

DÉCIDEURS

SEPTEMBRE 2024 / #272

MAGAZINE

REF 2024

Entre attentisme
et optimisme

RN

Le sparadrap
antisémite

Dirigeants

Faire face
à la solitude

Truffaut

200 ans et tous
ses plants

MILLIARDAIRES PARTIS DE RIEN
**LES SECRETS
DE LEUR SUCCÈS**

L 19874 - 272 - F. 9.50 € - RD



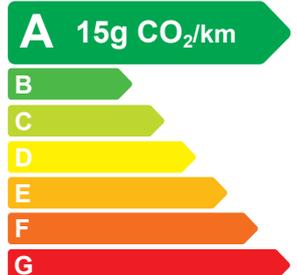
10^E
SOMMET
DU
DROIT
EN
ENTREPRISE



Modèle présenté : Range Rover. Consommation de carburant en cycle mixte l/100 km (WLTP) : 0,7 à 0,8. Land Rover France. 509 016 804 RCS Nanterre.

Pensez à covoiter. #SeDéplacerMoinsPolluer

RANGE ROVER





Lucas Jakubowicz
Rédacteur en chef

Jean-Luc Mélenchon, la technique Caligula

L'épisode est connu de tous les amateurs de la Rome antique : Caligula aurait nommé son cheval consul. Objectifs ? Montrer son mépris pour l'élite politique et économique, faire savoir à tous qu'un seul pouvoir s'exerçait : le sien. À leur manière, certains dirigeants politiques de notre temps agissent de la même façon. Donald Trump, Jair Bolsonaro ou Vladimir Poutine ont poussé vers des carrières parlementaires des personnalités quasi analphabètes, davantage connues pour leurs propos outranciers et leur quête du buzz que pour leur sens de l'intérêt général. Leur mission consiste à brutaliser la société, décrédibiliser la fonction d'élu et chanter les louanges du chef.

Cette stratégie grossière est traditionnellement l'apanage de la droite populiste. Mais en France, son plus fervent adepte est Jean-Luc Mélenchon. Le septuagénaire a beau avoir été élu sénateur en 1986, il semble lui aussi mépriser les représentants du peuple et ne fait pas mystère de son dédagisme, de son rejet du débat interne ou du jeu démocratique. En bon illibéral, il voue une admiration aux « leaders forts ». Ce qu'il est au sein de LFI, ce qu'il rêve d'être à l'échelle nationale.

Celui qui a la haute main sur les investitures insoumises a propulsé sur les bancs de l'Assemblée nationale des profils tels qu'Ersilia Soudais, Sébastien Delogu voire Louis Boyard, élus dans des circonscriptions très

favorables. Il en est de même pour Rima Hassan au Parlement européen. Ces élus n'existent que par les polémiques qu'ils provoquent sur les réseaux sociaux, leur capacité à insulter, calomnier, se positionner de façon péremptoire sur des sujets qu'ils ne maîtrisent manifestement pas. Ce sont eux qui prennent toute la lumière et masquent le travail de députés à la hauteur de leur fonction.

Face à ces dangereux saltimbanques, de nombreux citoyens

Jean-Luc Mélenchon a propulsé la carrière d'élus qui n'existent que par leur capacité à insulter, brutaliser et calomnier. Tout sauf un hasard

réalisent que la démocratie est abîmée, inutile. D'autres se disent qu'il est facile de prendre du galon à La France Insoumise puisqu'aucune compétence intellectuelle n'est requise. Jean-Luc Mélenchon se frotte les mains : la démocratie parlementaire est décrédibilisée, la société fracturée. En interne, il est de plus en plus entouré de médiocres qui ne lui font pas d'ombre, lui doivent tout et le suivront jusqu'au bout. Point cocasse, ces « chevaux » semblent très fiers d'eux, se croient à l'avant-garde, s'imaginent que leur médiatisation est liée à leur talent politique. Alors ils en rajoutent pour faire encore parler d'eux, nourrir leur ego et susciter l'admiration du grand patron. Sans comprendre que celui-ci n'a que mépris pour eux. Ils se voient rois, ils ne sont que fous du roi ou idiots utiles.

88, boulevard de la Villette - 75019 Paris
Tél. : 01 45 02 25 00 - Fax : 01 45 02 25 01
www.leadersleague.com

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Gaël Chervet

RÉDACTION

Rédaction
Lucas Jakubowicz
(rédacteur en chef et chef de rubrique politique)
Olivia Vignaud (chef de rubrique finance)

Ont collaboré à ce numéro
Cem Algul, Jean-Philippe Arrouet,
Hervé Borne, Béatrice Constans,
Capucine Coquand, Laurent Fialaix,
Marine Fleury, Tom Laufenburger, Marc Munier

Secrétaires de rédaction
Claire Pavageau, Cécile Roudier

CRÉATION & GRAPHISME

Maquettiste : Anaïs Le Bomin

PHOTOGRAPHIES

Envato Elements
Freepik

PUBLICITÉ

Directeur commercial pôle médias
Richard Bodin
rbodin@leadersleague.com

Directeur de la publicité
Stanislas Vinson
Tél. : 01 43 92 93 59
svinson@leadersleague.com

MARKETING, ABONNEMENT ET DIFFUSION

Chargé de diffusion et partenariats
Pierre-Jean Goncalves
01 43 92 93 64 - pjgoncalves@leadersleague.com

Abonnements :
01 43 92 93 56
abonnement@leadersleague.com
www.eshop.leadersleague.com

Gestion des ventes (MLP) :
réservé aux marchands de journaux
ccaron@dedicom.fr

Décideurs Magazine :
1 an (11 numéros) : 89 € TTC
2 ans (22 numéros) : 169 € TTC
Décideurs Magazine + Collection complète
Guide-Annuaire : 3599 € TTC
Prix unitaire Guide-Annuaire : 250 € TTC

N°ISSN : 2493-8718 - Dépôt légal à parution - Imprimerie Rotimpres
Une publication du groupe : Leaders League SAS - N° RCS Paris : B422 584 532
Principal actionnaire : Gaël Chervet



Scannez ce QR code avec votre smartphone
pour découvrir nos formules d'abonnement
www.magazine-decideurs.com

FICADE

LEADERS LEAGUE

LE PRO GRÈS



RENDEZ-VOUS AU PLUS GRAND
RASSEMBLEMENT BUSINESS D'EUROPE
LE **10.10.2024 - ACCOR ARENA PARIS**

Inscription sur big.bpifrance.fr



POLITIQUE

- 8. REF 2024
Le Medef appelle au maintien d'une politique pro-business
- 10. Comment le RN a tenté (en vain) d'investir des jeunes juifs pour se dédramatiser
- 12. Affiches électorales
Y'a pas photo



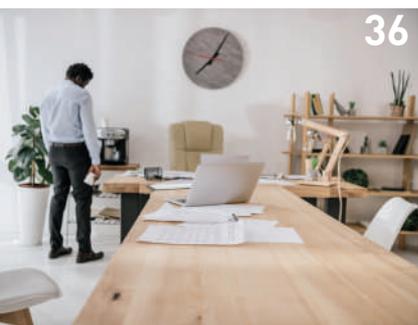
ENTREPRISE

- 34. « Les entreprises qui ont 200 ans d'existence ont l'habitude d'anticiper »
Entretien avec Sébastien Attina, directeur général de Truffaut
- 36. Dirigeants d'entreprise
La solitude n'est pas une fatalité
- 40. 10^e édition du Sommet du Droit en Entreprise
« The place to be » pour les juristes depuis dix ans



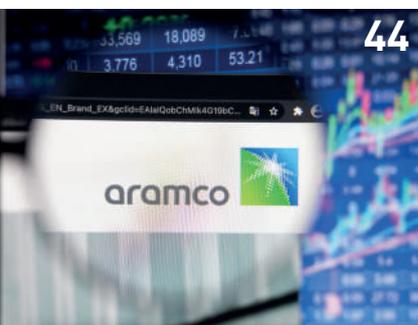
FINANCE

- 44. Bénéfices par employé
Quelles sont les entreprises les plus prospères ?
- 46. « Il existe une forte demande client pour le paiement à l'usage »
Entretien avec Édouard Vaujour, cofondateur et directeur général de Knave



PHILANTHROPIE

- 48. « La philanthropie n'est pas l'apanage des grands groupes »
Entretien avec Anastasia Andrieu, CEO de Label Phi



CLASSEMENTS DÉCIDEURS

- 50. Gestion de patrimoine
Banques privées spécialisées
Banques privées affiliées

PAROLE D'EXPERT

- 52. « Ce n'est pas parce que vous détenez un chef-d'œuvre que l'État n'a pas de droits sur ce bien »
Entretien avec Pierre-Olivier Bernard, associé et fondateur d'OPLEO Avocats



AGENDA DES EVENTS DÉCIDEURS P.54

SÉLECTION TV DÉCIDEURS P.55



- 56. Sélection du mois
- 58. Programme TV

B2B

MICE-SÉMINAIRES

- 60. Des séminaires d'entreprise pour resserrer les liens
- 62. « Le savoir-faire et la longue expérience du groupe Barrière nous permettent d'être particulièrement flexibles »
Entretien avec Éric Goussel, directeur commercial des activités MICE du groupe Barrière
- 64. « Pour retenir ses équipes, l'événementiel apparaît aujourd'hui comme un vecteur stratégique »
Entretien avec Victor Carreau, cofondateur de Comet

FLOTTE AUTO

- 68. Véhicules utilitaires légers
L'électrification en marche
- 72. Véhicules utilitaires électriques
Presque l'embaras du choix
- 75. Essai automobile
Renault Master E-Tech Electric

14

DOSSIER DU MOIS

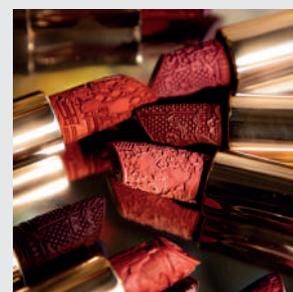
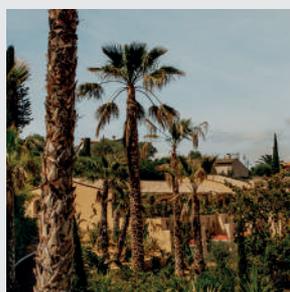
Certaines personnalités parmi les plus riches de la planète n'ont pas la chance de grandir dans une famille aisée ou de sortir diplômées des meilleurs écoles. Portraits de milliardaires qui ont réussi à faire mentir le destin par leur vision et leur force de travail.



MILLIARDAIRES PARTIS DE RIEN LES SECRETS DE LEUR SUCCÈS

- | | |
|---|---|
| <p>16. Philippe Ginestet
Ses idées de génie</p> <p>17. Haïm Saban
Une vie animée</p> <p>18. John Paul DeJoria
Un succès décoiffant</p> <p>20. Mohed Altrad
Le chemin de Damas</p> <p>21. Zhou Qunfei
La reine des écrans</p> <p>22. Kjell Inge Røkke
L'homme qui nous mène en bateau</p> <p>24. Don Vultaggio
Prêcheur par l'exemple</p> | <p>25. Isaac Perlmutter
L'homme de l'ombre derrière Marvel</p> <p>26. Li Ka-Shing
Le Superman de Hongkong</p> <p>28. Rihanna
Star totale</p> <p>29. Jay-Z
Une diversification réussie</p> <p>30. Bruce Springsteen
Bienvenue au club</p> <p>32. Dan Kurzius
Le cerveau de Mailchimp</p> <p>33. Sean Parker
Le mentor</p> |
|---|---|

ART P.76 DE VIVRE



- 78 Bonnes nouvelles**
- 80 Évasion**
Pour une rentrée sous le (grand) soleil
- 82 À vos poignets**
Shopping, pas toujours au centre
Laureato, la belle cinquantaine
- 84 Joaillerie**
Trois questions à...
Karl-Friedrich Scheufele, vice-président de Chopard

- À tous les doigts
Gros plan, les joailliers
au sommet de leur art
- 87 Tour de tables**
En terrasse
- 88 Au volant**
Le nouveau Peugeot e-5008
- 90 Marque-page**
Les livres du mois

REF 2024

LE MEDEF APPELLE AU MAINTIEN D'UNE POLITIQUE PRO-BUSINESS

La rentrée des entreprises est bousculée par l'actualité politique. Pas de quoi céder au pessimisme pour les patrons réunis les 26 et 27 août lors de l'université du Medef. Le président de l'organisation, Patrick Martin, a profité de l'événement pour réaffirmer ses propositions mais aussi asseoir le pouvoir du patronat.

Retour des congés d'été. Sur l'hippodrome de Longchamp, un grand soleil, des teints hâlés et détendus. L'ambiance est bonne en ces 26 et 27 août pour l'université d'été du Medef: la REF 2024. Patrick Martin, le patron des patrons, donne le coup d'envoi de l'événement en gravissant les marches du podium au son du fameux *Start me up* des Rolling Stones. Le discours se fera sans notes et sans fausses notes – de l'avis de l'assemblée. Celui qui a eu la chance de voir Mick Jagger dans ce même lieu donne le la: les entreprises françaises enregistrent de belles victoires mais les défis continuent en parallèle de s'accumuler pour elles. Parmi eux, le manque de visibilité politique qui oblige les dirigeants de société à naviguer à vue. Pour autant, les entreprises ont bien l'intention de reprendre le pouvoir, thème central des conférences de ces deux jours. Le patronat a décidé de leur montrer le chemin en réaffirmant le sien alors même que les politiques cherchent le leur.

OPTIMISME

En préambule, Patrick Martin s'est félicité du succès rencontré par les Jeux olympiques. « *Nous avons assisté à la victoire de l'effort, de l'excellence* », lance-t-il. L'Hexagone a pu montrer au monde « *le génie français* » et les entreprises ont été au rendez-vous malgré les difficultés que l'événement représentait. Le Medef entend s'appuyer sur cette démonstration de force pour faire entendre la voix des entreprises sur leurs sujets de préoccupation. Ces derniers? Des classiques du patronat: ne pas céder au fatalisme du déclin, militer pour que la France arrête de vivre à crédit, faire bouger les textes et les politiques afin que les entreprises



françaises se retrouvent moins désavantagées que leurs concurrentes étrangères (notamment sur le plan fiscal) ...

Le discours se tenait quelques heures avant la prise de parole d'Emmanuel Macron du 26 août. Ce soir-là, le président de la République écartait la nomination d'un gouvernement issu du Nouveau Front populaire. Mais sans cette information à 14h00, Patrick Martin se montrait offensif, dénonçant le programme du

des changements fiscaux ne viennent fragiliser les entreprises, engager plus avant la réforme de l'assurance-chômage, remettre à plat les aides à l'apprentissage, peser en Europe; mais aussi mettre en place des outils plus efficaces que l'augmentation du Smic de manière à soutenir les salariés les plus modestes. « *D'autres réponses existent: elles commencent par des réflexions structurelles sur la protection sociale.* » Malgré quelques désaccords,

« La fiscalité doit encourager l'audace, et non punir la réussite »

NFP, qu'il estime suicidaire pour l'économie et qui ne « *ferait qu'aggraver nos maux* ».

SUJETS DE PRÉDILECTION

Le président du Medef propose des priorités alternatives à celles contenues dans les propositions de la gauche. Créer des fonds de pension privés, empêcher que

le dirigeant a remercié Bruno Le Maire, présent aux premières places, aux côtés de Yaël Braun-Pivet, Gérard Larcher, Patricia Barbizet, Antoine Gosset-Grainville, Ernest-Antoine Seillière ou encore Pierre Gattaz pour ne citer qu'eux.

La prise de parole de Patrick Martin a été en grande majorité saluée par les chefs d'entreprise. Interrogé par

Décideurs Magazine, Ernest-Antoine Seillière, ancien président du Medef, estime qu'« il a fait un sans-faute. Avec une forme parfaite, il a dit tout ce qu'il fallait dire. » « Il a mis un coup de pied dans la fourmilière », commente pour sa part Caroline Poissonnier, directrice générale du Groupe Baudet.

LE SÉNAT ET L'ASSEMBLÉE RASSURANTS

Malgré l'absence sur scène des membres du gouvernement démissionnaire, les présidents des deux chambres étaient invités à prendre la parole dans le sillage de Patrick Martin. Les élus ont donné au président du Medef quelques motifs d'espoir. Yaël Braun-Pivet a redit l'importance de la politique de l'offre (remise en cause par le NFP) et affirmé que « la fiscalité doit encourager l'audace, et non punir la réussite ». De son côté, Gérard Larcher a énoncé que la croissance devait s'accompagner de progrès social et que celui-ci reposait en partie sur l'action des partenaires sociaux. Un discours, là encore, applaudi, alors que Patrick Martin venait de mettre en lumière la qualité du dialogue entre les organisations.

INVITÉS DE MARQUE

Le thème du pouvoir a été développé sous toutes ses formes lors des différentes tables rondes qui réunissaient patrons, économistes, diplomates, représentants d'ONG, membres d'organisations étatiques ou encore journalistes. Ross McInnes, président de Safran, a disserté sur « la nouvelle carte des pouvoirs », Jörg Kukies, secrétaire d'État à la Chancellerie allemande, a donné son avis sur « le vrai pouvoir des marchés » et Cécile Duflot (Oxfam) a insisté sur le rôle capital des contre-pouvoirs. Les raisons qui ont mené à une montée des extrêmes et à l'instabilité gouvernementale actuelle n'ont pas manqué d'être évoquées lors de ces discussions, tout comme les tensions géopolitiques et les conséquences de la montée en puissance de l'intelligence artificielle. Le réchauffement climatique et les manières d'y répondre ont également fait l'objet de débats. Pierre-André de Chalendar (ex-patron de Saint-Gobain et président de l'Institut de l'entreprise), Antoine Gosset-Grainville (avocat et pré-

sident d'AXA), Catherine MacGregor (DG d'Engie), Julie Pasquet (cofondatrice du collectif Le bruit qui court) et Jean-Pascal Tricoire (président de Schneider Electric) ont partagé des points de vue divergents sur le sujet. Pierre-André de Chalendar regrette le trop-plein de réglementations qui a provoqué un certain rejet de la transition écologique et n'a pas permis à l'Europe de prendre le leadership technologique. Jean-Pascal Tricoire qui vit pour partie en Asie ne peut que constater les avancées chinoises, souhaite voir les Européens accélérer. S'ils se sont montrés plus optimistes, Catherine MacGregor et Antoine Gosset-Grainville

ont insisté sur l'opportunité compétitive que la transition environnementale représentait et la nécessité d'impliquer tous les acteurs pour ne laisser personne de côté.

PARITÉ, PAS D'ACCORDS

Bien que les invités ne partageassent pas tous le même avis sur la manière de gérer la crise climatique, la discussion s'est avérée moins vive que lors d'une autre table ronde. Son sujet ? Le pouvoir à parité. Il faut dire qu'en invitant Sandrine Rousseau (EELV) et Élisabeth Lévy (*Causeur*), aux côtés de Bertrand Badré (Blue like an Orange Sustainable Capital), Jean-François Copé (maire de Meaux) et Patricia Vialle (Medef Landes), il fallait s'attendre à quelques désaccords. « Le pouvoir est quelque chose de compris, organisé et exercé de manière masculine, a affirmé Sandrine Rousseau. Nous souffrons un peu de cet excès de pensée masculine au pouvoir. » Sa sortie n'a pas trouvé d'échos chez la fondatrice de *Causeur* pour qui il faut arrêter de compter le nombre de femmes en entreprise. Selon elle, l'important reste que celles-ci soient bien gouvernées : « Peu importe que le chat soit gris ou noir pourvu qu'il attrape les souris. » Jean-François Copé, qui partage la paternité de la loi Copé-Zimmermann sur les quotas de femmes dans les conseils

d'administration, rappelle que l'on mesure la modernité d'une société à la place qu'elle fait aux femmes mais que ce combat pour la parité doit se faire en fonction de la réalité de chaque entreprise. L'auditoire, dont les réactions n'étaient pas homogènes sur le sujet, n'a pas manqué de saluer par des applaudissements les prises de paroles qu'il soutenait.

Comme chaque année, le Medef laisse place à la contradiction. On se souvient en 2022 de la prise de position du physicien et écologiste Aurélien Barrau, qui avait interpellé sans détour les patrons sur la question climatique. Du côté des sujets financiers, le professeur allemand

Patrick Martin a redit qu'il se montrerait « attentif à toutes les menaces qui planent » sur les ETI « notamment familiales »

et fondateur du think tank Europolis Markus C. Kerber n'a pas mâché ses mots pour dénoncer le plan de relance européen, qui, selon lui, ne pourra être remboursé à partir de 2028. Il faisait face à l'eurodéputée Valérie Hayer, laquelle insistait sur le rôle central et primordial que cet accord financier historique a joué durant la crise.

DEUX LIEUX, DEUX AMBIANCES

En dehors des tribunes, c'est sur les stands et espaces de networking aménagés en haut des marches de l'entrée de l'hippodrome que les patrons échangeaient. Les partenaires de la REF jalonnaient les allées : Urssaf, AXA, mission French Tech, différents Medef locaux ou encore médias. Outre la grande scène, les dirigeants se sont réunis lors de plus petits événements parallèles. KPMG a ainsi présenté avec le Meti une étude sur la réindustrialisation et l'importance des ETI dans ce processus. Patrick Martin, également patron d'une entreprise de taille intermédiaire, a redit qu'il se montrerait « attentif à toutes les menaces qui planent » sur ces sociétés « notamment familiales ». Quels que soient les aléas politiques des mois à venir, le patron des patrons, élu l'an passé, entend bien tenir sa feuille de route.

COMMENT LE RN A TENTÉ (EN VAIN) D'INVESTIR DES JEUNES JUIFS POUR SE DÉDIABOLISER

Pour rompre définitivement avec les accusations d'antisémitisme, le parti de Marine Le Pen et Jordan Bardella a cherché à investir dans des circonscriptions gagnables des candidats considérés comme juifs. Tous ont refusé. Bien leur en a pris vu la tournure de la campagne des législatives...

« **L**e RN vient de me contacter pour me proposer une circonscription gagnable aux législatives, je fais quoi? » Plusieurs personnalités se sont posé cette question dans les heures qui ont suivi l'annonce de la dissolution de l'Assemblée nationale. Le point commun entre ces jeunes gens? Jamais investis en politique, intelligents, médiatiques, plutôt positionnés à droite, engagés contre l'antisémitisme venu de LFI et... juifs.

Dissolution oblige, les partis doivent trouver en urgence des candidats pour les législatives. À cette époque, le RN rêve encore d'une majorité absolue et d'un gouvernement dirigé par Jordan Bardella. Les « RH » du parti émettent une idée: réserver des circonscriptions plutôt favorables à des personnalités identifiées comme juives.

Sur le papier, jamais le terrain n'a paru aussi propice. Le « dog whistle » antisémite des Insoumis effraie la communauté juive qui se droitise peu à peu, certains comme Serge Klarsfeld ont cessé de diaboliser le parti de Marine Le Pen. Le RN veut profiter de la séquence pour ranger au rayon antiquités son passé antisémite. Pour cela, rien de mieux que de mettre en avant des candidats présentés comme juifs. *Décideurs Magazine* est en mesure d'affirmer qu'au moins trois personnalités plutôt médiatiques ont été sondées.

DES PROFILS SUPPOSÉS « RN-COMPATIBLES »

La première est la journaliste et essayiste Noémie Halioua qui, en théorie, aurait pu être une recrue de choix. Passée par



la rédaction d'I24News et de Factual, contributrice régulière au Figaro Vox, habituée des plateaux de CNews et de Sud Radio, elle dénonce avec force l'antisémitisme venu de l'extrême gauche.

communautarisme et l'exode intérieur des juifs des banlieues populaires. Plus récemment, elle a publié l'essai remarqué *La terreur jusque sous nos draps* où elle s'en prend aux dérives du féminisme actuel

Jordan Bardella en personne et le député Alexandre Loubet ont été les chevilles ouvrières de l'opération

Elle est également autrice de plusieurs ouvrages. Dans *Les uns contre les autres - Sarcelles, du vivre-ensemble au vivre-séparé*, elle dénonce l'antisémitisme, le

coupable, selon elle, de tuer l'amour. Seconde cible, Samuel Fitoussi. À l'instar de Pierre Valentin, Nora Bussigny ou encore Eugénie Bastié, le jeune homme

fait partie des intellectuels qui pointent les dérives d'un certain progressisme de gauche dans des chroniques enlevées et ironiques publiées dans *Le Figaro*. Il est notamment l'auteur de *Woke fiction, comment l'idéologie change nos films et nos séries*, un essai stimulant sur les effets de l'idéologie woke sur la création artistique. Lui aussi pourfend la nouvelle orientation de LFI qui, sous couvert de défendre les Palestiniens, propage l'antisémitisme en France. Le RN a également tenté de miser sur Michaël Sadoun. Comme les deux profils précédents, il intervient régulièrement sur CNews, Sud Radio ou dans Figaro Vox. Autant d'indices laissant penser aux stratégies du RN qu'il pourrait porter leurs couleurs, même s'il se présente comme gaulliste sur les réseaux sociaux. Dans les trois cas, le mouvement de Marine Le Pen est persuadé qu'il y a moyen de conclure. Une opération de séduction commence...

FLATTERIES ET CIRCONSCRIPTIONS GAGNABLES

Jordan Bardella lui-même s'est fendu de SMS flatteurs à au moins l'un des trois intéressés. Le « débauchage » a été mené par le député de Moselle Alexandre Loubet qui a pratiquement le même âge que les intéressés et de

nombreuses connaissances en commun. Pour rallier les cibles, plusieurs circonscriptions sont proposées. Si elles ne sont pas en or massif, elles offrent des perspectives de victoire. L'état-major du parti a réservé deux circonscriptions à ses « candidats juifs ». La première est la 1^{re} du Var qui correspond au centre de Toulon. Des huit circonscriptions du département, c'est la seule où Emmanuel Macron a fini en tête au second tour de la présidentielle (51,76 %). C'est aussi

Bigot dans le Territoire de Belfort. Mais les « Juifs », eux, ont tous décliné. L'un a répondu directement non. Les deux autres ont réfléchi quelques jours avant de refuser : même si l'élection semblait à l'époque quasi certaine, « l'après Assemblée nationale » serait difficilement négociable et l'étiquette RN marque à vie. Les bardello-lepénistes ont fait chou blanc, ce qui montre sa difficulté à séduire les membres d'une communauté qui, si elle rejette la gauche, ne plébiscite

Parmi les circonscriptions proposées, la 1^{re} du Var et la 7^e du Nord

la seule qui n'ait pas été remportée par un candidat RN aux législatives de 2022 puisqu'elle est détenue par le macroniste Yannick Chenevard, proche de Hubert Falco, maire de droite Macron-compatible de la préfecture varoise. Le RN juge le bastion prenable et compte confier sa conquête à un rallié.

Autre point d'atterrissage prévu par l'entourage de Jordan Bardella : la 7^e du Nord. Véritable « swinging circo », elle oscille entre droite et gauche depuis des décennies, comprend l'ouest de Roubaix ainsi que des communes plus aisées telles que Wasquehal, Hem, Lannoy ou Croix. Le RN, arrivé en tête dans toutes ces villes aux européennes (sauf Roubaix ouest) y nourrit des ambitions.

NIET, NIET ET NIET

Les candidats visés ont donc le marché en main : un siège probable contre un ralliement qui sera exploité pour sa portée symbolique. Le RN est parvenu à convaincre certaines figures médiatiques de se porter candidat. C'est le cas de l'avocat Pierre Gentillet dans le Cher, du sondeur Jérôme Sainte-Marie dans les Hautes-Alpes, du magistrat Charles Prats en Haute-Savoie ou encore de l'essayiste Guillaume

pas pour autant la droite nationaliste. En examinant les résultats des législatives, observons que les deux circonscriptions gagnables n'ont pas été conquises. Dans le Var, Yannick Chenevard a bénéficié du front républicain pour garder son siège dans le cadre d'un duel avec le candidat RN finalement investi, un policier passé par la BAC Nord de Marseille. Dans le Nord, la sortante Félicie Girard (Horizons) a elle aussi assuré sa réélection dans une triangulaire face à une jeune collaboratrice du Parlement européen. Hormis Guillaume Bigot, élu sur le fil, les prises de guerre du RN ont toutes perdu.

Les refus ont permis d'éviter aux trois personnalités de faire campagne aux côtés de candidats tels que Ludivine Daoudi qui pose sur Facebook avec une casquette d'officier nazi, de Laurent Gnaedig qui affirme que les propos de Jean-Marie Le Pen sur la Shoah déclarant que « les chambres à gaz sont un détail de l'Histoire » relèvent de la simple « erreur de communication ». En revanche, leur présence aurait été vue d'un bon œil par Paule Veyre de Soras, candidate en Mayenne. Après tout, elle n'est pas antisémite, puisque son « *ophthalmo est juif* »...



Le RN a proposé à la journaliste et essayiste Noémie Halioua la 1^{re} circonscription du Var.

AFFICHES ÉLECTORALES Y'A PAS PHOTO

Sur les affiches électorales des législatives une tendance se développe : faire figurer un chef national au détriment du vrai candidat.

Justine Gruet, députée LR du Jura, vient de déposer une proposition de loi pour changer la donne.

Contrairement à ce que pensent certains esprits chagrins, les Français s'intéressent encore à la politique. Pour preuve, lors des dernières législatives la participation au second tour a atteint 66,7 %, soit le taux le plus élevé depuis 1997. Les états-majors n'ont cessé de le répéter : ce scrutin était avant tout national. Conséquence, de nombreux électeurs ont voulu voter « pour Bardella et Le Pen », « pour Mélenchon », « pour Attal », « pour Zemmour ». Les affiches électorales se sont mises au diapason, au point, parfois, de faire disparaître le candidat local au profit du chef national.

RETOUR DU TERRAIN

Justine Gruet, députée LR de la troisième circonscription du Jura, l'a constaté. « *La candidate RN que j'ai affrontée au second tour n'avait même pas de photos sur l'affiche* », déplore dans *Marianne* celle qui a observé dans les bureaux de vote de nombreux électeurs « *chercher un bulletin Bardella ou Mélenchon comme vu sur l'affiche. Ce n'est pas normal, il faut savoir qui est réellement la personne à qui l'on apporte sa voix* ». Justine



Justine Gruet, députée LR du Jura

Gruet fait partie des candidats qui ont eu à faire face à des « fantômes » invisibles sur les affiches... voire sur le terrain. Certains ont défrayé la chronique comme Élodie Babin, candidate RN dans le Loiret, qui

de poser au côté d'une photo d'Emmanuel Macron ou de Gabriel Attal (davantage choisi par les candidats). Cela permettrait aussi de freiner la tendance visant à élire un premier ministre plus qu'un député.

Un soutien extérieur pourrait toujours figurer sur un bandeau en bas de l'affiche

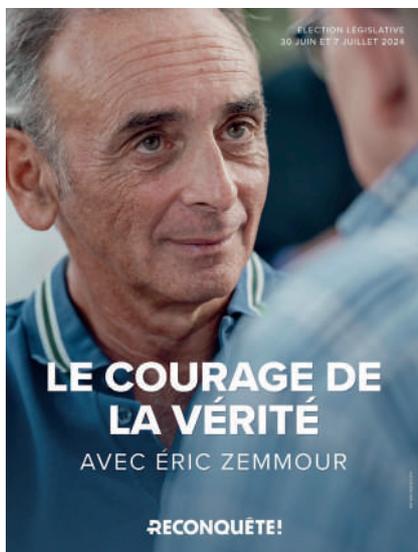
a obtenu 33 % des voix au premier tour sans apparaître sur les professions de foi, les affiches, lors des tractages ou des débats.

UNIFORMISATION

Cette situation heurte une partie de la classe politique qui demande un changement dans les règles électorales. Elle peut compter sur Justine Gruet qui a déposé une « proposition de loi interdisant toute mention ou présence d'une personne autre que le candidat et son suppléant sur les affiches électorales ». La solution préconisée est d'imposer l'obligation de faire figurer le candidat et son suppléant sur l'affiche qui aurait en bas un bandeau sur lequel il serait possible de mettre en avant le logo des partis ou la figure d'un soutien de poids. Aux candidats de choisir leur « mentor », à l'instar des macronistes qui avaient la possibilité

RAILLERIE DU RN

Si l'élue assure ne pas viser un parti en particulier, force est de constater que le RN est spécialisé dans l'invisibilisation de candidats locaux au profit de figures plus médiatiques comme Marine Le Pen ou Jordan Bardella. Face à l'initiative de la Jurassienne, le parti d'extrême droite préfère jouer la carte de l'ironie. « *Vous n'avez plus de chef, plus d'incarnation et vous voulez en priver les autres* », a déclaré sur X le député RN de la Somme Jean-Philippe Tanguy. En 2020, LR avait déjà proposé un amendement porté par le député de la Loire Dino Cinieri afin d'interdire la présence d'animaux sur les affiches électorales, cela avait été rejeté. À voir si cette nouvelle proposition prendra le même chemin...



DR

DR



SMART IMPACT

THOMAS HUGUES
8H30 | 19H30

VOTRE ÉMISSION QUOTIDIENNE DÉDIÉE À LA RSE ET À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DES ENTREPRISES

Orientée « solutions », l'émission SMART IMPACT animée par Thomas Hugues monte en puissance et vous propose désormais un rendez-vous quotidien. Chaque jour, retrouvez des témoignages d'entrepreneurs et d'experts autour de la transition écologique, de l'économie durable et des enjeux RSE.

N°230
orange™

N°245
bouygues
Télécom

N°163
free

B SMART
Change

MILLIARDAIRES PARTIS DE RIEN
**LES SECRETS
DE LEUR SUCCÈS**

PARCOURS D'UNE GRANDE RICHESSE

Certes les hommes naissent égaux, mais il faut convenir que tous ne partent pas avec les mêmes cartes en main. Certains ont des bagages bien plus maigres que d'autres, qu'ils aient grandi dans la pauvreté ou n'aient pas eu la chance de pouvoir poursuivre leurs études. Ce qui n'empêche pas quelques personnalités de faire mentir le destin en devenant milliardaires. Les profils qui ont réussi en commençant les poches vides ont développé une idée de génie ou eu une bonne intuition en investissant dans un secteur en croissance. Leur richesse ? Elle provient de domaines aussi divers que l'industrie, le retail, les services ou le divertissement.

Les milliardaires partis de rien n'ont pas tous eu un début de vie difficile. Certains sont aussi des électrons libres qui n'ont pas suivi un parcours universitaire, lui préférant les chemins de traverse. Quoi qu'il en soit, tous les profils qui atteignent des sommets malgré des itinéraires peu conventionnels sont des travailleurs acharnés, s'appuient sur une bosse du business très développée et affichent des personnalités tout sauf lisses. Parfois philanthropes, parfois dépensiers pour leur propre compte, souvent les deux. Les sentiers empruntés avant leur réussite et depuis ne se ressemblent pas, ce qui fait tout le sel de ce dossier.

À noter en revanche la difficulté de faire remonter un grand nombre de femmes dans les pages qui suivent. Peu d'entre elles investissent les classements de milliardaires : celui de Forbes en compte 369 (+32 sur un an) sur les 2781 fortunés recensés. Elles sont encore plus rares celles qui ne sont pas devenues prospères grâce à un joli mariage ou en héritant. Quant au vivier de celles parties de rien, celui-ci s'avère bien maigre. Mais la tendance tend à s'estomper sur fond d'évolution des mentalités dans le monde de l'entreprise. Tout est possible. Les personnalités présentes dans ce dossier nous le démontrent encore une fois.

OLIVIA VIGNAUD



DF

PHILIPPE GINESTET

SES IDÉES DE GÉNIE

L'entrepreneur de 70 ans est à la tête de plus de 1 000 magasins Gifi dans le monde ainsi que d'un patrimoine immobilier conséquent. Malgré tout, son empire reste très familial.

Un hôtel 4 étoiles dans le Lot-et-Garonne. Endroit propice pour retrouver son âme d'enfant. « *Le Stelsia est un ovni dans l'hôtellerie de luxe: il a tous les attributs et les services destinés à une clientèle internationale exigeante mais ne ressemble à aucun établissement dans le monde* », est-il écrit sur son site. C'est peu dire que les comparaisons avec d'autres bâtiments du Moyen-Âge sont difficiles à établir. Le château est peint en rose, bleu, rouge et les plus de 20 hectares de terrain qui l'entourent ont été transformés en parc d'attractions. Cette rénovation est le fait de Philippe Ginestet, le fondateur de Gifi, qui y reçoit régulièrement ses collaborateurs.

SOLDEUR

L'entrepreneur fait partie de ces patrons hors norme. L'homme d'affaires est un savant mélange de simplicité et de singularité qui ont fait le succès de la marque qu'il a lancée en 1981 à Villeneuve-sur-Lot. L'enseigne, dont le nom est tiré de la première syllabe du nom et du prénom de son fondateur, distribue des produits à petits prix pour la maison et la famille. Justement, la famille est clé pour qui veut comprendre l'œuvre de Philippe Ginestet. Celui qui a quitté l'école à 12 ans pour devenir maquignon avec ses parents puis nettoyeur de camions et d'étables en Normandie, balayeur à Paris, vendeur d'électroménager Electrolux en porte-à-porte

et soldeur sur les marchés, y tient. C'est parce que son fils Alexandre – aujourd'hui directeur général de Gifi – commençait sa scolarité que le patriarche a souhaité se stabiliser et ouvrir son propre magasin.

Le succès – promis aux parents de Philippe Ginestet par une cartomancienne – sera vite au rendez-vous. Les petits prix séduisent. L'ouverture dominicale aussi. « *C'est toujours les dimanches que je faisais mes meilleures affaires* », se souvient dans les colonnes de *Sud Ouest* l'entrepreneur qui a fait ses gammes

sur la culture d'entreprise qui, chez lui, n'est pas un vœu pieux. L'entrepreneur, qui a fait face à un cancer en même temps que le Covid et doit trouver des solutions face à la concurrence notamment d'Action, entend rester proche de ses collaborateurs, désormais au nombre de 10 000. Pour le président de Gifi, faire la différence entre vie privée et vie professionnelle n'a pas vraiment de sens.

La *secret sauce* du créatif Philippe Ginestet? Il a su réduire les prix en s'approvisionnant sans intermédiaire. Il s'adresse à toutes les générations et catégories sociales. Le

Il quitte l'école à 12 ans pour devenir maquignon

sur les marchés. Auparavant solderie, les lieux de vente évoluent pour se spécialiser dans les produits premiers prix. En 1998, la marque compte 100 magasins. En 2002, Gifi se lance à l'international et atteint les 200 points de vente l'année suivante.

LE ROI DU SLOGAN

Alors que l'enseigne compte aujourd'hui plus de 1 000 temples des objets du quotidien, Philippe Ginestet continue de miser

dirigeant, reprenneur de Tati et la Foire'Fouille, connaît très bien sa clientèle et renouvelle sans cesse son offre. Il est également le roi du slogan. Il sort « Gifi, le vrai soldeur enfin dans votre ville » alors que l'entreprise n'en était qu'à ses prémices, puis le fameux « Gifi, des idées de génie » connu de tous. Outre l'enseigne qui a fait sa fortune, l'homme d'affaires multiplie les investissements, notamment dans l'immobilier. Mis bout à bout, ses succès lui permettent d'afficher une fortune d'1,5 milliard de dollars.

OLIVIA VIGNAUD



DR

HAÏM SABAN

UNE VIE ANIMÉE

Power Rangers, Tortues Ninja, Casper... Derrière de nombreux dessins animés se cache un discret milliardaire israélo-américain passé par l'Égypte et la France. Retour sur la formidable ascension d'un petit vendeur de cactus.

Mars 2017 sur Hollywood Boulevard. Haïm Saban inaugure une étoile à son nom sur le célèbre Walk of fame. Que de chemin parcouru pour cet homme parti de rien qui incarne à merveille l'image du self-made-man!

CACTUS ET GUITARE

Né à Alexandrie en 1944, Haïm Saban est le fils d'un modeste marchand de jouets. Juive, sa famille est expulsée d'Égypte en 1956. À 12 ans, l'adolescent commence une nouvelle vie à Tel Aviv. Mauvais élève, indiscipliné il quitte l'école très tôt, doit vendre des cactus dans les rues ou travailler comme ouvrier agricole pour vivre. Ses rares moments de joie, il les trouve dans le groupe de rock The Lions of Judah dont il est bassiste et manager. Alors qu'il a 29 ans, le groupe s'arrête et Haïm Saban immigre en France où il s'imagine faire fortune.

LE BON FILON

Nous sommes en 1973, les Trente Glorieuses se terminent bientôt. Le jeune homme, débrouillard, a une idée de génie: les séries américaines et japonaises commencent à débarquer dans l'Hexagone mais personne ne s'intéresse aux bandes originales. Il rachète les droits pour une bouchée de pain et en fait des disques. C'est lui qui produit, réarrange puis distribue les BO de Goldorak, Les Mystérieuses Cités d'or, Starsky et Hutch, Dallas...

À LA CONQUÊTE DE L'AMÉRIQUE

Voyant les choses en grand, il part à Los Angeles en 1993. Cette fois-ci, il a en poche 500 000 dollars et possède sa société, Saban Productions, qui ne demande qu'à croître. Il duplique le business model au pays de l'Oncle Sam. Mieux encore, il achète les droits de séries animées japonaises qu'il réadapte aux États-Unis. Son coup de génie? L'acquisition de Super Sentai qu'il transforme en Power Rangers. En 1995, il s'associe avec Rupert Murdoch et lance la chaîne

audiovisuel allemand KirchMedia fait faillite, il en acquiert une part qu'il revend rapidement, empochant une belle plus-value. Autre opération réussie, la cession de la franchise Power Rangers pour 522 millions de dollars à Hasbro. Belle réussite pour le fils d'un petit marchand de jouets d'Alexandrie.

PHILANTHROPIE ET INVESTISSEMENT

Même s'il a quitté Israël tôt, le milliardaire y reste attaché et engagé. Il a monté une société de capital-risque qui finance

Son coup de génie ? L'acquisition de la série japonaise Super Sentai qu'il transforme en Power Rangers pour le marché occidental

Fox Kids sur laquelle il produit notamment deux séries devenues culte: Les Tortues Ninjas et Casper. Cela lui permet d'entrer dans le petit monde des milliardaires.

CULBUTES

Par la suite, l'entrepreneur réussit plusieurs opérations financières qui accroissent sa fortune: en 2001, Murdoch et Saban vendent Fox Kids à Disney et les associés se partagent 5 milliards de dollars. Deux ans plus tard, le groupe

des start-up locales, est un mécène du parti travailliste. Dans son pays d'adoption, il fait partie des super-donateurs du parti démocrate, conditionne ses versements au soutien à Israël, subventionne des think tanks qui planchent sur des solutions de paix au Proche-Orient. Son engagement à gauche ne l'empêche pas d'aimer le luxe et de l'assumer. En 2019, il s'est offert Eminence, un yacht de 80 mètres de long qu'il a racheté à l'oligarque russe Alexandre Khloponine.

LUCAS JAKUBOWICZ



© Flickr / Gage Skidmore

JOHN PAUL DEJORIA

UN SUCCÈS DÉCOIFFANT

L'entrepreneur a cofondé deux groupes au succès retentissant dans le secteur de la coiffure et des spiritueux. Toujours actif à 80 ans, le milliardaire entend bien continuer à mettre sa fortune au service des autres.

John Paul DeJoria est considéré comme l'une des incarnations du rêve américain. Fils d'une mère d'origine grecque et d'un père immigré italien, celui qui allait devenir un entrepreneur à succès est parti du bas de l'échelle. Après le divorce de ses parents, sa mère, qui n'est pas en mesure de subvenir aux besoins de ses deux enfants, les envoie en foyer d'accueil jusqu'aux neuf ans de John Paul DeJoria. Afin d'aider leur famille, les deux frères vendent des cartes postales et des journaux dans les rues de Los Angeles. Alors que John Paul DeJoria fréquente des gangs à l'adolescence, l'un de ses professeurs l'empêche de mal tourner. Il termine le lycée avant de servir deux ans son pays dans la marine.

700 DOLLARS À CRÉDIT

Après plusieurs jobs pour joindre les deux bouts, il s'endette de 700 dollars pour lancer en 1980 avec le coiffeur Paul Mitchell la marque de soins capillaires professionnels John Paul Mitchell Systems. Par manque de moyens, le duo choisit comme packaging des bouteilles blanches avec un lettrage noir moins cher que la couleur qui deviendront la marque de fabrique du groupe. John Paul DeJoria sillonne les routes dans une vieille Rolls-Royce où il vit, pour écouler ses produits dans les salons de coiffure du sud de

la Californie. La marque rencontre ses clients qui s'offrent du luxe à un prix abordable. En 2023, elle dégage plus d'un milliard de dollars de revenus. Fort du succès rencontré par son entreprise, l'homme d'affaires se diversifie. En 1989, il cofonde l'entreprise de spiritueux Patrón Tequila qu'il revendra à Bacardi en 2018 pour 5,1 milliards de dollars. Un prix justifié par sa place de numéro deux de la tequila sur le

Il a notamment fait une apparition dans la comédie *Rien que pour vos cheveux* où il joue son propre rôle, mais aussi dans un autre long-métrage, *The Big Tease*.

PARTAGER

À 80 ans, sa devise est restée la même: « Le succès, s'il n'est pas partagé, est un échec. » Marié à quatre reprises, père et beau-père de six enfants, John Paul DeJoria fait partie des donateurs du camp

Sa devise ? « Le succès, s'il n'est pas partagé, est un échec »

marché américain et de numéro un sur le haut de gamme. L'entrepreneur multiplie par ailleurs les investissements dans divers secteurs : le pétrole, l'immobilier, l'énergie solaire ou encore le toilettage pour animaux... À 75 ans, il cofonde le conglomérat et incubateur de start-up ROKiT. John Paul DeJoria met également un pied dans l'industrie du cinéma en tant que producteur mais aussi comme acteur.

démocrate. Connu pour ses actions philanthropiques, il a notamment été aux côtés de Nelson Mandela qu'il a aidé à nourrir des enfants en soutenant l'organisation Food4Africa. Il a signé « The Giving Pledge » de Bill Gates et Warren Buffett, initiative qui incite les milliardaires à faire don d'au moins 50 % de leur fortune de leur vivant ou après leur décès. Celle de John Paul DeJoria s'élève en 2024 à 3,1 milliards de dollars.

OLIVIA VIGNAUD

ENTREPRENEURS,
LE PROGRÈS,
ONLY
CROIT!

big.bpifrance.fr



LE PLUS GRAND RASSEMBLEMENT BUSINESS D'EUROPE

10.10.24 • ACCOR ARENA PARIS • #BIG10



DF

MOHED ALTRAD

LE CHEMIN DE DAMAS

Milliardaire parti de rien. La formule convient parfaitement à Mohed Altrad dont la richesse est estimée à 3,5 milliards de dollars, ce qui fait de lui la vingt-cinquième plus grande fortune de France.

Sur les papiers d'identité de Mohed Altrad, 1948 fait office d'année de naissance. Le principal intéressé l'assume, il l'a choisi au doigt mouillé. Personne ne sait exactement quand le roi du BTP a vu le jour.

UNE ENFANCE BÉDOUINE

Seule certitude, il est le fruit d'un viol que le chef d'une tribu bédouine de Syrie a fait subir à sa mère, bédouine également. Orphelin dès son enfance, il est élevé par sa grand-mère maternelle dans la pauvreté. Cette dernière considère l'école comme une forme de fainéantise et le pousse à un destin de berger.

Mohed Altrad ne l'entend pas de cette oreille, il fuit chez un cousin établi à Raqqa. Sur place, il se fait remarquer par un instituteur qui le soutient dans ses études et l'aide à devenir bachelier. Le régime au pouvoir cherche à occidentaliser le pays et offre des bourses d'études à l'étranger à quelques élèves méritants venus de milieux pauvres. Leur rôle? Incarner « *L'Arabe du futur* » pour reprendre le titre du célèbre roman graphique de Riad Sattouf. Brillant, Mohed Altrad est choisi pour faire partie de cette future élite.

PREMIER GEEK

Avec 200 francs en poche, il prend la direction de Montpellier qui deviendra son port d'attache pour les décennies à

venir. En 1972, il y obtient une licence en physique et en mathématiques avant de décrocher en 1980 un doctorat en informatique à Paris VIII. Son parcours académique fait de lui un membre de la première génération de « geeks », ce qui lui permet de devenir ingénieur chez Alcatel, Thomson et Adnoc (compagnie pétrolière d'Abu Dhabi). Après plusieurs années d'activité, il choisit de se lancer dans l'entrepreneuriat. Une décision qui va changer sa vie.

CONSTRUCTION D'UN DESTIN

En 1985, il reprend Mefran, TPE de l'Hérault spécialisée dans les échafaudages. Il la restructure, la renomme Groupe Altrad puis part à la conquête du monde. Sa spécialité est sans doute l'acquisition sur tous les continents de concurrents prospères qu'il intègre pleinement dans le groupe. Entre 2015 et 2017, Altrad va notamment tripler de taille en acquérant trois mastodontes européens du service industriel (le néerlandais Hertel,

le français Prezioso et le britannique Cape plc). Aujourd'hui, le groupe Altrad compte plus de 60 000 salariés et se définit comme « fournisseur de prestation de services à l'industrie, proposant des solutions à haute valeur ajoutée, principalement dans les secteurs du pétrole et du gaz, de l'énergie, de la production d'électricité, des procédés, de l'environnement et de la construction. Le groupe est également un leader dans la fabrication d'équipements dédiés au marché de la construction et du bâtiment ».

En 1985, il rachète une TPE de l'Hérault. Quarante ans plus tard, le groupe est devenu une multinationale

PASSION RUGBY

En dehors de son travail, Mohed Altrad a trouvé un nouveau terrain de jeu: le rugby. En 2011, sur proposition de la maire de Montpellier Hélène Mandroux, séduite par sa rigueur, il devient actionnaire majoritaire et président du club de Montpellier. Le ballon ovale deviendra peu à peu sa passion et un outil de promotion pour son groupe qui est également sponsor du maillot du XV de France et, depuis peu, des All Blacks néo-zélandais.

LUCAS JAKUBOWICZ



© freepik

ZHOU QUNFEI

LA REINE DES ÉCRANS

Le destin de femme la plus riche de Chine épouse celui de son pays : pauvreté, ouverture au monde, sous-traitance puis expansion dans les nouvelles technologies.

Durant son enfance dans la Chine des années 1970, Zhou Qunfei rêvait-elle de lancer son entreprise et de devenir milliardaire ? Non. La notion d'entreprise n'existait pas sous le régime maoïste et la jeune fille avait une préoccupation plus importante en tête.

LES MISÉRABLES À LA SAUCE CHINOISE

« Je devais constamment penser à la manière dont j'allais trouver mon repas », expliquait Zhou Qunfei sur la chaîne CNBC il y a quelques années. Avant de devenir la femme la plus riche de Chine avec une fortune estimée à 8,3 milliards de dollars, elle a connu la pauvreté. Native de Xiangxiang dans le Hunan, elle perd sa mère à l'âge de 5 ans. Elle est élevée par son père, à moitié aveugle, amputé de plusieurs doigts qui survit en fabriquant des chaises et des paniers en bambou. Bonne élève, elle est contrainte d'arrêter ses études à 16 ans pour subvenir à ses besoins et à ceux de sa famille.

DÉCOUVERTE DU SECTEUR PRIVÉ

Elle prend alors la route de Shenzhen, une ville « spéciale ». C'est ici que les premières entreprises s'installent en Chine. À l'époque, le pays n'est qu'un simple atelier pour grands groupes occidentaux et Zhou Qunfei intègre une usine de verres de montres. En parallèle, elle suit des études d'informatique et de comptabilité. Économisant sur tout, elle parvient à lancer en

1993, à l'âge de 23 ans, son propre atelier de verres de montres, une toute petite affaire située dans un appartement.

L'INNOVATION QUI CHANGE TOUT

Au début du XXI^e siècle, les concepteurs des premiers téléphones portables prennent une décision qui va changer sa vie : désormais, leurs écrans seront en verre et non plus en plastique. Ils recherchent des sous-traitants en Chine. En 2001, elle remporte un appel d'offres pour fabriquer des écrans pour le compte du groupe chinois TCL, deux ans plus tard, sa société désormais baptisée Lens Technology séduit Motorola.

en gamme, et le pays devient un géant de la tech capable de rivaliser avec les États-Unis. Lens Technology suit la tendance. Le groupe dispose d'un centre de recherche de plus de 10 000 collaborateurs et a déposé plus de 2 000 brevets, pour les téléphones portables mais aussi le secteur automobile, lui permettant de collaborer avec Tesla ou BYD.

MILLIARDAIRE « NORMALE »

Pour le grand public, Zhou Qunfei est un modèle : femme partie de rien, elle est parvenue à bâtir une fortune et à incarner la success-story de la Chine ainsi que

Lens Technology fabrique 40 % des écrans des téléphones portables du monde

Puis viennent le tour d'Apple pour le premier modèle d'iPhone, de Huawei, de Samsung, de Nokia... Désormais, sa société est présente sur 40 % des écrans des téléphones portables du monde !

DE SOUS-TRAITANT À GÉANT DE LA TECH

Le groupe, coté en Bourse depuis 2015, est une immense usine de plus de 100 000 salariés. Mais, l'économie chinoise monte

la réussite de leurs ressortissantes dans le monde des affaires. Pourtant, elle reste très discrète et éloignée de la politique (ce qui est prudent lorsque l'on fait partie des « milliardaires rouges »). Elle mène une vie banale à Hongkong. Les admirateurs ne la trouveront pas sur un yacht clinquant ou dans des restaurants de luxe mais plutôt autour d'une table de ping-pong ou dans une salle d'escalade.

LUCAS JAKUBOWICZ



DF

KJELL INGE RØKKE

L'HOMME QUI NOUS MÈNE EN BATEAU

Ayant fait fortune dans les bateaux-usines et le pétrole, le Norvégien tente désormais de jouer la carte écologique. Ce qui est loin de convaincre tout le monde...

A la fin des années soixante-dix, sur les quais du port norvégien de Molde, un jeune homme rêve de devenir riche. Mais Kjell Inge Røkke, c'est son nom, a peu de cartes en mains. Dyslexique, il arrête l'école à 14 ans, son père ébéniste n'est guère prospère, la Norvège de l'époque n'en est qu'au début de son boom pétrolier et le pays offre peu d'opportunités pour un self-made-man.

DE MATELOT...

Alors, le jeune Kjell Inge Røkke prend le large. Dès ses 18 ans, il s'engage comme matelot sur des chalutiers. En

armada, l'American Seafoods, qui pêche du colin au large de l'Alaska. Une pêche si fructueuse que des associations environnementales l'accusent de piller les océans.

... À CAPITAINE D'INDUSTRIE

Las de la pêche mais des billets plein les poches, le fils prodigue rentre au pays dans les années quatre-vingt-dix. Peu à peu, il se constitue un véritable empire basé sur deux grands secteurs d'activité. D'un côté la construction navale, de l'autre, l'or noir grâce à l'achat en 2001 de Kværner, leader norvégien de l'offshore pétrolier alors en quasi-faillite,

valeurs luthériennes. Ses propos présentant sa villa comme plus belle que le palais royal choquent le pays. Autre bad buzz, en 2002, il est condamné à 23 jours de prison pour avoir voulu corrompre des fonctionnaires afin d'accélérer l'obtention de la licence de son yacht de 17 mètres baptisé Celina Bella. Les anti-Røkke condamnent également son exil suisse en 2022 afin d'échapper à la hausse de la fiscalité norvégienne.

PHILANTHROPE ?

Kjell Inge Røkke s'enrichit à mesure que les ressources naturelles s'amenuisent. D'où un début de mea culpa. « *Je n'ai investi dans aucune infrastructure, je n'ai pas construit de route. En gros, je suis un moissonneur* », déclarait-il à regret. Pour se racheter, il promet de verser à sa mort une partie de sa fortune à des actions philanthropiques en faveur des océans. D'ici là, il lance en 2018 le chantier du REV Ocean, plus gros yacht du monde. Estimé à 400 millions d'euros, ce navire pas comme les autres met des laboratoires à la disposition de scientifiques pour tracer les zones de déchets océaniques, mesurer l'acidité de l'eau ou évaluer les stocks de poissons.

Le magnat rêve d'y vivre plusieurs mois par an lors de sa mise en service en 2026. Ce qui explique la présence d'une piscine intérieure, de bains à remous ou d'un sous-marin de loisir. Il pourra ainsi s'afficher auprès de scientifiques et d'écologistes tout en continuant à investir dans le pétrole ou les bateaux-usines. Un bel exemple de greenwashing...

Bling-bling, évadé fiscal, corrupteur, spécialiste du greenwashing : le milliardaire a une image controversée dans son pays natal

1980, c'est à Seattle qu'il développe son sens de l'entrepreneuriat. Deux ans plus tard, alors qu'il n'a que 23 ans, il achète son premier chalutier et s'endette sur des années. L'homme venu du pays des fjords remboursera rapidement ses traites car il dispose d'un vrai sens des affaires. Très vite, il acquiert un second navire, puis un troisième et ainsi de suite, au point de constituer une véritable

puis de Marathon Oil Norway en 2014. Poissons, pétrole, bateaux-usines permettent au Norvégien de devenir milliardaire et d'être propulsé au rang de personnalité publique controversée.

BLING-BLING

De ses années américaines, l'entrepreneur a gardé un goût pour le bling-bling qui heurte une nation encore imprégnée de

LUCAS JAKUBOWICZ

LÀ OÙ S'INVENTE LE MONDE DURABLE

6 000

**VISITEURS
PROFESSIONNELS**
attendus dont 30% Européens

250
EXPOSANTS

4 **GRANDS
THÈMES**

Financement,
Réglementation,
Ressource et
Emploi & Formation

**BUSINESS
MEETINGS**

&

**JOB
DATING**

CONTENU + INNOVATION + NETWORKING + BUSINESS

pollutec
ACTIVATEUR
DE LA TRANSITION
ÉCOLOGIQUE
paris ➤

26-27 NOV
2024

PARIS EXPO
PORTE DE
VERSAILLES
HALL 1

REJOIGNEZ LES ACTEURS ET ACCÉLÉRATEURS DU CHANGEMENT



© Ishawalla © Flickr

DON VULTAGGIO

PRÊCHEUR PAR L'EXEMPLE

Le cofondateur d'AriZona Beverages Company se démarque en proposant des boissons abordables dans des canettes plus hautes et plus voyantes que celles de la concurrence. Malgré son succès, il continue d'opérer comme dans une petite entreprise familiale.

Dans les années 1990, après avoir engrangé un petit pactole grâce à une activité de distribution de bière, Domenick Vultaggio dit Don Vultaggio lance aux États-Unis avec un ami ses premières canettes de thé glacé vendues pour la modique somme de 99 cents. Toujours valable après plus de trente ans dans les rayons et malgré l'inflation, ce prix à moins d'un dollar inscrit en gros sur les packagings fait partie des recettes du succès rencontré par la marque AriZona Beverages Company. « *On nous demande comment nous faisons* », s'amuse le président fondateur de la marque lors d'une interview accordée à NBC News. Son secret ? Fabriquer les produits toujours plus vite, les expédier mieux et plus près mais aussi proposer des canettes plus fines. En outre, « *nous n'avons pas de dettes, nous possédons tout*, précise-t-il. *Pourquoi les gens qui ont du mal à payer leur loyer devraient-ils payer leur boisson plus chère ? C'est peut-être ma façon de rendre ce que j'ai reçu.* »

HOMME DE TERRAIN

C'est ainsi que l'emblématique patron résume une bonne partie de sa philosophie, mélange de travail acharné et de prise en compte des besoins des clients. À l'adolescence, Don Vultaggio est payé un dollar de l'heure dans une épicerie de Brooklyn, quartier où il a grandi. Forbes rapporte qu'il bricole un pistolet pour inscrire les prix deux fois plus vite que les autres employés.

L'homme d'affaires continue aujourd'hui à mettre les mains dans le cambouis pour faire avancer les choses. Il estime que les dirigeants doivent être capables de faire eux-mêmes ce qu'ils attendent de leurs collaborateurs. Ne vous étonnez pas de le trouver passant la serpillière dans les entrepôts ou déplaçant des cartons toute une journée pour montrer l'exemple, commente Forbes qui ajoute que le patron exige de ses managers qu'ils traitent leurs collaborateurs comme s'ils étaient de leur famille. Accepteriez-vous

Ne vous étonnez pas de le trouver passant la serpillière dans les entrepôts ou déplaçant des cartons

que votre mère ou votre sœur travaillent dans ces conditions ?, doivent-ils sans cesse s'interroger.

ENTREPRISE FAMILIALE

Le dirigeant est connu pour être peu conventionnel. Sa frugalité, son pragmatisme et sa volonté de ne pas investir outre mesure dans le marketing traditionnel font partie des composants de sa *secret sauce*. « *La meilleure publicité pour nous, c'est la satisfaction de notre clientèle* »,

confie-t-il à Forbes. Dès ses débuts, le chef d'entreprise a également supplanté la concurrence en misant sur des canettes plus hautes et plus voyantes – « Big Can » – que celles des autres industriels avant de se diversifier dans les boissons énergisantes, jus de fruits et snacks. Une réussite partagée avec John Ferolito qui a cofondé AriZona Beverages. La rupture entre les deux hommes a conduit à plus de dix ans de combat judiciaire autour de la vente de la moitié des parts de l'entreprise.

C'est la fontaine à eau et le parfum de sa femme qui auraient inspiré Don Vultaggio lors de la conception de ses contenants, selon son fils Spencer. Les deux enfants de l'homme d'affaires participent au succès de l'entreprise familiale qui dégagait 3 milliards de dollars de revenus en 2023. Spencer s'occupe du marketing quand Wesley se charge de la création. L'affaire pourrait rapporter gros à la progéniture. La fortune de leur père septuagénaire atteint les 6,6 milliards de dollars.

OLIVIA VIGNAUD



DR

ISAAC PERLMUTTER

L'HOMME DE L'OMBRE DERRIÈRE MARVEL

Né en Palestine en 1942, Isaac Perlmutter immigre aux États-Unis à la fin des années 1960. Vendeur à la sauvette dans les rues de New York et autodidacte, il finit par accumuler les succès entrepreneuriaux avant de racheter Marvel en 1996, l'entreprise productrice de comics, alors en faillite. Grand artisan de son rebond et de son rachat par Disney en 2009, l'homme dispose d'une fortune estimée à 4,1 milliards de dollars.

La voie vers le succès empruntée par Isaac Perlmutter n'a rien d'un long fleuve tranquille. C'est après avoir servi dans l'armée israélienne lors de la guerre des Six Jours en 1967 qu'il décide de mettre les voiles vers le pays de l'Oncle Sam avec seulement 250 dollars en poche.

CIMETIÈRE ET VENDEUR DE RUE

Dès son arrivée, il profite de ses connaissances en hébreu pour animer des services funéraires dans les cimetières juifs de Brooklyn. Il vend ensuite des jouets et des produits de beauté dans les rues de la Grosse Pomme. S'il ne s'est jamais rendu à l'université, c'est ainsi qu'il apprend à commercialiser des stocks excédentaires, à réaliser des bénéfices ou encore à lire un bilan comptable et à repérer les entreprises en difficulté. Il obtient rapidement une expertise de grossiste de produits invendus.

PREMIÈRES AVENTURES ENTREPRENEURIALES

Avec un associé, il fonde la société Odd Lot Trading spécialisée dans l'achat et la revente de surplus d'inventaire. La recette est simple : il acquiert à bas prix des stocks invendus ou dévalués qu'il parvient à revendre en réalisant une marge élevée. Grâce à son flair et à son appétit aiguisé des affaires, il se procure un capital important et affine sa stratégie.

En 1984, les deux compères cèdent leur entreprise à Revco Discount Drug Stores

en échange de 12 % des actions de cette dernière. Grâce à cette part minoritaire, Isaac Perlmutter tente de contester la direction de Revco afin d'en prendre le contrôle. Sa tactique échoue et il finit par se séparer de ses parts, mais il a amassé 120 millions de dollars au passage.

MARVEL, LE PIED À L'ÉTRIER

Dans les années 1980, Isaac Perlmutter se tourne vers l'industrie du divertissement. En 1989, il devient l'actionnaire majoritaire de l'entreprise Toy Biz, alors au bord de la faillite. L'homme d'affaires réussit à la redresser grâce à une gestion méticuleuse et, en 1993, il remporte un contrat crucial pour la suite de sa carrière. Toy Biz obtient les droits de production exclusifs des jouets Marvel Comics. Trois ans plus tard, l'entreprise emblématique des aventures de super-héros est en banqueroute. Isaac Perlmutter ne laisse pas passer sa chance. En 1998 aux côtés de son partenaire Avi Arad, il parvient à fusionner Toy Biz et Marvel pour fonder Marvel Entreprises. Le succès est en marche.

CONSÉCRATION AVEC LE RACHAT PAR DISNEY

Désormais aux manettes d'une des entreprises les plus populaires de la pop culture américaine, le magnat du divertissement applique ses méthodes éprouvées. Réduction des coûts, recentrage sur les produits les plus rentables, élimination des actifs superflus... En seulement quelques années, Marvel retrouve sa rentabilité et

se positionne à nouveau comme un acteur incontournable de la bande dessinée mais aussi du septième art.

En 2005, Isaac Perlmutter devient CEO de Marvel et dispose des coudées franches pour réaliser le plus grand accomplissement de sa carrière. En 2009, Disney rachète sa société pour 4 milliards de dollars. L'homme d'affaires, grand architecte de cette cession, s'assure un rôle clé dans le nouvel organigramme en restant à la direction de Marvel et empoche 800 millions de dollars ainsi que l'équivalent de 590 millions en actions Disney. Il devient alors un personnage public mais surtout une épine dans le pied de Disney en raison de différents conflits internes au sujet du développement de Marvel Studios. En 2023, le poil à gratter est licencié, mais la notoriété et la fortune de l'Américain ne sont plus à prouver.

TRUMPSTE DE LA PREMIÈRE HEURE

Si Isaac Perlmutter a toujours préféré rester dans l'ombre des projecteurs qu'il dirigeait allègrement vers les super-héros qu'il produisait, il n'en reste pas moins une personnalité influente de la classe politique américaine. Après avoir investi 1 million de dollars dans la campagne de Donald Trump en 2016, puis 2 millions dans celle de 2020, il a récemment réitéré ses convictions en injectant 10 millions dans un fonds destiné à financer la nouvelle campagne de l'ancien président.

TOM LAUFENBURGER



LI KA-SHING

LE SUPERMAN DE HONGKONG

Âgé de 96 ans, le Hongkongais Li Ka-shing s'est bâti une fortune estimée à 36 milliards de dollars au cours d'une vie intimement liée à l'histoire et aux sphères de pouvoir de la Chine moderne.

En 1937, l'invasion de la Chine par l'armée japonaise déclenche la seconde guerre sino-japonaise. Âgé de 12 ans, le petit Li Ka-shing est contraint de se réfugier avec sa famille en zone britannique à Hongkong en 1940. Son père décède alors qu'il n'a que 14 ans et l'adolescent abandonne ses études pour devenir vendeur afin d'assumer la charge de sa famille. C'est le début du parcours flamboyant

En 1979, il profite des difficultés financières de la plus grosse holding de la colonie britannique, la Hutchison Whampoa pour s'en emparer et devenir un acteur majeur de plusieurs secteurs clés tels que le commerce et le transport maritime.

SUR TOUS LES TABLEAUX

Même s'il n'est pas affilié au Parti, « Superman », comme on le surnomme, est dans les petits papiers de l'homme fort de

La suite de son parcours est faite de nombreux investissements lucratifs comme, parmi tant d'autres, les télécoms ou les 60 millions de dollars misés sur Facebook en 2007. Si Li Ka-shing est aujourd'hui à la trente-huitième place du classement Forbes des personnes les plus riches et concentre 11,5 % de la Bourse de Hongkong, c'est aussi parce qu'il est capable de réaliser des coups de poker d'une rare clairvoyance comme l'illustre la cession de 44,8 % du capital d'Orange pour 15 milliards de dollars juste avant que l'action ne s'effondre.

Son atout de départ ? Être proche du régime maoïste et des Occidentaux

d'un business man prêt à prendre des risques pour faire prospérer ses affaires.

MAO AU SERVICE DU CAPITALISME

D'abord vendeur de rue, le jeune homme trouve un poste d'apprenti en usine au sein d'une entreprise dont il prendra la direction à l'âge de 19 ans. Économiste, il réussit à financer son projet d'usine de plastique et concentre son activité sur la production de fleurs artificielles, alors très populaires en Europe.

En 1966, la révolution culturelle menée par Mao provoque la fuite de nombreux capitalistes de Hongkong terrifiés par la consolidation du pouvoir communiste. Li Ka-shing saisit cette opportunité et rachète à bas prix les biens des exilés.

la République populaire de Chine et grand artisan des réformes économiques libérales menées à partir de la fin des années 1970 : Deng Xiaoping. Li est ainsi désigné par les autorités communistes chinoises pour diriger la China International Trust and Investment Corporation (groupe Citic), un conglomérat ayant pour objectif d'attirer des capitaux et des bonnes pratiques de gestion de l'étranger. L'homme est également bien perçu par les autorités britanniques qui lui accordent les plus hautes distinctions. Ses liens lui permettent de développer ses affaires au point de contrôler aujourd'hui 13 % du transport de containers mondial tandis que la Hutchison Whampoa compte plusieurs milliers de points de vente à l'échelle internationale.

PAS DE SUPER-HÉROS SANS ENNEMIS

S'il sait se faire discret à l'image de Clark Kent, une telle figure ne peut pas faire l'unanimité et la justice américaine soupçonne Li d'être lié à des familles de gangsters de Hongkong. Une proximité qui n'empêche pas l'inimitié d'autres malfaiteurs de la Perle de l'Orient au point qu'en 1996 le célèbre criminel Cheung Tze-keung organise l'enlèvement de Victor Li, fils et héritier du business man, réclamant pas moins de 135 millions de dollars pour sa libération. Une somme que le ravisseur obtiendra avant d'être rattrapé et exécuté...

Plus récemment, des gangsters ont à nouveau tenté de s'attaquer à sa famille en essayant cette fois de dérober les restes de son épouse dans un cimetière où elle repose mais cette entreprise macabre s'est révélée infructueuse et les auteurs ont été arrêtés par la police.

CEM ALGUL



INSTITUT DE LA PERFORMANCE

- **Développez**
vos compétences.
- **Gagnez**
en leadership.

Notre offre s'articule autour de 4 axes stratégiques :

- **BUSINESS DEVELOPMENT** : trouver des clients et les garder
- **RECRUTEMENT ET MANAGEMENT** : sourcer des talents et les fidéliser
- **COMMUNICATION** : rayonner personnellement et faire rayonner son entreprise
- **DÉVELOPPEMENT PERSONNEL** : gérer son énergie pour mieux performer



Qualiopi
processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au
titre de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION

institut-performance.fr

 **FICADE**



DF

RIHANNA STAR TOTALE

À 36 ans, Rihanna est à la tête d'une fortune estimée à 1,7 milliard de dollars. Connue aux quatre coins du globe pour ses titres de R'nB, la chanteuse deviendra en quelques années une icône de la mode et une business woman à la tête d'un écosystème colossal. L'ensemble de ses marques – cosmétique, lingerie, prêt-à-porter... – portent son nom et sont des succès commerciaux. Portrait d'une puissante.

Des yeux hypnotiques. Une peau caramel. Un charisme animal. Une voix capable de couvrir trois octaves. Plus de 280 millions d'albums vendus depuis le début de sa carrière, devançant ainsi Céline Dion, Mariah Carey ou Whitney Houston... Pas de doute, Rihanna est bel et bien une star planétaire. Mais si celle qui est avant tout connue pour ses records au hit-parade, est désormais milliardaire – sa fortune est estimée à 1,7 milliard de dollars en 2022 –, c'est grâce à ses différents business. Dès 2017, en partenariat avec le géant du luxe LVMH, l'entrepreneuse fonde d'abord une marque de cosmétiques, puis de prêt-à-porter, de lingerie... et ne semble pas près de s'arrêter là.

DES SUCCÈS PLANÉTAIRES

Mais comment cette enfant de la Barbade – micro-État insulaire situé en mer des Caraïbes – est-elle devenue l'une des artistes les plus riches et les plus influentes du monde? Issue d'une famille modeste, Robyn Fenty – dite Rihanna – subit les multiples dépendances de son père à l'alcool et à diverses drogues. Passionnée de reggae, la jeune fille se réfugie dans la musique. Sa première rencontre marquante? Evan Rogers, un auteur-compositeur et producteur qui croise le chemin de l'adolescente alors âgée de 15 ans et l'invite à New York pour enregistrer ses premières maquettes. La jeune artiste tape dans l'œil d'un certain Jay-Z, alors président du label Def Jam Recordings avec qui elle signe sa première collaboration. Le succès est

fulgurant. Son tout premier album se vendra à 2 millions d'exemplaires. Depuis, elle multiplie les tubes, occupe souvent la première place des ventes de disques, travaille avec les plus grandes stars du moment et enchaîne les tournées sur tout le globe. En seulement quelques années, Rihanna devient la chanteuse de tous les records. Avec quatorze titres ayant atteint la première place du Billboard Hot 100 – le magazine *Billboard* dresse chaque semaine le classement des 100 chansons les plus populaires aux États-Unis –, la Barbadienne surpasse des monstres sacrés comme Michael Jackson et Madonna.

Mais comment cette enfant de la Barbade – micro-État insulaire situé en mer des Caraïbes – est-elle devenue l'une des artistes les plus riches et les plus influentes du monde?

DANS LA COUR DES GRANDS

Au début des années 2010, Rihanna n'est plus seulement une chanteuse de R'nB à succès. En posant pour la une du magazine *Vogue* en 2011, l'artiste devient une icône mondiale de la mode. S'ajoutent à cela une fibre entrepreneuriale et, à l'évidence, un certain sens des affaires. Alors que sa reconnaissance dépasse largement l'univers musical, la vedette inaugure son premier parfum. D'autres suivront en un temps record. Pas question de se limiter. L'artiste collabore avec plusieurs marques de cosmétiques et de prêt-à-porter comme Mac ou Armani, et lance ses propres collections de maquillage d'un côté, de vêtements et sous-vêtements de l'autre.

Et que dire de sa ligne de parapluies produite à la suite du succès planétaire de son titre *Umbrella*? De sa ligne de bijoux chez Chopard? Ou encore de sa collection de lunettes futuristes pour la marque Dior? Rihanna élargit son empire et joue définitivement dans la cour des grands.

RAYONNANTE ET PUISSANTE

En 2017, la businesswoman fonde, en partenariat avec LVMH, Fenty Beauty, une société spécialisée dans la cosmétique. Toujours avec le soutien du groupe de luxe, elle crée une marque de lingerie (Savage X

Fenty) puis de prêt-à-porter (Fenty) et s'apprêterait désormais à annoncer la sortie de sa nouvelle activité d'extensions capillaires, Fenty Hair. L'écosystème « Fenty » qui n'en finit donc plus de croître est d'ailleurs valorisé à 2,8 milliards de dollars en 2022, selon le magazine Forbes. Un destin en or pour l'enfant chérie du groupe LVMH qui, cerise sur le gâteau, est depuis l'été 2024 la nouvelle égérie du parfum iconique *J'adore*. « *Le talent hors norme, l'audace et la beauté captivante de cette star totale sont une incarnation idéale d'une féminité Dior rayonnante et puissante qui transcende les générations* », commente Véronique Courtois, la CEO de la société Parfums Christian Dior. Rien à ajouter.

CAPUCINE COQUAND



JAY-Z

UNE DIVERSIFICATION RÉUSSIE

Production musicale, spiritueux, mode, investissements dans la tech, l'art et l'immobilier... Le rappeur américain doit ses milliards à un sens du business qui force l'admiration.

Les États-Unis sont friands d'histoires de self-made-men, d'individus partis de rien devenus milliardaires grâce à leur talent et leur force de travail. Parmi les plus beaux exemples de cet American dream, comment ne pas évoquer le cas de Shawn Corey Carter ?

ENFANT DU GHETTO

L'homme, plus connu sous le nom de Jay-Z, est né en 1969 dans l'un des pires quartiers de Brooklyn. À l'époque, cette partie de New York est un ghetto où règnent misère et violence, la gentrification n'arrivera que des décennies plus tard. Son père, violent, quitte le domicile familial et sa mère Gloria doit élever seule ses quatre enfants. Remarquant très vite que le petit Shawn aime chanter et battre la mesure sur la table familiale, elle l'encourage à persévérer dans la musique pour lui éviter le sort de nombreux jeunes du quartier : consommation ou trafic de drogue.

RAPPEUR DE TALENT

C'est en partie grâce à Gloria que Jay-Z peut se targuer de la carrière que l'on connaît. Dense, longue et jalonnée de succès, il est possible de la résumer en quelques chiffres : 50 Grammy Awards, titre de « meilleur MC de tous les temps » décerné par MTV, plus de 100 millions d'albums vendus... L'artiste peut également s'enorgueillir de placer trois de ses

créations dans la liste des « 500 meilleurs albums de tous les temps » établie en 2013 par le magazine *Rolling Stone*.

HOMME D'AFFAIRES DE GÉNIE

En plus d'être un artiste majeur, Jay-Z est également un businessman de grand talent. Sa bosse des affaires fait l'admiration de Warren Buffett, pourtant connu pour ne pas avoir le compliment facile, lequel déclare en 2010 : « *Pour un jeune qui grandit et qui veut devenir riche, il faut apprendre de Jay-Z.* » C'est effectivement un bon prof et les résultats parlent pour

businessman lance la marque de cognac D'Ussé qui s'impose au niveau mondial au point que Bacardi débourse 750 millions de dollars pour racheter 50 % des parts en février 2023. Jay-Z a également créé la marque de vêtements Rocawear, aime investir dans les start-up, l'immobilier ou l'art (sa collection de Basquiat est impressionnante). Lancée en 2008, sa société de production Roc Nation collabore avec de nombreux artistes de renommée mondiale (Calvin Harris, DJ Khaled, Shakira, Demi Lovato, Timbaland...). Et bien sûr sa femme Beyoncé.

Warren Buffett est catégorique. Pour devenir riche, il faut s'inspirer de Jay-Z

lui. Premier rappeur milliardaire en 2019, sa fortune atteint 1,4 milliard de dollars en 2022 et est estimée à 2,5 milliards deux ans plus tard. Quel est son secret ?

DIVERSIFICATION

Il tient en un mot : diversification. Une stratégie menée avec brio, à tel point que tout ce que touche Jay-Z se transforme en or. En 2014, il rachète la marque de champagne Armand de Brignac, la développe avant de revendre 50 % des parts à LVMH en 2021. En 2012, l'artiste-

POWER COUPLE

L'interprète de Texas Hold'em et Shawn Corey Carter sont mariés depuis 2008 et ont trois enfants. La star du R'nB possède une fortune de 760 millions de dollars en 2024 contre 540 en 2023. Pour accroître ses revenus, elle peut compter sur les conseils de son époux qui l'aurait poussée à être l'un des premiers investisseurs d'Uber, ce qui lui aurait rapporté 300 millions de dollars. Selon les observateurs, Beyoncé et Jay-Z pourraient être un couple de milliardaires d'ici à deux ans.



© Shutterstock

BRUCE SPRINGSTEEN

BIENVENUE AU CLUB

Selon les données de Forbes, l'interprète de *Born in the USA*, *Dancing in the Dark* ou *Streets of Philadelphia* est officiellement devenu milliardaire le 19 juillet 2024. Voici la recette de son succès financier.

C'est arrivé à tout le monde : chanter sous la douche, s'imaginer remplir les salles d'une foule en délire puis amasser des millions de dollars de fortune. Bruce Springsteen fait mieux puisqu'à 74 ans, il est officiellement devenu milliardaire.

100 % MUSIQUE

Celui qui a eu pour modèle Elvis Presley et Bob Dylan doit sa fortune uniquement à ses talents artistiques. Contrairement à d'autres artistes tels que Jay-Z ou Dr. Dre il n'a jamais créé d'entreprise ou été associé à un business.

Sa fortune a connu un bond en 2020, année où il a vendu les droits de son catalogue musical à Sony pour 500 millions de dollars

Il doit l'essentiel de son patrimoine financier à ses 41 albums, 21 ont été enregistrés en studio, les autres étant des captations de concerts. Le premier album *Greetings from Asbury Park* est sorti en 1973 alors que le natif du New Jersey avait 23 ans, son dernier *Best of Bruce Springsteen* est en vente depuis avril. Au total, l'Américain a vendu 140 millions d'albums dont 64 dans

son pays natal. Véritable bête de scène, il se produit dans le monde entier, ce

qui lui permet d'accroître sa fortune. À la manière de Taylor Swift, les tournées lui rapportent gros. À cela s'ajoutent ses mémoires, *Born to Run*, qui se sont écoulées à plus de 10 millions d'exemplaires.

Sa fortune a connu un bond en 2020, année où Bruce Springsteen a vendu les droits de son catalogue musical à Sony pour la modique somme de 500 millions de dollars.

UNE FORTUNE QUI DEVRAIT CONTINUER À CROÎTRE

Le compte en banque de Bruce Springsteen devrait continuer à grossir dans les

années à venir. Outre une tournée mondiale qui devrait durer jusqu'en 2025, le

Contrairement à d'autres artistes, Bruce Springsteen n'a pas investi dans des business qui ne relèvent pas de la musique

septuagénaire va toucher des royalties grâce à Hollywood. Un biopic consacré à une partie de son existence est actuellement en cours d'élaboration. Le chanteur sera incarné à l'écran par l'acteur Jeremy Allen White. Baptisé *Deliver me from nowhere, the making of Bruce Springsteen's Nebraska*, le film reviendra sur un épisode de la vie de l'artiste. Il s'agit de la conception de son sixième album, *Nebraska*, sorti en 1982, un disque mélancolique enregistré dans la solitude et la dépression. Deux ans plus tard sortira l'iconique *Born in the USA* qui fera de Bruce Springsteen une icône, puis un milliardaire.

CLUB SELECT

En entrant dans le cercle des chanteurs milliardaires, Bruce Springsteen intègre un club très fermé qui comprend Jay-Z, Rihanna, Taylor Swift ou Paul McCartney. Un club est encore plus sélect, celui des sportifs milliardaires en activité. Il ne compte que deux membres, le basketteur LeBron James et le golfeur Tiger Woods.

LUCAS JAKUBOWICZ



patrimonia 2024

Prendre sa place

dans un métier d'avenir,

se différencier

pour réussir.

**25-26
SEPTEMBRE**

**CENTRE
DE CONGRÈS
DE LYON**



RETROUVEZ NOUS SUR



TOUTES LES INFORMATIONS SUR **www.patrimonia.fr**

La Convention Patrimonia est organisée sous le parrainage du ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique.

LA CONVENTION PHARE DES PROFESSIONNELS DU PATRIMOINE



DF

DAN KURZIUS

LE CERVEAU DE MAILCHIMP

Issu d'une famille travailleuse mais modeste, l'entrepreneur cofonde le service de marketing par e-mail revendu en 2021 pour 12 milliards de dollars. Une success-story qui est également l'histoire d'une association entre deux personnalités complémentaires.

Il n'y a pas que la Silicon Valley qui sache faire naître de belles start-up devenues des cas d'école. La Géorgie est le berceau de l'une d'entre elles : MailChimp. Une véritable réussite entrepreneuriale menée de main de maître par ses cofondateurs qui ont su déceler une opportunité business leur permettant de « passer à l'échelle » rapidement tout en restant entièrement propriétaires jusqu'à sa revente au prix fort. L'histoire de MailChimp, c'est aussi celle de ses dirigeants dont fait partie le discret Dan Kurzius.

UN DUO GAGNANT

Aujourd'hui milliardaire, Dan Kurzius a été inspiré par la force de travail et la résilience de ses parents. Son père tenait une pâtisserie au Nouveau Mexique dans laquelle le jeune Dan avait l'habitude de travailler aux aurores. Or, l'affaire souffre de la concurrence des grandes chaînes. Au début des années 1980, la famille déménage à Dallas afin de rouvrir une boulangerie et de collaborer avec un centre agricole dans le but de mettre au point un pain sans gluten. Mais le rêve vire au cauchemar au décès du père quelques semaines après l'arrivée de la famille. Leur mère doit enchaîner les petits boulots. Dan Kurzius est un élève sérieux. Il prend des jobs à mi-temps, devient DJ – lui qui adore la musique –, fait du skateboard à haut niveau avant de se lancer dans l'immobilier.

Dan Kurzius rencontre Ben Chestnut avec qui il ouvrira en 2001 une agence de conception web, baptisée The Rocket Science Group. Avant cela, les deux comparses travaillaient dans la même entreprise. Dan codait, Ben présentait. Leur ancien employeur dira d'eux que le premier était le cerveau mais que le second avait le flair. En parallèle de The

Leur base de prospects s'élargit rapidement. L'idée est maline : les entreprises qui ont recours à MailChimp gagnent en audience, ce qui les pousse à un moment donné à passer à la caisse. En l'espace d'un an, le nombre d'utilisateurs passe de 85 000 à 450 000. En 2021, MailChimp est cédé à Intuit pour 12 milliards de dollars. À l'époque, la

En 2021, les 13 millions d'utilisateurs de MailChimp avaient envoyé 333 milliards de mails

Rocket Science Group, le duo crée un service de marketing par e-mail destiné aux petites entreprises et qui commence à prendre de l'ampleur car il n'est pas besoin d'être un pro du code pour se servir de MailChimp. Les fondateurs ont recours à l'humour afin de se faire connaître sur internet et, dès 2007, ils se concentrent sur cette branche pleine de potentiel.

DU GRATUIT AU PREMIUM

Comme certaines sociétés hésitent, Dan Kurzius et Ben Chestnut proposent leur service gratuitement tout en montant une offre premium payante dès 2009.

plateforme compte 13 millions d'utilisateurs dans le monde, dont 800 000 clients, qui avaient envoyé en 2020 plus de 333 milliards de mails. Cet énorme succès permet à MailChimp de dégager plus de 800 millions de dollars de chiffre d'affaires. Bien qu'il ait œuvré à l'amélioration de la vie dans les quartiers pauvres d'Atlanta, Dan Kurzius n'est pas connu pour s'être lancé dans de grandes actions philanthropiques. La cinquantaine passée, les voies que pourrait emprunter l'entrepreneur, père de deux enfants et à la tête d'une fortune de 5,3 milliards de dollars, sont multiples. À voir celles qu'il choisira.

OLIVIA VIGNAUD



DR

SEAN PARKER

LE MENTOR

Pirate à 15 ans, repéré par la CIA et le FBI à 16 ans, entrepreneur à 19 ans et conseiller de Mark Zuckerberg à 24 ans, Sean Parker est une personnalité atypique. Startupeur visionnaire et philanthrope, il n'en est pas moins controversé.

A 44 ans, Sean Parker dispose d'une fortune estimée par Forbes à 2,8 milliards de dollars. À ce magot s'ajoute la notoriété. Sa personnalité atypique, visionnaire et clivante en fait un excellent personnage de cinéma. Hollywood ne s'y est pas trompé. C'est Justin Timberlake qui l'incarne à l'écran dans *The Social Network*, un film sur la genèse de Facebook dont Sean Parker fut le premier président. L'un de ses conseils les plus marquants et qui aurait permis au réseau social de devenir la référence du secteur : supprimer l'article « the » devant Facebook, selon les événements rapportés dans le long métrage. Sean Parker n'a pas mis la main par hasard sur 4 % des parts (7 % selon certaines sources) de la plateforme. L'homme est un startupeur né. Son père, océanographe, lui a enseigné dès le plus jeune âge la programmation sur un Atari 800. Au lycée, il pirate des entreprises et des réseaux gouvernementaux, attirant l'attention du FBI. Il remporte à 16 ans le concours d'informatique de l'État de Virginie pour avoir mis au point un premier robot d'exploration du web, puis la CIA souhaite le recruter. Mais le jeune homme préfère intégrer d'autres structures qui lui permettront de très bien gagner sa vie.

FORMATION ACCÉLÉRÉE

En 1999 à 19 ans, il se lance dans la co-création de Napster, un site pionnier dans le partage de musique et qui a posé

les bases de ce qui deviendra le streaming. Sean Parker n'a pas fait d'études ? C'est sa société qui lui offre un programme très opérationnel. « *Je peux en quelque sorte l'appeler l'université Napster : c'était un cours accéléré de droit de la propriété intellectuelle, de finance d'entreprise, d'entrepreneuriat* », témoigne-t-il dans Forbes. En moins d'un an, le site atteint les 50 millions d'utilisateurs, ce qui ne manque pas de lui attirer les foudres de l'industrie musicale, laquelle assigne le site.

« S'il pense qu'il n'existe pas d'entreprise capable de gagner, il la construit lui-même »

Pas de quoi démoraliser l'entrepreneur qui fonde en 2002 le gestionnaire d'adresses en ligne Plaxo. Une start-up à l'avant-garde en matière d'astuces virales destinées aux réseaux sociaux qui permettent aujourd'hui à des sites comme LinkedIn d'avoir pignon sur rue. « *Il réfléchit à la direction que prend le monde selon lui. S'il pense qu'il n'existe pas d'entreprise capable de gagner, il la construit lui-même* », commente Daniel Ek, fondateur de Spotify, dont les propos sont rapportés par Forbes.

DÉTECTEUR DE TENDANCES

Après avoir été écarté de Plaxo, il se consacre à Facebook dont il détecte très

tôt le potentiel. À 24 ans, il devient le mentor du jeune Mark Zuckerberg. « *Sean a joué un rôle essentiel dans le passage de Facebook d'un projet universitaire à une véritable entreprise*, déclare Mark Zuckerberg à Forbes. *Peut-être plus important encore, Sean a contribué à faire en sorte que toute personne souhaitant investir dans Facebook n'achète pas seulement une entreprise, mais aussi une mission et une vision afin de rendre le monde plus ouvert grâce au partage.* »

Sean Parker – qui a dû quitter ses fonctions après avoir été arrêté en possession de cocaïne – a apporté au réseau social l'un de ses plus grands investisseurs, Peter Thiel. Avec lui, il gère entre 2006 et 2014 le fonds de capital-risque Founders Fund. En 2010, il investit 15 millions de dollars dans le service de streaming suédois Spotify, autre poil à gratter de l'industrie musicale. Sean Parker s'engage également dans des actions philanthropiques. En 2015, il crée The Parker Foundation avec une mise initiale de 600 millions de dollars. Le milliardaire, marié et père de deux enfants, est connu pour approfondir tous les domaines dans lesquels il intervient. Visiblement cela paie.

OLIVIA VIGNAUD

« Les entreprises qui ont 200 ans d'existence ont l'habitude d'anticiper »



© Agence Réar-2022

Entretien avec

Sébastien Attina

Directeur général de Truffaut

Alors que Truffaut fête son bicentenaire, l'entreprise continue d'évoluer. Le spécialiste du jardin vise une clientèle de plus en plus large, notamment les jeunes, tout en continuant à travailler sur des sujets qui lui tiennent à cœur, comme la préservation de l'environnement.

DÉCIDEURS. Vous avez travaillé pour Lidl, Toys'R'Us, Adeo. Pourquoi avoir rejoint Truffaut en 2021 ?

Sébastien Attina. J'ai un parcours 100 % retail. Dans ma jeunesse, j'ai travaillé l'été sur le carrelage [selon l'expression consacrée en retail] d'un hypermarché puis j'ai décidé de faire une école de commerce. Le goût pour ce domaine

Covid. Les Français ont davantage pensé leur intérieur et leur extérieur. Aujourd'hui, la pandémie est passée et nous revenons à une activité plus régulière. Néanmoins, les végétaux continuent de jouer un rôle essentiel dans nos vies, par exemple dans la purification de l'air ou dans le maintien des températures à un niveau raisonnable. Nous sommes sur un marché qui évolue

crois pas aux entreprises dont les collaborateurs ne contribuent pas à la stratégie.

« Je ne crois pas aux entreprises dont les collaborateurs ne contribuent pas à la stratégie »

est arrivé sans jamais me quitter. Le jardin, le végétal, l'animalerie sont des extensions de la maison. Intégrer une entreprise dont les sujets tournent autour de l'impact positif de la nature, avec des marques « made in France » et de qualité, était important pour moi.

Quelle est votre feuille de route ?

Nous travaillons à construire un projet d'entreprise afin de mettre Truffaut sur les rails des 10-15 prochaines années. Quel sera le rôle de la jardinerie sur le long terme et quelle place doit avoir Truffaut sont les questions auxquelles nous avons voulu répondre. Les entreprises qui ont 200 ans d'existence ont l'habitude d'anticiper. Même si la période était trouble, en 2020, nous avons bénéficié d'une certaine bulle

lentement mais nous sentons un enthousiasme croissant et durable.

Quelle est la recette pour maintenir l'héritage d'une entreprise tout en la projetant dans le futur ?

En élaborant des projets forcément collectifs. Tous sont coconstruits avec la mémoire des salariés dont certains sont là depuis trente ans. Ils connaissent leur métier et cela responsabilise chacun. Le meilleur moyen de garder les collaborateurs engagés est de les considérer. Nous avons également rendu visite à des habitants afin d'évaluer leurs pratiques et leurs besoins. Consulter nos clients nous permet de regarder vers un horizon un peu plus lointain et de nous faire atterrir sur quelque chose qui a du sens. Je ne

Comment adapter votre offre au réchauffement climatique, notamment en intégrant les restrictions d'eau ?

Notre offre évolue. Nous sommes capables d'amener les familles vers des produits plus résilients, moins gourmands en eau, comme les cactus. Nous travaillons également au développement d'outils autour de l'eau, comme les matériaux poreux en céramique qui distillent l'eau petit à petit ou des produits pour la récupérer. Nous avons aussi un rôle pédagogique. Il y a des restrictions d'eau mais celles-ci s'avèrent contre-productives quand elles reviennent à tuer les végétaux que l'on sait nécessaires pour drainer les eaux et faire baisser les températures.

Vos clients évoluent-ils ?

Notre clientèle s'est rajeunie grâce à nos évolutions sur l'offre, les messages et les prix. Les jeunes s'intéressent davantage aux sujets liés à la nature et les plantes sont instagrammables. Truffaut se veut plus moderne, moins technique et plus accessible afin d'attirer davantage les plus jeunes et non pas uniquement les CSP+ avec un jardin ou un balcon. Nous sommes sur les réseaux sociaux avec la plus grande communauté de notre secteur tous réseaux confondus.

PROPOS RECUEILLIS PAR OLIVIA VIGNAUD

26
SEPT.
2024
LYON
LA SUCRIÈRE

À vos marques,
prêts,
entreprenez !

GO LYON
AUVERGNE
RHÔNE-ALPES

ENTREPRENEURS

UNE JOURNÉE DE RENCONTRES
POUR CRÉER ET DÉVELOPPER VOTRE ENTREPRISE

Inscription gratuite sur go-entrepreneurs.com

#GoEntrepreneurs

PARTENAIRES OFFICIELS



PARTENAIRE ASSOCIÉ



MÉDIAS OFFICIELS



AVEC



ORGANISÉ PAR



DIRIGEANTS D'ENTREPRISE

LA SOLITUDE N'EST PAS UNE FATALITÉ

Face à des décisions importantes, à un contexte économique incertain ou à des préjugés bien ancrés sur les patrons, certains chefs d'entreprise sont traversés par un sentiment de solitude qui peut finir par être dommageable pour leur activité. Des solutions et des ressources aussi bien en interne qu'en externe existent pour se sentir davantage entouré.

Les derniers mois n'ont pas été de tout repos pour les chefs d'entreprise. Alors qu'ils devaient clôturer leurs dossiers avant la pause estivale, Emmanuel Macron a dissous l'Assemblée nationale. Les craintes liées à l'arrivée du Rassemblement national aux affaires puis l'émergence du programme du Nouveau Front populaire ont donné des sueurs froides à nombre de patrons. Quelle que soit la couleur politique du parti au pouvoir, les dirigeants d'entreprise n'aiment pas l'incertitude, ont besoin de stabilité et de visibilité pour prendre des décisions à moyen terme. Ces semaines de flou sont venues renforcer pour certains un sentiment bien connu par beaucoup d'entrepreneurs : la solitude dans l'exercice de leurs fonctions.

En 2016, Bpifrance menait une étude à ce sujet. La banque publique révélait alors que 45 % des dirigeants de PME et ETI se sentaient isolés. En cause ? Le poids des responsabilités et du pouvoir, le manque de reconnaissance et les préjugés, la difficulté de bien s'entourer, les difficultés ponctuelles ou encore celle d'arriver à concilier vie pro et vie perso. Si ces chiffres et ces explications commencent un peu à dater, le phénomène perdure encore aujourd'hui. Quelles sont ses origines ? De quelle manière se manifeste-t-il ? Comment le combattre ? « *On l'observe quelle que soit la taille de l'entreprise, constate Jérôme Kieffer, directeur général de KPMG en France. La prise de décision, l'incertitude économique mais aussi l'image que les chefs d'entreprise peuvent avoir dans la société créent parfois ce sentiment.* »



SIGNAUX D'ALERTE

Tous les dirigeants d'entreprise ne sont pas égaux face à la gestion de cette solitude, qui est inhérente à la direction d'une société puisque, à la fin, il revient toujours au patron de trancher et d'assumer les conséquences de ses choix. Certaines

création de mon entreprise, j'avais davantage de moments de solitude et je ressentais plus de difficultés à déceler les passages où j'avais besoin d'aide ou d'accompagnement », se souvient Marine Alari, fondatrice et CEO du Kocon, premier espace de coworking adossé à une crèche.

« Une gouvernance d'entreprise de qualité permet de partager ses difficultés et de réfléchir de manière collective aux prises de décisions »

personnalités apprécient la solitude plus que d'autres, mais toutes ne sont pas toujours au point sur la manière de s'apercevoir quand celle-ci devient un caillou dans la chaussure. « *Au moment de la*

Arriver à percevoir les signaux d'alerte fait partie des compétences que les chefs d'entreprise doivent arriver à développer afin d'éviter que des contrariétés ne se transforment en véritables ▶

7-9
OCT.
2024

Sibca

CO-ORGANISÉ AVEC



LE SALON DE L'IMMOBILIER BAS CARBONE

Les solutions bas carbone pour concevoir,
construire et rénover les villes de demain



**CARROUSEL
DU LOUVRE**

SIBCA.FR

PARTENAIRE PREMIUM OFFICIEL



PARTENAIRE PREMIUM



► problèmes pour la santé de l'entreprise ou la leur. « *Il convient de voir les signaux d'alerte avant qu'il ne soit trop tard, insiste Jérôme Kieffer. Face à des décisions difficiles ou des périodes de forts enjeux pour l'entreprise ou face à la conjoncture, on peut se renfermer sur soi, perdre en lucidité et cela peut vite dégénérer. Les dirigeants doivent penser positivement la mise en place de réflexes vitaux afin d'éviter de nourrir le cercle vicieux.* »

DISSONANCE COGNITIVE

La solitude, c'est également se sentir démuné lorsqu'il faut arbitrer des sujets sensibles. « *Il faut savoir distinguer des sujets très factuels comme la rentabilité ou la trésorerie de la vision d'entrepreneur, du pourquoi on a entrepris, de nos valeurs,* explique Marine Alari. *Comment faire*

à la maison, d'avoir un conjoint qui me soutient et avec qui je peux discuter des sujets qui me tracassent. Sans cela, je me sentirais davantage isolée. » Tout comme l'entrepreneuse, les dirigeants peuvent également écrire, se nourrir de livres ou de podcasts. Nombreux sont les médias et plateformes sociales à proposer des témoignages sur la vie de chefs d'entreprise dans lesquels certains se livrent sans filtre sur leurs victoires et leurs défis du quotidien.

RÉSEAUTER

Des aides extérieures à la famille et à l'entreprise sont également capables de permettre aux entrepreneurs de se sentir entourés. De nombreux réseaux existent, que ce soit le Medef, la CPME, Réseau entreprendre ou le Club excellence de Bpifrance. Des endroits où les chefs

« Bénéficiaire de l'expérience de dirigeants qui ont déjà passé certaines étapes est un véritable atout »

quand on a l'impression que l'on ne pourra pas prendre des décisions alignées avec nos valeurs? Entreprendre s'avère un vrai tremplin dans notre développement personnel. Cela nous pousse à nous regarder dans le miroir. »

Plusieurs solutions s'offrent aux patrons pour éviter de perdre pied. La première est bien entendu l'accompagnement. « *Une gouvernance d'entreprise de qualité permet de partager ses difficultés et de réfléchir de manière collective aux prises de décisions,* insiste Jérôme Kieffer. *Mais cela suppose de partager une partie du pouvoir, ce qui n'est pas toujours évident lorsque l'on a créé sa société.* »

Pour ce qui est de la vie extérieure à l'entreprise, « *le socle amical et familial, tout ce qui relève de la santé physique, comme le sommeil ou le sport contribuent à compenser le sentiment de solitude,* », précise-t-il. Un avis que partage Marine Alari : « *J'ai la chance d'être bien entourée*

d'entreprise peuvent se rencontrer et échanger sur les bonnes pratiques. « *Bénéficiaire de l'expérience de ceux qui ont déjà passé certaines étapes est un véritable atout. Je sais que si j'ai besoin, je peux m'appuyer sur leurs retours d'expérience,* », commente Marine Alari qui gravite dans plusieurs cercles. La CEO a également créé un espace de coworking où entrepreneurs, salariés et indépendants se côtoient, permettant de « *créer des synergies incroyables entre eux* ». Certains ont confié leurs enfants à la crèche adossée aux bureaux, « *ce qui les rend plus sereins, facilite leur logistique au quotidien* ». Et donc réduit la charge mentale, déjà bien lourde des dirigeants.

TROUVER UNE OREILLE

Il est possible également pour les patrons de se confier à des personnes en interne ou à des clients lorsque leurs liens le permettent afin d'être aidés dans la résolution de

certaines problématiques. Mais cela n'est pas possible sur tous les sujets. Les avocats, experts-comptables ou les collaborateurs des cabinets de conseil s'avèrent également des oreilles précieuses. « *Je me fais accompagner une fois par mois par un coach. Je peux ainsi tout dire à cette personne de confiance et comprendre pourquoi j'ai réagi de telle ou telle façon face à une situation,* confie Marine Alari. *Parfois, nos émotions n'ont rien à voir avec le sujet mais elles font écho à ce qu'on a vécu précédemment. C'est important d'en prendre conscience pour être le plus juste possible. Toutefois, ce n'est pas quelque chose que l'on peut partager avec tout le monde.* » D'où l'intérêt d'avoir recours à un œil extérieur qui n'émettra pas de jugement.

Certains éléments contribuent à amplifier le sentiment de solitude : absence de bras droit, temps de travail élevé, résultats déficitaires, difficultés de recrutement récurrentes, etc. « *Dans les facteurs aggravants, il y a le contexte économique et les résultats financiers de l'entreprise,* ajoute Jérôme Kieffer. *Une solution consiste à introduire une réflexion à moyen terme : où est-ce que j'aimerais en être dans douze mois? Il s'agit de sortir le nez de sa trésorerie (même si elle doit rester un domaine de préoccupation majeure) afin de s'éloigner un peu de la pression du quotidien.* »

NOUVEAUX MOYENS

Et les nouvelles technologies dans tout ça ? Des outils de pilotage financiers existent pour aider les dirigeants à s'appuyer sur des données fiables et à établir leurs stratégies. Si LinkedIn est l'endroit pour fêter ses succès et partager sa vie d'entrepreneur, les réseaux sociaux ne permettent pas de briser la solitude comme le font les vraies rencontres. En revanche, certains dirigeants se servent de la plateforme pour prendre contact avec des pairs et leur demander des conseils. Quant à ChatGPT, « *c'est un bel outil pour structurer sa réflexion,* », souligne Jérôme Kieffer. S'il est un véritable assistant, il ne remplace pas un deuxième cerveau ou une épaule solide. « *Lutter contre la solitude requiert un effort et une exigence du quotidien,* », résume Jérôme Kieffer. Pour cette rentrée, le directeur de KPMG préconise de profiter de la période post-estivale pour essayer de conserver le recul pris pendant les vacances et adopter de bonnes résolutions. Partant ?

s.iMi.

Le rendez-vous de référence
des acteurs de l'immobilier

10 – 12
DÉCEMBRE 2024

PALAIS DES CONGRÈS – PARIS

l'immobilier nouvelle aire



Le SIMI est le **rendez-vous annuel** de référence qui rassemble l'ensemble de **l'écosystème français de l'immobilier b2b**, acteurs publics et privés. A travers **son exposition, ses conférences et ses prix**, l'événement met en avant **l'expertise de chacun** au **service des grands enjeux et des opportunités** renouvelées du marché de l'immobilier.

www.salonsimi.com

LE SOMMET DU DROIT EN ENTREPRISE : « THE PLACE TO BE » POUR LES JURISTES DEPUIS DIX ANS

Si la recette du Sommet du Droit en Entreprise est simple – conférences, cocktail, dîner de gala, remise des trophées, échanges informels dans un lieu privilégié –, son exécution est, depuis dix ans, à la hauteur des attentes des juristes les plus influents du pays. Preuve du succès de cet événement unique : plus de 600 directeurs juridiques de haut vol répondent chaque année présent à ce rendez-vous phare de l'écosystème juridique, qui se tiendra cette année le 2 octobre 2024 à l'hôtel Intercontinental de Paris.

En l'espace de dix ans, le Sommet du Droit en Entreprise a su s'imposer comme l'événement incontournable des directions juridiques françaises. Fondé par la rédaction du magazine Décideurs Juridiques en marge du Sommet du Droit – événement majeur dans la sphère juridique depuis sa première édition en 2000 –, il a été pensé pour les acteurs du droit en entreprise. Objectif? Réunir les représentants de la profession, d'abord. Créer un lieu d'échange et de partage, ensuite. « Depuis dix ans, notre rédaction s'emploie à faire du Sommet du Droit en Entreprise un rendez-vous incontournable pour les directions juridiques tricolores. Notre ambition est simple : permettre aux directeurs juridiques de débattre autour de thématiques stratégiques, de partager leur expérience, mais aussi de discuter de façon décontractée de leur métier, loin du quotidien de l'entreprise. En un mot, prendre de la hauteur et s'ouvrir », explique Mathilde Aymami, rédactrice en chef de Décideurs Juridiques. L'occasion, aussi, de lever certains a priori selon lesquels le juriste d'entreprise serait un frein au développement. Un centre de coûts qui manquerait d'utilité concrète, de pragmatisme.

UN SAVOIR-FAIRE TOUJOURS PLUS POINTU

« Ce type de caricature perdure aujourd'hui encore, regrette Laurence Ballone-Burini, directrice juridique chez Eiffage Construction et habituée du Sommet du Droit en Entreprise. Or, le juriste protège son entreprise et l'ensemble de ses collaborateurs. » S'il se cantonnait autrefois à l'application stricte de la règle de droit, à la gestion des conflits et des sanctions, le juriste n'est désormais

plus perçu uniquement comme un conseil juridique interne. Mais davantage comme une pièce maîtresse dans le déploiement de la stratégie de l'entreprise. Il faut dire que l'évolution du droit, sa complexité et le nombre grandissant de normes contraignent les directions juridiques à faire preuve de compétences toujours plus pointues. Toujours plus créatives aussi pour imaginer les différentes options qui permettront d'évaluer les risques ou d'éviter un conflit dans le cadre de la mise en place d'un projet. Et ce n'est pas tout. Si le professionnel du droit se métamorphose depuis une dizaine d'années, c'est aussi en raison de l'évolution du rôle que jouent les entreprises dans la société. Plus question pour elles de servir uniquement leurs intérêts privés. Protection des données, responsabilité sociale et environnementale, conformité... Elles sont désormais investies d'une mission d'intérêt général, élevant ainsi le juriste au rang de régulateur, voire de « magistrat » interne.

« LA FORCE DU JURISTE EST D'ÊTRE POLYVALENT ET ADAPTABLE »

« Notre monde juridique vit une accélération qu'il n'a jamais connue dans ces proportions. Inflation législative et réglementaire, nouveaux outils, nouveaux modes de travail, redéfinition des rôles, émergence de nouveaux types de règlement alternatif des litiges, pénalisation du monde des affaires, discrédit et perte de vitesse de la justice étatique... », témoigne Philippe Mettoux, directeur juridique et directeur de la conformité du groupe SNCF. Il est essentiel d'être au fait de ces évolutions, des avancées comme des reculs, et de bien les connaître, pour

être le meilleur expert. La force du juriste est d'être polyvalent et adaptable. » Convaincu de l'utilité du Sommet du Droit en Entreprise qui permet aux acteurs du monde juridique de se réunir autour de ces grandes évolutions, celui qui a été conseiller d'État et conseiller auprès du Premier ministre pour la justice au début des années 2000 poursuit : « Il est bon qu'il existe un lieu d'échanges entre pairs où il est possible, sans compétition, sans enjeux et sans arrière-pensées, de confronter ses idées, ses pratiques – bonnes ou moins bonnes – et, plus largement, la philosophie qu'on a de son métier. »

CONFÉRENCES ET DÎNER DE GALA

Au programme, cette année? Un regard technique et philosophique sur le devoir de vigilance, l'intelligence artificielle au cœur des directions juridiques, la gestion des risques, la stratégie contentieuse... Au total, 18 conférences seront accessibles aux participants, dans 3 salons différents. Un large panel de directeurs juridiques, d'avocats, de dirigeants et d'experts seront interrogés par les journalistes de Décideurs Juridiques sur de grandes thématiques d'actualité. La journée se clôturera par un dîner de gala, théâtre de la remise des trophées récompensant les meilleures équipes dans près de 20 catégories différentes*. « Le Sommet du Droit en Entreprise mixte et réunit des publics divers, ce qui permet d'échanger avec ses homologues d'autres secteurs ou d'autres pratiques sur les préoccupations les plus récentes du droit », conclut Gabriel Lluch, directeur juridique et concurrence d'Orange. Rendez-vous le 2 octobre 2024 à Paris.

*Les directions juridiques en lice sont sélectionnées grâce au travail d'analyse et de classement réalisé par l'agence de notation Leaders League. Une fois leur dossier rendu, les équipes participantes présentent leur dossier devant le jury composé de directeurs juridiques de grands groupes. À l'issue des présentations orales, le jury délibère et élit le Trophée d'Or de chaque catégorie. Les trophées sont attribués selon différents critères : l'excellence et la progression dans la durée, la qualité et la quantité des dossiers traités dans l'année, l'innovation et la capacité à décrypter la complexité d'un dossier.



Gabriel Lluch

Directeur juridique et concurrence chez Orange

Le Sommet du Droit en Entreprise est un lieu de célébration des équipes et des projets portés par les fonctions juridiques au sein des entreprises. Des projets qui démontrent que nos fonctions sont en prise avec les projets stratégiques, business et commerciaux du moment et que le droit n'est pas qu'une contrainte mais l'allié de ces discussions.



Anne-Sophie Jourdain

Directrice juridique chez Auchan Retail

Le Sommet du Droit en Entreprise est un événement de qualité. On sait que l'on va pouvoir y retrouver différents acteurs du milieu, échanger avec nos homologues sur les bonnes pratiques ou même simplement discuter de façon sympathique et informelle. Rares sont les occasions que nous avons d'échanger avec d'autres directeurs juridiques de grands groupes. En cela, le Sommet du Droit en Entreprise est un événement précieux



Philippe Mettoux

Directeur juridique, directeur concurrence chez Groupe SNCF

Je ne manque jamais cette occasion. C'est "the place to be" en raison des thèmes d'actualité qui sont abordés, des intervenants de haut niveau qui participent aux échanges, des modérateurs qui suscitent les bonnes questions, de l'ambiance conviviale et détendue qui y préside. Je rencontre toujours de belles personnalités, intéressantes, ouvertes, sympathiques, des collègues très investis et très pointus dans leurs domaines, qu'autrement je ne croiserais peut-être qu'autour d'une table de négociations ou dans un prétoire...



François Malan

Directeur gestion des risques, contrôle interne et conformité chez Eiffage

LesommetduDroit enEntrepriseest un événement incontournable qui nous permet chaque année de nous extraire du quotidien et d'échanger entre pairs et avec l'écosystème juridique sur nos sujets d'actualité. Depuis dix ans, j'ai eu l'occasion d'intervenir plusieurs fois sur des thèmes de la gestion des risques des assurances et de la conformité. À chaque édition, j'ai retrouvé d'anciens collègues ou avocats, j'ai identifié une ou deux actions à entreprendre pour améliorer mes pratiques



Laurence Ballone-Burini

Directrice juridique chez Eiffage Construction

Ces rencontres avec d'autres directions juridiques et cabinets d'avocats qui présentent leurs organisations et leurs facteurs d'efficience sont très inspirantes et très utiles pour continuer à faire évoluer nos propres pratiques et outils. Il est essentiel de partager avec ses pairs. Il est essentiel de pouvoir – vraiment – parler de son métier à nos dirigeants.

LE LEGALTECH SHOW

Organisé durant le Sommet du Droit en Entreprise, le Legal-Tech Show s'affiche comme le point de rencontre entre les directions juridiques françaises les plus influentes et les acteurs de la révolution numérique appliquée au monde du droit. L'occasion pour les legaltechs françaises de présenter les solutions à la fois innovantes et audacieuses qu'elles développent dans un but précis : améliorer la vie des directions juridiques.



Programme 10^e édition

Management de la direction juridique

Gestion des risques

Anticipation & Gestion de crise

Stratégie contentieuse et gestion des dépenses juridiques

Déjeuner VIP
12:30 - 14:00

Plénière d'ouverture:
Discussion holistique sur le devoir de vigilance
14:00 - 14:30

IA :
quels apports pour quel usage au sein de la direction juridique ?
14:40 - 15:30

Pénal environnemental :
quels risques pour l'entreprise
14:40 - 15:30

Réputation de l'entreprise :
les clefs pour gérer une crise
14:40 - 15:30

Pilotage de la direction juridique :
Les clefs d'une optimisation des dépenses juridiques réussie
14:40 - 15:30

Compliance, enquête interne, legal ops :
repenser le rôle du juriste d'aujourd'hui et de demain
15:30 - 16:20

Utilisation de l'IA en entreprise :
risques juridiques et spécificités
15:30 - 16:20

Guerre en Ukraine, sanctions internationales, Covid... État des lieux des causes occasionnant des ruptures de contrat
15:30 - 16:20

Devoir de vigilance :
quand le dialogue avec les ONG ne fonctionne plus
15:30 - 16:20

Pause networking
16:20 - 16:50

Recrutement :
les solutions qui marchent pour attirer et garder les meilleurs juristes
16:50 - 17:40

Enquête interne :
les droits de la défense du manager accusé en question
16:50 - 17:40

Protéger les actifs immatériels de l'entreprise à l'heure de l'IA
16:50 - 17:40

Affaire du bisphénol A :
quand l'Autorité voit large
16:50 - 17:40

Comment repenser l'organisation de la direction juridique à l'heure des IA génératives ?
17:40 - 18:30

Structuration juridique et déploiement des captives :
les bons réflexes
17:40 - 18:30

CSRD :
premiers retours et bons réflexes
17:40 - 18:30

Atelier DiliTrust :
Cas pratiques d'utilisation de l'IA pour les Directions Juridiques
17:40 - 18:30

Cocktail
18:30 - 20:00

Dîner de gala & cérémonie de remise de prix
20:00 - 22:30

BÉNÉFICES PAR EMPLOYÉ

QUELLES SONT LES ENTREPRISES LES PLUS PROSPÈRES ?

Le classement des 20 grandes entreprises les plus rentables par collaborateur est dominé par les américaines et les chinoises, selon un palmarès établi en août par le site BestBrokers. À l'échelle française, Hermès et TotalEnergies se distinguent.

En juin, Nvidia dépassait les 3 000 milliards de dollars de capitalisation en Bourse. Le montant est impressionnant mais d'autres indicateurs que le prix de marché peuvent aussi être pris en compte afin d'évaluer la bonne santé d'une entreprise. C'est pourquoi le site BestBrokers s'est attelé à calculer le profit par employé des 200 plus grandes capitalisations boursières du monde. Si cette donnée peut être sujette à discussion, puisque certains secteurs requièrent davantage de main-d'œuvre que d'autres, elle permet de donner une idée du dynamisme d'un groupe par rapport au domaine dans lequel il opère.

Dans le top 20 : aucun français mais 13 groupes américains, trois chinois, un suédois, un brésilien, un émirati et, tout en haut de la pyramide, Saudi Aramco (Arabie saoudite). Collectivement, les entreprises du top 20 emploient plus de 600 000 personnes, ont dégagé en 2023 un revenu net de 474,25 milliards de dollars, soit un bénéfice moyen par collaborateur de 737 707 dollars. Mais cette donnée

Les entreprises du top 20 affichent un profit moyen par employé de 737 707 dollars

monte bien plus haut quand on se rapproche des entreprises les plus performantes au regard de ce critère. Saudi Aramco affiche 1,65 million de dollars de profit par personne. Le groupe compte 73 000 collaborateurs pour 120,73 milliards de dollars de revenus. Il est suivi de Prologis (1,19 million de profits par employé) et de ConocoPhillips (1,11 million).

أرامكو السعودية
saudi aramco



DR

ÉNERGIE ET TECH À LA FÊTE

Nvidia est la première entreprise tech du classement (4^e avec 1,01 million par employé). Elle dame le pion à d'autres champions de son secteur. Apple arrive douzième tandis que Google n'atteint « que » la 23^e place et Microsoft la 26^e. La tech est le deuxième domaine le plus représenté au sein du top 20. La plupart des entreprises qui gagnent des sommes astronomiques par tête appartiennent au secteur de l'énergie (8 dans le top 20). « Cette efficacité s'explique en grande partie par le fait que les activités des entreprises du secteur de l'énergie nécessitent d'importants investissements dans les infrastructures et la technologie sans requérir beaucoup d'employés, explique BestBrokers. En outre, les progrès de la technologie et l'automatisation

par travailleur parmi les plus bas de la liste avec respectivement 7386, 10462 et 10825 dollars. »

SPÉCIFICITÉS AMÉRICAINES...

Parmi les dix entreprises américaines générant les bénéfices les plus élevés par employé, on constate que les plus performantes sont principalement issues des secteurs de la technologie, de l'énergie et de la finance, bien que la première place soit occupée par une société immobilière. Parmi les entreprises qui ne figurent pas dans le top 10, citons Netflix, qui réalise 415 999 dollars par employé pour un effectif de 13 000 personnes, et Mastercard, qui génère 335 180 dollars par employé.

... ET EUROPÉENNES

Sur le Vieux Continent, le podium est occupé par le suédois Investor AB (finance), le néerlandais Prosus (tech) et le suisse UBS (finance). En ce qui concerne la France, d'autres entreprises qu'Hermès et TotalEnergies, qui sont les seules à figurer dans le top 10 européen, ont été passées au crible. L'Oréal est 110^e (47^e capitalisation), Sanofi 117^e, Air Liquide 141^e, Safran 149^e, Dior 161^e, Schneider Electric 168^e, Essilor-Luxottica 187^e. Des secteurs gourmands en personnel qui peuvent expliquer en partie ces résultats.

OLIVIA VIGNAUD

Les groupes qui dégagent le plus de bénéfices par employé au niveau mondial

	Entreprise et secteur	Capitalisation*	Nombre d'employés	Profits net en 2023	Profits par employé
1	 Saudi Aramco / Énergie Arabie Saoudite	1,79T	73 000	\$120,73B	\$1,65M
2	 Prologis / Immobilier États-Unis	103,09B	2 574	\$3,05B	\$1,19M
3	 ConocoPhillips / Énergie États-Unis	132,70B	9 900	\$10,96B	\$1,11M
4	 NVIDIA / Technologie États-Unis	3,05T	29 600	\$29,76B	\$1,01M
5	 KKR & Co. / Finance États-Unis	97,60B	4 490	\$3,68B	\$819,71K
6	 CNOOC / Énergie Chine	141,82B	21 993	\$17,04B	\$774,77K
7	 Broadcom / Technologie États-Unis	738,57B	20 000	\$14,08B	\$704,10K
8	 Airbnb / Services de voyages États-Unis	96,25B	6 907	\$4,79B	\$693,79K
9	 Vertex / Pharma États-Unis	121,93B	5 400	\$3,62B	\$670,30K
10	 Investor AB / Finance Suède	83,90B	18 565	\$12,26B	\$660,24K

Les entreprises européennes qui génèrent le plus de profits par collaborateur

	Entreprise et secteur	Capitalisation*	Nombre d'employés	Profits net en 2023	Profits par employé
1	 Investor AB / Finance Suède	82,90B	18 565	\$12,26B	\$660,24K
2	 Prosus / Technologie Pays-Bas	155,60 B	21 048	\$6,61B	\$313,85K
3	 UBS / Finance Suisse	94,46B	115 038	\$27,85B	\$242,09K
4	 Chubb / Finance Suisse	106,49B	40 000	\$9,03B	\$225,70K
5	 Hermès / Biens de consommation France	246,51B	22 037	\$4,68B	\$212,18K
6	 TotalEnergies / Énergie France	153,55B	102 579	\$121,38B	\$208,46K
7	 ASML / Technologie Pays-Bas	405,64B	42 416	\$8,50B	\$204,45K
8	 Novartis / Pharma Suisse	217,41B	76 057	\$14,85B	\$195,30K
9	 Novo Nordisk / Pharma Danemark	643,52B	64 319	\$12,16B	\$189,05K
10	 Shell / Énergie Royaume-Uni	224,72B	103 000	\$19,36B	\$187,95K

« Il existe une forte demande client pour le paiement à l'usage »



© Gaëlle Guse

Entretien avec

Édouard Vaujour

Cofondateur et directeur général de Knave

Knave aide des entreprises, issues notamment du secteur automobile mais aussi de la puériculture, du bricolage et du jardinage, à intégrer dans leurs points de vente des services de location. Bien qu'elle finance 100 % des stocks, la fintech aux cinq ans d'existence est rentable.

DÉCIDEURS. À quels besoins Knave répond ?

Édouard Vaujour. Avec Jérôme Beillevaire, nous nous sommes rencontrés dans une fintech qui faisait du leasing pour les grandes banques. Nous sommes partis du constat qu'il existait une forte demande client pour le paiement à l'usage en point de vente sur de nombreux marchés et une grande difficulté pour les constructeurs et distributeurs d'y répondre de manière rentable. Les solutions existantes, dont le leasing, ne répondent pas complètement aux besoins, notamment ceux des clients qui ne voudraient payer que pour le temps de détention d'un produit, sans engagement de durée. C'est pourquoi nous avons créé avec Knave la possibilité pour des marques d'intégrer un service de location dans leurs points de vente grâce à une solution qui peut se déployer dans de nombreux domaines en marque blanche. Tout l'enjeu consistait à développer un business model innovant et rentable qui ne pèse pas dans le bilan des industriels et des vendeurs.

Quelles sont les difficultés sur le marché de la location ?

La location en point de vente ne rapporte jamais des milliers d'euros de rentabilité. Il fallait apporter gratuitement cette offre à des groupes et à leurs distributeurs en mutualisant les services – à savoir la technologie et l'opérationnel (paiement,

gestion des sinistres, service après-vente et call centers). Chez Knave, nous avons la particularité de gérer 100 % des flux digitaux et de financer tous les stocks mis en location. Nous achetons aux constructeurs les produits qui sont intégrés dans

leurs programmes de location et ils s'engagent à les racheter à terme à une valeur de marché prédéterminée. Cela permet aux entreprises de ne pas alourdir leurs bilans, d'écouler leurs produits, de tirer des revenus mensuels issus de la location (en échange d'un loyer chaque mois pour Knave) et de générer un stock de produits d'occasion. Ce qui n'est pas le cas lorsqu'ils vendent un bien à un client.

Vous financez les achats d'équipement grâce à la dette privée. En quoi cela consiste-t-il ?

La dette privée est une alternative au financement bancaire. Les fonds spécialisés investissent des gros tickets dans des produits long terme à taux fixes. Chez Knave, nous leur proposons de nous prêter de l'argent contre des revenus fixes issus des locations. La dette privée est

un mode de financement vertueux pour notre économie. Lorsqu'un fonds equity finance une start-up, il a un horizon de 4-5 ans et repart (souvent à l'étranger) avec trois ou quatre fois sa mise. Là, l'argent est en permanence au travail sur

notre territoire et les multiples générés à partir de notre activité sont intéressants pour les grands gestionnaires sans être déraisonnables.

Quels sont vos projets pour l'avenir ?

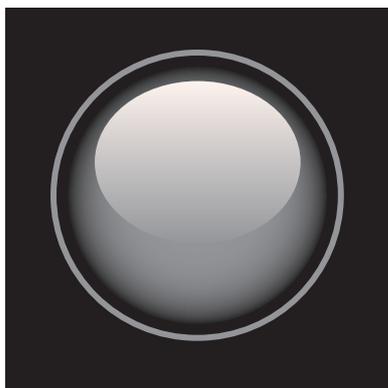
Consolider notre position sur le marché français. Chez Knave, un investissement doit générer son équivalent en chiffre d'affaires sur un an maximum. Nous envisageons, à l'horizon deux ans, d'être en capacité de louer plusieurs produits issus de programmes différents en même temps à une même personne. Nous regardons aussi ce que nous pourrions faire à l'étranger, notamment aux États-Unis où il y a de gros enjeux. Le marché de la dette privée y est plus développé et les fonds de dette ont besoin de gros acteurs de référence pour écouler leur cash.

« La dette privée est une alternative au financement bancaire »

PROPOS RECUEILLIS PAR OLIVIA VIGNAUD

EXPOSITION • CONFÉRENCES • TABLES RONDES • ATELIERS • RENDEZ-VOUS PROJETS

SALONS SOLUTIONS



9 & 10 octobre 2024

PARIS EXPO
PORTE DE VERSAILLES

Avec en parallèle

mobility for
business



SOLUTIONS



erp

SOLUTIONS



démat

SOLUTIONS



crm

SOLUTIONS



**IA &
data**

SOLUTIONS



e-achats

SOLUTIONS



SiRH

Réservez dès maintenant
votre badge gratuit sur
www.salons-solutions.com

Platinum sponsor

axelor

Gold sponsor

coupa

Silver sponsors

pennylane

sythen
Making data valuable

UNIT4



@SalonsSolution1
#salonssolutions



MC SalonsSolutions

salons-solutions.com

« La philanthropie n'est pas l'apanage des grands groupes »



© Jerome Panconi - Label Phi

Entretien avec

Anastasia Andrieu

CEO de Label Phi

Depuis près de deux ans, la société Label Phi accompagne les entreprises souhaitant se lancer dans la philanthropie. Sa dirigeante, Anastasia Andrieu, a intégré le classement Forbes de 40 femmes de l'année 2024. Elle revient sur la manière dont le secteur privé peut agir pour le bien commun.

DÉCIDEURS. Quels sont les principaux écueils auxquels se confrontent les entreprises qui veulent se lancer dans la philanthropie ?

Anastasia Andrieu. Beaucoup de dirigeants de TPE et de PME ne se sentent pas légitimes et se disent « *je suis trop petit, ce n'est pas pour moi* ». Mais la philanthropie n'est pas l'apanage des grands groupes capables de mobiliser de moyens financiers et logistiques importants. Cette posture est très française et, dans des pays comme l'Allemagne, les dirigeants d'entreprises de toutes tailles se sont approprié la philanthropie. L'autre barrière est d'ordre administratif. Mettre en place des actions de philanthropie et de mécénat ne nécessite pas de travail bureaucratique énorme. En revanche, comme c'est encore un secteur de niche, il est parfois difficile de trouver un bon interlocuteur, qu'il s'agisse d'un juriste, d'un avocat fiscaliste... Ce coût d'entrée devrait peu à peu diminuer puisque la philanthropie est en plein essor. Une autre erreur potentielle serait d'agir uniquement dans une logique de communication. Mais, en réalité, aucune entreprise n'agit qu'avec une intention uniquement marketing. De toute manière, la loi oblige à publier les rapports, les actions concrètes, l'impact du mécénat de compétences, de nature ou financier.

Certes, le social washing est difficile. Mais reconnaissez aussi que la philanthropie est utile à une entreprise...

Oui. Ce n'est pas une honte de mélanger altruisme et intérêt. La philanthropie permet de répondre concrètement à un fait de société : désormais les consommateurs, les salariés, les dirigeants attendent que les entreprises œuvrent pour le bien commun. Il y a donc un besoin d'impact citoyen qui permet d'aller au-delà de l'enjeu d'image.

C'est aussi bénéfique pour les sociétés engagées. Souvent, elles incluent leurs salariés dans les activités philanthropiques, ce qui contribue à donner du sens au travail, à attirer et fidéliser des collaborateurs.

peut s'agir de personnes publiques comme le département de Seine-Saint-Denis, la CCI de Paris Île-de-France, de grands groupes comme BNP Paribas mais aussi Plus vivant que jamais qui sauvegarde des monuments historiques avec des activités économiques.

Un résultat vous a-t-il rendu particulièrement fière ?

Chaque action menée rend fier. Nous passons beaucoup de temps à plancher sur des notes de positionnement, des programmes d'actions, et voir les mots devenir réels fait toujours plaisir. Si je devais choisir une initiative, je mentionnerais Plus vivant que jamais qui dirige le Château des langues. Cette école de langue est une TPE mayennaise

« C'est un fait de société : consommateurs et salariés attendent que les entreprises œuvrent pour le bien commun »

Quel type d'entreprise accompagnez-vous ?

Le Label Phi est une structure assez récente puisqu'elle a été créée il y a deux ans. Pour le moment nous avons accompagné une centaine de clients aux profils variés. Il

installée, comme son nom l'indique, dans un château. Sur la parcelle se trouve une ancienne manufacture textile du XVIII^e siècle. L'entreprise l'a transformée en résidence d'artistes spécialisés dans le textile.

Journées de l'afte

25 & 26 NOVEMBRE 2024
CNIT FOREST - PARIS - LA DÉFENSE

Trésoriers :

concilier innovation et résilience



PARTENAIRES PLATINE



BNP PARIBAS

cegid



PARTENAIRES OR



PARTENAIRES ARGENT



BlackRock



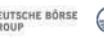
J.P.Morgan



PARTENAIRES PREMIUM



PARTENAIRES



PROGRAMME & INSCRIPTIONS sur le site www.afte.com

TARIF EARLY BIRD
-10% jusqu'au 30 septembre

GESTION DE PATRIMOINE

BANQUES PRIVÉES SPÉCIALISÉES

La gestion du patrimoine personnel est une activité complexe sur les plans technique et juridique qui nécessite des qualités et des compétences spécifiques. À destination des entrepreneurs et dirigeants d'entreprise, l'agence de notation Décideurs établit chaque année le classement de référence des meilleures banques privées spécialisées.

Incontournable

1	JP MORGAN	Annabelle Azoulay	
	ROTHSCHILD MARTIN MAUREL	Alain Massiera	
2	EDMOND DE ROTHSCHILD	Renzo Evangelista	+
	LOMBARD ODIER	Édouard de Saint-Pierre	+

Excellent

	BANQUE NEUFLIZE OBC	Laurent Garret	
	LAZARD FRÈRES GESTION	François de Saint-Pierre	
	ODDO & CIE	Emmanuel d'Orsay	
	PICTET WEALTH MANAGEMENT	Jean-Baptiste Douin	

Forte notoriété

	BANQUE HOTTINGUER	Gary Herrmann	+
	GOLDMAN SACHS	Anne-Hélène Illich	
	MEESCHAERT GESTION PRIVÉE	Maxime Vermesse	
	MIRABAUD	Stéphane Jaouen	+
	UBS FRANCE	Johann Rivalland	

Pratique réputée

	BANQUE RICHELIEU	Sylvain Fondeur	+
	BORDIER & CIE	Christophe Burtin	+
	DEGROOF PETERCAM ASSET MANAGEMENT	Thaline Melkonian	
	MILLEIS BANQUE	Nicolas Hubert	+

Pratique de qualité

	BANQUE DELUBAC & CIE	Joël-Alexis Bialkiewicz	
	BANQUE SAINT OLIVE	Francois Permezel	
	CHOLET DUPONT	Fabrice de Cholet	
	WORMSER FRÈRES	Alain Wormser	

+ Sociétés disposant d'une fiche éditoriale sur le site [leadersleague.com](https://www.leadersleague.com) (positionnement, expertises, équipe, actualités)

GESTION DE PATRIMOINE

BANQUES PRIVÉES AFFILIÉES

La gestion du patrimoine personnel est une activité complexe sur les plans technique et juridique qui nécessite des qualités et des compétences spécifiques. À destination des entrepreneurs et dirigeants d'entreprise, l'agence de notation Décideurs établit chaque année le classement de référence des meilleures banques privées affiliées.

Incontournable

1	INDOSUEZ WEALTH MANAGEMENT	Jacques Prost	
	SOCIÉTÉ GÉNÉRALE PRIVATE BANKING	Mathieu Vedrenne	+
2	BANQUE TRANSATLANTIQUE	Bruno Julien-Laferrrière	+
	BNP PARIBAS BANQUE PRIVÉE	Nicolas Otton	+

Excellent

	BRED BANQUE PRIVÉE	Caroline Thiebaut	+
	CIC BANQUE PRIVÉE	Didier Simondet	+
	LOUVRE BANQUE PRIVÉE	Jean-Marc Ribes, Aurélie Tristant, Silvan Marty	+
	NATIXIS WEALTH MANAGEMENT	Audrey Koenig	+

Forte notoriété

	AXA WEALTH MANAGEMENT	Bertrand Dauba	
	HSBC PRIVATE BANK	François Essertel	

Pratique réputée

	ALLIANZ BANQUE	Sylvain Coriat	
	ARKÉA BANQUE PRIVÉE	Alain Hervé	
	CITI PRIVATE BANK	Frédéric Viaud	
	LCL BANQUE PRIVÉE	Régis Abgrall	
	SWISS LIFE BANQUE PRIVÉE	Éric Bleines, Hervé Mercier Ythier	+

Pratique de qualité

	BANQUE CANTONALE DE GENÈVE	Sébastien Collado	+
	BANQUE ESPIRITO SANTO ET DE LA VÉNÉTIE	François-Xavier Serraz	
	BANQUE PALATINE	Didier Moaté	
	GRESHAM BANQUE PRIVÉE	Philippe Barret	+



Flashez le QR Code pour accéder à ces classements et retrouver les analyses de notre équipe éditoriale sur la plateforme DÉCIDEURS. Les classements « Banques privées spécialisées » et « Banques privées affiliées » sont publiés dans le cadre de l'enquête annuelle « Gestion de patrimoine ».

MÉTHODOLOGIE

La méthodologie des classements DÉCIDEURS repose sur des éléments à la fois quantitatifs, qualitatifs et réputationnels pour une vision à 360° de l'entreprise audité.

- Audit de la structure: nos équipes spécialisées mènent des campagnes d'enquête auprès des acteurs des marchés audités. Elles collectent et analysent chaque année plusieurs centaines de questionnaires et mènent des entretiens pour recueillir la vision des experts et recroiser les informations clés.

- Critères d'analyse: la notoriété et la réputation, le nombre et la complexité des dossiers, le prestige et l'internationalisation de la clientèle, la structure, la séniorité et la croissance de l'équipe et enfin le chiffre d'affaires de l'activité concernée.

- Feedback du marché: Les retours des acteurs du marché (clients, concurrents et partenaires) avec lesquels nos équipes sont en contact tout au long de l'année, complètent le panorama et corroborent les informations collectées.

À PROPOS

Référence en France et à l'international depuis plus de 20 ans, l'agence de notation DÉCIDEURS réalise des audits d'experts et des classements par métiers qui éclairent la prise de décisions des dirigeants et des membres des comités exécutifs.

Les analystes de DÉCIDEURS recensent, répertorient et classent chaque année 50 professions clés du conseil exerçant sur 6 grands marchés: la finance, le patrimoine, le droit, l'immobilier et l'environnement, les ressources humaines, l'innovation et la santé. Un point de repère unique pour identifier les experts les mieux qualifiés pour accompagner les entreprises et leurs dirigeants.

+ sur www.leadersleague.com/fr



CE N'EST PAS PARCE QUE VOUS DÉTENEZ UN CHEF-D'ŒUVRE QUE L'ÉTAT N'A PAS DE DROITS SUR CE BIEN

PIERRE-OLIVIER BERNARD

ASSOCIÉ ET FONDATEUR, OPLEO AVOCATS

Marché en pleine effervescence, l'art séduit. Au cours des dix dernières années, plus de musées ont ouvert dans le monde que pendant le siècle précédent. On estime même qu'en France ce marché pourrait connaître une croissance significative dans les prochaines années. Transmission, donation, fiscalité du patrimoine artistique... Décryptage avec Pierre-Olivier Bernard, associé et fondateur d'Opleo Avocats.

DÉCIDEURS. Dans le cadre d'une transmission, comment une œuvre d'art est-elle valorisée ?

Pierre-Olivier Bernard. Les questions de qualification et de valorisation de ce type d'actif sont en effet très importantes. Pour la valorisation, la cotation de l'artiste, les maisons de commissaires-priseurs et les intermédiaires du marché de l'art, ainsi que les prix reçus vont contribuer à déterminer la valeur d'une œuvre. Dans les cas où ces modes d'évaluation ne suffisent pas, l'expertise qui a établi la valeur de l'œuvre pour la police d'assurance pourra être utile.

Quelles sont les options pour transmettre une œuvre ou un patrimoine artistique à sa famille ?

Bien sûr, les options diffèrent selon le moment où se fait la transmission, autrement dit, si elle a été anticipée (donation) ou s'il s'agit d'une succession après un décès. Lorsqu'elle est élaborée du vivant du propriétaire, la transmission peut ainsi bénéficier des meilleurs outils, dans l'intérêt de tous. Cela permet aussi d'éviter les incertitudes liées au don manuel ou au présent d'usage.

Dans le cas d'une collection, les actifs sont généralement considérés comme une universalité de fait, sauf s'ils sont constitués en une entité juridique spécifique, ce qui peut permettre des actes et des méthodes de gestion différents de ceux d'une œuvre d'art isolée. La distinction est très importante et repose sur la définition d'une collection répondant à une ligne directrice. Les fonds de dotation et fondations d'entreprise peuvent également détenir et gérer des œuvres d'art, avec la mise en place d'une gouvernance, un cahier des charges, etc.

Peut-on payer ses droits de succession en œuvres d'art ?

Vous avez la possibilité de payer les droits de succession en numéraire ou d'utiliser la dation en paiement, c'est-à-dire lorsqu'un propriétaire d'une œuvre cède l'objet à l'État en lieu et place

des frais de succession. Ces œuvres sont ensuite redistribuées aux musées nationaux et à d'autres institutions publiques.

Quelle fiscalité si les œuvres d'art ne sont pas détenues en France ?

La France peut imposer des droits de donation si le donateur ou le donataire a été résident fiscal français pendant au moins six des dix dernières années précédant la donation. Si un bien situé à l'étranger est transmis à un bénéficiaire français, la France va imposer l'opération, mais le pays de résidence du donataire également, au titre de sa réglementation interne. Dans ce cas, les conventions internationales prennent le relais, mais sont moins nombreuses en cas de donation. Enfin, ramenée au marché de l'art, la qualité d'une œuvre peut lui conférer le statut de trésor national, et sa circulation est réglementée.

Comment gérer les problématiques de douane pour les trésors nationaux ?

Une œuvre d'art déclarée trésor national ne peut être exportée sans autorisation et peut être bloquée par les douanes si elle est exportée illégalement. En d'autres termes, ce n'est pas parce que vous détenez un chef-d'œuvre que l'État n'a pas de droits sur ce bien.

Comment les assurer ?

Il faut assurer le transport et les risques liés, selon l'évaluation et le prix de l'œuvre, et toujours présenter le certificat d'authenticité.

Qu'en est-il des œuvres numériques ?

Elles fonctionnent avec la blockchain, technologie qui permet de tracer l'origine et la propriété des œuvres, garantissant leur authenticité. Ce système est également valable pour toute nouvelle œuvre répertoriée au sein de la blockchain. Nous développons depuis quelques années une expertise spécifique dans ce domaine.

« La qualité d'une œuvre peut lui conférer le statut de trésor national »



L'information stratégique pour **bien** choisir vos partenaires

Banques privées | Multi-family offices | Conseils en gestion de patrimoine
Avocats | Notaires | Monaco | Luxembourg | Suisse



COMMANDER LE GUIDE
GESTION DE PATRIMOINE





SANTÉ & BIOTECHNOLOGIES
Cercle Décideurs Santé
 12 sept. 2024 | ParisSanté Campus
www.cercles-decideurs-sante.com



DROIT & RÉGULATION
Sommet du Droit en Entreprise
 2 oct. 2024 | InterContinental Paris
www.sommetdroitentreprise.com



DROIT & RESSOURCES HUMAINES
Rencontres du Droit social
 2 oct. 2024 | InterContinental Paris
www.rencontres-droit-social.fr



INFORMATIQUE & CYBERSÉCURITÉ
STOR'AGE - Stocker, Archiver, Sauvegarder
 5 nov. 2024 | Etoile Saint-Honoré, Paris
www.storage-forum.com



INTERNATIONAL - AFRIQUE
AIFA - Africa Investments Forum & Awards
 6 nov. 2024 | Maison des Polytechniciens, Paris
www.africa-ifa.com



IMMOBILIER
SIATI - Sommet de l'Immobilier
 6 nov. 2024 | Maison des Polytechniciens, Paris
www.siatifr



CAPITAL-INVESTISSEMENT
PEX - Private Equity Exchange
 13-14 nov. 2024 | Pav. d'Armenonville, Paris
www.private-equity-exchange.com



VILLES & TERRITOIRES
Forum des Projets Urbains
 19 nov. 2024 | Palais des Congrès, Paris
www.projetsurbains.com



RESSOURCES HUMAINES
Victoires du Capital Humain
 28 nov. 2024 | Pav. d'Armenonville, Paris
www.victoires-capital-humain.com

B SMART

4. Change

Première chaîne de télévision dédiée au monde des affaires et à ses transformations, B SMART 4CHANGE donne la parole aux dirigeants et aux entrepreneurs, aux experts et aux intellectuels, aux porteurs d'innovation, à celles et ceux qui par leur leadership marquent leur temps, leur industrie, leur filière.

Composées d'experts métiers, les rédactions de B SMART 4CHANGE produisent un contenu à la fois technique et stratégique pour décrypter les grands enjeux des entreprises et développer les sujets au plus près des dirigeants et des équipes de direction. Les thèmes au cœur de la grille : Leadership & Stratégie, Gouvernance & RSE, Droit & Régulation ; Politique ; Management & RH ; Corporate Finance ; Patrimoine ; Villes & Territoires ; Innovation & Tech ; Marché de l'art...

Diffusés sur les box Orange, Bouygues et Free, les programmes B SMART 4CHANGE sont également disponibles sur les grandes plateformes digitales, en vidéo et en podcast.

 bsmart.fr  @bsmart

N°230
orange™

N°245
bouygues
TELÉCOM

N°163
free

16/09/2024 – 15h30 et 22h30 Gouvernance & RSE

4GOOD - Acquérir sans dénaturer : une illusion ?

Présenté par Alix Nguyen, 4Good est un talk-show inspirant dédié au business for good. Chaque mois, pendant une heure, plongez dans l'univers des modèles économiques du futur avec des leaders du changement. Experts et intervenants analysent les succès et échecs. Avec notre expertise et un ton animé, préparez-vous à transformer votre entreprise pour un impact positif dans dix ans.

Pour ce premier épisode, Alix Nguyen reçoit Nicolas Marotte, directeur général Europe d'Innocent Drinks. En compagnie de Thomas Breuzard (directeur permaentreprise de Norsys et coprésident du mouvement B Corp en France), Alizée Lozac'hmeur (cofondatrice de makesense & membre du

bureau d'Impact France) et Quentin Bordet (cofondateur et président de Les Collectifs), nous explorerons les forces du modèle d'Innocent et ses retombées positives tout en discutant de l'impact de sa relation avec Coca-Cola, sa maison mère.

Quid de la pertinence d'être racheté ? Est-ce une voie vers une expansion efficace ou une façon certaine d'altérer la mission initiale d'une entreprise à impact ? C'est le thème du premier débat de 4Good.

Enfin, dans notre rubrique Top et Flop, nous examinerons les entreprises et secteurs à impact. Vous découvrirez également un outil 4Good dans notre séquence Good to Know, ce mois-ci le label B Corp.



17/09/2024 – 16h15 et 22h45

Leadership & Stratégie

LE JOUR OÙ Serge Trigano a fondé Mama Shelter

Les grands de ce monde ont un dénominateur commun, ils ont pris des décisions pour permettre à leur vision d'aboutir. Retour sur une décision, un parti pris qui a permis à un individu d'impacter un collectif.

Fanny Bourdin reçoit Serge Trigano, figure emblématique du secteur hôtelier et du tourisme en France. Il est le fils de Gilbert Trigano, l'un des cofondateurs du Club Med, une entreprise qui a révolutionné le concept des vacances tout inclus. Il succède à son père à la tête de l'entreprise avant d'en partir en 1997. Serge Trigano ne s'est pas retiré du monde des affaires pour autant. Avec ses fils, Jérémie et Benjamin, il a cofondé Mama Shelter en 2008, une chaîne d'hôtels qui a rapidement acquis une réputation pour son design moderne, son atmosphère conviviale et ses prix abordables. Mama Shelter a rencontré un succès important, avec des établissements ouverts dans plusieurs grandes villes à travers le monde avant d'être vendu à Accor quelques années plus tard. Dans Le jour où, Serge Trigano revient en détail sur cette décision qui a changé sa vie.

17/09/2024 – 15h00 et 21h30 Management & Ressources humaines

INCLUSION4CHANGE - La mixité socioculturelle en entreprise

Enjeu majeur de notre époque, l'inclusion est au cœur des questions de responsabilité des entreprises et représente un défi à la fois économique, social et sociétal. Impact, éthique, diversité sont aujourd'hui des clés essentielles au cœur du projet et de l'identité des entreprises.

En partenariat avec l'AFMD, les équipes de Décideurs RH et de 4Change partent à la rencontre des directions d'entreprise et des meilleurs spécialistes pour éclairer les enjeux et mettre en lumière les initiatives des plus grands groupes français en matière de diversité et inclusion.

Découvrez la politique Diversité & Inclusion de Publicis et l'engagement, porté par Leïla Grison (directrice Diversité, Équité et Inclusion) et soutenu par Agathe Bousquet (présidente France) en faveur de la diversification socioculturelle de ses équipes.

En plateau, Maya Hagege, déléguée générale de l'AFMD, propose un tour d'horizon des enjeux de mixité sociale. Laure Berini, directrice de recherche au CNRS, et Saïd Hammouche, président de la Fondation Mozaïk, reviennent sur le reportage et mettent en avant leur expertise et leur regard sur ce thème.



24/09/2024 – 15h00 et 21h30 Leadership & Stratégie

BOSSA NOVA avec Maud Caillaux

Dans Bossa Nova, des entrepreneuses de tous secteurs et tous horizons racontent leur parcours et reviennent sur leurs stratégies d'entreprise. Interviewées face caméra pendant une demi-heure, elles partagent aussi leurs expériences notamment en dispensant des conseils à leurs pairs. Au micro de Céline Toni, Maud Caillaux livre

une vision radicale de l'entrepreneuriat et de la finance durable. Nous explorerons comment Green-Got est née, son évolution, et ce qui en fait une réussite marquante dans le secteur bancaire. Nous aborderons aussi les défis d'être une jeune femme chef d'entreprise en 2024, les décisions dont elle est fière ou qu'elle regrette et la nécessité d'incarner son entreprise pour réussir.

Reconnue pour son engagement en faveur de l'inclusion financière et de l'entrepreneuriat féminin, Maud Caillaux partage avec nous sa vision d'une économie plus juste et respectueuse de la planète. Maud aborde également le défi d'être une jeune femme dans un secteur traditionnellement masculin et réticent au changement.

26/09/2024 – 15h00 et 21h30
Leadership & Stratégie

COMEX INSIDER La direction financière de Bonduelle

Partons pour une journée auprès d'une fonction du Comex d'un grand groupe pour comprendre ses arcanes, sa gouvernance, ses projets du moment, ses talents et son impact à l'échelle de l'entreprise. Mathieu Meffre met en lumière les personnalités qui la composent et les relations que la fonction entretient avec la direction générale. Dans ce premier épisode du Comex Insider, découvrez la direction financière de Bonduelle, dirigée par Grégory

Sanson. Plongez dans les arcanes de cette fonction essentielle du Comex pour comprendre ses rouages, sa gouvernance et l'impact crucial qu'elle a sur une entreprise comme Bonduelle.

Découvrez deux projets d'envergure mis en place par cette direction financière qui ont eu un impact concret et durable sur l'entreprise.

Enfin, explorez les liens étroits entre la direction financière et la direction générale et comment cette collaboration rapprochée contribue au succès de l'entreprise. Xavier Unkovic, CEO, et Christophe Bonduelle, président, témoignent de cette relation et de leur vision de la direction financière.

16/09/2024 – 16h30 et 21h30
Droit, Politique & Régulation

SOUS LA ROBE de Solange Doumic

Sous la robe multiplie les rencontres des acteurs de la justice. Chaque mois, Sous la robe reçoit l'un des plus grands professionnels du droit et revient sur sa vision du métier, ses difficultés, ses réussites, une de ses grandes affaires. La justice au-delà des clichés. Sous la robe est conçue comme une émission intimiste et curieuse.

Mathilde Aymami reçoit Solange Doumic, avocate pénaliste et membre du Conseil de l'Ordre du barreau de Paris. Solange Doumic fait partie des grands avocats de sa génération. Elle débute dans la profession en 1994 et, dès l'année suivante, elle est élue première secrétaire de la Conférence. Solange Doumic décide alors de se consacrer à la défense pénale. Elle interviendra dans des affaires qui marqueront l'histoire judiciaire: celle des suicides des salariés de France Télécom ou encore celle des attentats du 13 novembre et de Nice.

Mais c'est au cours du procès « Guy Georges » que sa réputation dépasse le petit monde du barreau pénal lorsqu'au cours d'une audience elle pousse le tueur en série dans ses retranchements et fait basculer le sort de l'accusé.

Femme de justice à la carrière exceptionnelle, Solange Doumic fait figure de modèle. Membre du Conseil de l'Ordre des avocats de Paris depuis 2020, elle défend régulièrement de grandes entreprises ou leurs dirigeants dans les plus grands dossiers de pénal des affaires.

Elle revient sur les grands moments qui ont marqué sa carrière et sa vie.



Vos rendez-vous



L'émission à l'écoute des marchés

Actualité boursière, macroéconomie, stratégies d'entreprise, finances personnelles : Smart Bourse, c'est l'émission qui vous permet de suivre les mouvements de la Planète Marchés chaque jour en direct à 17h.

Du lundi au vendredi - 17h00 et 20h30



Le magazine de l'économie durable et responsable

Smart Impact, votre émission dédiée à la RSE et à la transition écologique des entreprises.

Découvrez des actions inspirantes, des solutions innovantes et rencontrez les leaders du changement.

Tous les jours - 8h30 et 19h30



Le magazine quotidien de l'innovation

Dans Smart Tech, l'actu du numérique et de l'innovation, prend tout son sens. Chaque jour, des spécialistes décryptent les actualités, les tendances et les enjeux soulevés par l'adoption des nouvelles technologies.

Tous les jours - 7h30 et 18h30



Votre rendez-vous quotidien consacré à l'emploi

La première émission quotidienne entièrement consacrée à l'emploi. Chaque jour, Arnaud Ardoin vous aide à comprendre les évolutions du marché du travail, les nouvelles pratiques RH, les tendances en matière de formation.

Tous les jours - 8h00 et 19h00



Le rendez-vous de vos finances personnelles

Trente minutes pour mieux comprendre comment faire fructifier vos placements. Immobilier, fiscalité du patrimoine, ISR, cryptomonnaies, marché de l'art : les meilleurs spécialistes répondent à vos interrogations.

Tous les jours - 7h00 et 18h00



L'émission qui vous emmène toutes les semaines à la rencontre des acteurs du marché de l'art

Tendances, fiscalité, réglementation... quinze minutes pour comprendre comment développer son patrimoine artistique

Du lundi au vendredi - 11h00 et 20h45

Le week-end - 15h00 et 20h30



L'émission qui donne le pouvoir aux femmes

Découvrez des personnalités qui incarnent ou accompagnent l'accomplissement professionnel des femmes. Que ce soit dans les réseaux, les collectifs ou au sein des entreprises, les initiatives se multiplient pour faire émerger des rôles-modèles et donner aux femmes leur juste place dans le monde du travail.

28/09/24 | 29/09/24 - 11h00 et 20h45



L'émission qui décrypte l'actualité juridique

Animée par Arnaud Dumourier, Lex Inside réunit un panel d'experts pour décrypter l'actualité juridique. À travers des interviews et des analyses, l'émission décrypte les évolutions législatives et jurisprudentielles, offrant une perspective unique sur le droit.

Tous les mercredi & vendredi - 15h00 et 23h00



L'émission qui décrypte les enjeux RH

Animée par Elsa Guérin, HR Makers réunit un panel d'experts pour analyser les enjeux RH d'actualité tels que les questions de rémunération, de diversité, d'IA... et fournir des clés pratiques aux décideurs qui façonneront le travail de demain.

Tous les lundis - 15h00 et 22h00

Vos événements



SANTÉ FUTURE

ALIX NGUYEN

Tendances, innovations et solutions... Alix Nguyen reçoit les leaders de la santé et explorent des thèmes au cœur des enjeux du secteur tels que l'IA, les déserts médicaux et l'accès aux médicaments.

23/09/24 - 15h30 et 22h30



REBONDS !

BÉATRICE CONSTANS

Présenté par Béatrice Constans, Rebonds ! donne la parole à celles et ceux qui ont surmonté des crises en entreprise. Gérer le cash et la stratégie de sortie exige courage et résilience pour tenir le cap dans des périodes complexes.

24/09/24 - 16h30 et 22h00



NEW ERA

FANNY BOURDIN

Fanny Bourdin et ses invités experts analysent les grandes évolutions du monde et de l'économie, telles que la démographie, les technologies de rupture et les cycles.

19/09/24 - 15h00 et 21h30



DEALMAKERS SHOW

MATHIEU MEFFRE

L'émission de place dédiée aux opérations de fusions acquisitions. Nos experts métiers recevront des leaders du transactionnel pour décrypter de grands deals dans le cadre d'un débat informel et convivial.

01/10/24 - 15h00 et 21h30



SCÈNE EN LUMIÈRE

MARIE-LAURE FALCOZ

Une émission dédiée au monde du théâtre et des arts vivants. Pour comprendre comment fonctionne cette industrie, découvrir les talents d'aujourd'hui et de demain.

03/10/24 - 15h00 et 22h30



MANAGER L'ODYSÉE

ALIX NGUYEN

Manager l'Odysée explore le management à travers les expériences de dirigeants et managers « Diversité des Perspectives » analyse visions à long terme et défis quotidiens, avec chaque épisode centré sur un aspect spécifique du management.

03/10/24 - 16h00 et 21h30

Dirigeants & entrepreneurs

Sommet Entreprises & Croissance

Le Sommet Entreprises & Croissance offre chaque année un point d'actualité sur les leviers et les questions clés au cœur du développement des entreprises françaises.

18/09/24 - 21h30

Ressources humaines

U-SPRING- Printemps des universités d'entreprise

U-Spring, le Printemps des universités d'entreprise, rassemble chaque année les acteurs de la formation et des RH pour échanger sur les enjeux et modalités d'acquisition des savoirs et des compétences.

27/09/24 - 21h30

Corporate Finance

Sommet des Leaders de la Finance

Le Sommet des Leaders de la Finance est le grand rendez-vous annuel d'information et d'échange des professionnels de la finance d'entreprise : dirigeants, directeurs financiers, gérants de fonds, banques d'affaires et experts des fusions-acquisitions.

02/10/24 - 21h30

Dirigeants, gestion d'actifs et patrimoine

Sommet du Patrimoine & de la Performance

Le Sommet du Patrimoine & de la Performance réunit chaque année les praticiens et les experts de la gestion de patrimoine autour d'un programme de conférences de haut niveau et met en lumière les performances et les initiatives les plus remarquables des acteurs de l'écosystème patrimonial.

04/10/24 - 21h30

Droit & Régulation

Sommet du Droit en Entreprise

Depuis dix ans, le Sommet du Droit en Entreprise est l'événement phare des directions juridiques. Pensé par et pour la profession, ce rendez-vous rassemble chaque année les acteurs les plus réputés de la sphère juridique en France.

09/10/24 - 21h30

Ressources Humaines

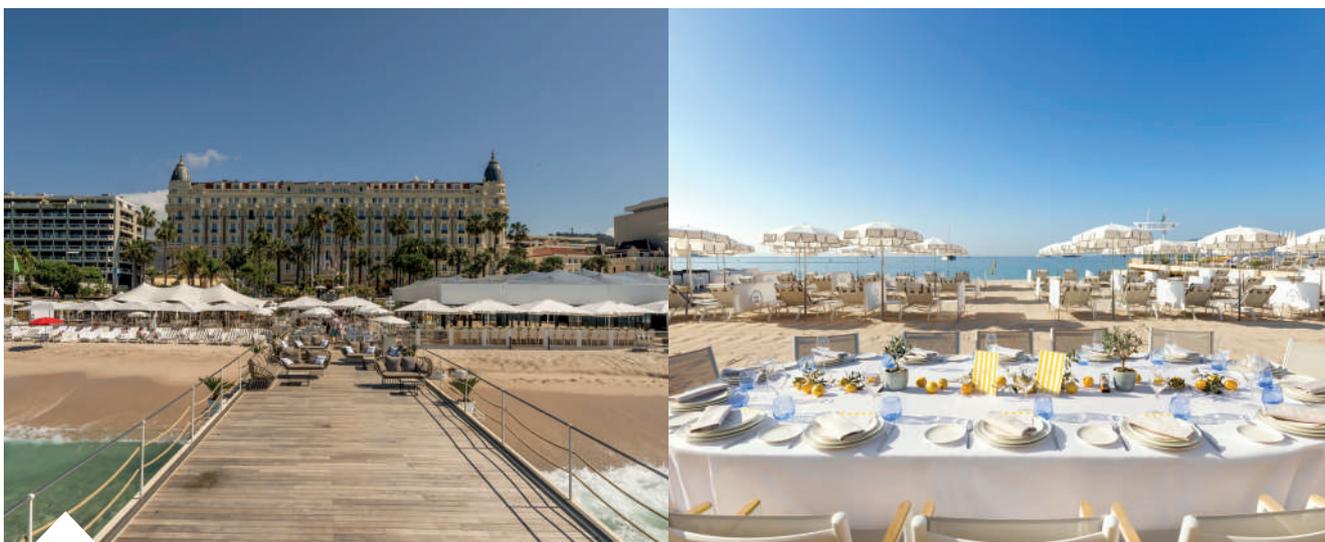
Rencontres du Droit Social

Les Rencontres du Droit Social rassemblent DRH et directeurs des relations sociales pour explorer les enjeux du droit social régissant les relations humaines au sein des entreprises.

11/10/24 - 21h30

DES SÉMINAIRES D'ENTREPRISE POUR RESSERRER LES LIENS

Indispensables pour galvaniser la culture d'entreprise et la cohésion des équipes, les événements d'entreprise et les activités *incentive* qui les accompagnent sont plus que jamais attendus par les collaborateurs. Mais, attention, les exigences ont changé...



© Rhino Prod

©CarltonBeachClub_BrunoGalli

L'hôtel Carlton de Cannes et son Beach Club

Une enquête réalisée par l'opérateur Homanie auprès de 500 salariés exerçant dans des entreprises françaises vient préciser leurs attentes quant à l'organisation et au bon déroulement des séminaires. Les résultats ne sont pas vraiment surprenants tant ils confirment les observations des différents acteurs du secteur. En cette époque où le travail hybride s'est pérennisé, ils sont 85 % à penser que les événements professionnels renforcent la cohésion d'équipe, 95 % soulignant même qu'ils permettent à leur entreprise d'être plus performante. Leur séminaire idéal? Pour 93 %, il doit durer deux à trois jours, 75 % préférant les passer dans une maison privatisée pour l'occasion. Plutôt au bord de la mer pour un peu plus de la moitié (55 %), 45 % préférant la pleine nature (la montagne pour 23 %, la campagne pour 22 %). Enfin, quel que soit le cadre choisi, 78 % apprécient l'idée d'y pratiquer une activité insolite. De quoi conforter Homanie dans son concept. Créée par Sophie Desmazières et Marie Treppoz, l'entreprise spécialisée dans ce type d'événements se présente comme

« la première collection de maisons de rêve avec chefs et services hôteliers en France et en Europe du Sud ». Des demeures somptueuses, toutes situées dans des régions qui éveilleront les émotions. Comme à Uzès, à Megève, Giverny, Paris, dans la Drôme provençale ou encore à Cassis, en plein Parc national des Calanques où une somptueuse propriété de 600 m² reçoit les équipes dans un décor de carte postale.

PLUS NOMBREUX, MOINS LOIN ET MOINS LONGTEMPS

De belles demeures privées (et même des châteaux!), Chateauform' en dispose beaucoup lui aussi. Son CEO, Benjamin Abittan, nous confirme la tendance esquissée par le sondage Homanie: « Il y a encore quelques années, le bassin méditerranéen (Tunisie, Égypte, Maroc...) était privilégié, mais les différentes crises et les trajectoires carbone sont passées par là. Les petites réunions sont désormais organisées le plus souvent au sein même de l'entreprise, les séminaires étant l'occasion de se réunir plus nombreux et moins loin qu'avant, donc en France. C'est pour y répondre que nous avons lancé

le projet « Many more rooms », l'idée étant d'ajouter des chambres dans chacune de nos maisons qui le permettent. » Il en est ainsi du Domaine de Guermantes, une demeure du XVII^e siècle située à une demi-heure de Paris, de Roissy-Charles de Gaulle et d'Orly. Une cinquantaine de nouvelles chambres ont récemment été aménagées dans la ferme voisine pour porter la capacité totale d'hébergement à 112 chambres. « Ainsi les clients ont le choix d'utiliser soit la totalité du site, soit l'un ou l'autre des deux bâtiments », ajoute Benjamin Abittan qui souligne aussi l'autre grande tendance de fond. Si, en ces temps de crise et d'incertitude, le coût des événements revêt un caractère déterminant, le besoin de renforcer les liens se fait plus fort que jamais et les activités *incentive* représentent un enjeu crucial. « Les investissements sont plus importants qu'auparavant sur toutes les activités connexes. Nos châteaux offrant de nombreuses activités, nos clients les exploitent davantage quand, jusqu'ici, ils avaient plutôt tendance à aller chercher ailleurs des choses qui devaient absolument surprendre. En clair, les séminaires sont devenus plus simples! » C'est ainsi qu'à Guermantes, par exemple, on

peut jouer au badminton ou au football, se lancer dans des parties de pétanque, s'exercer le long du parcours de santé ou préférer les séances blind test et karaoké.

MER, OCÉAN OU VIGNES À NOS PIEDS !

Des offres semblables existent partout en France. C'est le cas notamment des différents établissements du Groupe Barrière tous 100 % privatisables été comme hiver, avec la proposition d'activités annexes sur mesure et toujours en cohésion avec les politiques RSE. À Cannes, proche de l'hôtel Barrière, un autre établissement peut héberger les événements d'entreprises, et non des moindres : l'emblématique Carlton. Depuis sa rénovation en 2023, l'iconique palace offre la plus grande salle de réception sans colonne de la ville : le salon Croisette et ses 765 m² a trouvé refuge dans le nouveau centre de conférence (1 800 m²) auxquels viennent s'ajouter le Grand Salon classé monument historique (384 m²), le Carlton Beach Club (492 m²) ainsi qu'un nouveau jardin intérieur de 2 000 m² pour les cocktails. Nul besoin de chercher très loin pour les *incentive* : la Méditerranée est à nos pieds ! Cap au nord-ouest maintenant, plus précisément au cœur du Parc naturel régional du golfe du Morbihan où le Domaine des Abbatales est récemment devenu la Maison Obono. Ce manoir construit au XIII^e siècle s'est transformé en un luxueux et cosy hôtel 4* de 68 chambres avec restaurant



Domaine de Guermantès à Guermantès dans le 77

et spa. Il est surtout un somptueux écrin pour des événements d'entreprise au plus près de la nature. Quatre salles de séminaire y ont été installées pouvant accueillir jusqu'à 180 personnes quand le golf Bluegreen 18 trous de Baden, le centre équestre Kérian et le GR34 qui passe tout près du Domaine permettent des événements des plus sportifs et ressourçants. Dépaysant lui aussi, mais réservé aux plus petites équipes, l'Hostellerie Briqueterie & Spa Champagne se niche au cœur du vignoble champenois, à sept kilomètres d'Épernay et à 1 h 30 de Paris. Sur place, quarante chambres et suites, un bistrot, un restaurant gastronomique, un grand jardin et trois salles de

réunion qui peuvent d'accueillir jusqu'à 40 personnes. Pour l'organisation des *incentive*, l'établissement 5* s'appuie sur un réseau de partenaires. À la carte, dégustation de champagne évidemment, rallies gourmands, découverte du vignoble à vélo ou en trottinette, course d'orientation, visite du vignoble en estafette par exemple.

DES SÉMINAIRES À PARIS

Autre grande tendance du marché, les séminaires au cœur de la ville. « *L'avènement des séminaires urbains a débuté!* », se réjouit le cofondateur de Comet, Victor Carreau. Le groupe dispose de sites à Bourse, Ternes, Étoile, Place des Victoires, La Défense, Bercy et Nanterre. S'il se pose en leader, Comet doit néanmoins faire face à une concurrence parisienne de plus en plus rude. Parmi elle, Keeze. Fondée par Shaun Nelson et Émilie Roblot en 2017, l'enseigne vient d'ouvrir son dix-septième lieu parisien rue de Bucarest dans le quartier d'affaires Liège Saint-Lazare. Entièrement vitré, éco-conçu, ce nouvel espace hyper design domine les toits de Paris. Le credo de Keeze? Créer chez ses clients et leurs collaborateurs « un effet waouh! » immédiat, comme l'explique son CEO Shaun Nelson qui a conçu les lieux « *pour permettre une mixité d'usages optimale. Idéal pour l'organisation de réunions et séminaires, l'espace peut accueillir jusqu'à 75 personnes assises en format conférence et jusqu'à 100 personnes en format* »



Homanie dans la Drôme provençale



DR

Crowme Plaza Paris République



© MLG Photographie

Maison Obono, Le Bono (Morbihan)

► *cocktail. Il offre également un cadre parfait pour des shootings photo, des tournages vidéos, et peut se réinventer à l'infini pour accueillir les événements de marque tels que des lancements de produit, des journées presse ou des showrooms.* » Chateauform' propose lui aussi à son catalogue des lieux prestigieux, depuis son City Paris-Les Puces de Saint-Ouen fraîchement rouvert jusqu'au Métropolitain situé dans le 17^e arrondissement et qui a été récemment labellisé Lead Venues garantissant un lieu aux fortes ambitions durables. Toutefois, même s'ils redoublent d'efforts, de créativité et d'innovation, ces différents acteurs doivent de plus en plus se confronter à une offre qui se renforce massivement

au fil de ces dernières années : celle des hôtels qui voient en la clientèle d'affaires un nouveau vivier, pour ne pas dire une véritable aubaine. À ceci près que, pour ces établissements touristiques situés en cœur de ville, il vous faudra vous-même chercher les activités à proposer à vos collaborateurs. Quoique...

GRANDS HÔTELS ET GRANDE CUISINE

Dans une petite cour commune, à deux pas de la place de l'Étoile, la fameuse Salle Wagram pilotée par Chateauform' voisine avec un 5*, le Renaissance Paris Hôtel Arc de Triomphe juché en lieu et place du légendaire Théâtre de l'Empire cher à feu Jacques Martin. Et, si les voisins coha-

bitent en toute amitié, ils se concurrencent un peu. En effet, dans une ambiance et une décoration chaleureuse et contemporaine, l'établissement (sous pavillon Marriott) dispose de 96 chambres et de 22 suites sur huit étages, mais aussi de quatre salles de réunion modulables sur 148 m² avec accès à une terrasse extérieure privative de 150 m². Côté douceurs, on appréciera son restaurant gastronomique Le Solis dirigé par l'excellent chef Amine Ifakren qui, en une carte aussi savoureuse que créative, puise dans ses racines pour proposer une cuisine méditerranéenne dépayssante. On aime aussi les brunchs musicaux du samedi et les « Evenings at Renaissance » organisés très régulièrement et qui insufflent la culture du quartier au cœur de l'établissement. Dégustations de cocktails, happy hours, showcases, pop up store et expositions y sont proposés. De quoi largement animer nos soirées d'après réunions ! Autre exemple parmi d'autres, c'est à l'autre bout de Paris qu'on a trouvé de quoi satisfaire les équipes les plus larges : au Crowme Plaza Paris République qui dispose (sur 865 m²) de dix salles de réunion dont l'une peut accueillir jusqu'à 250 personnes. Une offre particulièrement rare en plein cœur de la capitale, et qui s'accompagne bien évidemment de tous les services associés (un centre d'affaires ouvert 24 heures sur 24, notamment).

LE LUXE AU VERT, TOUT PRÈS DE LA VILLE ?

Vous hésitez encore entre nature et pleine ville ? Une solution médiane est



© Affirm Studio - Jennifer Lavaud - 34

Warldorf Astoria Versailles Trianon Palace

possible : opter pour un cadre enchanteur à quelques kilomètres de Paris. Dans la forêt domaniale de Saint-Germain-en-Laye, comment ne pas se laisser séduire par l'historique pavillon royal de la Muette ? L'ancien pavillon de chasse de Louis XV, puis de Louis XVI, de Napoléon I^{er} et de Napoléon III a été abandonné dans les années 1970. Repris en 2019 par deux entrepreneurs passionnés d'histoire et d'architecture, Benoît d'Halluin et Emmanuel Basse, qui y ont entrepris une très vaste rénovation, ce monument historique se dédie depuis mai dernier aux événements de toutes sortes. Un large choix de traiteurs ou de chefs vous sera proposé tandis que, côté *incentive*, la forêt se prête à de multiples activités. Sans parler des magnifiques caves voûtées qui peuvent être le cadre de dégustations ou d'ateliers d'œnologie. Enfin, tout près de là, toujours dans les Yvelines et toujours marqué par la grande Histoire, n'oublions pas le Warldorf Astoria Versailles Trianon Palace, son restaurant Gordon Ramsay, ses jardins de 3 ha et ses quinze salons de réception répartis sur près de 1 000 m².

LE PLUS GRAND CENTRE DE CONVENTION DE LA RÉGION PARISIENNE EST OUVERT !

Reste ce qui constitue sans doute l'événement 2024. À mille lieues des deux établissements qu'on vient juste



H4 Hotel Wyndham Paris Pleyel Resort



Pavillon royal de La Muette : Neuilly-sur-Seine.

d'évoquer, à Saint-Denis, entre le Stade de France et le village olympique, le H4 Hotel Wyndham Paris Pleyel Resort a ouvert ses portes en plein JO. Après trois ans de travaux, la Tour Pleyel s'est ainsi transformée en un hôtel 4* de quarante étages et 697 chambres. Le plus grand hôtel construit en Île-de-France depuis un demi-siècle abrite également un Executive Lounge au 26^e, une salle de sport au 38^e, un Skybar et une piscine panoramique à son sommet, et surtout un centre de convention de 10 000 m². Aux seize salles de réunion d'une capacité totale de 2 600 personnes (dont une salle

plénière de 1 180 m² avec une hauteur sous plafond de 8 mètres) viennent encore s'ajouter quatre restaurants à la cuisine « faite maison » élaborée en circuits courts. Dédié au seul centre de convention, « Le Marché Pleyel » dispose de 380 couverts. La clientèle ciblée ? Pour Thomas Haas, PDG du groupe H-Hôtels.com, « *le H4 Hotel Wyndham Paris Pleyel Resort est idéal en semaine pour les voyageurs d'affaires nationaux et internationaux, et le week-end pour les voyageurs individuels* ». Ou comment faire de Saint-Denis le futur phare des séminaires du Grand Paris.

Pour en savoir plus :

- Homanie : www.homanie.com
- Chateauforn' : www.chateauforn.com/fr/
- Hôtels Groupe Barrière : www.hotelsbarriere.com/fr/reunions-et-evenements
- Carlton Cannes : carltoncannes.com
- La Maison Obono : www.maison-obono.com
- Hostellerie Briqueterie & Spa Champagne : www.briqueteriechampagne.com
- Comet : www.comet-meetings.com
- Keeze : keeze.co
- Renaissance Hôtel Paris Arc de Triomphe : renaissance-hotels.marriott.com
- Crowne Plaza Paris République : www.ihg.com/crowneplaza
- Pavillon de la Muette : www.pavillondelamuette.com
- Warldorf Astoria Versailles Trianon Palace : waldorfastoriaversailles.fr
- H4 Hotel Wyndham, Paris Pleyel Resort : www.h-hotels.com



Keeze, Liège



Renaissance Paris Hôtel Arc de Triomphe

« Le savoir-faire et la longue expérience du groupe Barrière nous permettent d'être particulièrement flexibles »



Entretien avec

Éric Gousset

Directeur commercial des activités MICE

Directeur commercial des activités MICE, Éric Gousset nous en dit plus sur l'offre du groupe Barrière en matière d'organisation de séminaires et d'événements éthiques et responsables. Le groupe, qui a obtenu en 2023 la certification internationale Afnor ISO 20121, s'est engagé dans une démarche tangible de réduction des répercussions sur l'environnement.

DÉCIDEURS. Le groupe Barrière fait partie des acteurs majeurs dans l'organisation des séminaires. Quelle est votre offre ?

Éric Gousset. Depuis de longues années, nous proposons aux entreprises des expériences forcément uniques vers des destinations d'exception et toujours aux meilleurs emplacements. Notre collection de resorts à la française permet aux participants une totale déconnexion, avec la garantie de vivre de grands moments de partage. Ces événements sont organisés sur mesure, à la carte. Ainsi, vous pouvez, par exemple, organiser un cocktail ou un *incentive* sur la plage. Une coupe de champagne à la main et les pieds dans l'eau, le dépaysement est de mise.

Quels sont vos principaux atouts, selon vous ?

Tout au long de l'année, été comme hiver, que ce soit à Dinard, à La Baule, au Touquet, à Cannes, Lille ou Ribeaupville pour ne citer que quelques-uns de nos établissements, nous pouvons privatiser l'intégralité de nos hôtels pour les séminaires, les journées d'études ou tout autre événement que les entreprises souhaitent organiser. Et ce, quels que soient l'événement ou la destination. Notre savoir-faire et notre longue expérience nous permettent d'être particulièrement flexibles face aux différentes

demandes. Cette forte capacité d'adaptation fait d'ailleurs partie de notre ADN.

On connaît depuis longtemps l'engagement du groupe au travers de votre stratégie « Planète Barrière » et la certification Afnor reçue en 2021. Sur ces enjeux, que peuvent trouver vos clients pour répondre à leur propre démarche RSE ?

En juin 2023, nous sommes effectivement devenus le premier groupe hôtelier français à avoir reçu la certification ISO 20121. Celle-ci est venue récompenser la gestion durable de nos activités événementielles, dans nos hôtels, mais aussi pour notre entité Traiteur Barrière.

« L'obtention de ce label Afnor a constitué pour nous un véritable levier, et même une très belle opportunité »

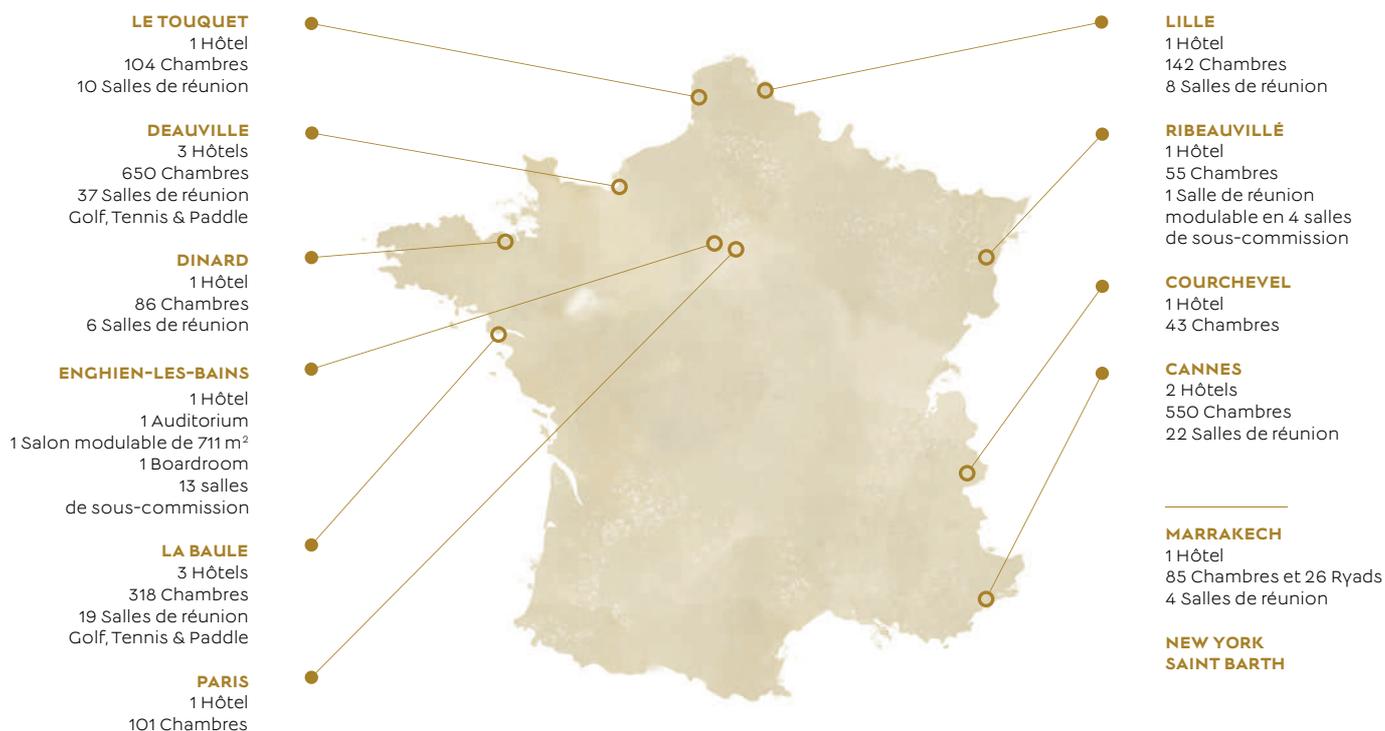
L'obtention de ce label a constitué pour nous un véritable levier, et même une très belle opportunité. D'autant que nous nous devons d'être en parfaite cohésion non seulement avec notre charte Mice Responsable que nous avons déployée en 2021, mais aussi avec la demande de nos entreprises clientes qui renforcent toutes leur stratégie RSE, et qui sont particulièrement exigeantes sur la question.

Concrètement, comment cela se traduit-il ?

D'abord, nos destinations sont toutes très facilement accessibles et fournissent un service de mobilité douce. Elles disposent de bornes de recharge pour les véhicules électriques. Nous proposons également de nombreuses expériences pour les activités *incentive*, là encore sur mesure et à la carte. Bien évidemment, celles-ci varient selon les lieux. Il peut s'agir d'oénotourisme, de randonnées pédestres ou à vélo, d'équitation, de voile ou autres sports nautiques lorsque vous êtes en bord de mer, du golf quand nos établissements en sont pourvus, ou encore de jeux écoresponsables sur la plage ou en forêt... Côté restauration, des menus

locavores ont été mis en place. Nous faisons appel aux petits producteurs locaux. Cette économie circulaire est absolument essentielle à nos yeux. Et pas seulement pour des raisons environnementales. Elle nous permet aussi de valoriser les territoires sur lesquels nous sommes implantés, ce qui est très important pour nous. C'est un autre des principaux points forts inscrits dans l'ADN du groupe Barrière.

DES ADRESSES ICONIQUES pour des événements d'exception



19 HÔTELS · 33 CASINOS · 140 BARS ET RESTAURANTS · PLUS DE 200 SALLES DE RÉCEPTION

Autant de possibilités pour organiser vos événements dans les lieux les plus emblématiques de France.

Pour plus d'informations : hotelsbarriere.com | meetings@groupebarriere.com | +33 (0)9 70 81 84 78.

“ Pour retenir ses équipes, l'événementiel apparaît aujourd'hui comme un vecteur stratégique ”



Entretien avec

Victor Carreau

Cofondateur de Comet

Victor Carreau, cofondateur de Comet, fait le constat des mutations du secteur et nous révèle les secrets de son groupe pour y répondre.

DÉCIDEURS. L'événementiel s'adapte en permanence pour suivre les mutations du secteur. Que pensez-vous de cette transformation, et comment êtes-vous impactés ?

Victor Carreau. Le secteur de l'événementiel a été impacté par de grandes crises, à commencer par celle du Covid 19, puis par celle de la rétention des talents dans les entreprises. Les attentes et les besoins des équipes évoluent, ce qui affecte directement l'immobilier de bureau. Le télétravail est désormais un enjeu quotidien, les entreprises réduisent leurs surfaces de bureaux, et le besoin de se réunir pour recréer du lien est devenu vital.

En parallèle, notre rapport à l'entreprise se transforme. Il y a cinquante ans, on travaillait pour la même société toute sa vie ou presque. Aujourd'hui, les générations Y et Z prévoient de ne pas passer plus de quatre ou cinq ans au même endroit. Pour retenir ses équipes, l'événementiel apparaît aujourd'hui comme un vecteur stratégique. On le sait désormais, c'est la qualité du lien qui prime dans la rétention des talents. Résultat, la fréquence des séminaires et des *team buildings* a augmenté. Nettement plus courts, ils sont aussi beaucoup moins onéreux. Ces dernières années leur durée a été divisée par deux (source: *Étude Coach Omnium 2024*). Autre constat: les événements ont lieu plus près des villes et ceux organisés à l'étranger sont désormais décriés, ne serait-ce que pour des raisons écologiques. Je crois ainsi pouvoir dire sereinement que l'avènement des séminaires urbains a débuté.

Quelle est la valeur ajoutée de Comet Meetings ?

Nous sommes le seul acteur spécialisé dans les lieux de réunions et de séminaires en ville. Implantés au cœur des capitales, à Paris, Bruxelles et Madrid, nos espaces restent toujours très dépaysants. Par exemple, si vous allez dans nos locaux de la Place des Victoires, vous pourrez voyager dans notre jungle urbaine. Autre axe de différenciation: le coût. Un séminaire chez nous coûte près de 75 % moins cher qu'un autre organisé à la campagne avec une nuitée. Et deux fois moins cher que d'autres offres d'événements *premium* en ville. À cela, une raison simple: nous considérons que séminaires, *team buildings* ou formations hors les murs ne doivent pas être un luxe réservé aux seuls comités exécutifs des entreprises du CAC 40.

Comet Workplaces et Comet Hospitality sont vos deux autres piliers. De quoi s'agit-il ?

Comet Hospitality nous place comme opérateur dans les grands bâtiments de bureaux de nos clients pour faire bénéficier aux occupants de notre expertise en lieux de réunion *made by* Comet et de la qualité de nos services. Un Comet chez vous, en somme. Quant à l'offre Workplaces, Comet répond aux besoins du bureau qui, de plus en plus, s'émancipe du seul bail rigide 3/6/9 et doit bénéficier d'une offre flexible pour y loger ses équipes jour après jour. Ce nouveau venu de la palette de services Comet a ouvert début 2023 à Bercy. Nous avons désormais atteint les 100 %

d'occupation en proposant l'élément le plus différenciant de tous les acteurs du marché avec suffisamment de salles de réunion et d'espaces événementiels pour pouvoir accueillir toutes ses équipes, quels que soient le jour et les pics liés au télétravail. Et ce, grâce à l'imbrication étroite entre nos produits Workplaces et Meetings.

Quand on vous parle de crise de l'immobilier, que répondez-vous ?

Je réponds qu'elle constitue une réelle opportunité, probablement la plus puissante que l'on ait vécue depuis 30, voire 50 ans. Le monde de l'immobilier de bureau n'a quasiment pas évolué dans le dernier demi-siècle. Or, depuis quelques années, la demande se tourne fortement vers la flexibilité, liée de manière inhérente à l'incapacité des entreprises à se projeter sur plus de trois ans. Pourtant, les propriétaires exigent toujours un engagement sur des baux 3/6/9. Alors comment réajuster cette réalité quand la durée de vie des entreprises a été divisée par trois en quarante ans? Jusqu'ici, le rapport de force était en faveur de ces propriétaires. Depuis la pandémie, il s'est inversé. Ils n'ont (ou n'auront bientôt) plus d'autre choix que de proposer de la flexibilité en complément des baux. C'est là que Comet tire son épingle du jeu.

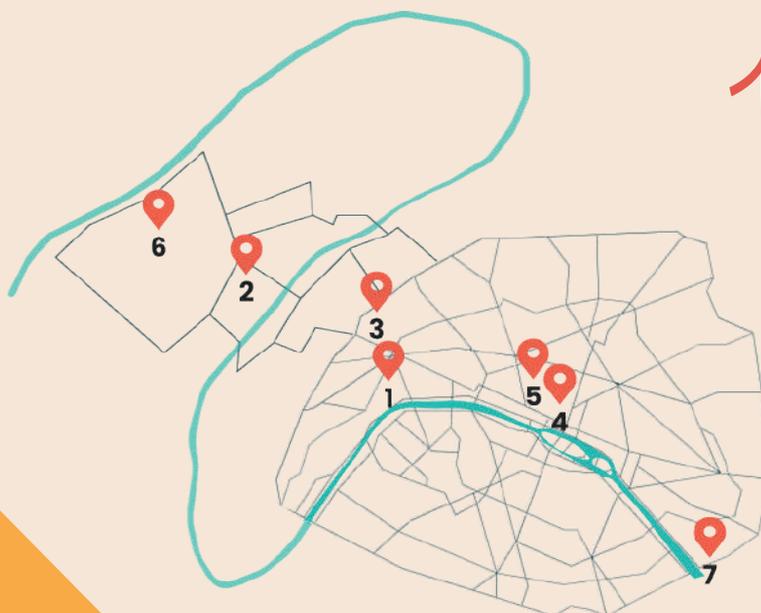
Des projets ?

Dans un contexte où les propriétaires ont du mal à rentabiliser leurs actifs, je crois plus que jamais à la convergence entre ces deux métiers de propriétaire et d'opérateur. Ce qui crée de belles opportunités pour nous.

comet c'est

Plus de **150 espaces différents** pour tous vos **événements corporate** (séminaires, formations, team buildings, soirées d'équipe ...).

- | | | | |
|--|---|--|---|
| 
1 | 
2 | 
3 | 
4 |
|  |  |  |  |
| COMET ÉTOILE
Paris 16 | COMET COEUR DÉFENSE
La Défense 92 | COMET TERNES
Paris 17 | COMET PLACES DES VICTOIRES – Paris 02 |
|  de 1 à 200 |  de 1 à 120 |  de 2 à 150 |  de 2 à 100 |
| | 
5 | 
6 | 
7 |
| Des configurations qui s'adaptent à vos besoins ! |  |  |  |
| | COMET BOURSE
Paris 02 | COMET ARBORETUM
Nanterre 92 | COMET BERCY
Paris 12 |
| |  de 80 à 280 |  de 100 à 500 |  de 2 à 200 |



Oui, Comet c'est **TOUUUUT ça** (et bien plus encore ...)

VÉHICULES UTILITAIRES LÉGERS

L'ÉLECTRIFICATION EN MARCHÉ

Portée par une nouvelle génération de véhicules à l'autonomie enfin acceptable, l'électrification des utilitaires gagne les entreprises mais à petits pas.



Nouveau Renault Master E-Tech electric. La plupart des constructeurs intègrent à leur offre la fourniture de bornes de recharge.

Cette fois-ci, c'est parti! C'est du moins ce que suggère la courbe des ventes de véhicules utilitaires légers (VUL) électriques. En 2023, ils ont représenté 9 % des immatriculations contre moins de 5 % l'année précédente, soit une progression de plus de 89 %. Certes, les chiffres enregistrés par l'Arval Mobility Observatory incitent à relativiser avec moins de 26 000 immatriculations mais la tendance est bien là et elle se confirme en 2024. Malgré un ralentissement global du marché des véhicules d'entreprise: en juin dernier, 11,31 % des nouvelles immatriculations d'utilitaires impliquaient des modèles électriques. « La loi d'orientation des mobilités (LOM) concerne aussi les VUL pour les renouvellements, donc automatiquement les entreprises se posent la question de l'électrification, surtout celles qui ont plus de 80 % d'utilitaires », observe Audrey Martin, consultante au sein de Traxall France, spécialiste de la gestion externalisée des flottes. L'apparition des

zones à faibles émissions mobilité (ZFE-m), malgré quelques annonces contradictoires, a également incité les entreprises à reconsidérer la question de la conversion de leurs flottes de VUL. « Le marché n'est pas mature car il est drivé par les grandes entreprises et les administrations », relativise cependant Pierre Janthial, vice-président de Stellantis France, en charge des véhicules utilitaires légers. Preuve que la tendance est encore fragile au sein des entreprises, les pouvoirs publics ont maintenu un bonus à l'achat, de 3 000 € en 2024, alors qu'il a été supprimé pour les voitures électriques.

UN ÉCART DE TCO QUI SE RÉDUIT

Cet avantage se cumule avec ceux dont bénéficient tous les véhicules électriques d'entreprise: un plafond relevé à 30 000 € pour les amortissements non déductibles (AND), la possibilité d'amortir distinctement la batterie (à condition que son montant apparaisse séparément sur la facture) ou encore un sur-amortissement dont le

taux varie selon le poids du véhicule. Ainsi, un Fiat e-Scudo équipé d'une batterie de 50 kWh bénéficiera de 20 % d'amortissement exceptionnel calculé par rapport à son prix net hors taxe de 41 860 €. Pour une entreprise soumise à l'IS, au taux de 25 %, le gain de fiscalité sera de 2 093 €. Dans le cas d'un grand fourgon, tel que l'Opel Movano Electric, le taux de sur-amortissement passera à 60 %, se traduisant par un avantage fiscal de 7 614 €. Des coups de pouce non négligeables pour rapprocher les TCO des utilitaires électriques de leurs équivalents diesel. « Les véhicules électriques ont moins de remises et sont plus chers, donc l'investissement est plus élevé, ce qui se traduit par un loyer de 30 % à 50 % supérieur à celui d'un modèle thermique, analyse Audrey Martin. Cependant, on peut rattraper cette différence par des avantages fiscaux et par un coût d'usage et d'entretien divisé par deux ou par trois. En coût global, le véhicule électrique n'est plus que de 10 % à 15 % plus cher. » La tendance devrait s'inverser « dans les deux ou trois

ans avec des modèles d'utilitaires qui ont plus d'autonomie », pronostique la consultante de Traxall France.

DES VUL PLUS ATTRACTIFS

Les constructeurs sont déjà en train de négocier ce tournant avec un renouvellement ou un enrichissement de leur offre d'utilitaires électriques en 2024. Chez Stellantis, les quatre marques d'utilitaires du groupe revendiquent « entre 350 et 420 km d'autonomie WLTP et plus de 500 km en ville avec des gros fourgons », affirme Pierre Janthial qui rappelle que ces véhicules ont « quasiment les mêmes charges utiles et tout le champ des possibilités de transformation ». Un avantage propre à cette nouvelle génération de VUL qui a été conçue pour accueillir des packs de batteries sous leur plancher, préservant ainsi l'espace de chargement et des possibilités d'aménagement aussi variés que pour un modèle diesel. Tous les constructeurs automobiles ont investi pour faire progresser leurs utilitaires électriques sans que cela se traduise dans les prix de vente, certes plus élevés que ceux d'un thermique, mais assez stables par rapport à la génération précédente. L'amélioration la plus visible concerne le ratio prix de vente/capacité des batteries qui constituait le point faible, notamment des grands fourgons. Volkswagen en a fait l'expérience avec son e-Crafter de 100 kW (136 ch), tarifé 57 100 € HT pour 115 km d'autonomie, finalement retiré du catalogue. La marque allemande se prépare à revenir en 2025 avec une offre renouvelée. Son nouveau e-Transporter, un fourgon de



L'électrification ne modifie pas le volume utile des VUL grâce à des batteries sous le plancher.

taille moyenne, sera proposé avec pas moins de quatre puissances électriques différentes : 85 kW (116 ch), 100 kW (136 ch), 160 kW (218 ch) et 210 kW (286 ch). Quant aux batteries, de 54 kWh et 83 kWh, elles devraient assurer des autonomies respectives d'au moins 300 et 400 km.

UN PASSAGE PAR LE MULTI-ÉNERGIES

Aucun constructeur ne veut cependant courir le risque de basculer sa gamme existante en 100 % électrique. « Le marché est plus compliqué qu'en VP. Les gammes sont plus vastes. Il est impossible de dire qu'une technologie va en supplanter une autre. Les usages ne sont pas les mêmes, donc nous sommes obligés d'avoir une offre métissée », avance prudemment Fabrice Devanlay, directeur des relations publiques de Ford France et Benelux.

La marque à l'ovale s'est souvent distinguée par son pragmatisme, notamment avec l'adoption des motorisations éthanol-hybrides sur ses VP. Elle applique aujourd'hui cette philosophie à l'électrification des VUL. D'un côté, Ford Pro, développe sa gamme avec plusieurs formats d'utilitaires à batterie : le e-Transit, le e-Transit Custom, qui seront bientôt rejoints par le e-Transit Courier. De l'autre, la marque décline une gamme hybride rechargeable (sur Custom, Connect et le pick-up Ranger) dont les tarifs ont été contenus grâce à une motorisation empruntée au Kuga. Les bonnes ventes de ce SUV à l'échelle mondiale ayant amorti les coûts de développement. « Nous savons que les clients ne peuvent pas basculer immédiatement vers le véhicule électrique, donc nous avons une feuille de route jusqu'en 2035 qui implique des technologies qui se combinent », défend Fabrice Devanlay. Le Connect devient ainsi le seul modèle à être disponible à la fois en diesel, en PHEV et en full electric. Par ailleurs, la marque accompagne ses clients avec le bouquet de services, Ford Pro qui permet de récupérer des données d'utilisation et d'adopter une maintenance prédictive réduisant les temps d'immobilisation des véhicules.

L'EXPÉRIENCE CLIENT AVANT TOUT

Les constructeurs peinent pourtant à faire découvrir les vertus, désormais bien réelles, de leurs utilitaires électriques. Chez Mercedes, le premier eSprinter offrait entre 120 et 170 km d'autonomie ▶



La motorisation électrique s'accommode de toutes les transformations, y compris l'installation de caisses réfrigérées.

► réelle alors qu'il en propose désormais jusqu'à 549 en cycle urbain (WLTP) pour la version dotée d'une batterie de 113 kWh. Il reste également à convaincre les clients de franchir le pas tarifaire puisque le eSprinter se négocie à partir de 58 160 € HT (version 56 kWh), contre 40 985 € en diesel. « *Nous ne voulons pas convertir 100 % de nos clients à l'électrique. Actuellement, nous sommes plutôt sur un client sur dix* », affirme Jean Chabrol, responsable du département ventes flottes utilitaires de Mercedes France. Plutôt que des chiffres, la marque mise sur des expérimentations pour convaincre. Ses modèles de pré-série auraient en effet vérifié les autonomies WLPT. « *Les 400 km sont atteints sur l'autoroute* », témoigne le responsable, même si cette performance est susceptible de varier selon le contexte, la température, le style de conduite... Mercedes cible les clients dont le profil de roulage les rend éligibles à une alternative électrique pour leur proposer un essai qui va au-delà d'un tour de pâté de maisons. « *Nous prêtons le véhicule, une journée à une semaine, pour que les clients l'utilisent en conditions réelles et nous disent ce qu'ils en pensent* », indique Jean Chabrol. Même si les autonomies issues du cycle de test WLTP restent théoriques, les essais routiers (notamment avec la charge habituelle des utilisateurs à l'arrière) permettent de se faire une idée



De gauche à droite

Antoine Maria est directeur général de Maxus France, Jean Chabrol est responsable du département ventes flottes utilitaires de Mercedes France, Pierre Janthial est vice-président de Stellantis France, en charge des véhicules utilitaires légers, et Audrey Martin est consultante au sein de Traxall France.

précise. « *Aujourd'hui nous avons vraiment une alternative face au thermique avec 250 à 440 km d'autonomie* », insiste le responsable ventes flottes utilitaires.

SUS AUX IDÉES PRÉCONÇUES

« *Il y a besoin d'une identification plus pointue des collaborateurs éligibles à un VUL électrique. Pour cela, il faut analyser le détail des usages de ces véhicules* », avertit pour sa part Audrey Martin qui préconise de prendre des véhicules à l'essai et d'utiliser la télématique pour remonter des données. Outre l'autonomie, ces tests doivent clarifier la question de la recharge car chaque arrêt est susceptible de pénaliser la productivité. « *Ce n'est pas qu'une adaptation de la*

car policy, il faut parfois réadapter des zones géographiques de travail », explique la spécialiste qui conseille des entreprises dans l'électrification de leur flotte. Ensuite seulement, il devient possible de faire jouer une concurrence qui existe bel et bien. C'est d'ailleurs le pari de Maxus, une marque chinoise (du groupe SAIC qui possède également MG), débarquée en novembre dernier avec une gamme tout électrique, au rapport prix/prestations bien positionné. « *Nous proposons quatre fourgons et deux pick-up qui répondent en partie à des besoins qui ne sont pas adressés par nos clients ni nos collègues* », plaide Antoine Maria, directeur général de Maxus France. Son fourgon « e-Deliver 7 », par exemple, affiche 542 km d'autonomie en cycle urbain et un tarif de 41 990 €. La marque est cependant attendue sur l'après-vente par les entreprises. « *Nous avons pris le temps de créer des stocks de pièces avec deux entrepôts, en France et en Pologne* », rassure Antoine Maria. En outre, la marque développe un réseau en s'appuyant sur des distributeurs reconnus (Jean Lain, Tressol Chabrier, Mary...). Elle totalise actuellement 30 points de vente et en espère 40 de plus à la fin de l'année. Certes, c'est encore peu face aux réseaux des marques « historiques » mais sur un marché dominé par des TPE-PME, l'outsider peut tirer son épingle du jeu localement. Maxus fait également valoir un référencement par la plupart des loueurs. Ce qui devrait contribuer à rendre mature ce marché des utilitaires électriques. De quoi faire jouer enfin à plein la concurrence, peut-on espérer pour 2025.

Top 10 des véhicules utilitaires légers électriques (hors véhicules fiscaux) les plus vendus en entreprise (tous segments) à la fin juin 2024

Rang	Marque	Modèle Étude	Énergie	Volume
1	RENAULT	KANGOO III	Électrique	2 498
2	PEUGEOT	E-PARTNER	Électrique	1 228
3	FORD	TRANSIT 2T	Électrique	601
4	CITROËN	E-BERLINGO	Électrique	561
5	VOLKSWAGEN	ID.BUZZ	Électrique	534
6	CITROËN	JUMPY	Électrique	451
7	PEUGEOT	EXPERT	Électrique	376
8	RENAULT	MASTER	Électrique	332
9	GOUPIL	G4	Électrique	324
10	MERCEDES	E-SPRINTER	Électrique	192

Sources : AAA Date - Retraitement Arval Mobility Observatory

NOUVEAU RENAULT MASTER E-TECH 100% ELECTRIQUE



jusqu'à 460 km d'autonomie⁽¹⁾
meilleure charge utile de sa catégorie : jusqu'à 1 625 kg⁽²⁾

existe aussi en motorisation diesel



assemblé en France dans notre manufacture de Batilly

(1) pour la version fourgon L2H2 e-tech 100% électrique 4t grande autonomie, selon norme wltc, cycle mixte. (2) pour la version fourgon L2H2 e-tech 100% électrique 4t grande autonomie, dans la catégorie grands vans, en Europe, étude Renault du 27/10/23. consommations mixtes min/max (kwh/100 km)*: 21,5/28. émissions co₂ (g/km)*: 0. *selon norme wltc. © p. mclean professionnels.renault.fr

Renault Pro+



VÉHICULES UTILITAIRES ÉLECTRIQUES PRESQUE L'EMBARRAS DU CHOIX

Après avoir électrifié quelques modèles dans leurs gammes d'utilitaires, les constructeurs passent à la vitesse supérieure en démultipliant leur offre. Il existe désormais un utilitaire à batteries pour chaque segment, voire chaque usage professionnel. En prime, ces nouveaux véhicules ont été développés à partir de châssis conçus pour recevoir des batteries. Lesquelles deviennent également plus performantes.



MAXUS E-DELIVER7 : UN FOURGON PLEIN D'AMBITION

Parmi les fourgons de taille intermédiaire, Maxus entend se faire une place avec son nouveau eDeliver7. La marque chinoise (groupe SAIC Motor), spécialiste de l'utilitaire électrique, vient titiller les constructeurs historiques avec un véhicule au design soigné et au rapport qualité/prix compétitif. Doté d'une batterie de 88 kWh (il existe également en 77 kWh), il s'affiche à 44 990 HT. Ses 150 kW (204 ch) de puissance et 330 Nm de couple le posent en alternative, tout comme son autonomie (WLTP) culminant à 370 km, voire 542 km en cycle urbain. Les technologies embarquées en série sont pléthoriques mais l'ergonomie de la dalle tactile pêche encore.



MERCEDES E-SPRINTER : LE KAISER DÉFEND SA COURONNE

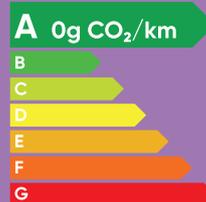
Le grand fourgon de Mercedes s'emploie à convaincre ceux qui ne jurent que par la version diesel en leur proposant deux niveaux de puissance électriques (100 et 150 kW) et trois capacités de batterie : 56 kWh (pour un usage urbain), 81 kWh (qui devrait capter le plus de ventes) et 113 kWh (pour bénéficier de 440 d'autonomie WLTP). Leurs tarifs (HT) débutent respectivement à 58 160 €, 67 467 € et 87 268 €. D'ici à 2025, Mercedes proposera, cet automne, des versions châssis aux multiples déclinaisons (bennes, plateau...). Parmi les atouts du eSprinter, son confort, ses finitions, son système multimédia (MBUX), qui l'apparentent aux voitures à l'étoile.



FORD E-TRANSIT CUSTOM : COMPACT MAIS GÉNÉREUX

Ford poursuit l'électrification de sa gamme. C'est désormais au Transit Custom de s'alimenter par une batterie de 64 kWh, associée à plusieurs niveaux de puissance : 100 kW (136 ch), 160 kW (218 ch) et même 210 kW (282 ch) dans une version MS-RT aux performances olympiques. L'autonomie atteint 337 km (WLTP) et la capacité de charge se distingue avec 2 300 kg. En version L2H1 (à partir de 47 430 € HT), le volume utile représente 6,8 m³ et la charge transportable avoisine une tonne. On appréciera également le comportement routier, le rayon de braquage, ainsi que la connectivité et les services Ford Pro qui optimisent la productivité.

542KM
EN VILLE SANS RECHARGE



**VOTRE NOUVEL
UTILITAIRE**

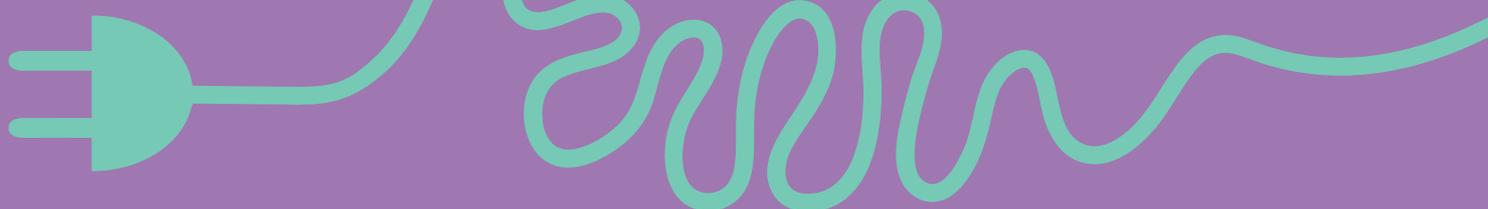


MAXUS

**VA FAIRE DES HORAIRES
A RALLONGE**

E-DELIVER 7

**1^{ER} UTILITAIRE,
DANS SA CATÉGORIE,
À PLUS DE 500KM
WLTP D'AUTONOMIE**



MAXUS

Le nouveau courant de l'utilitaire.

maxusmotors.fr

Pensez à covoiturer #SeDéplacerMoinsPolluer



CITROËN È-BERLINGO : DU CONFORT ET DU STYLE

Dans la version 2024, le ë-Berlingo (à partir de 36 850 € TTC) adopte les nouveaux codes stylistiques des chevrons, plus affirmés. Le moteur électrique offre toujours une puissance de 100 kW (136 ch) mais sa batterie LFP de 50,8 kWh constitue une nouveauté. En cycle mixte (WLTP), elle offre jusqu'à 345 km de rayon d'action. Ce Berlingo électrique se distingue également par sa charge utile généreuse (781 kg), ses palettes de régénération et ses sièges « Advanced Comfort » qui apportent un plus par rapport à ses concurrents. En revanche, le chargeur interne de 7,4 kW, un peu juste, justifiera l'option du 11 kW triphasé pour recharger en 5 heures (contre 7 h 30).



PEUGEOT E-BOXER : IL « DÉMÉNAGE » SANS S'ESOUFFLER

Chez Peugeot, la nouvelle génération du Boxer électrique a mangé du lion en embarquant un moteur de 200 kW (270 ch) qui développe un couple de 400 Nm. L'agrément de conduite perdure même lorsque les 13 à 17 m³ de volume utile sont exploités. Ce grand fourgon surprend par son autonomie, enfin convaincante, puisque la batterie de 110 kWh permet de parcourir jusqu'à 420 km (WLTP), selon les versions. Une pompe à chaleur ainsi que des palettes au volant, pour cranter la régénération d'énergie au freinage, optimisent les consommations. Quant au tarif, il ne se montre pas non plus trop gourmand (à partir de 56 400 HT).



VOLKSWAGEN ID. BUZZ CARGO : LE VUL ÉLECTRIQUE VIP

En attendant le retour du Transporter, en 2025, l'ID. Buzz Cargo porte haut les couleurs de VW sur le marché du VUL électrique. S'il partage sa plateforme avec la version VP, c'est bien le « Cargo », facturé 52 350 € HT, qui tire les ventes (55 % en 2023). Ce véhicule, au design inspiré du fameux « Combi », ne fait pas de la figuration : ses 210 kW (286 ch) et 560 Nm de couple en font un livreur dynamique. La batterie de 79 kWh autorisant une autonomie (WLTP) de 448 km. Ses 3,9 m³ utiles accueillent jusqu'à deux Euro-palettes et 650 kg. Les entreprises en quête d'une navette, pourront, quant à elles, se procurer un ID. Buzz à 7 places, à partir du mois d'octobre.



NISSAN TOWNSTAR EV L2 : L'URBAIN AUX MULTIPLES FACETTES

Pionnier en son temps, le e-NV 200 a trouvé un digne successeur avec le Townstar EV L2. Sa longueur de chargement peut atteindre près de 3,55 m et son volume jusqu'à 4,9 m³ en faisant pivoter la cloison. Une porte latérale coulissante élargie facilite le chargement. Côté traction, le moteur électrique de 90 kW (122 ch), associé à une batterie de 45 kWh, offre jusqu'à 390 km d'autonomie (WLTP) en ville (ou 274 km en cycle mixte). Sur cette version longue, Nissan intègre de série un chargeur de 22 kW pour refaire le plein d'électrons en 2 h 25. L'option combo CSS (80 kW) réduit cette durée d'une heure. Les tarifs débutent à 33 500 € HT.

RENAULT MASTER E-TECH ELECTRIC IL EST PRÊT À TOUT

Succédant à une génération aux performances trop justes, le nouveau Master électrique, mû par une batterie de 87 kWh, a gagné une polyvalence, ce qui en fait une alternative au diesel.

Dans sa version 2024, le Master E-Tech Electric L2H2 tranche avec le modèle auquel il succède. Visuellement d'abord, avec une calandre au style plus affirmé avec son capot surélevé, qui rappelle un peu la cabine d'un poids lourd. Techniquement ensuite, la configuration qui était unique auparavant (76 ch et 52 kWh de batterie) cède la place à une alternative adaptée à différents usages. Une motorisation de 40 kWh (200 km d'autonomie) se destine à une utilisation urbaine pour des trajets captifs. L'autre version, forte de 87 kWh, permet de prendre la clé des champs, y compris par l'autoroute (avec une vitesse maxi de 120 km/h). L'autonomie WLTP tutoie les 460 km, grâce à un travail de conception en soufflerie. Les aérodynamiciens sont parvenus à réduire la traînée de 20 %, ce qui vaut à ce Master l'appellation d'« Aerovan ». Quant à la consommation électrique, elle en profite pour diminuer de 27 %. Par ailleurs, le châssis a été conçu pour accueillir des batteries, ce qui garantit un volume et un seuil de chargement équivalents à ceux des versions diesel, qui subsistent au catalogue.

À bord de cette troisième génération, le Master progresse également avec l'apparition d'un tableau de bord numérique, flanqué d'un écran central de 10 pouces qui donne accès au système multimédia OpenR link, issue de Google, dont les mérites sont reconnus sur les voitures au losange. On se félicitera, en prime, de la présence d'un bouton qui écarte les alertes intempestives (surtout lors d'une tournée) provenant d'aides à la conduite devenues obligatoires. Quant à la qualité perçue, elle s'améliore même s'il subsiste quelques plastiques durs. En revanche, on déplorera un pédalier décalé sur la droite, qui contraint quelque peu la position de conduite.

Au volant, les 105 kW (140 ch) de puissance et les 300 Nm de couple permettent d'envisager tous types de trajet, y compris à pleine charge. De quoi exploiter, sans arrière-pensée, les 1625 kg de charge utile et les 10,8 m³ de volume du compartiment arrière. On y trouvera également une E-Tech Box, capable d'alimenter des équipements électroportatifs (jusqu'à 3500 W). Quant à la recharge, à une puissance maximale de 130 kW, elle permet de récupérer 229 km d'autonomie en 30 minutes.

JEAN-PHILIPPE ARROUET

On aime :

- Son dynamisme
- Ses équipements
- Sa luminosité et son espace à bord

On aime moins :

- Ses suspensions
- L'ergonomie de son interface
- L'absence d'une commande de régénération



FICHE TECHNIQUE

Renault Master E-Tech Electric L2H2 grande autonomie

- Moteur électrique : électrique asynchrone de 105 kW (140 ch)
- Couple : 300 Nm
- Transmission : traction
- Capacité batterie : 87 kWh
- Vitesse maxi : 120 km/h
- Consommation (WLTP) : 21,7 kWh/100 km
- Autonomie (WLTP) : 460 km
- L x l x h : 5 680 x 2 081 x 2 503 mm
- Volume de chargement : 10,8 m³
- Longueur de chargement : 3 170 mm
- Poids : 2 366 kg
- Prix : 59 500 HT (hors bonus de 3 000 €)



ART DE VIVRE

Prolonger l'été

La rentrée est bel et bien là. Celle-ci n'a pas à être déprimante. Au contraire. Pourquoi ne pas prolonger les moments de farniente? Que ce soit en s'attablant à une bonne terrasse, en s'offrant une partie de padel dans un palace parisien ou en prenant la poudre d'escampette dans un hôtel au somptueux décor... Les moyens de s'aérer l'esprit ne manquent pas. Pour ceux qui voudraient voyager sans sortir de leur fauteuil, *Décideurs* propose une sélection de livres pour s'évader à moindres frais.

78 BONNES NOUVELLES

80 ÉVASION
Pour une rentrée
sous le (grand) soleil

82 À VOS POIGNETS
Shopping, pas toujours
au centre

Laureato,
la belle cinquantaine

84 JOAILLERIE

Trois questions à...
Karl-Friedrich Scheufele,
Vice-président de Chopard

À tous les doigts

Gros plan, les joailliers
au sommet de leur art

87 TOUR DE TABLES
En terrasse

88 AU VOLANT
Le nouveau Peugeot E-5008

90 MARQUE-PAGE
Les livres du mois

BONNES NOUVELLES

LA TABLE DES CHEFS, LA-HAUT DANS LES ÉTOILES

Installée au sein de l'ancien hôtel particulier de la maison Mumm à Reims, La Table des chefs accueille jusqu'à début novembre son premier résident international, le Japonais Hideaki Sato, habituellement aux commandes du triple étoilé Michelin « Ta Vie » à Hongkong. En parfaite symbiose avec la haute gastronomie nipponne et les grandes traditions françaises, Sato propose à la table champenoise un menu en 4 ou 6 séquences tout en finesse et très riches saveurs. À la carte, une huître pochée, sauce au beurre blanc et caviar osciètre, une langoustine poêlée aux girolles et bulots, un pigeon grillé à l'huile de sésame et truffe d'été... Un moment de pure exception, accompagné d'accords mets vins de tout premier ordre avec des cuvées millésimées RSRV. Le lundi midi et du jeudi au samedi midi et soir. Sur réservation. www.mumm.com/fr-fr/la-table-des-chefs-mumm



MAISON HENNESSY DÉVOILE SON ATELIER

Saviez-vous qu'Hennessy est la seule maison de cognac à fabriquer encore ses fûts? Dans le cadre des Journées européennes du patrimoine organisées les 21 et 22 septembre, l'Atelier de tonnellerie à Cognac ouvrira ses portes au public. L'occasion de découvrir l'exposition « Laisser au temps... » en hommage aux 300 ans de son fondateur Richard Hennessy. Un cabinet de curiosités est notamment à découvrir présentant tout l'univers de ce négociant irlandais qui a choisi la cité charentaise pour installer son illustre entreprise. hennessy.com



HERBELIN, UNE PLONGÉE DANS LES SEVENTIES

Emblématique de la maison Herbelin, la collection Cap Camarat tire son nom d'un cap situé au sud de la presqu'île de Saint-Tropez. Inspirée des créations de la marque dans les années soixante-dix, une nouvelle pièce vient enrichir la série: une montre de plongée automatique, étanche à 200 mètres, au look néovintage aussi sportif qu'urbain. Disponible en acier inoxydable, le boîtier est décliné en une version DLC (Diamond-Like Carbon) dotée de propriétés proches de celles du diamant et résistante aux rayures. Quant aux aiguilles, elles sont recouvertes d'une matière lumineuse et les quinze premières minutes sont soulignées en orange pour une parfaite lisibilité. herbelin.com



LADURÉE, RETOUR À LA BELLE ÉPOQUE

En 1862, rue Royale, un certain Louis-Ernest Ladurée ouvre sa première boulangerie qu'il transforme, neuf ans plus tard, en une très chic pâtisserie aux murs vert céladon décorés de boiseries et de fresques. Plus tard, sa belle-fille Jeanne Souchard créera ici l'un des premiers salons de thé, avant que les fameux macarons n'y fassent leur apparition. Après une longue rénovation, la boutique historique de Ladurée vient de rouvrir ses portes, dans une ambiance superbement réinventée par la célèbre décoratrice d'intérieur Cordelia de Castellane. Celle-ci a puisé son inspiration dans l'univers des boulangeries-pâtisseries de la Belle Époque, contribuant à faire de cette adresse emblématique une sorte de bulle plus que jamais hors du temps, toujours plus élégante et raffinée. Maison Ladurée, 16, rue Royale 75008 Paris. www.laduree.fr



©Matthieu Salvaing

FLORASIS & SAMARITAINE, ART, NATURE ET TRADITIONS

Fondée en 2017, Florasis propose des cosmétiques inspirés du maquillage traditionnel chinois. Son credo? Offrir un parfait équilibre entre art, nature et science, grâce à son approche innovante de la formulation des produits incorporant essences et extraits de fleurs utilisés dans les recettes ancestrales. La conception des emballages n'est pas en reste. Il en résulte des objets exceptionnels avec des rouges à lèvres et des palettes de maquillage gravés de bas-reliefs présentés dans des packagings magnifiés, inspirés de l'orfèvrerie. Ces temps-ci, Florasis propose une collection « Nomadic Glam », vendue en exclusivité à La Samaritaine. www.florasis.com/www.dfs.com/fr/samaritaine



UNE PARTIE DE PADEL AU PALACE

L'expérience est inédite: pour la première fois, un hôtel parisien déploie une piste éphémère de padel. À partir du 16 septembre et jusqu'au 4 novembre, au cœur du jardin de l'hôtel du Collectionneur, niché rue de Courcelles. Clientèle de passage et Parisiens pourront s'offrir une partie. Des coaches qualifiés seront même disponibles pour former les néophytes. Et pour parfaire l'expérience, le spa du Collectionneur proposera des soins spécifiquement adaptés à ce sport. Attention: la piste n'est accessible que sur réservation. www.hotelducollectionneur.com



BANG & OLUFSEN ET RIVA, LE MEILLEUR DU SON À TRIBORD

D'un côté, l'entreprise leader de l'audio de luxe, de l'autre, l'icône italienne du yachting qui, depuis 1842, se pose à l'avant-garde de la navigation de plaisance ultrapremium. Synonymes d'un artisanat d'excellence et de performances hors norme, les deux marques viennent de s'associer pour proposer des produits audio exclusifs qui révolutionnent l'acoustique à bord d'un bateau. Ceux-ci seront dévoilés à l'occasion de la saison des salons nautiques en septembre. bang-olufsen.com/en/campaign/riva



ENCHÈRES

ÇA SE PASSE EN SEPTEMBRE

Images du labyrinthe, l'atelier surréaliste - Carte blanche à Audrey Guttman

DU 12 SEPTEMBRE AU 2 OCTOBRE

Pour célébrer le 100^e anniversaire de la publication du *Manifeste du surréalisme* d'André Breton, Christie's organise une série d'événements parmi lesquels cette carte blanche à Audrey Guttman qui a conçu la scénographie de l'exposition/vente privée « Images du labyrinthe, l'atelier surréaliste ». Des œuvres emblématiques du surréalisme dialoguent avec ses propres créations. Dessins, objets, manuscrits, sculptures issus de collections privées y seront aussi proposés. www.christies.com

Collection Paul et Jacqueline Duchain, Le théâtre de l'imaginaire

LE 24 SEPTEMBRE

Autre événement venant célébrer le surréalisme, cette grande vente parisienne (précédée d'une exposition du 18 au 24 septembre) rassemble 200 œuvres réunies par ce couple de collectionneurs. Au catalogue, Max Ernst, André Breton, Salvador Dalí, Victor Brauner et Man Ray notamment. www.christies.com

Les Univers du Ritz Paris

DU 25 AU 27 SEPTEMBRE

Des plateaux Christofle du début du XX^e siècle, aux batteries de cuisine, en passant par les verres en cristal siglés du blason de l'hôtel jusqu'aux services « Platine » et « Impérial » créés par Haviland pour la réouverture du palace en 2016... C'est plus de 125 ans d'histoire et de légendes qui défilent lors de la vente « Les Univers du Ritz Paris » proposée par Artcurial. Au total, près de 1 500 objets y seront mis aux enchères, avec notamment une grande banquette capitonnée directement venue du Bar Hemingway. À noter qu'une sélection de ces pièces sera exposée dans les salons de l'Hôtel Marcel Dassault les 21, 23 et 24 septembre. www.artcurial.com

Albums de prestige d'Hergé

LE 11 OCTOBRE

Issue de la collection de Felipe Ortiz-Patiño, cette belle vente organisée à Paris par Tajan devrait rassembler de très nombreux collectionneurs, tous fans de Tintin et Milou. www.tajan.com/fr

POUR UNE RENTRÉE SOUS LE (GRAND) SOLEIL

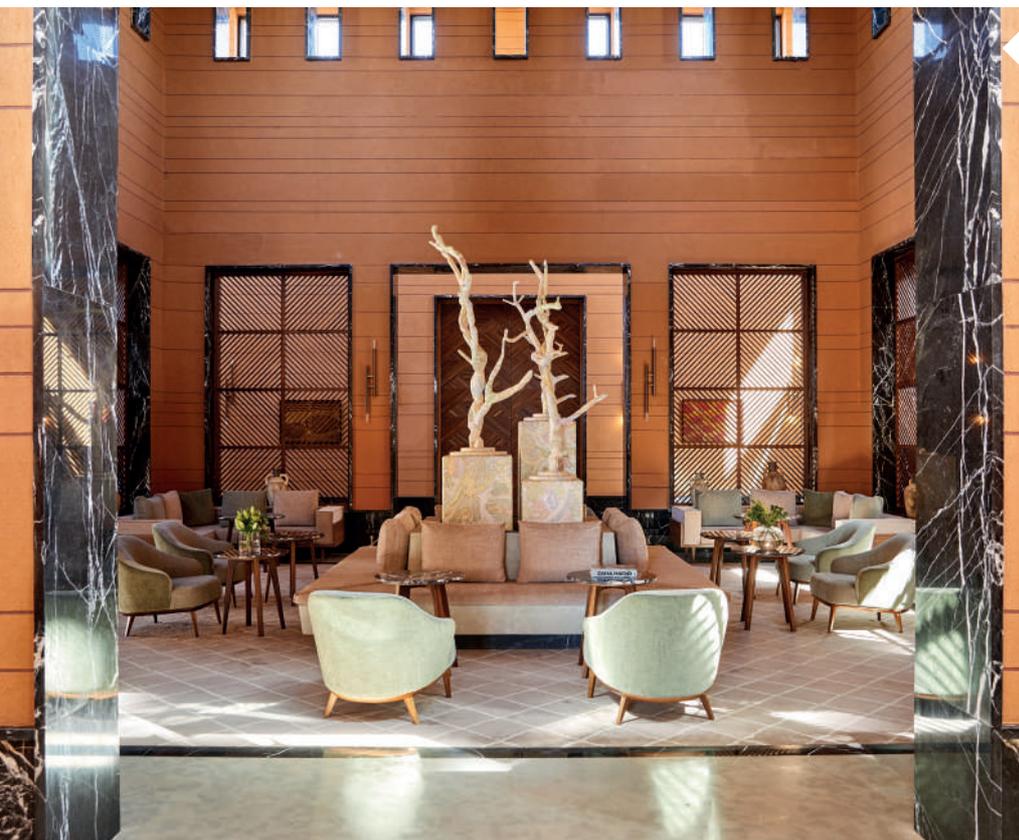
Parce que cette année l'été a tardé à venir, autant le prolonger! Ces destinations aussi dépayssantes que luxueuses devraient vous garantir lumière et douceurs...

Laurent Fialaix

UN PETIT-DÉJEUNER AU-DESSUS DE L'ATLAS

Depuis cet été, Park Hyatt propose sa toute première adresse au Maroc, le Park Hyatt Marrakech situé à une dizaine de kilomètres du centre historique et de sa fameuse médina. Là, au pied de l'Atlas, dans un complexe de 7,5 hectares vous séjournerez à côté du magnifique Al Maaden Golf Resort et de son parcours 18 trous. Dans un esprit inspiré de l'héritage arabo-berbère combiné au luxe contemporain, vous trouverez seize pavillons bâtis autour d'un patio central, et savourerez, entre autres, la cuisine avant-gardiste du célèbre chef marocain Issam Rhachi à la table de la brasserie Tfaya. Bien sûr, vous vous détendrez au spa qui propose des produits Sodashi, une marque fabriquée à la main en Australie à partir d'ingrédients naturels parmi les plus purs, mais aussi Nectarome, née des traditions marocaines de soins avec des produits issus de l'aromathérapie et de la phytothérapie. Salle de fitness, studio de yoga et deux piscines sont également à disposition. Sans compter les multiples expériences proposées. Notre préférée? Le petit-déjeuner en montgolfière au-dessus de l'Atlas.

www.hyatt.com





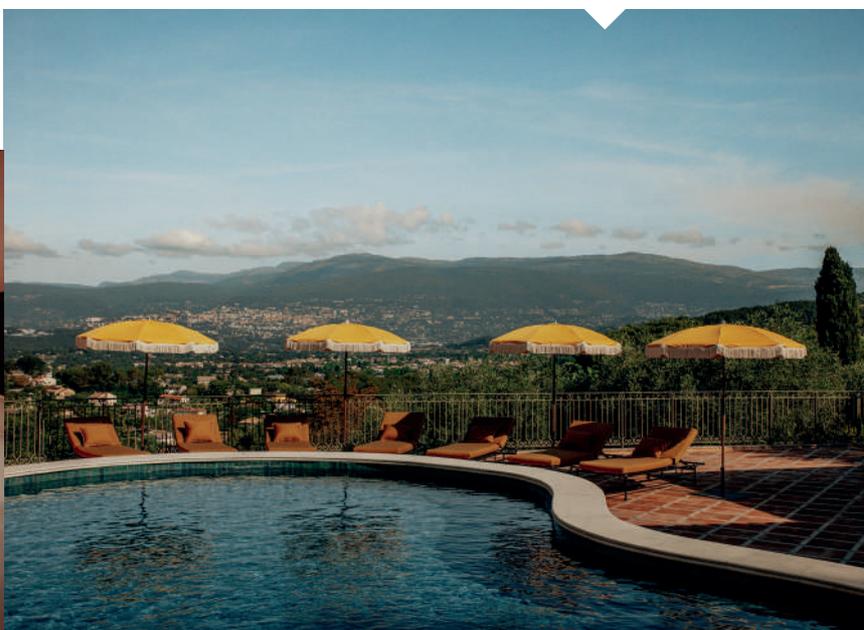
UN PARADIS ENTRE GALICE ET ASTURIES

Cap sur les paisibles Asturies, une région du nord-ouest de l'Espagne encore préservée du tourisme de masse. Pendant des décennies, face à la mer Cantabrique – au sud du golfe de Gascogne et à la frontière entre Asturies et Galice – la vieille propriété familiale Palacio de Figueras fut laissée à l'abandon. En 2022, après onze longues années de rénovation dans le plus grand respect de ce bâtiment historique, le lieu est rouvert au public. Depuis, ce domaine, entièrement privatizable, promet l'exception en tous points. Onze magnifiques chambres réparties sur deux étages accueillent groupes d'amis ou familles, dont deux suites avec la Don Pelayo (100 m²) et la Reina Gaudiosa (70 m²). À l'extérieur, on adore les superbes jardins paysagers en terrasses avec vue sur la côte. Appréciable aussi, l'accès privé et direct au petit port de pêche voisin. Sans oublier, évidemment, les espaces de restauration et la piscine chauffée. Un véritable jardin d'Eden. vestigecollection.com/palacio-de-figueras

LUXE ET NATURE SUR LES HAUTEURS DE MOUGINS

Dans le légendaire et très artistique village de Mougins, partez sur les traces de Paul Éluard, Jean Cocteau, Fernand Léger, Christian Dior qui, tous, y résidèrent, tout comme Pablo Picasso, jusqu'à sa mort en 1973. Repris par l'entrepreneur Jean-Philippe Cartier et la famille Courtin-Clarins, entièrement rénové et réimaginé par le designer franco-mexicain Hugo Toro, l'emblématique Mas Candille a rouvert ses portes depuis peu. Pour y accéder, rien de plus simple : face aux collines de Grasse et au plateau de Caussols, montez jusqu'au sommet pour trouver l'entrée avant de redescendre jusqu'à la Bastide et ses 21 chambres. Vous apercevrez ensuite le spa Clarins et sa piscine, tout près d'un premier restaurant. Poursuivez votre descente, et vous découvrirez l'orangerie où, sous une verrière ombragée, peuvent se tenir les séminaires d'entreprise. Puis, gardée par les cyprès, la bâtisse historique du Mas et ses 19 chambres ainsi que le bar et le restaurant gastronomique La Table des Pins.

www.masandille.com



SHOPPING

PAS TOUJOURS AU CENTRE

Si la majorité des montres affichent le temps qui passe au travers d'aiguilles tournant autour d'un axe situé au centre du cadran, d'autres jouent la carte de l'originalité. On parle de garde-temps à affichage décentré, offrant un effet de style réussi et une nouvelle architecture de cadran qui positionnent les aiguilles des heures et minutes, parfois des secondes, sur une sorte de cadran auxiliaire.

Par Hervé Borne



F.P. Journe

L'Automatique en platine, 40 mm de diamètre, mouvement automatique avec petite seconde, indicateur de réserve de marche et date par guichet, bracelet en cuir.
Prix sur demande.



Hamilton

American Classic en titane PVD noir, 49 x 52 mm, mouvement automatique pour les heures, minutes et secondes et mouvements à quartz pour les deux fuseaux horaires supplémentaires, bracelet en tissu.
3 515 €.



Glashütte Original

PanoMaticLunar en acier, 40 mm de diamètre, mouvement automatique avec petite seconde, indicateur des phases de Lune et date par guichet, bracelet en cuir.
11 900 €.



Piaget

Altiplano en or blanc sertie de diamants et de saphirs, 41 mm de diamètre, mouvement extra-plat à remontage manuel avec tourbillon volant, bracelet en cuir.
Prix sur demande.



Bovet

Recital 12 en titane, 40 mm de diamètre, mouvement squelette à remontage manuel, bracelet en titane.
Prix sur demande.



A. Lange & Söhne

Lange 1 en or gris, 38,5 mm de diamètre, mouvement à remontage manuel avec petite seconde, indicateur de réserve de marche et date par guichet, bracelet en cuir.
Prix sur demande.

LAUREATO

LA BELLE CINQUANTAINE

À la veille de souffler ses 50 bougies, la Laureato lancée par Girard Perregaux en 1975, affiche une jeunesse éternelle et reste une des plus séduisantes montres sport chic du marché.

Par Hervé Borne

Dès l'année de son lancement, en 1975, la Laureato sort du lot. Son bracelet intégré et sa lunette octogonale lui ouvrent les portes du monde merveilleux des montres à la fois sportives et élégantes. Son design audacieux, doté d'une esthétique intemporelle et d'une fonctionnalité impressionnante, profite de la richesse créative de l'époque. Si la première version en acier et or est baptisée « Chronomètre à quartz », ce sont les collectionneurs qui la surnomment Laureato, le « diplômé » en italien, au vu du succès immédiat qu'elle remporte. Un surnom qui deviendra un nom puisque la manufacture l'adopte officiellement. Le premier calibre qui anime la Laureato est un mouvement à quartz certifié chronomètre par les services du Contrôle officiel suisse des chronomètres (COSC). Au fil du temps, son design évolue, tout en conservant l'essence du modèle original, une lunette octogonale qui repose sur un anneau circulaire, lui-même placé au-dessus d'un boîtier angulaire de forme tonneau, avec un bracelet intégré qui épouse ergonomiquement le poignet.

Un héritage assumé

En 1984, Girard-Perregaux introduit la deuxième génération de la Laureato avec le lancement des « Equations », marquant le début des complications calendaires sur cette collection avec une double phase de Lune. Il faudra attendre 1995 pour découvrir la troisième génération de Laureato, cette fois équipée d'un calibre automatique ultra-plat. Aujourd'hui, la famille Laureato ne cesse de s'agrandir avec des modèles mécaniques ou à quartz, différents diamètres, de 34, 38, 42 et 44 mm, une ligne plus sportive, la « EVO3 », une autre plus contemporaine, avec l'« Absolute », des bracelets en caoutchouc intégré, l'utilisation de matériaux high-tech et enfin l'exploration de nouvelles complications, chronographes, squelettisation des calibres... La Laureato conserve sa place de choix parmi les plus belles montres sport chic, s'imposant depuis près d'un demi-siècle comme une merveilleuse ambassadrice du talent créatif et du savoir-faire horloger de la manufacture Girard-Perregaux.



La Laureato seconde génération présentée en 1984, ouvrant la voie aux complications avec ici un indicateur des phases de Lune.



Chronographe Laureato Ti49 en titane, 42 mm de diamètre, mouvement automatique avec date par guichet, bracelet en titane. *Prix sur demande.*



Laureato Absolute Light & Shade en verre saphir et titane, 44 mm de diamètre, mouvement squelette automatique, bracelet en caoutchouc. *Prix sur demande.*



Laureato en acier, lunette sertie de diamants, 38 mm de diamètre, mouvement automatique avec date par guichet, bracelet en acier. *Prix sur demande.*



La Laureato telle qu'elle se présentait lors de son lancement en 1975, en or et acier et animée d'un calibre à quartz.



Trois questions à...

Karl-Friedrich Scheufele,
Vice-président de Chopard

Karl-Friedrich Scheufele, vice-président de Chopard, l'un des rares groupes horlogers et joailliers indépendants, est aussi un de ces chefs d'entreprise qui cultivent depuis toujours son goût pour le beau et le bon, au point d'en faire son second métier. Après avoir créé La Galerie des arts du vin qui propose de grands crus de Bordeaux à la vente sur catalogue, lancé le Caveau de Bacchus, une enseigne spécialisée dans la vente de vins à Genève, Gland et Gstaad, et ouvert un bar à vins, Chez Bacchus, sis à Genève, cet hédoniste devient vigneron et fait l'acquisition du Château Monestier La Tour. Un magnifique domaine situé sur une petite colline protégée en plein cœur du Périgord, non loin de Saint-Émilion. Il nous parle de cette belle aventure.

Décideurs. Comment avez-vous découvert le Château Monestier La Tour?

Karl-Friedrich Scheufele. Je suis un grand amateur de vin, ma femme et moi avons exploré plusieurs régions en France avant de tomber sous le charme de Monestier et de son château. Un jour, par des amis qui connaissaient notre projet, nous avons été informés qu'une belle propriété était en vente en Dordogne. Il nous a suffi de deux visites pour nous décider. Pourtant, nous n'avions pas vraiment pensé à cette région et notre équipe à Genève n'était pas convaincue en apprenant notre acquisition. Ils auraient préféré une appellation plus réputée telle que Bordeaux ou Bourgogne, mais nous avons eu un véritable coup de cœur.

Combien de temps aura été nécessaire pour la restauration du domaine dans son ensemble?

Après l'acquisition du domaine en 2012, nous avons effectivement investi beaucoup de temps, et pas mal de moyens, pour amener le vignoble au stade actuel. Nous avons par exemple construit de nouveaux bâtiments d'exploitation, un cuvier, un chai à barriques et une tisanerie, qui ont été achevés en 2016, et nous sommes passés en biodynamie avec une certification bio en 2018. Pendant dix ans, nous avons avancé de façon réfléchie. D'ailleurs, le choix de la biodynamie est l'une de mes plus grandes fiertés. D'abord parce que les ressources de la nature doivent être utilisées avec précaution, et ensuite parce qu'un vin n'a pas besoin de chimie pour être bon.

Buvez-vous du vin à chaque repas?

Non, mais nous ne manquons aucune occasion d'en déguster entourés de la famille, de nos amis ou d'autres passionnés. Le vin appelle avant tout au partage.





Dior Joaillerie
Bague Bois de Rose
en or blanc sertie de diamants.
11 200 €.



Tiffany & Co
Bague Tiffany Lock en or rose
et or blanc sertie de diamants.
9 500 €.



Tasaki
Bague Shell en or jaune
et perles Akoya.
5 020 €.

À TOUS LES DOIGTS

On en parle comme des bagues « doubles » ou à « deux doigts » ou encore « entre les doigts »... Peu importe leur nom, l'important c'est qu'elles offrent un nouveau porté et habillent merveilleusement les mains.



Messika Paris
Bague So Move en or rose
sertie de diamants.
12 500 €.



Van Cleef & Arpels
Bague Lotus Quatre fleurs
en or blanc sertie de diamants.
Prix sur demande.

Hervé Borne



Cartier
Bague Sixième Sens en or gris, cristal de roche
et onyx sertie de diamants et d'émeraudes.
Prix sur demande.



Pasquale Bruni
Bague Giardini Segreti double fleur en or blanc et or
rose sertie de diamants blancs et de diamants noirs.
Prix sur demande.



Mio Harutaka
Bague PianoForte en or blanc
et onyx sertie de diamants.
Prix sur demande.

GROS PLAN

LES JOAILLIERS AU SOMMET DE LEUR ART

À l'occasion de la semaine de la haute couture, qui s'est tenue du 24 au 27 juin dernier à Paris, le nec plus ultra de la haute joaillerie a présenté ses nouvelles collections. Morceaux choisis avec quatre créations d'exception à couper le souffle.

Par Hervé Borne



Collier White Midnight Sun, Messika Paris

Pièce maîtresse du second volet de la collection de haute joaillerie White Midnight Sun signée Messika Paris, ce collier en or blanc est serti de plus de 2 400 diamants blancs minutieusement orchestrés en serti neige. Au centre, vient se lover un magnifique diamant taille poire de 3,55 carats dans un chaton en or jaune. De quoi offrir une subtile nuance solaire au cœur de cette création immaculée, mais aussi la démonstration réussie de la parfaite maîtrise du travail de la lumière et des volumes.



Bracelet Red Carpet, Chopard

Parmi les 77 pièces créées par Caroline Scheufele à l'occasion du Festival de Cannes, dont Chopard est partenaire depuis 1998, et présentées à Paris, gros plan sur cet incroyable bracelet inspiré de l'univers des contes de fées. Il propose un voyage onirique au cœur d'une forêt enchantée perdue dans un royaume lointain. Le design et les pierres permettent d'illuminer un des rêves d'enfance de Caroline Scheufele qui a choisi de serti près de 200 carats d'émeraudes et 30 carats de diamants sur un bracelet-manchette en or blanc éthique.



Boucles d'oreilles Individuality, De Beers

S'inspirant de la faune autochtone d'Afrique australe, ces boucles d'oreilles en or blanc représentent la tête immédiatement reconnaissable d'un zèbre vu de face, dont le marquage unique est à lui seul un symbole d'individualité. Deux diamants taille émeraude de 2,01 carats ont été méticuleusement assortis pour former des gouttes à l'élégance intemporelle. Leur géométrie irrésistible complète harmonieusement les têtes en forme de boucliers des zèbres. Par contraste avec l'angularité du style Art déco, les rayures du zèbre ont été réalisées dans une laque noire bombée.



Bague Blazin Audacity Toi et Moi, Fred

Dans l'esprit d'un duo de danseurs de tango, cette bague de cocktail toi & moi en or blanc réinterprète les façades colorées de La Boca, quartier typique de Buenos Aires. Ses volumes généreux sont rehaussés à leur sommet d'un grenat spessartite rond vivid orange acidulé de 16,97 carats et d'un spinelle rouge taille coussin d'un poids équivalent. Ce design voluptueux est rythmé d'un pavage ajouré de baguettes de spinelles roses et rouges et de grenats mandarins, ponctués de diamants taille brillant. Une mise en scène pour une bague gorgée de la chaleur de l'Argentine.

EN TERRASSE

Les vacances sont terminées, le bronzage commence déjà à s'estomper et la boîte mail déborde. Alors que les enfants ont repris le chemin de l'école, un autre monde existe pour ceux qui veulent glaner encore un peu de farniente, celui des terrasses parisiennes. Vous pouvez ressortir les lunettes de soleil.



1. Il Giardino - Les Jardins du Faubourg
9, rue d'Aguesseau – Paris 8^e
01 86 54 15 15



2. Le Grand Véfour
17, rue de Beaujolais – Paris 1^{er}
01 42 96 56 27



3. Hôtel Amour
8, rue de Navarin – Paris 9^e
01 48 78 31 80



4. Café Marly
93, rue de Rivoli – Paris 1^{er}
01 49 26 06 60

1. Il Giardino - Les Jardins du Faubourg

Depuis le début de l'année, le délicat hôtel 5 étoiles Les Jardins du Faubourg abrite en son sein une nouvelle table italienne. Elle se décline en trois univers : une salle chaleureuse, un jardin d'hiver sous une verrière et une terrasse cachée. Cette dernière est lovée dans le jardin de l'hôtel dont les essences ont été sélectionnées avec soin : plantes exotiques, bambous japonais et arbustes en fleurs. Un espace de sérénité et d'enchantement pourtant à deux pas des Champs-Élysées et de l'église de la Madeleine. Un luxe inestimable. Dans l'assiette, le chef Davide Pecorella, passé par le Georges et l'Orangerie, revisite les recettes de sa grand-mère italienne : burrata, vitello tonnato, risotto, gnocchis de pommes de terre maison. Le dimanche, la table propose un brunch somptueux qui se dévoile sur un buffet à volonté. L'occasion de goûter quelques-unes des spécialités du chef dont l'indétrônable tiramisù. **Tous les jours de 12 h à 21 h 30 (15 h 30 le dimanche). €€**

2. Le Grand Véfour

Installé depuis 1784, le Grand Véfour a survécu à tous les épisodes de l'histoire de Paris, à toutes les modes culinaires et à tous ses actionnaires. Longtemps couronné de trois étoiles, il décide, en 2021, de les rendre afin de proposer, sous la houlette du chef Guy Martin, une cuisine plus accessible. Outre sa superbe salle Art déco tout en velours rouge et dorures, le restaurant bénéficie d'un emplacement hors du commun dans les jardins du Palais Royal où l'on peut s'installer sous les parasols ou au frais de la terrasse péristyle. Dans l'assiette, on apprécie particulièrement le semainier qui propose chaque jour une entrée, un plat et un dessert différents. Par exemple le mardi : une terrine de canard aux pistaches suivie d'un filet de maigre poêlé, fondue de tomates et olives pour terminer avec un dessert de fruits rouges et meringues. À la carte, il est aussi possible de déguster les plats signature de Guy Martin comme les ravioles de foie gras ou le filet de bœuf, giroles au jus. De quoi tutoyer la grande Histoire! **Du mardi au samedi au déjeuner de 12 h à 13 h 45 et au dîner de 19 h à 21 h 30. €€**

3. Hôtel Amour

En plein cœur du très *hype* « SoPi » brille une enseigne rose bien connue des noctambules. L'hôtel Amour évoque un passé insolent et coquin, clin d'œil à la lumière des maisons closes qui fleurissaient dans le quartier avant sa gentrification. À cette adresse de la discrète rue de Navarin, on vient pourtant pour voir et être vu. S'il fut un temps où la cuisine ne tenait pas ses promesses, la carte s'est depuis transformée, simplifiée et concentrée sur l'essentiel. Tant mieux pour nous, bon et beau pouvant parfaitement s'accorder. Ici, on vient chercher une ambiance, que ce soit sur les banquettes de cuir de la salle de restaurant, sous la verrière ou dans la cour intérieure arborée. En extérieur, alors que le rose et le bleu des assises détonnent au milieu de la verdure, on choisit sur une carte des plats classiques de la cuisine de bistrot : tartare de bœuf, bavette, croque-monsieur, salade niçoise. Du simple et de l'efficace qui se déclinent aussi bien au déjeuner et au dîner mais aussi au petit-déjeuner. **Tous les jours en continu de 8 h à 23 h 30. €**

4. Café Marly

Adresse exceptionnelle et vue époustouflante, cela se passe au cœur des Tuileries, sous les arcades du Louvre avec vue sur la pyramide conçue par Ieoh Ming Pei. Difficile de faire plus parisien et plus exclusif. La salle se pare, elle aussi, de ses plus beaux atours avec ses boiseries classées et la vue plongeante sur les salles de sculptures du musée. À la carte, une cuisine de brasserie française bien classique servie en continu sur une plage horaire on ne peut plus flexible qui permet de s'installer dès le premier repas de la journée ou pour grignoter jusque tard dans la nuit. Dans l'assiette, pas de folies – à part peut-être le chili sea bass tom yam – mais des valeurs sûres comme le dos de saumon grillé, crème ciboulette, le carpaccio de bœuf, l'entrecôte, sauce béarnaise ou encore la salade César. Mais aussi quelques plats plus « luxe » comme le tarama à la truffe, le saumon fumé écossais ou le caviar osciète impérial pour une clientèle exigeante. Sans surprise, l'addition est salée mais c'est le prix d'un tête-à-tête avec la pyramide du Louvre. **Tous les jours en continu de 8 h à 2 h €€**

Tranches de prix

€ : jusqu'à 50 euros - €€ : jusqu'à 100 euros - €€€ : jusqu'à 200 euros

Béatrice Constans

Ce mois-ci,
nous avons testé
pour vous...



LE NOUVEAU PEUGEOT e-5008

Disponible à la commande depuis le début de l'été et livré à partir de cet automne, ce SUV 7 places 100 % électrique, confortable et hyper connecté, cumule de nombreux avantages.

Le nouveau Peugeot 3008 à peine arrivé en concessions, voici que la marque au lion annonce une nouvelle version de son Peugeot 5008 avec un modèle 100 % électrique, disponible également pour la première fois en hybride rechargeable. Une double grande première pour ce SUV dont le design dynamique, élégant et sportif s'inspire très largement du 3008. En commun notamment, les optiques avant prolongées par trois griffes encadrant la grille de calandre. Dans l'habitacle, le poste de conduite demeure là aussi le même, avec un support flottant et un écran large aux touches tactiles personnalisables. Ce qui le différencie ? La luminosité, notamment, grâce au grand toit vitré s'ouvrant sur la partie avant. Là où le 3008 s'impose comme un SUV compact, le Peugeot e-5008 s'affiche comme un SUV 7 places parfaitement adapté aux familles ou aux déplacements professionnels en petits groupes. Trois rangées sont ainsi proposées. La deuxième dispose d'une banquette coulissante avec trois dossiers s'inclinant indépendamment, quand le troisième rang voit son accès facilité par le système Easy Access qui permet de basculer et de faire coulisser vers l'avant les sièges du deuxième rang. Pratique ! Tout comme le coffre particulièrement volumineux (259 litres en 7 places et 1815 litres en 2 places) et un très malin espace de rangement supplémentaire caché sous la troisième rangée.

Une conduite semi-autonome en plus d'une solide autonomie

Il nous restait à prendre le volant pour vérifier ses performances. Immédiatement, un constat s'impose : la prise en main du nouveau Peugeot e-5008 est facile et rapide, la conduite particulièrement agréable, réactive et souple, en ville comme sur route et autoroute. On apprécie tout particulièrement les commandes situées sur le nouveau volant compact, ainsi que le système Peugeot VisioPark 360° (disponible en option). Grâce à quatre caméras et douze capteurs, il offre une vision globale de l'environnement pour davantage de sécurité. À ce propos, plus de quarante systèmes d'aide à la conduite et équipements de sécurité sont proposés. Sans oublier la conduite autonome de niveau 2 couplée avec la lecture des panneaux. Enfin, l'une des forces imparables de ce modèle tient à la belle autonomie promise par le constructeur : en version traction de 230 ch (commercialisée début 2025), le Peugeot e-5008 offrira une autonomie de 660 km en cycle WLTP. Et déjà un peu plus de 500 km sur le modèle que nous avons testé. Placé juste sous la barre des 47 000 euros, le nouveau e-5008, produit dans l'usine Peugeot de Sochaux (avec une batterie conçue dans la gigafactory ACC de Douvrin), est éligible au bonus écologique de 4 000 euros et dispose d'une très appréciable garantie : jusqu'à 8 ans pour 160 000 km.



Laurent Fialaix



FICHE TECHNIQUE

Peugeot e-5008 Electric 210

Motorisation : électrique

Puissance maxi (kW/ch) : 157/210

Couple maxi (Nm) : 345

Capacité batterie nette (kWh) : 73

Boîte de vitesses : automatique

Autonomie (WLTP) : 502 km

Émissions CO₂ en g/km : 0

Temps de recharge électrique mini : 0,5 h sur prise rapide, 22,5 h sur prise domestique

Accélération (0-100 km/h) : 9,7sec

Vitesse maxi : 170 km/h

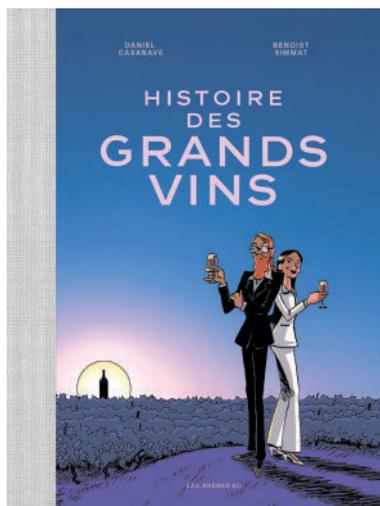
Prix du modèle testé : à partir de 46 990 euros TTC

LA SÉLECTION du mois

BD

LES GRANDS CRUS MIS EN BULLE

Cet été, de nombreuses personnes ont débouché des bouteilles de rosé sans prétention, d'autres se sont portées sur des crus plus renommés. Mais qu'est-ce qui fait la différence entre une boisson « loisir » et une boisson plus « huppée » ? Cette bande dessinée scénarisée par un journaliste spécialisé dans l'économie du vin apporte la réponse. Des montagnes du Caucase à la cour du Pharaon, des patriciens romains aux riches industriels en passant par la cour papale, les négociants vénitiens, la noblesse anglaise ou les producteurs grecs, les auteurs nous font voyager au fil du temps avec érudition et humour. Que l'on soit novice ou œnologue confirmé, impossible de ne pas se griser de petites anecdotes à caser au moment de trinquer.



LUCAS JAKUBOWICZ

Histoire des Grands vins, de Daniel Casanave et Benoist Simmat, Les Arènes BD, 220 pages, 30 euros

ROMAN

ÉCRIRE L'INDICIBLE

Difficile de choisir ce qui mériterait d'être mis en avant dans une critique du dernier roman de Fabienne Péryneau. Son style ? Original, incisif, simple... et surtout toujours très juste. Nous pourrions aussi saluer sa façon de rappeler l'importance de la littérature. Le personnage principal, « Elle », se passionne pour Marguerite Duras et, plus particulièrement, pour son livre *Agatha*, qui raconte un amour incestueux. Ce récit aurait sauvé l'héroïne de Fabienne Péryneau, à qui l'auteure ressemble étrangement. Toutes deux ont fait leurs études rue Blanche et sont comédiennes. L'exploit littéraire à mettre en avant n'est-il finalement pas celui-ci ? Cette capacité de l'écrivaine à mettre des mots sur l'indicible, sur ce que personne ne veut parfois voir car « *la famille c'est important* », sur ces monstres qui bousillent des enfants. *Oser sortir et crier* est un livre magnifique. Qui secoue mais magnifique.



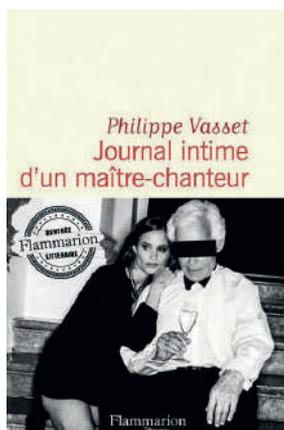
OLIVIA VIGNAUD

Oser sortir et crier, de Fabienne Péryneau, Éditions Récamier, 224 pages, 20 euros

ROMAN

CHOC DES GÉNÉRATIONS

Après *Journal intime d'un marchand de canons* et *Journal intime d'une prédatrice*, l'écrivain Philippe Vasset plonge ses lecteurs dans la vie d'un maître-chanteur. Également journaliste, l'auteur a été rédacteur en chef d'Intelligence online, média spécialisé dans les informations exclusives permettant notamment de mieux comprendre les acteurs du renseignement. Rien d'étonnant à ce qu'il sache raconter le quotidien de ceux qui tirent les ficelles dans le domaine de la défense, de la finance ou de l'extorsion dont les activités passent souvent sous les radars. *Journal intime d'un maître chanteur* nous embarque dans l'histoire d'un spécialiste de la menace et de la trahison. Quinquagénaire, celui-ci se trouve confronté à l'évolution de son métier bousculé par le digital et les nouvelles générations. Grinçant !



O.V.

Journal intime d'un maître-chanteur, de Philippe Vasset, Flammarion, 224 pages, 20 euros

ROMAN

BOUCS ÉMISSAIRES

La gauche française se rétracte sur les métropoles, abandonne des pans entiers du territoire. Retrouver la majorité suppose un certain aggiornamento qui n'est pas à l'ordre du jour. La tendance actuelle ? Attaquer les mal-pensants qui ont encore l'audace de défendre une laïcité classique, de combattre le communautarisme ou de parler de nation. Ces derniers sont traités de « fachos », de « laïcards » ou de « racistes ». Le dernier ouvrage d'Aurélien Bellanger en est l'illustration chimiquement pure. Parmi les cibles que l'auteur assume de « *silencier* », Caroline Fourest, Raphaël Enthoven, Michel Onfray, Philippe Val, Plantu ou encore Laurent Bouvet, le personnage principal (qui, décédé, ne peut répondre aux calomnies). Le livre se centre sur le mystérieux mouvement du 9 décembre, soit le Printemps républicain accusé de noyauter l'État et de poursuivre un agenda totalitaire. Malgré un fiel trop mal caché, cette comédie humaine mérite d'être lue. La plume est très belle et en dit beaucoup sur l'état intellectuel d'une partie de l'intelligentsia.



L.J.

Les derniers jours du Parti socialiste, d'Aurélien Bellanger, Seuil, 470 pages, 23 euros

LE GRAND NOM DU RHUM



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



ZALIS poursuit son ascension

PARTENAIRE DE VOTRE RÉUSSITE DEPUIS PLUS DE 20 ANS

Spécialiste des environnements en mutation, ZALIS vous accompagne en toutes situations pour réussir votre transformation. Au sein d'un groupe de 1 000 collaborateurs, ZALIS rayonne aujourd'hui dans 5 pays.

PARIS • NEW YORK • MONTRÉAL • CASABLANCA

www.zalis.com

 Member of
BTG Global Advisory



ZALIS SAS

endrix.