnel, je souhaite faire un plaidoyer pour l'orientation de carrière à l'international. Les diverses négociations faites autour du globe m'ont apporté de profondes satisfactions. Quand bien même les décisions sont rarement exemptes d'un tropisme national plus ou moins discret, il ressort toujours de ces échanges une relation forte avec une culture différente, souvent une amitié. De mon point de vue, les actualités sont concentrées excessivement sur les échecs et les affrontements, et trop rarement sur les collaborations et développements réussis. Le commerce international est une aventure, y compris pour notre profession !



**Fondation
des
Monastères**

UN DÉFI PLEIN D'AVENIR

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

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

01 45 31 02 02

www.fondationdesmonasteres.org

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

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

1365 DOMAINE DES LAMBRAYS 1593 CHÂTEAU D'YQUEM 1668
DOM PÉRIGNON 1729 RUINART 1743 MOËT & CHANDON 1765
HENNESSY 1772 VEUVE CLICQUOT 1780 CHAUMET 1792 CHÂTEAU
GALOUPET 1803 OFFICINE UNIVERSELLE BULY 1815 ARDBEG
1817 COVA 1828 GUERLAIN 1832 CHÂTEAU CHEVAL BLANC 1837
TIFFANY & CO. 1843 KRUG 1843 GLENMORANGIE 1846 LOEWE
1849 ROYAL VAN LENT 1849 MOYNAT 1852 LE BON MARCHÉ 1854
LOUIS VUITTON 1858 MERCIER 1860 TAG HEUER 1860 JARDIN
D'ACCLIMATATION 1865 ZENITH 1870 SAMARITAINE 1884
BULGARI 1895 BERLUTI 1898 RIMOWA 1908 LES ECHOS 1914 PATOU
1916 ACQUA DI PARMA 1923 LA GRANDE ÉPICERIE DE PARIS
1924 LORO PIANA 1925 FENDI 1936 FRED 1944 LE PARISIEN 1945
CELINE 1947 DIOR 1947 EMILIO PUCCI 1947 PARFUMS CHRISTIAN
DIOR 1952 GIVENCHY 1952 CONNAISSANCE DES ARTS 1957
GIVENCHY PARFUMS 1957 REPOSSI 1958 STARBOARD CRUISE
SERVICES 1959 CHANDON 1960 DFS 1969 SEPHORA 1970 CAPE
MENTELLE 1970 KENZO 1972 PERFUMES LOEWE 1973 JOSEPH
PHELPS 1974 INVESTIR 1975 OLE HENRIKSEN 1976 BELMOND 1976
BENEFIT COSMETICS 1977 NEWTON VINEYARD 1980 HUBLOT
1983 RADIO CLASSIQUE 1984 MARC JACOBS 1984 MAKE UP FOR
EVER 1985 CLOUDY BAY 1988 KENZO PARFUMS 1991 FRESH 1992
COLGIN CELLARS 1993 BELVEDERE 1996 TERRAZAS DE LOS
ANDES 1998 BODEGA NUMANTHIA 1999 CHEVAL DES ANDES
2006 CHÂTEAU D'ESCLANS 2006 HÔTELS CHEVAL BLANC 2008
KVD VEGAN BEAUTY 2009 MAISON FRANCIS KURKDJIAN
2010 WOODINVILLE 2012 LIP LAB 2013 AO YUN 2017 CLOS19 2017
FENTY BEAUTY BY RIHANNA 2017 VOLCÁN DE MI TIERRA
2017 24S 2020 EMINENTE 2022 STELLA BY STELLA MCCARTNEY

LVMH



FIDUCIAL, PARTENAIRE DE VOTRE RÉUSSITE

Concentrez-vous sur votre cœur
de métier, nous vous accompagnons
pour le reste



DROIT



CHIFFRE



BANQUE, FINANCES
& CONSEIL



IMMOBILIER



SOLUTIONS
DIGITALES



INFORMATIQUE
& TECHNOLOGIES



SÉCURITÉ



MONDE
DU BUREAU