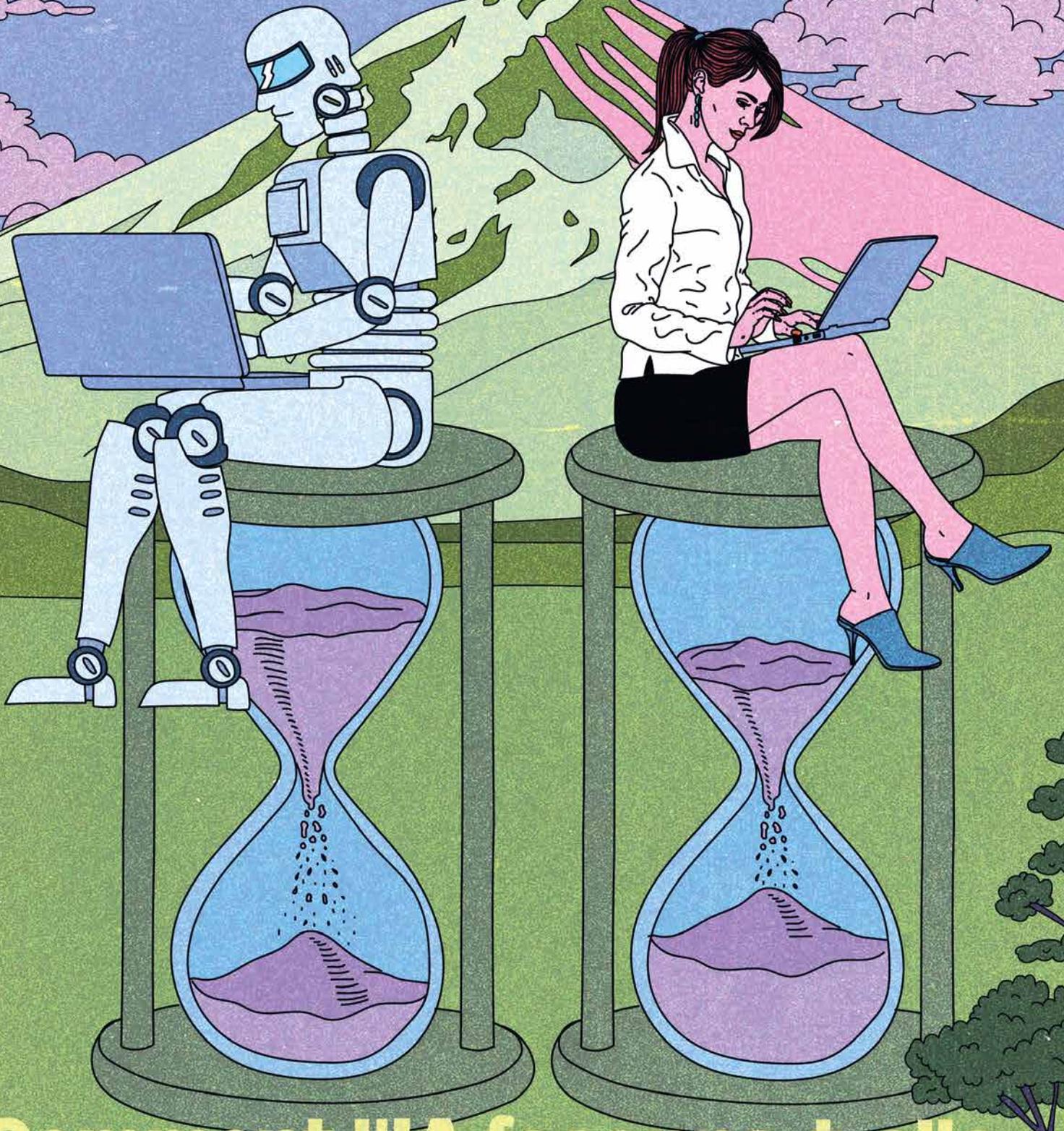


ESCP ALUMNI magazine

207 / Septembre 2024 / Le média des Alumni



**Comment l'IA façonne-t-elle
les métiers de demain ?**



**Et si vous rejoigniez une
banque qui accompagne
les talents de demain ?**

C'est aussi ça, la finance !

Chez Sfil, nous mettons un point d'honneur à former les plus jeunes et les accompagner dans leur épanouissement professionnel.

Sfil est une banque de développement 100% française et 100% publique, au service de nos territoires et de nos exportations. Sa vocation est d'apporter un soutien financier durable à notre pays, à ses infrastructures et à son économie.

Découvrez toutes nos offres d'emploi sur [sfil.fr](https://www.sfil.fr)



L'ÉDITO

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

L'IA va-t-elle changer notre vie ?

Si vous avez eu l'occasion cet été d'assister à des mariages, vous avez sans doute eu votre lot de discours de témoins rédigés par ChatGPT. Quel qu'en ait été le résultat (et l'humour et les sentiments ne sont pas toujours les points forts de ces outils !), l'impact de l'Intelligence Artificielle va bien au-delà de ces réjouissances.

Elle a infiltré de nombreux métiers, changé les façons de faire, s'est imposée comme un interlocuteur incontournable. De l'assistant à la prise de notes qui se connecte dans chacune de nos visios - et se charge de divulguer les conversations off de pré- et post-meeting à l'ensemble des participants - à l'optimisation de la collecte et l'analyse des données, en passant par la planification de projets (pour ne citer que quelques exemples parmi les plus simples), l'IA est partout dans nos vies professionnelles. Et les conséquences de ces évolutions se révèlent chaque jour un peu mieux.

Pour essayer d'y voir plus clair, nous sommes allés à la rencontre de spécialistes et de professionnels qui l'ont adoptée pour analyser les transformations et les évolutions engagées. Leur regard est passionnant !

Je partage aussi avec vous une évolution majeure de notre association : d'ici quelques mois, nous allons renforcer notre présence sur les campus de notre école, permettant ainsi une animation locale plus intense et un déploiement de nos services aux étudiants et aux diplômés au plus près de leurs préoccupations. Nous nous réjouissons de cette internationalisation qui nous permettra de toujours mieux vous servir.

D'autres projets d'envergure verront le jour en 2025. Je vous les partagerai prochainement.

Nos ambitions sont grandes et nous savons pouvoir compter sur vous pour être à nos côtés. Cela nous porte.

Je vous souhaite une très belle rentrée.

Amitiés,

|

Will AI change our lives?

If you attended any weddings this summer, you may have encountered a few speeches written by ChatGPT. Regardless of the outcome (humor and heartfelt emotions aren't always these tools' strong suits!), the impact of Artificial Intelligence extends far beyond these celebrations.

AI has infiltrated many professions, reshaping how things are done and becoming an essential partner in our daily work. From note-taking assistants that join every virtual meeting—sometimes spilling the off-the-record chats from before and after to all attendees—to optimizing data collection and analysis, and even managing project planning (just to mention a few simple examples), AI is woven into the fabric of our professional lives. And the full impact of these changes becomes clearer every day.

To make sense of it all, we reached out to experts and professionals who have embraced AI to explore the transformations and shifts underway. Their perspectives are truly eye-opening!

I also want to share a major evolution within our association: in the coming months, we will be expanding our presence on our school's campuses, allowing for greater local engagement and bringing our services closer to students and alumni, addressing their needs more directly. We are excited about this step toward further internationalization, which will enable us to serve you even better.

More ambitious projects are on the horizon for 2025, and I look forward to sharing those with you soon. Our ambitions are bold, and we know we can count on your support to stand by our side. Your support drives us forward.

Wishing you a wonderful start to the new academic year.

Warm regards,

Sommaire



12



18



22



28



33



43

News

- 5** Zapping
- 8** Ils/elles bougent!
Miya PAOLUCCI (EAP 01)
Guillaume EBNER (MiM 05)
Virginie GROUSSARD (ESCP 01)
Julien SCHNEIDER (MS 03)
- 10** Agenda/Carnet

Dossier

- 12** IA pour tous : travailler en bonne intelligence
- 19** Interview d'une experte : Géraldine GALINDO, professeure de gestion des ressources humaines (GRH) à ESCP

Carrière

Coaching

- 21** Construire votre marque personnelle sur LinkedIn

Grand entretien

- 22** Hassanein HIRIDJEE, entrepreneur et CEO du Groupe Panafricain Axian

Parcours Singulier

- 28** Ambre JARNO (MS 11), à la recherche de la cire perdue au Burkina-Faso

Créateurs

- 32** Annamaria BARBARO (MiM 18) makes animal adoption more responsible with Empethy
- 33** Mes Chaussettes rouges de Jacques TIBERGHIE (MiM 09) à la conquête du monde

Réseau

Échos du réseau

- 35** L'impact de l'IA sur la mode
- 36** Les 35 ans de la Promo 89
- 37** Groupe Wealth Management
- 38** The fantastic family saga of Pierre Domecq Loustau (ESCP 1843) under the sign of ESCP
- 40** À lire

Campus

École

- 43** Start, Learn, Lead: Lessons for first-time entrepreneurs
- 46** Brèves
- 50** Research at ESCP
- 52** Chairs and Professorships

Fondation

- 54** Portrait de Donateurs, Nathalie BALLA (ESCP 89) et Eric COURTEILLE (MS 95)

La vie des entreprises

- 59** Vie des entreprises

RETROUVEZ ESCP ALUMNI SUR :

 Escpalumni  @ESCPAlumni  ESCPALumni

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

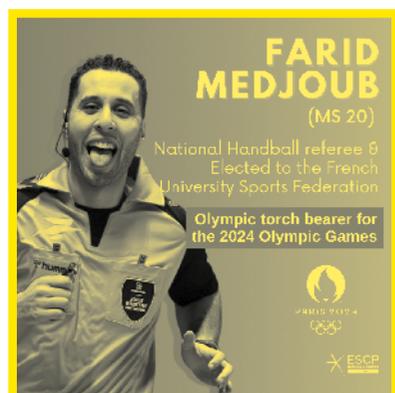
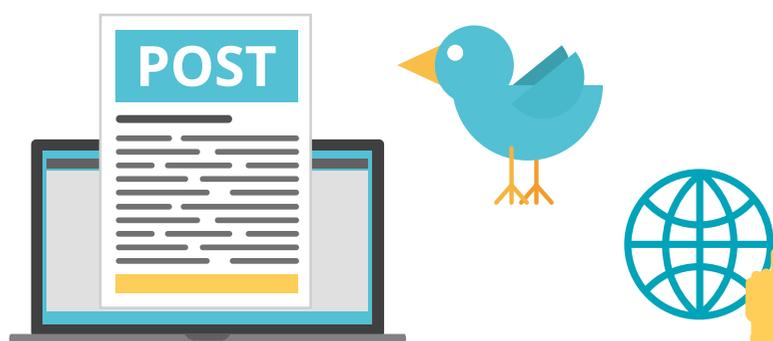


Cet ouvrage a été imprimé sur papier FSC (Forest Stewardship Council). La marque FSC signifie qu'une proportion de fibres de bois, utilisées dans la fabrication du papier, provient d'une forêt correctement gérée, satisfaisant à des normes rigoureuses au niveau environnemental, social et économique. Cette forêt d'origine a été inspectée et évaluée de façon indépendante sur la base des principes et critères de gestion forestière acceptés et approuvés par le FSC. FSC est une association internationale à but non lucratif travaillant pour améliorer la gestion forestière à travers le monde. www.fsc.org

Cet ouvrage a été imprimé chez un imprimeur labellisé Imprim'Vert, marque créée en partenariat avec l'Agence de l'Eau, l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie), et la FIGC (Fédération de l'imprimerie et de la Communication Graphique). La marque Imprim'Vert apporte trois garanties essentielles :

- la suppression totale de l'utilisation de produits toxiques ;
- la sécurisation des stockages de produits et de déchets dangereux ;
- la collecte et le traitement des produits dangereux.

News



La flamme olympique aux couleurs de ESCP

Farid MEDJOUB (MS 20) fait partie des 28 citoyens qui ont porté la flamme olympique à Nice le 18 juin dernier. Les porteurs sont sélectionnés pour leur engagement / actions qui font vivre au moins une des trois énergies de Paris 2024 : le sport et les jeux, les territoires et le collectif. En tant qu'arbitre national de handball (FFHandball - Fédération française de handball), membre élu de la Fédération française du sport universitaire et, depuis un an, membre du conseil d'administration de ESCP Alumni, Farid représente fièrement ESCP Business School.



Paris 2024 – Avril 2024



2 Alumna reconnues meilleures CEO d'Espagne

Élodie PERTHUISOT (EMBA 08), CEO de Carrefour España, et **Hélène VALENZUELA (ESCP 92)**, Directrice Générale de OUIGO España, ont été nommées parmi les meilleures CEO de 2023 par Forbes España ! Après avoir gravi les échelons chez Carrefour depuis 2018, Elodie Perthuisot est devenue CEO en septembre 2023. Quant à Hélène Valenzuela, elle dirige OUIGO España depuis 2020 et a contribué aux lancements de plusieurs lignes ferroviaires malgré la pandémie.

Forbes

Forbes España – Mai 2024



Claire Bretton et Pauline Jouy : deux leaders engagées

Claire BRETTON (MiM 12) et **Pauline JOUY (MiM 17)** figurent parmi les 40 leaders engagés de 2024 selon l'Institut Choiseul en collaboration avec "Les entreprises s'engagent". Claire Bretton, fondatrice de Underdog, révolutionne l'électroménager avec ses produits reconditionnés. Pauline Jouy, Responsable Academy Transformation Écologique chez Veolia, a co-fondé l'association LES COLLECTIFS, réseau de professionnels-citoyens qui vise à transformer les entreprises de l'intérieur.

-INSTITUT-CHOISEUL

Institut Choiseul – Avril 2024



Une Alumna figure parmi les 100 meilleurs talents de moins de 30 ans

Annamaria BARBARO (MiM 18), co-fondatrice et CEO d'Empathy, figure parmi les 100 meilleurs talents de moins de 30 ans selon Forbes Italia. Pendant ses études, elle rejoint de grands cabinets de conseil, tel que PwC, Intesa Sanpaolo ou encore Bain & Company. Elle est par la suite recrutée par Barclays Investment Bank, puis devient Analyste et Associée des Marchés Globaux. En 2022, elle finit par co-fonder Empathy, première plateforme italienne qui met en relation les refuges pour animaux, les particuliers et les entreprises.

Forbes

Forbes Italia – Avril 2024



Le CEO de l'année est...

Global Private Banker a récemment dévoilé son classement 2024 des CEO de l'année, et **Vincent LECOMTE (ESCP 85)**, CEO de BNP Paribas Wealth Management, a remporté ce prestigieux titre ! Ayant débuté chez KPMG en 1985 avant de rejoindre Accenture France, il intègre BNP Paribas en 1992. Devenu CEO de la division Wealth Management en 2020, son parcours et ses réussites sont aujourd'hui récompensés par ce prix.



Global Private Banker – Mai 2024

Systemes de production électrique avancés

- Pile à combustible à hydrogène à haut rendement*
- Recyclage de la chaleur dégagée par les piles*
- Production d'électricité à partir de chaleurs basses températures

En recyclant la chaleur dégagée par les piles à combustibles, nos systèmes améliorent le rendement de conversions hydrogène-électricité et thermoélectriques et permettent de produire de l'électricité avec un fort rendement

**Brevet FR3128064A1
brevets déposés*

42 rue Maubeuge
75009 Paris

www.m-cr.fr

Miya PAOLUCCI (EAP 01) est promue Vice-President Member of the Executive Committee de ENGIE Global Energy Management & Sales



En 2006, Miya Paolucci a rejoint ENGIE dans un contexte marqué par l'ouverture à la concurrence du marché européen du gaz et de l'électricité. Elle est alors chargée du développement des offres marketing, commerciales et des partenariats. En 2014, elle nommée Director for Energy

Management and Trading et ExCom member de ENGIE Romania SA. Durant les années passées en Roumanie, elle contribue activement à la structuration du marché roumain de l'énergie. En 2019, elle s'installe au Royaume-Uni et rejoint ENGIE UK au poste Managing Director for Energy Management et prend également la direction de plusieurs entités basées au Royaume-Uni. Depuis le 1er Décembre 2023, elle occupe aussi les fonctions Country Manager. En mars 2024, elle est Vice-President Member of the Executive Committee de ENGIE Global Energy Management & Sales.

PARCOURS

- ▶ **2024** : Vice-President Member of the Executive Committee de ENGIE Global Energy Management & Sales
- ▶ **2023** : Country Manager ENGIE UK
- ▶ **2019** : Director ENGIE UK Markets
- ▶ **2013-2014** : Project Manager ENGIE
- ▶ **2011-2013** : Head of Key Partnership ENGIE France

- ▶ **2009-2010** : Strategic Project Manager ENGIE France
- ▶ **2006-2008** : Head of Services Development ENGIE France
- ▶ **2003-2006** : Directrice marketing de Belambra Clubs
- ▶ **2001-2003** : Consultante au sein de Roland Berger

NOMINATIONS

STEVE BABURECK (MS 04) est promu Executive Vice President - Strategy, Corporate Development & Investor Relations de Soitec, à ce poste depuis avril 2024.

CAROLE BENICHO (ESCP 98) est nommée Cheffe de cabinet de SideTrade, à ce poste depuis février 2024. Carole est sous la responsabilité directe d'Olivier Novasque, Président et Fondateur. Elle est ainsi chargée de conseiller, de développer des alliances stratégiques, de contribuer aux opérations de fusion et acquisition.

JONATHAN BOHBOT (MiM 12) est promu Associé de la franchise Software & Fintech de Bryan Garnier & Co France, à ce poste depuis avril 2024.

JONAS BOUAOLI (MiM 16) est promu Directeur d'Investissement d'IDI France, à ce poste depuis avril 2024.

MARJOLAINE CATIL (MiM 15) est promue Chief Operating Partner de Newfund, à ce poste depuis mars 2024.

VIOLETTE CHOMIER (MS 08) est nommée Data for Media Group Director de LVMH, à ce poste depuis mars 2024.

PIERRE-LOUIS CLERO (ESCP 2000) est promu Deputy Office Managing Partner de Latham & Watkins France, à ce poste depuis mars 2024. Pierre-Louis est sous la responsabilité directe de Thomas Margenet-Baudry, Office Managing Partner.

ANTOINE COLIN (MiM 14) est promu Directeur Général d'Adova Group, à ce poste depuis avril 2024. Antoine est sous la responsabilité directe de Charles-Henri Déon, Président. Il est ainsi chargé d'assurer, avec le Président, la conduite du groupe et la mise en oeuvre de son plan stratégique.

BRIEUC COURCOUX (MS 92) est nommé Vice President Partner sales PME de Penny Lane, à ce poste depuis mars 2024.

CAROLINE CRASNIANSKI (MS 98) est nommée Directrice Juridique de Messika, à ce poste depuis mars 2024.

STÉPHANIE DELEPOULLE (ESCP 91) est promue Directrice des Ressources Humaines de Sarbec Cosmetics, à ce poste depuis février 2024.

RAPHAEL DERICBOURG (EMBA 18) est nommé Directeur Général de Grosfillex, à ce poste depuis mars 2024.

NICOLAS DUMAY (MS 09) est promu Directeur - Leveraged & Acquisition Finance APAC de BNP Paribas, à ce poste depuis mars 2024.

THIBAUT DUPONT (MiM 10) est nommé Chief Operating Officer, Thales Aerospace Communications de Thales, à ce poste depuis avril 2024.

FANTA DUTEÏS (ESCP 2000) est promue Directrice Générale de Shine, à ce poste depuis janvier 2024.

CAROLE FOURNOT (MiM 09) est nommée Directrice E-commerce et Digital de Salain Holidays, à ce poste depuis février 2024. Carole est sous la responsabilité directe de Thibaud Scouamec, Directeur Général. Elle est ainsi chargée de définir la stratégie marketing et commerciale associée au commerce électronique en cohérence avec la stratégie globale et multi-canal de l'entreprise ou du groupe de sociétés.

FRÉDÉRIC FUSTIER (MiM 10) est nommé Associé Principal de RBB Economics France, à ce poste depuis mars 2024.

CAMILLE GIARD (MiM 12) est nommée Directrice Générale de TRKKN France, à ce poste depuis avril 2024.

NICOLAS GODET (MS 07) est nommé Directeur Talent Management & Leadership de Sodexo, à ce poste depuis mars 2024.

GREGORY GUILLAUMON (EMS 07) est promu Head of Capital Markets - Origination & Execution de Nhood, à ce poste depuis janvier 2024. Il est ainsi chargé de rechercher et de proposer de nouveaux mandats et opportunités de développement afin d'augmenter le volume d'affaires du capital markets.

ALEXANDRE LOURETTE (EMBA 18) est promu Directeur Général de la promotion Ile-de-France de Bouygues Immobilier, à ce poste depuis mars 2024. Alexandre est sous la responsabilité directe de Bernard Chanteux, Directeur Général Adjoint.

HÉLÈNE MARTINON (ESCP 96) est nommée Directrice Générale de Laboratoire Marque Verte, à ce poste depuis avril 2024. Elle est ainsi chargée de développer la notoriété des produits de la marque auprès du grand public et des professionnels de santé mais aussi de renforcer leur présence en pharmacies d'officine tant en France qu'à l'international.

MARC MEHANNA (MS 17) est nommé Directeur des Relations Investisseurs de Raise, à ce poste depuis avril 2024. Marc est sous la responsabilité directe de Stéphanie Pinot, Directrice Associée Stratégie, Développement et Communication.



Guillaume EBNER (MiM 05) est promu President & CEO Western Europe, Exterior Business Group de Plastic Omnium Intelligent Exterior Systems

En 2005, Guillaume Ebner débute son parcours professionnel au sein de la banque d'investissement Lehman Brothers aux fonctions d'analystes. En 2009, il rejoint le cabinet de conseil en stratégie BCG comme Senior Associate, puis Strategy Consultant et Project Leader. En 2015, il intègre Plastic Omnium, aujourd'hui OP Mobility, où il occupe diverses fonctions, dont celle de Strategic Planning and M&A Director, Group VP Strategy and Business Development, Regional Finance Director, puis Vice President Finance & IT. Depuis avril 2024, il occupe les fonctions de President & CEO Exterior Western Europe.



Virginie GROUSSARD (ESCP 01) est nommée Vice President, Talent Acquisition Global Transformation Lead de Groupe Capgemini

En 2001, Virginie Groussard débute sa carrière comme contrôleur de gestion au sein du groupe Nestlé. En 2005, elle rejoint Robert Walters au poste de Senior Advisor. Cinq ans plus tard, elle intègre Resource Solutions au poste de Directrice Associée RPO & Assessment. En 2015, elle rejoint le cabinet de conseil PwC comme Directrice Recrutement, Mobilité interne et Marque Employeur. Entre 2020 et 2021, elle est la DRH du groupe Technology & Strategy avant de rejoindre Capgemini Engineering au poste de VP Global Talent Acquisition. Depuis avril 2024, elle est VP, Talent Acquisition Global Transformation Lead de Groupe Capgemini.

NOMINATIONS

FLORENT MELLAC (EAP 01) est promu Chief Growth Officer - Service Line leader d'Ipsos France, à ce poste depuis avril 2024.

SOPHIE METZKER (ESCP 96) est nommée Directrice Marketing et Digital de Just Over The Top, à ce poste depuis avril 2024. Sophie est sous la responsabilité directe de Didier Lalance, Chief Executive Officer.

MICHAEL MONTANER (EMS 07) est promu Vice-President Transformation d'Ubisoft, à ce poste depuis avril 2024.

SANDRA PEKLE (MSC 20) est promue Sustainability Associate d'Abénex Capital, à ce poste depuis février 2024.

STÉPHANIE PUSSIAU (MiM 07) est promue Senior Area Vice President et General Manager Tableau France, à ce poste depuis mars 2024.

ETIENNE ROBERT (MiM 09) est promu Directeur Développement & Intégration d'Orange Business, à ce poste depuis mars 2024.

CHARLES RODRIGUEZ (MiM 15) est promu Senior Vice-President, Physical Production - International Productions de Studiocanal, à ce poste depuis mars 2024.

MARIE SAGLIO-BERGERON (ESCP 92) est promue Directrice Générale de Saipol, à ce poste depuis avril 2024. Elle est ainsi chargée de faciliter la mise en place de transversalités business entre les deux filiales Saipol et Lesieur, ainsi que de développer les dossiers d'intérêt commun, en particulier vers l'amont agricole et la Ferme France.

BASTIEN SIMEON (MiM 05) est nommé Partner de Roland Berger France, à ce poste depuis mars 2024.

LAURENCE VALLOT (MS 2000) est promue Global Business Management Director de Carmignac, à ce poste depuis mars 2024.

EMMANUEL WEHRY (ESCP 02) est nommé Directeur Général d'Axa Banque, à ce poste depuis mars 2024.

**Informez-nous de vos nominations
à info@escpalumni.org
Inform us about your
nominations at info@escpalumni.org**



Julien SCHNEIDER (MS 03) est nommé Directeur Général France du Groupe L'Occitane

Julien Schneider a une expérience de plus de 20 ans dans le domaine du e-commerce. Après la création de sa première start-up en Espagne, en 2007, il intègre le groupe Pixmania en tant que directeur commercial Europe de la marketplace. Après un poste de directeur e-commerce monde chez un opérateur de téléphonie mobile, il intègre le groupe Fnac en tant que directeur internet & mobile de Fnac.com. En 2016, il rejoint le groupe Lacoste au poste de directeur digital officer, avant de partir aux Etats-Unis pour reprendre les activités retail et digitales de la zone Nord Amérique pour le groupe. En 2021, il est nommé directeur digital officer du groupe MF Brands, puis CEO de la marque de prêt-à-porter masculin Balibaris. Depuis mars 2024, il occupe les fonctions de directeur général France de la marque L'Occitane en Provence et est également membre du comité exécutif de la marque.



Septembre 2024

LUNDI 16 SEPTEMBRE • 18H30
GROUPE EUROPE DE L'EST
 Dîner au Sénat pour nos 30 ans

LUNDI 16 SEPTEMBRE • 12H30-13H30
WEBINAR
 Elaborer son projet professionnel

MARDI 17 SEPTEMBRE • 12H30-13H45
WEBINAR
 Être acteur de sa carrière

MERCREDI 18 SEPTEMBRE • 12H30-14H
WEBINAR
 7 facteurs clés pour réussir vos entretiens de recrutement

VENDREDI 20 SEPTEMBRE • 19H
PROMO 94
 Célébrons ensemble nos 30 ans !

MARDI 24 SEPTEMBRE • 12H30-14H
WEBINAR
 How to change career when you have no idea what to do next

MERCREDI 25 SEPTEMBRE • 12H30-14H
WEBINAR
 Trouver le bon job grâce au réseau

VENDREDI 27 SEPTEMBRE • 13H-14H
 Se présenter en 3 minutes

Octobre 2024

VENDREDI 4 OCTOBRE • 13H-14H
 Pitching like a pro

JEUDI 10 OCTOBRE • 19H30
PROMO 84
 40 ans et toujours au top !

SAMEDI 12 OCTOBRE • 11H
Bootcamp Finance

MARDI 15 OCTOBRE • 13H-14H
 Faire face aux questions difficiles en entretien

MARDI 15 OCTOBRE • 12H30-14H
 Expand your career horizons and evaluate your options

JEUDI 17 OCTOBRE
PROMO 75
 fêtons nos retrouvailles !

VENDREDI 18 OCT. • 12H30-13H30
Personal branding : comment construire sa marque personnelle

Novembre 2024

MARDI 5 NOVEMBRE • 13H-14H
 Mieux adapter sa comm à celle des autres

MERCREDI 6 NOV. • 12H30-13H30
Write your life purpose statement

SAMEDI 9 NOVEMBRE • 11H
Bootcamp Conseil

MERCREDI 13 NOV. • 12H30-14H
 Le pitch de présentation

VENDREDI 15 NOV. • 12H30-13H45
Développement du leadership

JEUDI 21 NOV. • 12H30-13H30
CV : construction, choix à faire, erreurs à éviter

JEUDI 28 NOV. • 12H30-13H30
Build your personal branding to boost your job search

Carnet

DÉCÈS

- 1) **Michel DE NONANCOURT (ESCP 69)**, survenu le 10 avril 2024 à l'âge de 78 ans
- 1) **Jacques Faure (ESCP 61)**, survenu le 18 avril 2024 à l'âge de 87 ans
- 1) **Christian HERLAIN (ESCP 75)**, survenu le 7 avril 2024 à l'âge de 73 ans
- 1) **Abramo BERNARDI (ESCP 51)**, survenu le 31 janvier 2019 à l'âge de 89 ans
- 1) **Régine HECKEL (ESCP 78)**, survenu le 1^{er} novembre 2001 à l'âge de 46 ans
- 1) **Bernard Poussot (ESCP 75)**, survenu le 5 mai 2024 à l'âge de 72 ans
- 1) **Denis Jp HELLO (ESCP 82)**, survenu le 22 avril 2024 à l'âge de 64 ans
- 1) **Jacques AUBRY (ESCP 58)**, survenu le 11 mai 2024 à l'âge de 87 ans
- 1) **Jean-Claude Courant (ESCP 50)**, survenu en 2023 à l'âge de 95 ans

Hommage à Bernard Poussot (ESCP 75)



Toute la communauté ESCP souhaite rendre hommage à Monsieur Bernard Poussot, qui nous a quittés en mai 2024. Diplômé en 1975, Bernard Poussot a manifesté sa passion et son engagement pour notre École de multiples façons. En décembre 2011, accompagné de 12 camarades - Patricia Barbizet (ESCP 76), Patrick Gounelle (ESCP 72), François Kayat (ESCP 96), Francis Lang (ESCP 54), Alexandre Pébereau (ESCP 87), Christian Mouillon (ESCP 77) et d'autres - il a fondé la Fondation ESCP et est devenu Grand Donateur. Cet acte de générosité et de vision perdure aujourd'hui pour soutenir des projets à impact pour l'École. En reconnaissance de son rayonnement personnel et de ses nombreuses contributions, Bernard Poussot a reçu le titre de Honorary Professor de ESCP en 2015. Il a servi avec distinction en tant que Vice-Président de la Fondation ESCP puis à l'International Advisory Board de l'École, partageant son expertise et son dévouement.

Nous exprimons notre profonde gratitude pour tout ce qu'il a accompli et pour l'héritage qu'il laisse derrière lui. Nos pensées les plus sincères et notre soutien vont à sa famille et à ses proches en ces moments difficiles.

Bernard Poussot restera dans nos mémoires comme un pilier de notre communauté, un modèle de générosité, d'humanité et de leadership.

Biographie de Bernard POUSSOT 1952 - 2024

Chevalier de la Légion d'honneur

Diplômé en 1975, il débute sa carrière chez Merck Sharp Dohme puis intègre le laboratoire Searle en 1981 avant de rejoindre Wyeth dont il deviendra Chairman et Chief Executive jusqu'en 2009. Passionné par la recherche médicale, toujours accompagné par ses fidèles équipes, il s'est

dévoué à cette cause notamment dans les avancées en biotechnologie. Jusqu'à la fin, il aura été très actif au sein des conseils d'administration de Roche, de Cargill et de l'Institut Max-Planck de Floride. Il était également membre de l'Académie de médecine de New York, administrateur de l'Eisenhower fellowships Foundation et de l'opéra de Philadelphie. Tout au long de sa vie, Bernard n'a cessé de penser aux autres leur apportant avec discrétion, soutien et réconfort dans les difficultés. Il s'est éteint le 2 mai 2024 à l'âge de 72 ans à Naples (Floride, USA). Sa grande et rare humanité restera gravée dans les cœurs de ses proches à tout jamais.

“

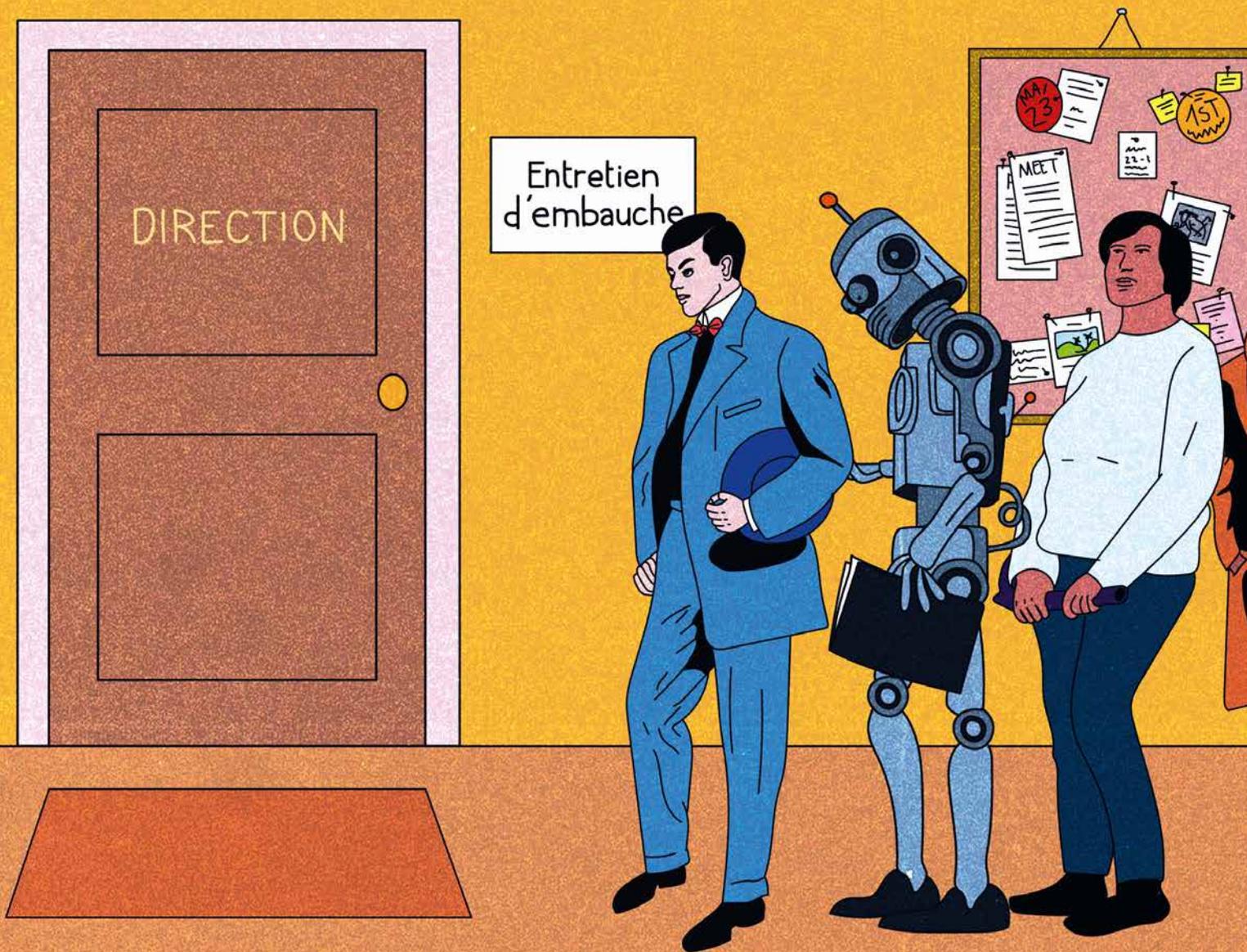
La promotion 75 et l'ensemble de la communauté ESCP ont été très éprouvés par le décès de notre ami Bernard Poussot survenu le 2 mai 2024 après une courte mais implacable maladie. Issu d'une famille d'industriels lorrains, Bernard avait intégré l'École en 1972 et son autorité naturelle l'avait conduit à la présidence du BDE de la promotion. A sa sortie, il avait entrepris une brillante carrière dans l'industrie pharmaceutique en France d'abord, puis aux États-Unis et il avait terminé comme Chairman et CEO du Groupe Wyeth. Bernard était resté toujours très proche de l'École, avait été l'invité d'honneur d'une de nos AG et faisait partie des Grands Donateurs. A sa femme Delphine qui partageait tout avec lui depuis près de 50 ans, à ses 3 enfants et 6 petits enfants nous souhaitons exprimer toute notre affection bien attristée.”

**Bernard de Gonneville (ESCP 75),
Délégué de promo**

“

Bernard était un homme fidèle en amitié et attaché à ses racines. Lors de la création de la Fondation il a accepté immédiatement de faire partie des membres fondateurs et de nous faire partager son expérience des universités américaines. Il a été pour moi un soutien moral extraordinaire dans les premiers mois de la création de la Fondation. Malgré la distance il a toujours été joignable et disponible, investi, professionnel et chaleureux. Sa carrière exceptionnelle et ses valeurs en font une référence pour notre École.”

**Patrick Gounelle (ESCP 72),
Président de ESCP Alumni (2006-2010)
et Président de la Fondation ESCP
2012 - 2017)**





IA pour tous : travailler en bonne intelligence

Cela fait désormais quelques années qu'elle s'est invitée dans nos bureaux autant que dans notre vie quotidienne. Déjà omniprésente, l'Intelligence artificielle est appelée à avoir un impact de plus en plus fort sur notre manière de travailler. Mais concrètement que va-t-elle changer ? Comment façonne-t-elle déjà les métiers de demain ? Nos experts décryptent.

Par Fabien PALEM
Illustrations : Cosmo

Invité surprise. Un agent d'origine inconnue s'est infiltré dans ma visioconférence. Entre mon interlocuteur et moi-même, sur fond vert, sans photo, il ou elle affiche un pseudo mystérieux qui évoque, en anglais, un coléoptère lumineux. Micro coupé, ce participant restera discret tout le long de notre discussion. « C'est *Fireflies*, un notetaker », présente Nicolas GUYON (MiM 05). Face à ma grande perplexité, l'interviewé explicite : « Un robot assistant de réunion. Il prépare une transcription de la réunion puis en extrait un résumé, un chapitrage, les actions à mener à la suite de la réunion... Je ne peux plus m'en passer ! Je pense que d'ici six mois tout le monde l'utilisera. »

Première interview et première découverte pour l'auteur de ce dossier, qui navigue à vue dans les eaux troubles de l'intelligence artificielle (IA). Cela tombe bien : Nicolas se plaît dans son rôle de « pèlerin évangéliste ». « Je recommande à tout le monde d'utiliser l'IA générative au moins 30 minutes par jour. Sans ça, on passe à côté de la révolution qui est en cours », prescrit le co-fondateur de MyConnectingIA, une entreprise dédiée à l'acculturation IA, soit l'intégration de ces nouveaux outils au fonctionnement des entreprises. En parallèle, Nicolas a créé Comptoir IA, une plateforme de vulgarisation, qui vient de dépasser les 80 épisodes et 16 meetups. « Mes premiers podcasts me prenaient six bonnes heures. Aujourd'hui, grâce à *Fireflies*, je les fais en 1h30 : une heure d'entretien puis 30 minutes de production. »

Les écoles intègrent désormais l'IA aux cursus universitaires. Mais le savoir en la matière évolue si vite que recourir aux Webinaires et autres tutoriels reste une source d'infos valide. Comme tous les pionniers de l'IA générative, Nicolas s'est formé tout seul. Par itérations, comme on dit dans le milieu des early adopters. Pour rappel : cette technique, inspirée d'une méthode de résolution des problèmes mathématiques, invite à s'approcher de la solution, à tâtons, par approximations successives. Itérons, donc !

Depuis son lancement en novembre 2022, ChatGPT fascine le grand public. Tout le monde itère à vue. Au risque, comme

l'icône, de s'en brûler les ailes. À peine les premiers prompts (requêtes) bidouillés, voilà l'agent conversationnel qui s'égare en hallucinations. Pour devenir un pro du prompt, il faut savoir ce que l'on veut et apprendre à l'exprimer.

Plus qu'un simple gadget, l'IA Générative est appelée à révolutionner notre quotidien. La démocratisation de ChatGPT s'illustre d'ailleurs en quelques statistiques. Celle de 100 millions d'utilisateurs, accumulés en seulement deux mois d'existence. Un record historique, grâce auquel ChatGPT détrône Facebook, Youtube, WhatsApp, TikTok etc. L'emballement populaire trouve un écho dans les entreprises. En témoigne l'enquête publiée en avril 2023 par Forbes, qui montre que 97 % des propriétaires d'entreprises considèrent que ChatGPT bénéficiera à leurs opérations dans les douze prochains mois.

“ Il faut faire en sorte que l'intelligence artificielle ait vraiment un impact positif sur le monde et sur nous. ”

Clément DELANGUE (MiM 12)

Emportée par cet engouement mondial, la France semble décidée à embrasser cette vague d'innovation. Une enquête IPSOS, qui date de décembre 2023, établit que 77 % des Français - en particulier les jeunes, les cadres et les diplômés du supérieur - voient dans le développement de l'IA une vraie révolution, qui va modifier nos méthodes de travail et nos modes de vie. À en croire les spécialistes, notre pays a pris ce virage à temps. « La France est aujourd'hui dans le top

3 de l'IA, juste derrière la Chine et les Etats-Unis, reprend Nicolas Guyon. Au départ, on se demandait si la capitale européenne ne serait pas Londres. En fait, Londres s'est faite devancer par Paris, grâce notamment au succès de Mistral (le concurrent européen d'OpenAI, l'entreprise derrière ChatGPT, NDLR). En France, on dispose de filières d'excellence dans le domaine, mais aussi de laboratoires de recherche de premier plan. À commencer par celui de Google ou encore le Facebook AI Research (FAIR). L'écosystème français est très riche ! Pour preuve, il y a des entreprises américaines qui se créent à Paris. Ce fut le cas de Poolside et Flex AI. Tout cela montre bien que l'esprit Silicon Valley est présent et que le boom de l'IA va entraîner un déversement sur toute l'économie. »

Un point sur lequel tous tout le monde s'accorde : qui dit ruissellement de l'IA dit démocratisation de son usage et formation massive. Clément Delangue, co-fondateur et CEO de Hugging Face, l'un des acteurs majeurs du secteur, en appelle lui aussi à une appropriation « par tous de la technologie, pour la comprendre et l'appliquer là où elle est nécessaire. » Interviewé dans le n°205 de ESCP Alumni magazine, le jeune entrepreneur, sorti de ESCP Business School en 2012, considère que c'est ainsi qu'on obtiendra de l'IA « un impact positif sur le monde ». « Sur les véhicules autonomes par exemple, déclare-t-il. Si l'on arrive à réduire le nombre d'accidents ne serait-ce que de 10 % grâce à l'intelligence artificielle, cela va sauver des centaines de milliers de vies. Il faut faire en sorte que l'intelligence artificielle soit orientée vers ces sujets-là afin que dans dix, quinze ou vingt ans, on puisse se dire que l'intelligence artificielle a vraiment eu un impact positif sur le monde et sur nous. » Pour cela, encore et toujours, l'humain doit s'emparer massivement de ces outils car, aux yeux de Clément Delangue, « si on laisse la technologie uniquement dans les mains de quelques entreprises, elles vont faire ce que les entreprises ont toujours fait, c'est-à-dire essayer de maximiser leurs profits et d'arriver à des situations de monopole. »

L'une des inquiétudes majeures qui a accompagné l'émergence de l'IA est la crainte que celle-ci fasse disparaître des professions. Puisque désormais les textes

“ Je pense que dans quelques années, tu auras 100 millions d'AI Builders, de la même manière que tu as 100 millions de software engineers aujourd'hui. ”

Clément DELANGUE (MiM 12)

s'écrivent tout seul, en quelques clics et sans faute d'orthographe. Que les business plans, d'apparence infaillibles, peuvent être générés en une poignée de secondes. Faut-il avoir peur de l'impact de l'IA sur des secteurs entiers ? Pas forcément selon Clément Delangue. Selon lui, il faut juste embrasser le changement de paradigme et accepter que comme lors de chaque nouveauté majeure, des métiers vont apparaître quand d'autres progressivement disparaître : « Je pense que tous les domaines de la technologie, tous les domaines de la société vont être touchés par l'intelligence artificielle. C'est vraiment un nouveau paradigme : tous les produits technologiques que tu utilises aujourd'hui vont être construits grâce à l'intelligence artificielle. En quelques années, l'intelligence artificielle en tant que domaine va devenir plus gros que le domaine général de l'informatique ou de la technologie aujourd'hui. Je pense que dans quelques années, tu auras 100 millions d'AI Builders, de la même manière que tu as 100 millions de software engineers aujourd'hui ». Plus que détruire des secteurs entiers, l'intelligence artificielle devrait donc en faire émerger des nouveaux, tout en autorisant des gains de productivité énormes. C'est en tout cas la vision positive portée par de nombreux acteurs du secteur.

L'un des domaines qui pourrait bien être impacté en profondeur par l'IA générative est celui de la création de contenus et du SEO. Pourtant pour Cyril BLADIER, expert en stratégie digitale, la frontière reste bien marquée entre les contenus humains et ceux issus d'une rédaction automatisée. Avec son entreprise Business

on line, ce technophile a vite pris le train de l'innovation, tout début 2023. L'intégration de ces outils n'a pas enclenché de nouveaux contrats, nous explique-t-il, mais ses clients se sont montrés reconnaissants envers son entreprise, qui a joué la carte de la transparence, en assumant d'emblée l'utilisation de l'IA. « Il y a malgré tout un style IA qu'on identifie assez facilement, tempère Cyril Bladier, qui ne croit pas dans le remplacement de l'homme par le robot. C'est fade, sans saveur ni personnalité. Certes, les rédacteurs offshore basés à l'île Maurice et payés 250 euros par mois pour faire du contenu au kilomètre ne sont plus sollicités. Mais un rédacteur qui a un style, une réflexion et une approche personnelle gardera la main sur la machine. Et puis, il ne faut pas oublier l'importance de la vérification par l'expert. C'est quand même des machines à raconter des conneries absolument phénoménales. »

Pour saisir l'importance des prompts, Cyril a son exercice de prédilection, qu'il adore partager lors des webinaires. Le voilà qui dégaine son smartphone en pleine conversation pour ouvrir un dialogue avec ChatGPT :

« L'homme est assis dans le canapé devant la télé, la femme est... »

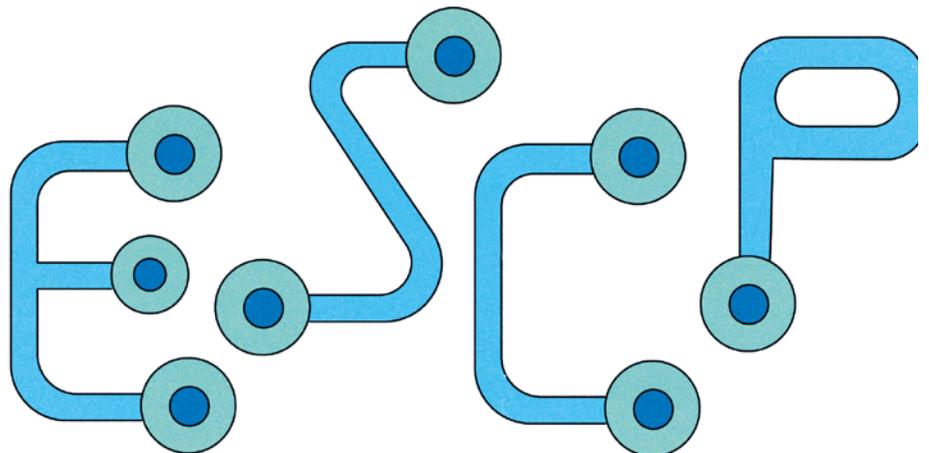
- L'homme est assis dans le canapé devant la télé, la femme est debout dans la cuisine, préparant le dîner », complète l'algorithmique.

Deuxième test, dans la foulée :

« Le mari est assis dans le canapé devant la télé, la femme est... »

- Le mari est assis dans le canapé devant la télé, la femme est à ses côtés dans le canapé, regardant aussi la télé.

- Vous voyez ! C'est drôle de constater qu'un simple mot d'une oration très



simple change complètement la contextualisation. Avec "homme", l'outil reproduit le cliché du mec dans la salon et de la femme à la cuisine. Pour lui, "mari" et "homme", ce n'est pas la même chose. Bien nourrir l'outil s'avère essentiel pour obtenir des résultats convaincants.»

**“
Il faut que l'IA soit mise au service des créateurs, éviter l'appauvrissement des métiers, en conservant le contrôle de cet outil par les professionnels.”**

Cécile VANDERMARCO (MiM 04)

Dans les entreprises créatives, comme chez Ubisoft, les outils de l'IA n'ont pas tardé à faire leur apparition. De quoi pousser les équipes à réfléchir aux termes de la transition. «*Les sujets éthiques qui touchent notre industrie sont nombreux*, déclare Cécile VANDERMARCO, qui occupe le poste de directrice de projet de l'équipe prospective chez le géant français du jeu vidéo. *Il faut que l'IA soit mise au service des créateurs, éviter l'appauvrissement des métiers, en conservant l'agentivité et le contrôle par les professionnels de cet outil. Il y a aussi un impératif de vigilance sur les biais, une obligation de transparence, de non-manipulation et d'inclusion des différentes parties prenantes dans la conception pour ne pas nuire ni discriminer.*» Pour affronter au mieux les défis liés à ces tendances technologiques et sociétales, Cécile, diplômée de ESCP en 2004, suit actuellement une formation à l'Université catholique de Lyon, le seul diplôme universitaire français consacré pleinement à l'éthique de la tech. Les outils acquis lors de

sa formation l'aident à mieux appréhender les enjeux liés à l'IA, notamment les deux grands chantiers annoncés publiquement par Ubisoft. L'un, Ghostwriter, permet aux scénaristes d'alimenter les dialogues plus rapidement, en générant des phrases pour des personnages secondaires de l'intrigue. Un gain de temps pour les scénaristes, sans aucun changement dans l'expérience du gamer, qui reçoit des réponses scriptées. L'autre projet s'appelle Neo NPC, «*d'une utilisation beaucoup plus ambitieuse de l'IA, qui n'en est qu'au début de son développement*», précise Cécile. Les NPC (personnages non-joueur) restent conditionnés par leur «*personnalité*», construite par les scénaristes, mais offrent des réponses non scriptées et donc la possibilité de dialoguer beaucoup plus en profondeur avec eux. Les fanatiques de science fiction pourront se prendre à rêver d'une interaction poussée avec la machine. Avant de se lancer dans ce mini-test de Turing, on pourra toujours convoquer Caleb, le programmeur-cobaye du film britannique *Ex machina* (2014). Au début de son épopée post-humanoïde, Caleb partage cette sage réflexion : «*Créer une machine consciente, ce n'est pas l'histoire de l'Homme, c'est l'histoire de Dieu*».

Sans doute plus qu'ailleurs, l'IA touche, chez Ubisoft, tous les métiers de l'entreprise. D'où une obligation, pour Cécile : «*l'intégration des outils d'IA doit être accompagnée d'une réflexion sur l'équité entre les collaborateurs*». «*Cela passe par de la formation permanente, afin de limiter la fracture numérique. Pour protéger l'emploi des partenaires (acteurs, traducteurs...), il faut œuvrer à l'anticipation des impacts économiques. Enfin, bien-sûr : l'IA ne doit jamais aller à l'encontre de la protection des données ni du respect de la vie privée.*»

Comme Isaac Asimov et John W. Campbell, en 1942, nous serions aujourd'hui invités à (re)définir les lois de la robotique. Les trois principes, dictés par ces deux écrivains, peuvent servir de base à notre réflexion : les robots doivent protéger les humains, leur obéir et se préserver, dans cet ordre de priorité, sans jamais nuire à l'humanité. Toutes proportions gardées, dramatisme et grandiloquence en moins, c'est un peu ce qui se fait, depuis des

décennies, au sein des entreprises. «*Dans les grands groupes notamment, nous avons établi des chartes informatiques. Je pense que l'IA générative doit être intégrée à ces chartes, comme un outil supplémentaire, qu'on va traiter, parce qu'il porte effectivement de vrais sujets d'éthique et de sécurité*, résume Raphaële Hauzy (MS 98), DRH du groupe Casino jusqu'au changement de gouvernance qui est intervenu fin mars. *Cela passe notamment par une bonne communication auprès des collaborateurs, par de la formation et de l'acculturation, afin d'éviter que des données de l'entreprise soient renseignées à des systèmes d'IA génératives ouvertes.*» Convaincue de l'apport de cette technologie dans les grandes entreprises, Raphaële n'exclut pas l'intervention d'un Chief AI Officer, «*tant que celui-ci garde un vrai rôle d'accompagnement des équipes*

**“
Je pense que l'IA générative doit être intégrée à ces chartes, comme un outil supplémentaire parce qu'il porte effectivement de vrais sujets d'éthique et de sécurité.”**

Raphaële HAUZY (MS 98)

métiers et de façon temporaire».

L'IA, une révolution ? Au-delà des déclarations les plus enthousiastes, certaines projections s'avèrent plus nuancées. Une enquête datant de mai 2024 et signée Daron Acemoglu, chercheur du Massachusetts Institute of Technology (MIT), indique que l'IA aura un impact

économique réel mais modeste, avec une augmentation de la productivité totale des facteurs estimée à moins de 0,53% sur 10 ans. Autrement dit : une capacité à révolutionner le monde de l'entreprise limitée à court et moyen terme. L'IA est partout mais ne va pas (pour le moment) renverser la table. « Il s'agit d'une évolution, plus que d'une révolution », insiste Géraldine GALINDO, chercheuse en gestion des ressources humaines (GRH) et professeure à ESCP. « Je suis assez d'accord sur ce point, rebondit Raphaële HAUZY. L'IA, ça existe quand même depuis quelques années, à travers la digitalisation des process RH et de tout un tas d'autres process dans l'entreprise. La grande nouveauté, c'est le rythme du changement : ça va beaucoup plus vite ! C'est là justement qu'il faut bien mesurer les avantages et les inconvénients pour l'entreprise et ses collaborateurs. »

Hyper médiatisée, porteuse de grandes promesses quant à l'augmentation de la rentabilité, l'IA générative enthousiasme le monde de l'entreprise. L'outil permet de

déléguer des tâches répétitives, de stimuler des réflexions diverses... Selon une étude récente citée par Euronewes, plus de 75% des entreprises interrogées ont dit prévoir d'adopter des systèmes alimentés par l'IA d'ici à 2027. Une démarche génératrice d'opportunités puisqu'aujourd'hui, l'intelligence artificielle remplace déjà les humains dans certains types d'activité. L'IA devrait donc stimuler la productivité en supprimant les tâches routinières, mais les travailleurs devront s'adapter et monter en compétences pour faire face à cette nouvelle réalité. Clément DELANGUE se veut positif. Selon lui l'avenir s'annonce même radieux à condition d'accepter que l'IA soit un vrai changement de paradigme: « L'IA est un nouveau paradigme pour construire de la technologie, mais cela dépend des individus. Ce n'est pas du tout indépendant ni autonome comme système. C'est vraiment une méthodologie de création de technologies qui dépend des gens qui la construisent. L'espèce de dystopie où l'intelligence artificielle prend le pouvoir sur tout en autonomie, c'est de la science-fiction ». Ouf !

“
L'IA existe quand même depuis quelques années, à travers tout un tas de process dans l'entreprise. La grande nouveauté, c'est le rythme du changement : ça va beaucoup plus vite !”

Raphaële HAUZY (MS 98)

Casting



Cécile VANDEMARCO (MiM 04),
directrice de projet de l'équipe prospective
chez Ubisoft



Clément DELANGUE (MiM 12),
co-fondateur et CEO de Hugging Face



Cyril BLADIER,
expert en stratégie digitale



Nicolas GUYON (MiM 05),
co-fondateur MyConneting IA et Investor
& Advisor à Comptoir IA



Raphaële HAUZY (MS 98),
DRH du groupe Casino



Géraldine GALINDO,
chercheuse en gestion des ressources humaines
(GRH) et professeure à ESCP Business School

Propos recueillis par Fabien PALEM

« Il s'agit d'une évolution, plus que d'une révolution »

Géraldine GALINDO, professeure de gestion des ressources humaines (GRH) à ESCP Business School, étudie les bouleversements liés à l'arrivée de l'IA dans le monde de l'entreprise.



Géraldine GALINDO

professeure de gestion des ressources humaines (GRH) à ESCP

Quel est l'impact de l'IA sur l'emploi selon vous ?

La majorité des emplois - environ 70 % - va évoluer grâce ou à cause de l'IA. Mais finalement, peu d'entre eux vont vraiment disparaître. Il faut appréhender la granularité du phénomène. L'ampleur immédiate de ces évolutions sera certainement plus faible que ce que certaines études alarmistes laissent entendre. L'ampleur des évolutions dépendra des choix sociétaux qui seront faits. On a le potentiel de remplacer totalement certains métiers, comme les aides juridiques ou les aides comptables. Mais ira-t-on jusque-là ? Cela suppose de penser au reclassement et aux nouvelles perspectives de carrière pour ceux formés initialement pour ces métiers.

Peut-on parler d'une révolution de l'IA ?

Pour moi, on n'est pas dans une révolution, mais une évolution. Le monde de l'entreprise a toujours été poussé à évoluer. Certes, cette évolution est plus massive que d'autres. Elle concerne quasiment tous les emplois. Le point central, c'est de définir

comment nous souhaitons accompagner cette évolution.

L'IA va-t-elle redéfinir les compétences requises ?

Oui, inévitablement, les compétences vont être questionnées dans la plupart des métiers. On aura moins besoin de capacités purement techniques. Par exemple, des tâches qui consistent à agréger et synthétiser des informations. Tout cela sera fourni par l'IA. En revanche, on aura d'autant plus besoin des compétences humaines. L'esprit critique sur l'analyse de ces données, la capacité à collaborer et interagir avec l'IA, mais aussi la créativité et l'apport de nouvelles perspectives que l'humain seul peut amener... Cela remet

en question la reconnaissance au travail. Avant, quelqu'un pouvait être reconnu pour sa capacité à faire des plannings. Demain il faudra prouver d'autres qualités.

Dans ce contexte, les managers sont-ils voués à disparaître ?

Le rôle des managers est totalement remis en question. On peut légitimement se demander si on aura encore besoin de managers pour faire de la supervision de base comme les plannings ou le contrôle de la présence, des tâches que l'IA pourra sans doute prendre en charge. On va les valoriser sur d'autres missions à plus forte valeur ajoutée humaine, comme l'animation et le développement des équipes. Mais cela suppose qu'eux-mêmes maîtrisent ces



nouveaux outils IA, ce qui n'est pas évident et nécessite un réel effort de formation que beaucoup d'entreprises n'anticipent pas encore.

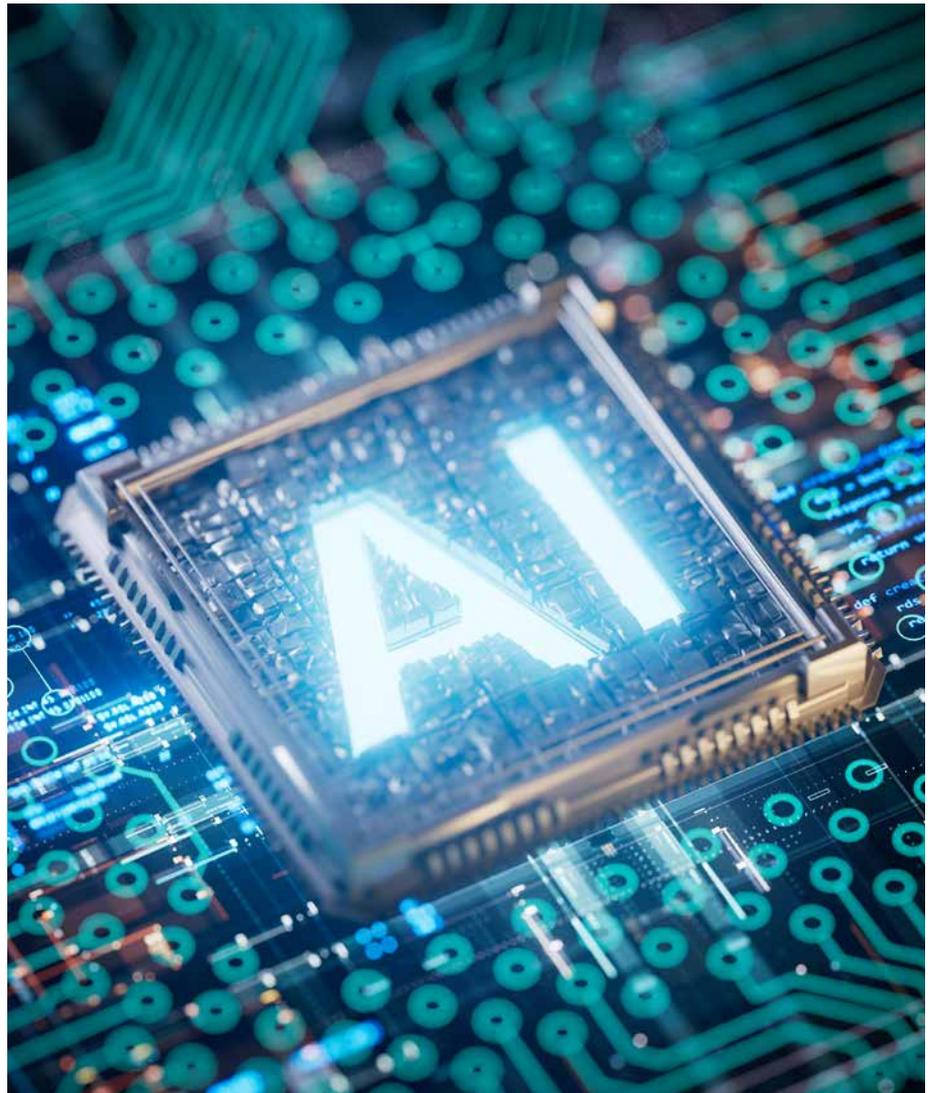
L'IA va-t-elle démocratiser l'accès à l'éducation ?

Je pense que c'est une opportunité à double tranchant. L'IA a en effet un potentiel pour démocratiser la formation en dépassant les frontières géographiques et les écarts de développement entre pays. Mais cela suppose de réfléchir attentivement aux conditions d'accompagnement pédagogique, aux modalités d'usage de ces outils. On ne peut pas décréter que c'est la solution miracle.

“
Le rôle des managers est totalement remis en question. En aura encore t-on besoin pour faire de la supervision de base et des tâches que l'IA pourra sans doute prendre en charge ?”

Comment l'IA s'applique-t-elle concrètement en gestion des ressources humaines (GRH) ?

En GRH, on voit l'opportunité d'utiliser l'IA pour automatiser certaines tâches administratives récurrentes, comme la présélection de CV sur des critères prédéfinis. Mais cela pose immédiatement la question cruciale : jusqu'où l'entreprise



souhaite déléguer la décision finale à l'IA ? Les RH doivent se demander quelle place réelle donner à l'apport humain dans le processus final. Et surtout, quel sera le nouveau rôle des RH quand une partie des tâches opérationnelles sera prise en charge par l'IA ? Faudra-t-il se concentrer sur le pilotage de l'outil, la définition de la stratégie RH, l'accompagnement du changement ?

Quel est le principal défi de l'IA pour les organisations ?

La grande question dans les entreprises aujourd'hui est celle du "comment" : on reste trop vagues sur les objectifs et la mise en œuvre de l'IA. Il faut réfléchir à une véritable feuille de route stratégique, avec

des objectifs clairs sur qui doit véritablement porter ce sujet, qui former en priorité, quels process et usages cibler. Aujourd'hui c'est surtout de l'expérimentation locale sans réelle vision d'ensemble cohérente. Un autre défi est de bien valoriser les personnes qui s'emparent déjà par leur propre initiative de ces nouveaux outils, sans attendre les directives d'en haut.

Les entreprises sont-elles prêtes pour cette transformation IA ?

Je dirais que nous en sommes aux toutes premières étapes. On sent bien l'injonction à se saisir de l'IA, dans les discours. Mais dans les faits, nous en sommes encore au stade d'expérimentation et de tâtonnement. |

Carrière

Construire votre marque personnelle sur LinkedIn

Même si vous ne la cultivez pas, votre marque personnelle existe : c'est la conjugaison de votre identité professionnelle et de votre réputation professionnelle. LinkedIn s'impose comme la plateforme de choix pour mettre en relief la valeur ajoutée unique que vous pouvez apporter, et ainsi vous démarquer de vos concurrents ou de vos pairs,



**Sabine Zanella (ESCP 93),
Associée co-fondatrice du cabinet Via Lecta et experte
du pôle Développement Professionnel ESCP Alumni**

Sabine a fondé avec des associés en 2018 Via Lecta, un cabinet spécialisé dans l'outplacement et le coaching des dirigeants et managers. Sa pratique s'appuie sur une solide expérience de l'entreprise en tant que cadre dirigeante. Experte en stratégie de marques, elle a piloté pendant 20 ans le développement de très belles marques. Elle s'appuie sur cette expertise pour aider ses clients à se positionner et développer une identité professionnelle claire et authentique.

Commencez par définir votre marque personnelle

La première étape est de définir ce pour quoi et auprès de qui (votre cible) vous voulez être connu et reconnu. L'enjeu est de bâtir un positionnement clair et distinctif, en capitalisant sur vos atouts personnels (expertise, talents, valeurs, passions, vécu...), dont la combinaison spécifique vous permet de délivrer une valeur ajoutée unique.

Optimisez votre profil LinkedIn

Il doit refléter votre marque personnelle et mettre en lumière votre expertise.

- Choisissez une photo de profil professionnelle et engageante : un portrait de vous de face, en train de sourire, centré sur votre visage.

- Créez une bannière (image de fond) en cohérence avec votre positionnement. Tous les profils se ressemblent, c'est donc un bon moyen d'affirmer votre différence.
- Choisissez un titre de profil accrocheur et informatif. Il doit permettre de comprendre rapidement votre rôle, votre cible et votre proposition de valeur.
- Personnalisez votre rubrique Infos : c'est ici que vous pourrez exprimer le mieux votre valeur ajoutée unique. Elle peut être courte ou longue, tant qu'elle est simple à parcourir, avec des paragraphes courts et des éléments structurants (tirets, émojis). Écrivez à la 1^{ère} personne, c'est plus engageant.

- Listez vos expériences en mettant en valeur vos réalisations et n'hésitez pas à rajouter des media (articles, images, vidéo...)

Soyez actif sur LinkedIn

Sur LinkedIn, le contenu est roi : créez et partagez du contenu de qualité qui met en lumière votre expertise, apporte une réelle valeur à votre audience et suscite un engagement fort. Interagissez avec votre réseau en commentant des posts. Exprimez-vous sur des thèmes choisis, cohérents avec votre positionnement ; cela renforcera la crédibilité de votre marque personnelle. Une activité régulière sur LinkedIn montre que vous êtes un professionnel actif et engagé. |

Propos recueillis par Arthur JEANNE

Hassanein HIRIDJEE : Je suis un afro-optimiste

A la tête de la multinationale Axian, l'entrepreneur franco-malgache **Hassanein HIRIDJEE (97)** est aussi un passionné d'art contemporain. Par le biais de son groupe, comme de sa fondation, ce natif de la Grande Ile se bat pour promouvoir le Madagascar qui gagne et s'engage pour l'inclusion des Africains. Rencontre



Hassanein HIRIDJEE (ESCP 97)
CEO de Axian Group

Bonjour Hassanein, vous êtes aujourd'hui à la tête d'Axian, le plus gros conglomérat malgache, qu'est-ce qui vous a mené là, pouvez-vous nous en dire plus sur votre parcours ?

Hassanein Hiridjee : Je suis franco-malgache. Je suis né à Madagascar en 1975 et j'ai passé toute ma jeunesse entre Paris et Madagascar. J'ai ensuite étudié à ESCP et après l'obtention de mon diplôme, j'ai débuté ma carrière en tant que trader chez Cargill. En 1997, mon père est décédé et ma mère a souhaité que je rentre à Madagascar pour rejoindre le groupe familial. Je suis donc arrivé dans ce qui était alors une grosse PME bien établie dans plusieurs secteurs tels que l'industrie textile, la distribution automobile et les matériaux de construction. J'ai fait une sorte d'audit, je suis allé à la rencontre des principaux dirigeants d'entreprise. Ça m'a permis de mieux comprendre les besoins du pays, de découvrir l'écosystème business en profondeur.



© Fondation H

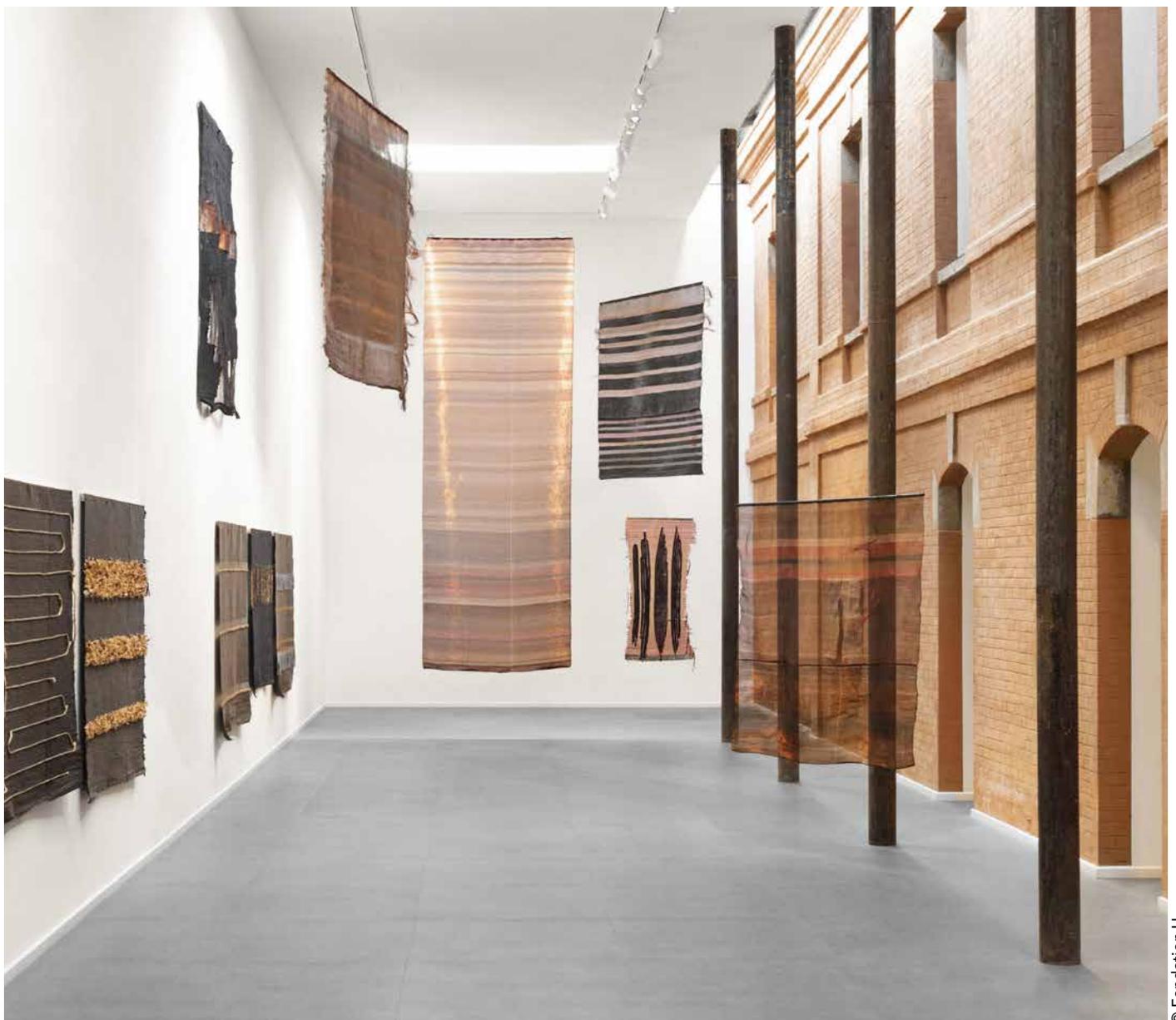
Après des échanges avec mes partenaires et actionnaires familiaux, le groupe s'est développé dans de nouvelles activités et est devenu Axian. Aujourd'hui nous sommes présents dans les secteurs des télécoms, de l'énergie, de l'immobilier et des services financiers et nous nous sommes développés au-delà de Madagascar, notamment en Tanzanie, au Togo ou au Sénégal en partenariat avec Xavier Niel sur le lancement de Free Sénégal. On a réécrit l'histoire de la PME familiale qui est aujourd'hui un groupe panafricain très présent dans les métiers des

infrastructures et des services. Axian, c'est environ 7000 personnes, dix pays, quatre grands clusters et 36 sociétés.

C'est aussi la Fondation H que vous avez créé en 2017 qui vise à promouvoir les artistes africains à l'international et à mettre votre passion pour l'art contemporain au service de Madagascar, vous pouvez nous en dire plus ?

H.H. : Absolument, J'ai toujours eu un penchant pour l'art, ça m'a toujours passionné.

Au début des années 2010, j'ai commencé à collectionner des œuvres d'artistes contemporains africains, notamment à Madagascar. J'ai découvert la scène artistique locale avec mon ami galeriste Éric Deremaux, rencontré plusieurs artistes et j'ai fait un constat : à Madagascar, il y a énormément de talent, mais un écosystème artistique quasiment inexistant. Les artistes n'arrivent pas à vendre et n'ont pas de quoi vivre décemment. Ils n'ont même pas de quoi être exposés. Donc j'ai pris l'engagement d'aider et de développer ce talent. Avec Éric, on a



monté en 2017 un prix d'art contemporain qui s'appelle le Prix Paritana, qui permet à des jeunes artistes d'obtenir une bourse et une résidence à la Cité internationale à Paris pendant trois mois. Cela permet aussi de confronter nos jeunes artistes à la scène internationale. La même année, on a aussi décidé de monter un premier espace de la fondation dans le parc d'activités d'Axian à Tana pour exposer les artistes (le surnom d'Antananarivo, la capitale malgache). On accueillait chaque année 15 000 visiteurs dans un petit espace. Donc on a décidé de créer un espace plus conséquent.

“
Je suis franco-malgache, mais au-delà de Madagascar, ce qui est important pour moi, c'est que le regard du monde change sur l'Afrique. J'en ai un peu assez de cet afro-pessimisme.”

A quoi ressemble le siège de la fondation H aujourd'hui ?

H.H. : C'est un nouvel espace de 2200 mètres carrés en plein centre de Tana qui occupe le vieux bâtiment historique de la Direction Centrale des Postes et Télégraphes. On a intégralement remodelé et restauré le bâtiment pour en faire un



© Fondation H



© Fondation H

espace muséal. L'exposition inaugurale en avril 2023 était dédiée à Madame Zo, (icône de la scène artistique malgache, décédée en 2020) dont j'étais très proche et qui avait un talent extraordinaire. L'exposition a connu un succès extraordinaire et a eu énormément d'échos positifs, pas seulement à Madagascar, mais en Afrique, à Paris et ailleurs dans le monde. Au-delà de cet espace, la fondation H, c'est tout un écosystème avec aussi des programmes de formation pour la jeunesse et des programmes de formation pour les artistes. On a un espace à Paris dans le Marais, au 24 Rue Geoffroy l'Asnier pour permettre à nos jeunes artistes de s'exposer et de créer une passerelle.

L'idée sous-jacente, c'est de faire parler de Madagascar ? De faire rayonner l'île et ses talents ?

H.H. : Je suis franco-malgache, mais au-delà de Madagascar, ce qui est important pour moi, c'est que le regard du monde change sur l'Afrique. J'en ai un peu assez de cet afro-pessimisme. Dès qu'on parle de l'Afrique, ce sont les épidémies, les coups d'état, la corruption. Enfin, il faut arrêter, tout cela est en train de changer. Tous les pays dans le monde sont passés par des heures sombres en Europe, ça fait partie

du processus de construction d'un pays. Le narratif du continent est en train de changer complètement. Je suis un afro-optimiste convaincu et je veux participer à changer le regard sur le continent parce qu'il y a une population qui est extrêmement talentueuse, très jeune, des opportunités business très nombreuses et beaucoup de choses à faire en termes d'infrastructures, en termes de services, en termes de développement. Je crois que si l'on accompagne un peu ces ressources infinies et qu'on partage une vraie vision ensemble, le continent se développera et ira même encore plus vite que ce qu'on pense. Je vais prendre un exemple très simple : vous êtes émerveillé avec N26 et Revolut ici en Europe ? Eh bien en Afrique on fait du mobile banking depuis 10 ans !

Vous constatez que les choses évoluent vite sur le continent ?

H.H. : Je peux vous dire que l'Afrique ne rate pas la révolution digitale. Il y a énormément de talents dans la tech et dans les métiers des opérateurs télécoms qui travaillent sur de nouveaux produits et services. Aujourd'hui, il y a beaucoup d'accélérateurs, d'incubateurs sur le continent, des boîtes qui se créent dans la tech et permettent

d'opérer des sauts générationnels s'opèrent pour laisser derrière nous des vieilles technologies. On accélère maintenant et le continent est en train de changer à vitesse grand V. Une ville comme Abidjan n'est pas du tout la même qu'il y a 10 ans. Tout change et on le sent, même s'il y a encore des grands enjeux et des grands challenges à régler pour que ça aille encore plus vite. Il faut accélérer le financement des économies africaines.

C'est pour participer à cette mutation que vous avez lancé en novembre 2022 la chaire d'innovation responsable en Afrique d'ESCP et créé une antenne de l'école 42 à Madagascar ?

H.H. : Absolument. Concernant, la chaire d'innovation responsable, c'est un projet conjoint dont je suis très fier et Nathalie Prime et Caroline Verzat (Co-directrices scientifiques de la chaire à ESCP) ont fait un travail absolument formidable. Cette chaire participe justement à accompagner ce narratif qui change et à créer un dialogue interculturel. Il faut créer cette passerelle entre les étudiants du continent africain et les étudiants européens afin qu'ils voient ce qui se passe en Afrique. Ça crée une émulation et une dynamique qui est importante. C'est un très beau projet. Concernant l'école 42, j'ai constaté de par mon amitié et ma proximité avec Xavier Niel que c'était une nouvelle façon de se former et d'être accompagné aux métiers du digital absolument formidable par le biais d'une formation de 18 à 24 mois qui te permet d'intégrer un job très facilement. On a donc décidé de lancer le premier campus d'Afrique subsaharienne en octobre 2023. Cela répond vraiment de cette volonté que j'ai d'impacter en faisant de l'inclusion digitale, de l'inclusion numérique et de l'inclusion financière. C'est essentiel.

Vous disiez justement dans une tribune dans Le Point que pour l'Afrique, l'inclusion ne pouvait pas attendre.

H.H. : Est-ce pensable qu'en 2024, des foyers n'aient pas accès à l'électricité ? On se pose des questions sur le problème

migratoire en Europe mais à la base la solution, c'est qu'il faudrait que le continent soit totalement équipé en infrastructures et en services. Les réalités sont très différentes selon les pays, certains ont énormément accéléré notamment sur leurs infrastructures énergétiques. Dans d'autres, c'est plus challenging : ils doivent passer par ce long chemin démocratique qui apportera un état de droit et rassurera les investisseurs. Mais ce qui a vraiment changé et qui est essentiel à mes yeux, c'est que les États ont compris que rien ne se fera sans le privé. Il y a eu un vrai shift et dans des pays comme la Côte d'Ivoire ou le Togo des partenariats public privé ont permis la création de vrais projets structurants pour les économies des pays.

Quels conseils donneriez-vous aux alumni désireux d'investir à Madagascar ?

H.H. : C'est un pays qui où il y a énormément à faire en termes de développement. On a une croissance économique régulière depuis les dix dernières mais on a encore un déficit d'infrastructures et de services. Si quelqu'un arrive avec un véritable engagement, un projet sérieux et un petit peu de financement, il y a de très belles choses à faire. Je vois énormément d'opportunités. A Madagascar, il y a une petite communauté d'une dizaine d'alumni ESCP qui serait ravie d'accueillir les nouveaux venus.

Et au-delà de l'aspect purement business ?

H.H. : Il faut absolument venir, c'est un pays très attachant qui ne te laisse pas indifférent. Le regard des gens, leur accueil... C'est une approche humaine différente. Et puis il y a ce bouillonnement, cette énergie. Ça vibronne dans tous les sens. Touristiquement parlant, c'est un pays complètement dingue. 90 % de notre faune et de notre flore sont endémiques. Les paysages sont un concentré de tout ce que tu peux trouver dans le monde. Tu veux une forêt tropicale ? Tu l'as. Tu veux des plages de cartes postales ? Elles existent. Les Rocky Mountains et Death Valley ? On les a aussi. C'est assez incroyable. C'est un très beau voyage pour lequel il faut prendre un peu de temps. |

“

Il faut absolument venir à Madagascar, c'est un pays très attachant. Ça vibronne dans tous les sens. Touristiquement parlant, c'est un pays complètement dingue. 90 % de notre faune et de notre flore sont endémiques. ”



© Fondation H



Laure Warembourg
Avocat Associée



Stéphan Blavier
Avocat Associé



Marine Guillemain
Avocat



Mathilde Alavoine
Avocat



Linda Denfer-Kadiri
Avocat

JURIDIS 360, CABINET D'AVOCATS D'AFFAIRES DES HAUTS-DE-FRANCE, ACCOMPAGNE LES SOCIETES ET LEURS DIRIGEANTS DANS TOUTES LEURS TRANSFORMATIONS, TANT DANS LEURS OPERATIONS STRUCTURANTES (CORPORATE, M&A, PRIVATE EQUITY) QUE DANS LEURS OPERATIONS DE RESTRUCTURATION (RESTRUCTURING, PREVENTION, PROCEDURES COLLECTIVES)

<https://www.juridis360.com/>

Par Pauline Ducousso

À la recherche de la cire perdue

Ancienne chargée mission commerciale pour Canal+ au Burkina Faso, **Ambre JARNO (MS 11)** est depuis tombée sous le charme du pays et de l'artisanat local. En 2017, la designeuse a fondé à Ouagadougou Maison Intègre qui fabrique du mobilier en bronze à la cire perdue. Une manière de faire rayonner les savoir-faire ancestraux tout venant en aide aux artisans bronziers burkinabés.



© Sophie Garcia

Ambre JARNO (MS 11)
designeuse

Un jour de 2014, Ambre Jarno, fraîchement diplômée d'un master en Management des Médias à ESCP, tombe sur une offre de volontariat international, en tant que chargée de mission commerciale au Burkina Faso, pour Canal+ Afrique. « Une superbe opportunité qui m'a attirée tout de suite », se souvient cette bretonne d'origine. A tout juste 24 ans, la voilà débarquant à Ouagadougou pour participer à la création d'une nouvelle filiale du Groupe. Commercial, marketing, communication, ressources humaines, gestion des chantiers des bureaux... Ambre est sur tous les fronts. « J'en garde le souvenir d'une première expérience très constructive, fondatrice, qui avait du sens et qui m'a permis de m'immerger dans le monde du travail burkinabè. J'ai découvert tout un pays au travers de mes rencontres professionnelles. J'étais au bon endroit au bon moment », se remémore-t-elle.

Pendant ses temps libres, la jeune femme à la curiosité débordante sillonne les antiquaires et les artisans et commence à dessiner des meubles et luminaires qu'elle fait fabriquer pour sa maison. Une manière de commencer à aiguiser son regard et à apprivoiser l'artisanat et les savoir-faire ancestraux du pays. Cette sensibilité à l'artisanat et au fait-main africains ne sort pas de nulle part : elle remonte à ses multiples voyages pendant son enfance sur le continent, du Kenya au Sénégal en passant par l'Afrique du Sud. Mais c'est bel et bien lors d'une visite à Bobo-Dioulasso, deuxième ville du Burkina Faso, qu'elle

fait une incroyable découverte, celle des fondeurs et de leur technique de la fonte du bronze à la cire perdue. « L'utilisation de matériaux naturels, recyclés et produits localement, l'usage et le rapport mystique au feu pour les coulées de bronze, la production de pièces complexes avec si peu de matériaux et dans des conditions de travail souvent difficiles, tout leur travail me fascinait », raconte la designer. D'un passe-temps, l'art de la fonderie devient une passion pour celle qui, loin d'avoir le mal d'un pays « bouillonnant d'énergie », ne retourne pas rendre visite à sa famille en France pendant un an.



© Sophie Garcia

Un projet ancré à Ouagadougou

Arrive la fin des deux années de mission chez Canal et de vagabondages aux quatre coins du petit pays enclavé d'Afrique de l'Ouest, la jeune femme rentre à Paris pour enchaîner avec un poste de « responsable de communication pays affiliés Afrique ». Son temps est désormais partagé entre la capitale et le continent africain. Mais sa vie au Burkina Faso lui manque et les questionnements sur le sens à donner à la suite de son avenir commencent à fourmiller. « J'avais envie de m'impliquer dans un projet personnel là-bas, de retourner passer du temps avec les artisans et de voir ce qu'on pourrait imaginer ensemble pour montrer au monde et valoriser les savoir-faire du bronze à la cire perdue, un artisanat d'excellence », souffle Ambre. Fin 2016, la décision est prise. La globetrotteuse démissionne de Canal et retourne poser ses valises à Ouagadougou pour partir seule en quête des meilleurs artisans et lancer son projet. Mais cette fois-ci, pour de bon. « J'avais un super job à Paris et des perspectives d'évolution prometteuses. Mais je n'avais plus du tout envie de ça, j'étais arrivée au bout de mon expérience. Mes rencontres inspirantes au Burkina m'ont donné la force et la volonté de créer autre chose et de m'impliquer dans un projet ancré à Ouagadougou », défend-elle.

Au début, son entourage ne comprenait pas vraiment l'intérêt de construire un projet dans un pays en zone rouge ravagé par une crise sécuritaire, économique et sanitaire sans précédent. Qui plus est, un pays où les métiers d'arts sont malheureusement en voie de disparition, abandonnant des dizaines de familles sans ressources et sans perspectives. Malgré quelques craintes, Ambre met toutes ses économies et son énergie dans la création de son atelier de bronze à la cire perdue, Maison Intègre. Un clin d'œil à la signification du nom Burkina Faso, « Pays des hommes intègres ». Dans les premiers temps, c'est dans les cours familiales des artisans qu'Ambre tâtonne et passe ses journées. « Je proposais aux artisans des dessins, des formes et je suivais la création des objets. J'apprenais un métier en cherchant à comprendre et en expérimentant le savoir-faire », confie-t-elle. Les jeunes designers Charlotte Thon & Marc Boinet la rejoignent pour passer



du temps avec les bronziers et développer les premières pièces. En 2019, elle est invitée par Wallpaper Magazine à collaborer avec le designer américain Brendan Ravenhill pour la foire internationale de Milan. D'autres designers tels que François Champsaur et Noé Duchaufour Lawrance s'intéressent très vite au projet, donnant lieu à des premières collaborations et des premières retombées économiques. Après cinq ans d'allers-retours entre l'Afrique et l'Europe et avec de la patience, de la passion et des recettes de ventes de pièces de plus en plus fructueuses, l'atelier de 400 m² sort enfin de terre à Pissy, un quartier populaire de Ouagadougou. La fonderie de Maison Intègre est créée en 2022.

Vivre d'un savoir-faire

Aujourd'hui, 10 artisans salariés de différents horizons s'activent dans l'atelier. Parmi eux, des mouleurs, fondeurs, modeleurs, soudeurs et finisseurs, encadrés par trois maîtres bronziers. Pour accompagner l'équipe, Ambre a embarqué dans l'aventure humaine trois artisans bronziers français qui interviennent sur les finitions. « C'est essentiel pour collaborer, permettre un partage de compétence avec les artisans burkinabè et créer des synergies. J'invite aussi sur place les designers pour qu'ils puissent comprendre le projet et la problématique locale », insiste la designeuse. A partir de métaux de réemploi (vieux robinets, pièces usinées défectueuses, molettes de bonbonnes de



© Sophie Garcia

gaz, etc), ces artisans fabriquent du mobilier et des accessoires inspirés d'objets usuels et traditionnels qui célèbrent le patrimoine culturel ouest-africain. A l'instar d'un ensemble de bougeoirs dérivés des lance-pierres d'une ethnie du sud-ouest du territoire.

Faire de l'artisanat un levier de développement économique et social est au cœur de la démarche et de l'engagement de la créatrice aussi passionnée que déterminée. «*La commercialisation de nos créations*

permet d'améliorer les conditions de vie de nos artisans talentueux», confie Ambre, soucieuse de leur assurer un volume de travail régulier pour pouvoir vivre de leur savoir-faire. Avant d'ajouter : «*Je veux montrer qu'on peut créer des filières d'excellence au Burkina Faso à travers l'artisanat et que les industries créatives et culturelles peuvent être génératrices de développement dans un pays pauvre et complètement coupé des échanges économiques au détriment des artisans.*» La créatrice a étendu son dévouement aux familles des bronziers en ouvrant fin

2022 l'Association Maison Intègre. Sa mission ? Apporter une aide régulière aux artisans et à leurs familles via l'accès à l'éducation des enfants et l'accès à la santé et apporter un soutien aux femmes.

Pour le moment, le parcours d'Ambre rayonne de réussites. Début 2023, Maison Intègre a présenté pour la première fois à Paris une rétrospective de toutes les pièces éditées depuis 2017. Une exposition s'est également tenue l'année précédente à New York aux Ateliers Courbet. Plusieurs centaines de pièces ont déjà été vendues auprès d'architectes, décorateurs et maisons de luxe aux États-Unis, en Espagne, en Allemagne, en Italie, en Angleterre et en Australie. Plus récemment, son travail du bronze artisanal s'est enrichi d'une nouvelle collection «*Maison Intègre Studio*» qui propose des objets plus petits pour la maison, comme des poignées de porte, des patères, des crochets ou des lampes, à des prix plus abordables. Augmenter et diversifier la production demande de former de nouveaux jeunes artisans aux métiers du bronze. Une autre mission qui anime la créatrice, déterminée à accompagner la transmission des savoir-faire ancestraux à la jeune génération. Au Pays des hommes intègres, quelques-uns ont déjà commencé à suivre ce chemin. |



45 ans
Audika

audika.fr

Découvrez
la révolution
Blink

ESSAI
GRATUIT
30 JOURS*

Les nouvelles aides auditives qui
détection vos moindres mouvements
pour une clarté sonore inédite.

Prenez rendez-vous en appelant le :

0800 463 575

Service & appel
gratuits

 **Audika**
Experts et à votre écoute

*Sans engagement. Sur prescription médicale uniquement.
Valable sur toutes les aides auditives, hors frais d'embouts. Voir conditions en centre.

Par Houda Gharbi

Empethy makes animal adoption more responsible

With Lorenza Porciello, **Annamaria BARBARO (MiM 18)** created Empethy to promote a more responsible approach of animal adoption. She tells us more about her journey, Empethy platform and the challenges she has been facing.



Annamaria BARBARO (MiM 18)
co-founder & CEO Empethy

How did your professional journey begin ?

My professional journey began in the dynamic field of investment banking, where I spent 4.5 years at Barclays Investment Bank in London. I hold an MSc in Management from ESCP Business School and a Bachelor's degree in Business Administration. These experiences provided me with a robust foundation in financial management and strategic planning. My time at Barclays honed my skills in high-stakes environments and prepared me to lead a startup with the innovative vision of Empethy.

What inspired you and led to the creation of Empethy?

The inspiration for Empethy stemmed from a deep passion for animals shared by Lorenza and me, coupled with a strong desire to address the pressing issue of stray animals. Empethy was born from an Instagram page dedicated to promoting animal adoptions, which quickly grew into a comprehensive digital platform. Our goal

was to create a solution that simplifies the adoption process, making it more accessible and efficient. We saw an opportunity to not only help abandoned animals find loving homes but also to offer companies a unique way to enhance their corporate social responsibility and brand image through meaningful partnerships.

Can you tell us more about Empethy and its ambition?

Empethy is an innovative platform that connects companies with local communities to promote the responsible adoption of shelter animals. Our ambition is to significantly reduce the number of animals in shelters while simultaneously improving the public perception of the companies that partner with us. We offer tailored packages that include virtual company shelters, annual SDG reports, and comprehensive media kits, all aimed at maximizing social impact. By standardizing adoption listings and providing thorough, expert-supported profiles of each animal, we ensure potential adopters have all the information they need to make informed decisions.

Through this entrepreneurial journey, what hurdles have you faced?

Throughout our entrepreneurial journey, we've encountered several challenges. Raising awareness among companies about the importance of animal-related social responsibility was one of the major hurdles. Additionally, developing a robust technological platform and securing strategic partnerships were crucial but complex tasks.

Overcoming preconceived notions about shelter animals and convincing businesses to see the value in integrating social good into their corporate strategies required persistent effort. Despite these challenges, our determination and the positive response from the market have helped us overcome these obstacles and continue to grow.

Today, what is your growth and development strategy for your start-up?

Our growth strategy is built on three main pillars: expanding our network of partners, continuously enhancing our technological platform, and increasing our market presence through targeted marketing campaigns. We are currently seeking funding to consolidate our team, strengthen our B2B infrastructure, and launch new B2C initiatives, including premium services. Our ultimate goal is to amplify our impact and make responsible animal adoption a common and valued practice. By focusing on these areas, we aim to create a sustainable and scalable model that benefits animals, businesses, and communities alike.

Par Houda Gharbi

Des red socks bien françaises à la conquête du monde !

En 15 ans, Mes Chaussettes Rouges est devenue une adresse emblématique spécialisée dans la revente et la vente de chaussettes avec plus de 1 000 modèles différents disponibles dans toutes les couleurs et des marques incontournables. Nouvelles collections, nouveaux produits, internationalisation... sont autant de projets qui mobilisent actuellement **Jacques TIBERGHEN (MiM 09)**, cofondateur de Mes Chaussettes Rouges.



Jacques TIBERGHEN (MiM 09)
cofondateur de Mes Chaussettes Rouges

C'est lors d'un voyage à Rome que germe l'idée de Mes Chaussettes Rouges. À l'époque, Jacques et un de ses amis, comme beaucoup de touristes (mais aussi un certain nombre d'initiés, dont Édouard Balladur ou encore François Fillon), se rendent chez le célèbre tailleur Gammarelli pour acheter les fameuses chaussettes rouges portées par les ecclésiastiques. « Nous y sommes allés pendant le week-end et la boutique était fermée. Très déçus, nous avons alors eu l'idée de créer une société pour vendre en ligne leurs chaussettes ». Très vite les deux associés décrochent une licence distribution de Gammarelli d'abord pour la France, puis l'Europe et enfin le reste du monde. La jeune start-up poursuit son développement et investit dans le développement d'autres marques et diversifie ses modèles. « Nous n'avons jamais fait de levée de fonds pour garder notre autonomie et avons fait le choix de réinvestir tous nos bénéfices dans le développement de la société », précise Jacques.

Des chaussettes pour tous les goûts

Aujourd'hui, Mes Chaussettes Rouges, qui a une boutique à Paris et à Lyon, propose une variété de plus de 1 000 modèles dans toutes les couleurs possibles et imaginables. Plus 75 % des ventes sont réalisées en ligne. Pour se développer, l'entreprise a fait le choix de la diversification et propose notamment des chaussettes de tennis haut-de-gamme et s'intéresse actuellement au secteur du vélo running. « Nous travaillons avec quelques ateliers parisiens triés sur le volet et avons même créé un atelier à Paris intra-muros pour notre production de chaussettes en propre sur-mesure ». Aujourd'hui, Mes Chaussettes Rouges reste très connue pour ses mi-bas, un modèle très prisé, ainsi que sa gamme Super Solide.

Une success-story qui se poursuit

« Distributeur de Gammarelli, le tailleur du Pape, nous sommes très connus dans le

monde. De nombreux journaux, comme le Financial Times, ont consacré des articles à Mes Chaussettes Rouges. Aujourd'hui, nous réalisons plus de 65 % de nos ventes à l'international », souligne Jacques. Les principaux marchés de l'entreprise étant l'Amérique du Nord et l'Europe continentale.

« En 15 ans, nous avons connu une croissance régulière sans faire de levée de fonds. Nous allons ouvrir une troisième boutique, après Paris et Lyon. Ce sera sans doute encore à Paris et envisageons aussi l'ouverture à moyen terme d'un point de ventes à Londres », explique Jacques. « Très prochainement, nous allons lancer notre gamme de boxers tricotés. Enfin, nous explorons aussi de nouvelles pistes comme le chausson, un produit proche de la chaussette, où nous avons une réelle légitimité ». Après avoir disrupté le marché de la chaussette, Mes Chaussettes Rouges va-t-il réveiller celui de la charentaise ? Affaire à suivre. |



Réseau

Laura Gelis (ESCP 94), Vincent Huché-Deniset (MiM 20), Aurélie Khattau (MSc 02), Ottavia Rosnati (MiM 15) et Thanh Lan Nguyen (EAP 86), délégués du Groupe Mode.

L'impact de l'IA sur la mode

Le Groupe Mode présente son nouveau cycle de conférences : « Intelligence artificielle : réinventer la mode ? »



Le premier opus a rassemblé, le 19 juin dernier sur le campus Montparnasse, des experts de la mode et de la tech, afin de dresser un panorama des potentialités de l'IA dans le secteur de la mode et du luxe, et de présenter des cas d'usages concrets.

La table ronde a été introduite par Nathalie Wouters-Rémy, Partner chez Bain, qui a rappelé que l'usage de l'IA ne date pas d'hier, avec l'utilisation des outils d'analyse de données déjà bien implantés dans les directions financière ou marketing. La nouveauté réside surtout dans la rapidité d'adoption des outils basés sur l'IA depuis le début de l'année 2023, suite au lancement de la première version de ChatGPT.

Depuis, les expérimentations de l'usage de l'IA se sont multipliées et couvrent toutes les étapes de la chaîne de valeur, depuis le design de produits jusqu'à l'analyse des performances commerciales et l'expérience client.



Toutefois, ces expérimentations ne reflètent qu'une partie infime des changements que laisse présager le recours de l'IA. Les enjeux des marques de mode sont donc la montée en compétences de l'ensemble des collaborateurs, ainsi que la qualité et à la disponibilité de la donnée, encore perfectible pour les entreprises du secteur.

Le premier cas d'usage a été présenté par la société IMKI et la marque The Kooples autour de la création d'une collection capsule réalisée grâce à l'IA. La société IMKI a développé une IA spécifiquement entraînée par, et pour, des stylistes, capable de proposer des designs originaux dans le respect de l'ADN de la marque.

Le deuxième cas d'usage a été présenté par la société Fringuant et la marque Sandro autour de l'utilisation de l'IA en e-commerce. Le choix de la taille d'un vêtement en e-commerce reste un point de friction important, que la société Fringant entend résoudre via un simple selfie ! Les mesures du visage, associées au poids et à la taille du client, permettent de calculer un ensemble de données morphologiques qui, rapportées aux mesures du vêtement, proposent une recommandation de taille en fonction du bien aller choisi.



Enfin, la société Grand Shooting, spécialiste de la gestion d'images, a montré en quoi l'IA permet aujourd'hui d'automatiser la gestion et la production d'images et de contenus, notamment pour les marques qui s'appuient sur des canaux de distribution multiples dans le monde, dont des marketplaces, accélérant ainsi la productivité et le time to market.

Le groupe Mode remercie l'ensemble des intervenants, ainsi que Camille Bour, journaliste à BFM Business, qui a animé cette table ronde, et vous donne rendez-vous à la rentrée pour le second opus de ce cycle d'événements.

Par Marc BERETTA, délégué de la promo 89

Les 35 ans de la Promo 89



Que l'air était doux sur le roof top de Valtus pour fêter dignement le 19 juin dernier nos 35 ans de sortie d'école.

Nous étions une quarantaine à nous y retrouver, tous avec joie et dans la bonne humeur. Oui, c'était vraiment sympa de pouvoir se retrouver pour évoquer nos parcours, nos aventures, nos chemins de vie... ou toute autre chose d'ailleurs. Les sourires étaient sur tous les visages.



Un grand merci à tous ceux qui se sont rendus disponibles à cette occasion, et en particulier à celles et ceux qui sont venus de loin, parfois de pays étrangers, pour cette belle occasion. Merci à Bertrand d'avoir rendu le roof top de Valtus disponible pour l'occasion.



ESCP est une belle école dont nous sommes fiers ; se retrouver au sein de notre promo est toujours un vrai plaisir.

Vivement notre prochaine rencontre de promo. |

Par Aymeric CHAMPEIL (MS 15)

Groupe Wealth Management

Une visite privée de l'exposition des ventes d'Art Impressionniste, Moderne et Contemporaine de la maison vente d'Artcurial en avril dernier.

Plus de 70 membres du Groupe Wealth Management et anciens des Masters MS et EMS International Wealth Management étaient réunis pour cette soirée de relance de ses activités.



Le Groupe Wealth Management pour la reprise de ses activités s'est retrouvé dans le magnifique hôtel particulier de la maison Artcurial au rond-point des Champs Élysées. Nous avons pu bénéficier en avant-première d'une présentation des œuvres des ventes d'Art Moderne et d'Art Contemporain des 4 et 5 avril 2024. Étaient exposés une remarquable sélection de plus de 400 œuvres signées par les plus grands artistes modernes et contemporains, parmi lesquels Bernard Buffet, Salvador Dalí, Raoul Dufy, Dora Maar, Ossip Zadkine, Eugène Boudin, Robert Combas, Gérard Schneider, Arman et James Brown.

Ces expositions mettaient en lumière deux ensembles exceptionnels : Cinquante œuvres sur papier inédites de l'artiste franco-chinois T'ang Haywen, issues de la collection de l'État français dont les prix se sont envolés aux enchères doublant l'estimation basse de l'ensemble. Et une sélection de toiles de la collection Maurice Garnier, jusqu'ici conservées par ses héritiers dont on retiendra en particulier un important tableau de Bernard BUFFET, parmi sept œuvres des années 1947 à 1972, « La Chambre », grande toile de qualité muséale de 1947 et une autre œuvre de Bernard Buffet, Audierne, les filets bleus de 1972 qui s'est envolée à 236 160€.

En complément de la visite nous avons également eu une présentation du services inventaires et conseils de la part de Stéphane Aubert et Marine de Miollis qui a eu un écho particulier auprès de l'auditoire. Les estimations, les valorisations et les problématiques de successions sont des sujets patrimoniaux récurrents.



À la suite de la visite nous nous sommes retrouvés pour un cocktail très convivial avec l'équipe renforcée des nouveaux co-délégués du Groupe Wealth Management : Nicolas de Bengy (MS 01), Marie-Lorraine Henry (MS 01) et Noélie Mankatu (EMS 19).

L'évènement a été plus particulièrement plébiscité par les anciens des masters et les promotions actuelles dont les directeurs Laurence-Claire Lemmet et Fahmi Ben Abdelkader nous ont fait l'immense plaisir d'être présents.

Dans le même esprit, nous nous retrouverons avant la trêve estivale à l'Hippodrome de Longchamp sur la thématique des chevaux de course, évènement organisé par Marie Beauchet (MS 21).

Par Gilles Gouteux (MD 12)

The remarkable family saga of Pierre Domecq Loustau (ESCP 1843) under the banner of ESCP



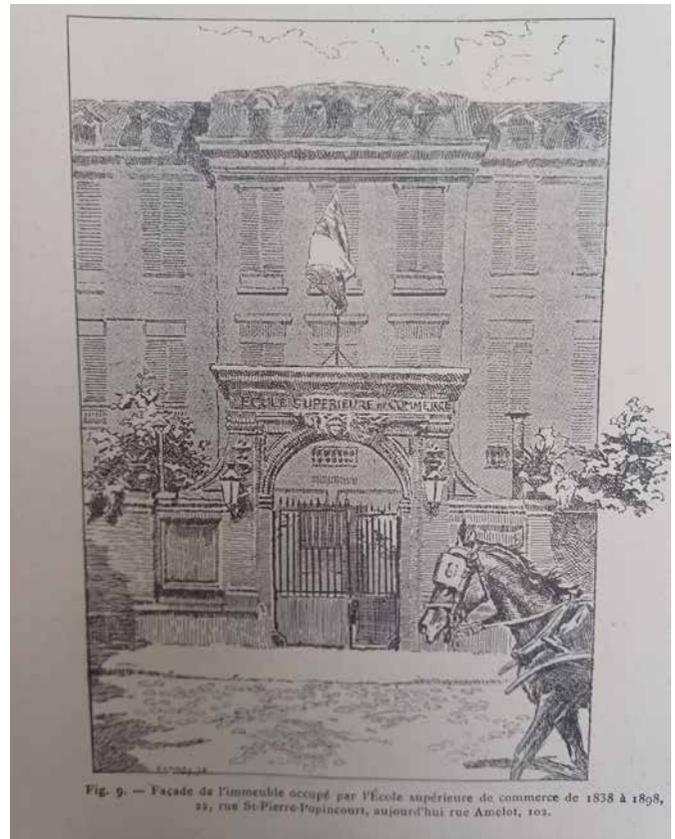
While we can easily follow the latest achievements of ESCP alumni and students in the news, and our community is familiar with those whose careers and lives have already made a significant impact, the school's long history reveals even more extraordinary stories that we might have overlooked. For instance, through the descendants of Pierre-Hyacinthe Domecq Loustau, we uncovered the impressive career of one of our 1843 graduates. His journey led him to export wine globally and establish a family renowned throughout Spain.

This young man from Béarn, born on 11 September 1824 in Usquain (Pyrénées Atlantiques), was noticed as a teenager by his maternal uncle, Juan Pedro Domecq Lembeye. With no heir from the Spanish branch to take over the family business, Casa Domecq, which specialised in the Jerez wine trade, Pierre was seen as the ideal candidate to develop the business.

He received funding to study at the Ecole Supérieure de Commerce in Paris, graduating in 1843. At that time, classes were held at 102 rue Amelot, near the Cirque d'Hiver, under the guidance of the economist Adolphe Blanqui. Blanqui, who had travelled extensively in Europe, likely influenced Pierre

Domecq Loustau with his work 'Voyage à Madrid', helping him to become a remarkable entrepreneur.

Upon arriving in Spain and adopting the first name Pedro Jacinto, he was entrusted with running the company during his uncle's absences from 1850. Despite his young age, he utilised his natural talents and training effectively, enabling Jerez wine to compete with French cognac¹.



The commercial success of what would become an iconic brandy allowed Maison Domecq to navigate various sector crises at the end of the 19th century and maintain its dominance

1. Cf. Sophie Lignon-Darmaillac – Les grandes maisons du vignoble de Jerez (1834-1992) – Editions Casa de Velázquez).

well into the 20th century. In 1867, a limited partnership, Peter Domecq & Co, was established in London, before expanding into the Latin American market.

However, the story does not end with ESCP. Although Pedro had ten children with a Spanish wife, Carmen Nuñez de Villavicencio y Olaguer-Feliu, he chose to finance the education of one of his French nephews, Théodore Montesquiut, sending him to study at his alma mater, where he graduated in 1870.

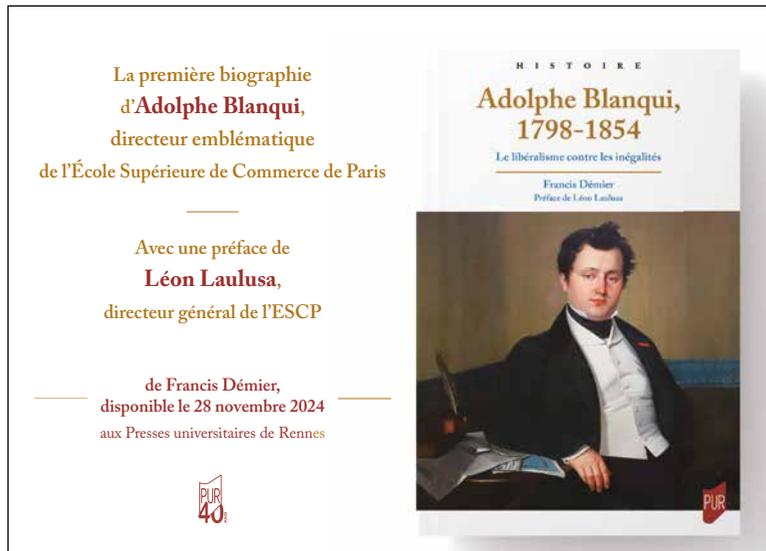
In these transfers of family branches, there is an original system of cooptation from uncle to nephew, which brings dynamism to the company and serves as an innovative and disruptive way to counter the trend expressed by the Spanish adage, "Abuelo bodeguero, hijo caballero, nieto pordiosero"².

These two graduates of the school were remarkable entrepreneurs who brought prominence to the Domecq family, enabling it to become part of the Spanish wine aristocracy in the 19th century. The family remains one of its finest examples, thanks to investments in bull breeding and the significant roles their descendants played in numerous estates.

Pedro Domecq Loustau was an incessant innovator, and in 1879 he also produced sparkling wine using the « méthode champenoise » and Bordeaux-style red wine, in addition to sherry, which was then the most exported wine to England.

But he was a benefactor, too, donating his own house in Sauvaterre for a school for poor children, and in Jerez he built and maintained up to five schools, all for poor boys and girls, as well as a shelter for 200 elderly people, which he and his children supported even after his death.

ESCP's influence did not end with Pedro and Théodore. A final member of the emerging family, Léon Bérard Montesquiut, grand-nephew of Pedro Domecq Loustau, had a major connection with ESCP. He presided over its centenary celebrations at the Sorbonne in 1919 as Minister of Public Education in the Third French Republic.



In the 1990s, the family company merged to form the multinational group Allied Domecq, specializing in spirits and fast food. Part of the company was later acquired by Pernod Ricard, which is currently led by Alexandre Ricard, an ESCP Master in Management graduate 1995. This completed the circle.

On May 30, 2024, ESCP Madrid hosted a special event to commemorate

the 200th anniversary of Pierre Domecq Loustau's birth. The event brought together several of his descendants, along with members of the ESCP community, in a gathering that honored his legacy and celebrated his contributions. This unique occasion reflected the strong connection between the Domecq family³ and the ESCP community.

The event featured distinguished participation from H.E. Ambassador Jorge Domecq, The Most Hon. Marquess of Domecq, Pedro Domecq Gandarias, The Most Hon. Miguel Domecq, Samantha Sadoun from ESCP Foundation, and Prof. Dr. Javier Tafur, ESCP Business School Madrid Campus Dean. The Domecq family, ESCP, and the Foundation share common values of internationalisation, entrepreneurship, transmission, education, philanthropy, and inclusion, and building a long-term vision.

As a token of appreciation, the Domecq family presented a commemorative plaque to ESCP Business School Madrid campus for hosting this event. The plaque was given to Don Domingo San Felipe, President of ESCP Business School Madrid, by H.R.H. Doña Elena de Borbón, whose presence made this event truly memorable. |

2. « Grandfather a winemaker, son a gentleman, grandson a beggar ».

3 Pedro Domecq Loustau's descendants continue however the winemaking tradition. As an exemple, Miguel Domecq, his great-grandson who was present ant at the ceremony is a prominent example of an entrepreneurial businessman continuing the winemaking legacy.

Sophie Sachnine

MERCI ÉLISABETH BADINTER



Universalisme,
laïcité, féminisme :
tout ce que nous
lui devons

L'Observatoire

cette voix juste et posée, cette voix de la raison qui nous rappelle à l'essentiel. Elle écoute tous les mondes, veille sur notre société, s'engage et combat toujours avec courage et détermination à l'heure où nous avons un besoin essentiel de repères et d'intelligence.

Sophie Sachnine brosse le portrait passionnant de cette intellectuelle clairvoyante, philosophe et historienne, spécialiste du XVIII^e siècle et des Lumières. Un hommage vibrant à une grande figure inspirante et contemporaine, nourri des témoignages éclairants de Caroline Fourest, Anne-Élisabeth Lemoine, Philippe Val, Élisabeth Moreno, Caroline Roux, Philippe Labro, Abnousse Shalmani, et tant d'autres de ses « héritiers », célèbres ou anonymes.

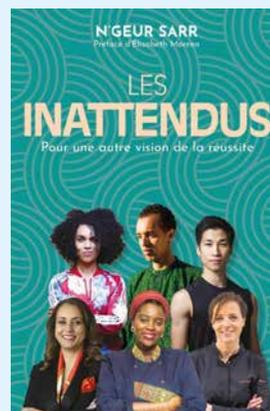
Merci Élisabeth Badinter !

Sophie SACHNINE (EAP 88), Editions de l'Observatoire, 288 pages, 22€

Élisabeth Badinter : l'ange gardien de notre société

À une époque où tout se confond, où l'écoute et la nuance se font rares, où le sens du collectif s'estompe et un certain féminisme s'égaré, il est nécessaire de raconter une femme dont les combats, résolument modernes, sont au service de toutes et tous : Élisabeth Badinter.

Qu'il s'agisse de défendre la laïcité, l'éducation, les femmes, ou nos valeurs universelles, elle est toujours



Réussir autrement : les inattendus qui ont changé les règles

À partir de quand peut-on dire qu'on a réussi sa vie ? Est-ce, comme le dit l'imaginaire collectif, lorsqu'on a accompli des objectifs valorisés par la société ? À quoi ou à qui peut-on l'imputer ? À notre talent ? À nos efforts ? À notre réseau Est-il possible d'insuffler une dimension personnelle à la notion de réussite ?

Pour répondre à ces questions, N'Geur Sarr a analysé le parcours de 32 personnalités remarquables. Aude de Thuin, Gaël Faye, Ilham Kadri... sont les Inattendus. Ils ont rebattu les cartes d'une société inégalitaire et ont trouvé les moyens d'exceller dans des sphères où on ne les attendait pas.

Ce livre démystifie avec justesse la méritocratie en analysant la réussite dans toute sa complexité et non pas seulement au prisme de l'effort personnel. Loin des discours du selfmade-man, il propose de sortir des cases et met en lumière les stratégies que chacun de nous peut mettre en place pour déjouer les pièges du système.

Les inattendus, pour une autre vision de la réussite

N'Geur SARR (MiM 14), Editions Eyrolles, 208 pages, 12,99€

Murièle Ochoa-Gadaut
avec Mélissa Perraudou

PASSION GÉNÉALOGIE



Toutes nos familles
ont une histoire secrète

PLON

Enquête généalogique : à la poursuite des secrets de famille

Que diriez-vous si vous appreniez que votre cher oncle Raoul a été l'un des derniers modèles de Van Gogh ? Que vous aviez sans le savoir un frère au Canada ? Ou que le métier que vous avez choisi était curieusement celui de la grand-mère que vous n'avez pas connue ?

Ces mystères de nos histoires familiales, Murièle Ochoa-Gadaut les a toujours traqués. Elle en a même fait sa spécialité professionnelle : l'enquête généalogique. Avec passion, et humour aussi, elle nous entraîne dans sa chasse, sur les traces d'un aïeul escroc de haut vol, d'une demi-sœur dont on n'a que le prénom ou d'une mère biologique à qui l'on doit parler.

Car si la généalogie s'emploie à éclairer le passé, c'est bien pour aider le présent. Et ses découvertes ont le pouvoir de transformer des vies. Tout comme le besoin d'en savoir plus sur ses racines n'est jamais anodin, on est chaque fois surpris par le résultat des enquêtes. Ce témoignage en est la preuve !

Passion généalogie

Murièle OCHOA-GADAUT (EMS 06), Editions PLON, 224 pages, 20,90€

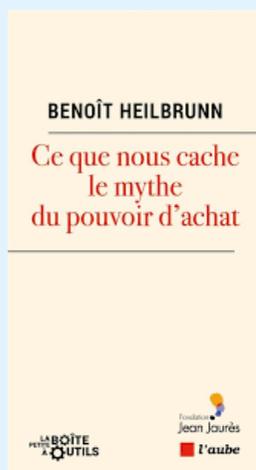
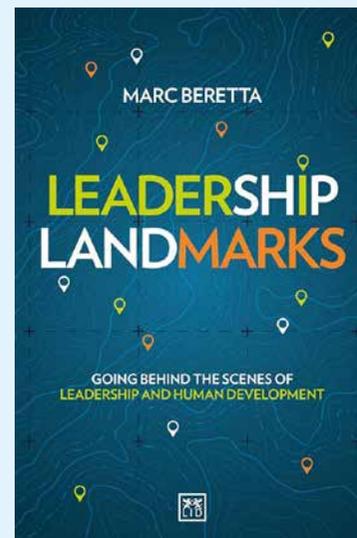
Invincible? the hidden realities of top executives

Just like most people, CEOs and top executives have doubts, fears, questions, not to mention shortcomings. But most of the time, they want to hide them, even from those closest to them, probably to convince others—and above all themselves—that the situation is under control and that they are invincible. Yet no one is fooled: successive crises remind us that we must all deal with vulnerabilities, complexity, ambiguity and uncertainty. Based on 20 years of coaching top executives, this book takes you behind the scenes of effective leadership and personal development. Far from being just a confessional list of vulnerabilities, the book will give you access to the secrets of great

leaders in overcoming obstacles, staying healthy, promoting agility and autonomy, being eco-friendly, being demanding and fair, and developing kindness and empathy. In such uncertain times, this inspiring and enlightening book is a guide to helping leaders and managers to develop resources, awareness, self-confidence and skills—the key landmarks—for a new style of leadership, one that is kinder, more respectful and relevant to today's environment.

Leadership landmarks

Marc BERETTA (ESCP 89), Editions LID Publishing, 240 pages, 29,44€

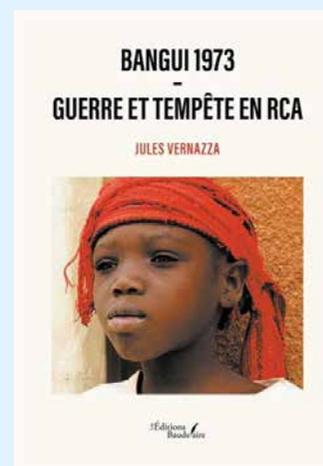


Le pouvoir d'achat, entre illusion et réalité

Acheter toujours davantage ? C'est bien à cela que sont réduits les citoyens quand le pouvoir d'achat est à ce point glorifié – bien souvent à l'initiative des distributeurs – dans le discours social et politique. Or cet essai percutant nous démontre que le pouvoir d'achat est une fiction qui permet d'escamoter la question du pouvoir, et de ne surtout pas le partager. Seule la déconstruction de ce mythe nous permettra de penser la consommation comme enjeu et objet politique, et d'envisager d'autres formes de pouvoir dans le système marchand ainsi qu'une société plus équitable dans la répartition des ressources.

Ce que nous cache le mythe du pouvoir d'achat

Benoît HEILBRUNN, Professeur de Marketing à ESCP Business School, Editions De L'Aube, 96 pages, 8,90€



Entre deux mondes : à la découverte de Bangui

Jules, un Français de 23 ans ne souhaite pas effectuer son service militaire dans une caserne française pour y apprendre pendant un an le maniement du fusil. Diplômé d'une école de commerce, il aspire à devenir coopérant, souhaitant effectuer son service civique aux États-Unis.

Mais c'est à Bangui, capitale de la République centrafricaine, que Jules va se retrouver. Il y découvre alors une région fascinante et un pays stupéfiant, où se côtoient des locaux d'une pauvreté extrême mais heureux de vivre, et de riches Français revendeurs de diamants.

Bangui 1973 - Guerre et tempête en RCA

Jean-Pierre GELIN (ESCP 73), Les Editions Baudelaires, 132 pages, 14€

Campus

Start, Learn, Lead: Lessons for first-time entrepreneurs



©T©Scott Rodgerson/Unsplash



Maksim SHYMANOVICH (BSc 23)
senior manager, International Growth Expérience
@TradingView

Driven by a passion for innovation and creation, Maksim Shymanovich embraces the challenge of starting things from zero. His first business, Insignia Experience, began as a 5-week challenge to learn how to build an e-commerce website from scratch that

bloomed into an online business operating across the globe. While studying as a full-time student at ESCP, Maksim was a founding member and the Product Lead at ICE, a wealthtech platform designed to make investing easy, ethical, personalised, and automated.

Even now, while working for companies such as Revolut, the leading global neobank, where he played an instrumental role in driving the company's growth in Iberia, and TradingView, the popular investing website offering access to global markets for 50+ million users, where Maksim is currently leading key operational, strategic, and business development initiatives in collaboration with key partners across Europe, the entrepreneurial spirit remains a consistent driver of Maksim's vision.

We caught up with Maksim to discuss the challenges self-starters face and his lessons for aspiring first-time entrepreneurs and professionals, based on his own experiences.

"I've always enjoyed building new innovative products and starting impactful projects from scratch, whether I'm working for a company, or running my own business."

Facing challenges as a self-starter

Turning broad, big-picture goals into well-defined, actionable tasks is central to tackling the challenges entrepreneurs face. As a founder or founding member of several ventures, Maksim's unique perspective on complex problems is rooted in years of first-hand experience. Navigating changing markets, managing a team, and facilitating technical solutions, he quickly learned how interconnected, multifaceted problems can rapidly arise.

Actively seeking to raise capital for ICE at a time when venture capital investment declined across the globe created some of the most prominent challenges, alongside understanding how to obtain relevant licences and comply with all regulations, build a reliable technical infrastructure for the app and hire the right people for the founding team. However, according to Maksim, although unexpected issues can arise quite quickly, resilience is key to success.

Maksim recommends following the advice of OpenAI CEO Sam Altman, “The hardest thing about starting a company is the level and the frequency of bad stuff that happens to you. The most underrated quality of all is being really determined. This is more important than being smart, having a network, or having a great idea.”

Lessons for Aspiring Entrepreneurs

Of course, it’s not all “bad stuff” when it comes to building your venture. In addition to building something from zero, Maksim says the growth and learning that entrepreneurs undergo serve as invaluable experiences in almost any business context. The experience of developing a project from the ground up often helps people enter corporate environments in more senior positions than if they’d started working in full-time, corporate positions immediately.

What can aspiring entrepreneurs do to make the most of their time and effort while building something from zero? Maksim shared some of the lessons he believes make the biggest impact.

1. Start now

Uncertainty is a given for any entrepreneurial endeavour, but the quickest way to understanding is by doing. For Maksim, an idea, curiosity, and motivation helped him start his first venture. He had countless unanswered questions before starting.

“The overlap of unfamiliar elements, with everything from the sector itself to the tools and products being completely new to me, sparked a flood of questions. It made taking those first steps feel incredibly overwhelming.”

Within a few weeks, he had a clearer understanding of the practical steps he needed to take to start his first business. Beyond the experience acquired in the

process, getting started helps develop a growth mindset, bias to action, and leadership skills.

2. Learn what you like (and what you’re good at)

Even though entrepreneurship requires considering business problems holistically and often working outside your comfort zone, playing to your strengths is essential to success. This makes understanding what you like to do essential, according to Maksim. He advises first-time entrepreneurs to consider what they like from a professional and industry perspective, as they’ll both help set the best direction for your future.

By understanding what you like and where your strengths lie, you learn to fill gaps where you can make the biggest impact in any business. Additionally, making intentional decisions about where to focus time and energy can be a natural, quick way to become a subject matter expert.

“Specialising enables a deeper understanding of the market compared to being a generalist, particularly in identifying unique problems and coming up with creative solutions for them.”

3. Follow innovation, and learn the 101 of digital technology

In the ever-evolving landscape of entrepreneurship, staying attuned to industry trends and technological advancements is crucial. Maksim underscores the importance of following innovation closely, whether it’s emerging technologies, market trends, or even the leading companies.

“As an entrepreneur, no matter what you’re building, you’re going to be exposed to tech. Even if you cannot write the code yourself, understanding tech is tremendously helpful.”

4. Get experience from a market leader first

First-hand exposure to how the world’s leading companies and firms build products provides invaluable insight for aspiring entrepreneurs. From understanding decision-making to learning how to implement processes for your own ventures, Maksim notes that corporate experience can save time, resources, and headaches. Specifically, he believes if you want experience in the

corporate world, it pays to learn from the companies at the front of the pack.

“You have to work for a leader,” Maksim says. “I would say a company within the top five in your field, and one that is constantly innovating, quickly shipping new features and setting the direction of its industry.”

5. Consider “Product-managing” your life (at least, to an extent)

Navigating the complexities of tasks arising from various sources, that rapidly accumulate and require cross-functional collaboration, Maksim has uniquely ‘product managed his life’, leveraging a combination of tools such as Jira, Notion, and integrating AI in his personal database of information, to quickly derive personalised insights and leverage data in an intelligent manner, simplifying decision-making on a daily basis.

One of the primary reasons Maksim advocates for this approach to self-organisation is its benefits for mental health. “Occasionally, I find myself overwhelmed by numerous professional and personal commitments, all with looming deadlines. Adopting this method has significantly helped in reducing stress and preventing burnout on several occasions.”

“I aim to organise every key aspect of my personal and professional life as per Ali Abdaal’s ‘Wheel of Life’ while implementing a product management approach, which requires me to operate in 2 week-long sprints,” Maksim explains. *“I highly recommend learning about the ‘Wheel of Life’ approach, as well as reading the following article by Joyce Bao to get started.”*

Automation plays a pivotal role, for instance, with key tasks in Jira automatically reprioritised based on deadlines and the volume of subtasks, amongst other processes. Planning extends into the future, with meticulous foresight for 3, 6, 12, and 24 months, complete with contingency scenarios. This disciplined approach underscores the commitment to personal growth that makes every step purposeful and calculated. |

Opérateur de **mobilités** dans les **Outre-mer**



Guyane



Guadeloupe



Mayotte



Martinique



Réunion

**REJOIGNEZ
UN GROUPE
EN CROISSANCE**

groupecitadelle.com



ESCP's Executive Education Custom & Open programmes rank among the top 15 globally in 2024 FT ranking

Among the global top 90 custom programme providers, ESCP moved up three places from last year, coming in 11th worldwide (10th in Europe). It scored among the top 12 schools worldwide for faculty, diversity, future use, and the extent and effectiveness of the follow-up provided once participants had returned to the workplace. ESCP also gained three places from 2023 in the Open-Enrolment Executive Education ranking, earning 14th globally (12th in Europe) among the top 80 open-enrolment programme providers. It ranked 9th for international participants and came in among the global top 15 schools for aims achieved and course design.

ESCP's Master in Finance ranked 1 in the world by Financial Times for the second year in a row

Retaining the top spot for the second consecutive year, this result reinforces ESCP's position as one of the leading business schools in the world. The annual FT rankings are based on several factors including international course experience, alumni network, diversity, career services, aims achieved, and alumni salaries. ESCP's Master in Finance performed exceptionally in every respect, ranking 1st across many categories. As in 2023, ESCP's Master in Finance was ranked 1st for its alumni network and careers services, with 100% of graduates employed three months after graduation. Once again, the programme earned the top spot in terms of aims achieved for graduates (96% of respondents). With courses on the fundamentals of finance and the opportunity to specialise in corporate investment banking or financial markets, ESCP's MSc in Finance is structured to give students immediate access to positions of responsibility within the financial industry.

ESCP Fellows: congratulations to the 19 distinguished leaders

ESCP celebrated the inaugural cohort of ESCP Fellows, honoring exceptional leaders who align with the school's vision. Extending beyond our campus, ESCP takes pride in collaborating with global leaders who share our values and commitment to fostering a more just and sustainable future. This unique distinction was Initiated by ESCP's Director of Public Relations, Alexander Lederman, and supported by ESCP's Dean, Leon Laulusa.

Congratulations to:

Ms. Sabrina Soussan, Chairman and CEO of Groupe Suez
 Mr. Romain Mouton, President and Founder of Cercle de Giverny
 General Benoit Durieux, President of the Defense Academy of the Military School
 Ms. Blandine Mulliez, President of the Entreprendre Foundation
 Mr. Moussa Camara, President and Founder of the association Les Déterminés
 Mr. Fabrice Bonnifet, Director of Sustainable Development, Quality, Safety, and Environment at Bouygues Group
 Ms. Aurélie Jean, Computational Scientist & Entrepreneur, Writer and Columnist
 Mr. Laurent Choain, Chief Leadership, Education & Culture Officer at Mazars
 Ms. Florence Verzelen, Deputy General Manager in charge of Industries, Marketing, and Sustainable Development - Member of the Executive Committee at Dassault Systèmes
 Mr. Jean-Claude Legrand, Director of Human Relations at L'Oréal Group

Mr. Jean-Dominique Senard, Chairman and CEO of Renault-Nissan-Mitsubishi
 Mr. Olivier Goy, Co-Founder and Chairman of the Supervisory Board of October
 Ms. Catherine Barba Chiamonti, Co-Fondatrice et Dirigeante d'ENVI
 Mr. Aton Soumache, Président de On Entertainment
 Mr. Frédéric Duponchel, Founder and Leader of Accuracy
 Mr. Pierre de Panafieu, General Director of Ecole Alsacienne
 Ms. Barbara Lavernos, Deputy General Manager in charge of Research, Innovation, and Technology at L'Oréal Group
 Mr. Jean-Hervé Lorenzi and Ms. Marie Castaing, The Presidency of the Circle of Economists



When Business Schools join hands

ESSEC, ESCP and HEC have joined hands to co-organise a historic and major event to discuss climate change and the ecological transition, thereby allowing their respective students to work together and send a strong, unified signal of cooperation on the matter.

The event is thought of as the first milestone of a long-term collaborative journey to collectively exchange and accelerate a healthy and fertile production of knowledge, conversations and action in favour of a just ecological transition in the sector of higher education and beyond.

On this occasion, 120 students from HEC, ESSEC and ESCP (approximately 40 students from each institution, mainly from their respective sustainability-focused Master's programmes) will come together to reflect on how to analyse and depolarise the debates around these issues in the following societal spheres: Academia, Corporate, Family, Media, Politics.

The event took place throughout the day of Friday 26th April at Académie du Climat in Paris. Students worked in mixed groups and have

been offered several workshops as well as the support of facilitators to help them unfold issues of polarisation through topical analysis and theatrical simulations.



Celebrating Excellence: ESCP's Second Edition of the Dean's Award

Building on the success of the inaugural 2023 edition, this year's award highlights the exemplary achievements of eight outstanding students. By expanding the scope of the award to honour two students from each programme (BSc, MiM, MBA, and MS/MSc), ESCP continues its commitment to recognising and fostering exceptional talent across its diverse academic offerings.

Congratulations to:

Eloi Collin, Elisa Somà, Bachelor students

Foucauld Monteux, Jad Khairallah, MiM students

Julien Ducloux-Baudinière, Yacine Cherraoui, MS/MSc students

Aishwarya Kaushik, Pooja Shah, MBA students



Regatta 2024

From 16 to 19 May 2024, the island of Ortigia in Sicily hosted the 16th edition of the Regatta ESCP, the sailing event organised by the ESCP students. With over 350 participants from 30 different countries and more than 30 boats, the Regatta ESCP is a unique opportunity for students, alumni, professors and sponsors to meet, compete and share an unforgettable experience in the name of sustainability and respect for the marine environment.



Congratulations to the 2023 Master in Management class at ESCP!

Over 3 200 people - our 1471 graduates representing 60 nationalities and their loved ones - gathered to celebrate this incredible achievement. We warmly thank Roxana Maracineanu (Alumna, Olympic silver medalist in 2000 in Sydney, former Minister of Sports, Secretary General for the Delegated Ministry for Gender Equality and the Fight Against Discrimination), for her inspiring speech



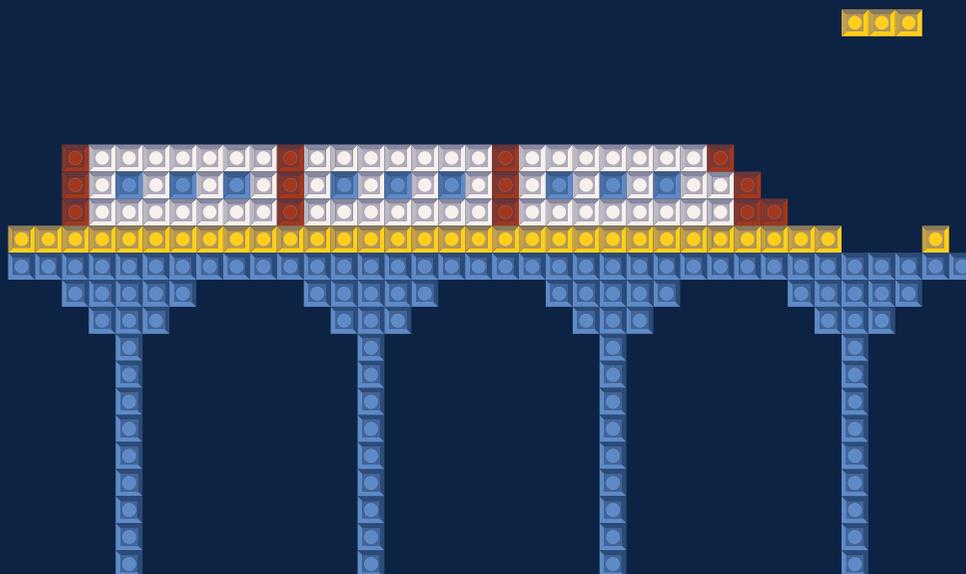


EDMOND
DE ROTHSCHILD

BRIDGE

PLATEFORME DE DETTE D'INFRASTRUCTURES

BÂTIR GRAND,
C'EST BÂTIR
DANS LE TEMPS.



edmond-de-rothschild.com

COMMUNICATION PUBLICITAIRE. Les véhicules d'investissement BRIDGE sont destinés uniquement à des investisseurs professionnels ou équivalents et pourront faire l'objet de restrictions à l'égard de certaines personnes ou dans certains pays. Tout investissement dans Bridge implique une exposition à certains risques attachés à la détention de titres de dette tels que notamment : risque de contrepartie, risque non remboursement à l'échéance, de remboursement différé ou anticipé, risque de crédit, risque de liquidité, risque de taux, risque de change, risque de concentration. Ce document non contractuel est fourni à titre indicatif et ne saurait être assimilé à une offre d'achat ou de vente ou une activité de promotion au public de titres financiers à ses destinataires ou au public. Il est recommandé à l'investisseur de s'assurer de l'adéquation de tout investissement à sa situation personnelle en ayant recours le cas échéant à des conseils indépendants. Tout investissement dans Bridge ne pourra se faire, en tout état de cause, que sur la base des documents et informations dont la communication est prévue, le cas échéant, par la réglementation en vigueur, qui seront mis gratuitement à disposition des investisseurs préalablement à tout investissement par le Groupe Edmond de Rothschild. Le fonds ne bénéficie d'aucune garantie ni protection et présente donc un risque de perte en capital. Les investisseurs encourent le risque de potentiellement recouvrer une somme inférieure au montant qu'ils ont investi. Document non contractuel exclusivement conçu à des fins d'information. Reproduction ou utilisation de son contenu strictement interdite sans l'autorisation du Groupe Edmond de Rothschild. DISTRIBUTEUR GLOBAL : EDMOND DE ROTHSCHILD ASSET MANAGEMENT (FRANCE) 47, rue du Faubourg Saint-Honoré, 75401 Paris Cedex 08. Société anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 11.033.769 euros. Numéro d'agrément AMF GP 04000015 - 332.652.536 R.C.S. Paris.

Research at ESCP



Prof. Regis COEURDEROY
Associate Dean for Research at ESCP

In June 2023, I was elected to the position of Associate Dean for Research, taking over from the foundations laid by my predecessor, Pramuan Bunkanwanicha, Faculty Dean now Faculty Dean.

«Make stronger our ESG Global Impact In Academia, Business and Society from our Uniqueness» is my objective.

Let's focus on one example that is dear to me.

In 2020, I worked with the Associate Dean for Research and Chairs at that time,

Pramuan Bunkanwanicha, and Dr. Sonia Ben Slimane to launch a research initiative called "ESCP Impact Papers."

Their objective was to offer valuable insights into management knowledge that benefits not only practicing managers but also other stakeholders, including the European community, students, and society. The ESCP research impact is structured around the four pillars of the B.E.S.T. framework (Business impact, European impact, Society impact, and Teaching impact), serving as a research-for-action framework. Since 2020, there have been a total of 197 contributions to Impact papers.

These contributions come from faculty members, Ph.D. students, and external experts.

I'm proud to announce that the 5th edition is live with 76 new contributions addressing "Key future challenges in turbulent times - Europe 2024-2029".

Business schools have a critical role to play in 'rewiring' our missions for research relevance, impact and reach, and in recognising

needs and addressing real issues of society and economy. It is important that academic contributions are disseminated and available to all practitioners and the general public.

One of the main challenges is what we called the "Lost in Translation" problem, which refers to the fact that almost no managers turn to academic journals!

In addition, as we confront an increasingly complex future, leaders need information that is grounded in facts and empirical evidence more than ever. Therefore, the role of business schools in translating research into practical solutions for managers has never been more critical.

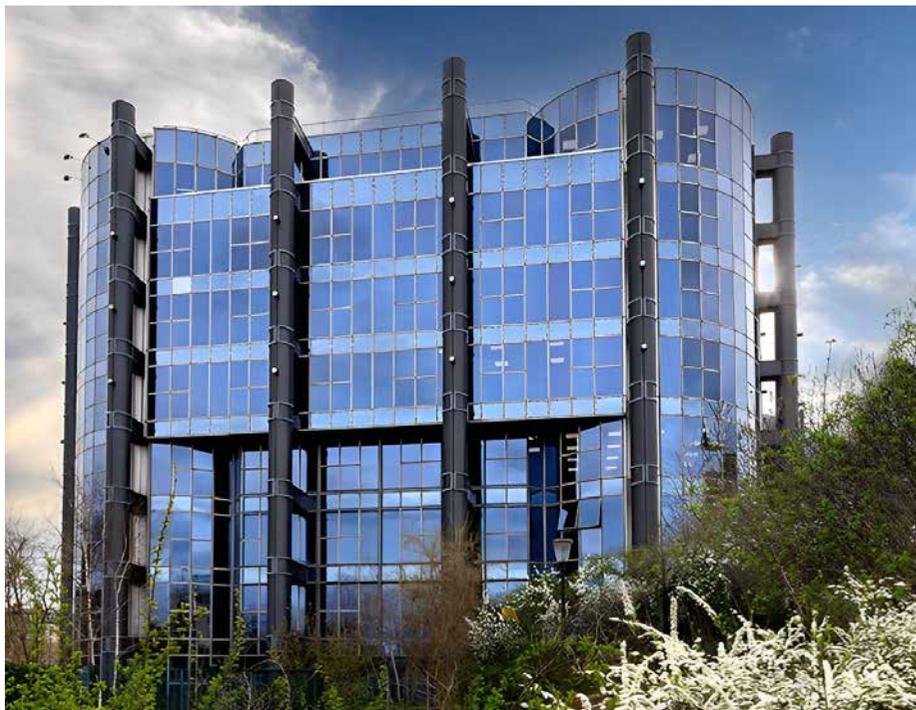
By making research accessible and serving as a bridge between academic research and practical application, business schools enable managers to make decisions based on empirical evidence.

The integration of research into decision-making processes leads to sustainable long-term success, and drives organisations forward based on the latest academic insights.

That is the reason why I would like to mention the ESCP Global Executive PhD programme that bridges the gap between the world of businesses and academia.

I'm proud to announce that four participants from the inaugural cohort (2020) successfully defended their theses, making them the programme's first doctors. It demonstrates that executives can develop outstanding qualities in academic research. It shows how business leaders act as reflective practitioners and conduct valuable, doctoral-level research on a part-time basis over three to four years.

I would like to conclude with the crucial concept of "responsible research", integrating societal concerns. Research, based on sound academic foundations, aims to create value and contribute to a better world. |





**Fondation
des
Monastères**

UN DÉFI PLEIN D'AVENIR

**Sauvegarder le patrimoine
des communautés monastiques avec la Fondation
des Monastères**

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

01 45 31 02 02

www.fondationdesmonasteres.org

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

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

ESCP Alumni in Marrakech for the GITEX Africa and the REF



The delegates of ESCP Alumni (MENA region group) driven by Fetah Ouzzani, Meryem EL Idrissi, Nada Nadif, and accompanied by Nathalie El Bazzal, Ali Haidar and Pascale Pernet, the Director of Chairs for ESCP Business School (Chair of Responsible innovation in Africa included), had the opportunity to be present in Marrakech (Morocco) from May 28th to June 1st 2024. They represented the school during the GITEX Africa and the REF (Rencontre des Entrepreneurs Francophones) of APF (Alliance des patronats francophones) event co-organised by MEDEF (France) and CGEM (Morocco). around 1000 participants from 28 countries expressed their great interest in the economic Francophonie and its numerous potential for co-development between member countries.



This trip also provided a chance to strengthen ties with ESCP Alumni Maroc, the association of ESCP alumni in Morocco, presided over by Maria Hzaine Meskini. Discussions focused on future collaborations, aiming for:

- Increased interactions among alumni
- Creating bridges and synergies with concrete actions “entre les deux rives”
- More impact in Morocco

As part of the REF held on May 29, 2024, Franck Riester, the Minister delegate for Foreign Trade, Economic attractiveness, Francophonie and French nationals abroad and the AEF (Alliance of Francophone Employers), presided over by Geoffroy Roux De Bezieux, were the guest of honor of the event hosted by the CGEM (Confédération Générale des Entreprises du Maroc), led by Chakib ALJ. The day featured interesting conferences and several roundtable discussions on various topics relevant to Francophone businesses, including a workshop dedicated to Moroccans around the world.



The GITEX Africa exhibition (from May 28 to May 30, 2024), now positioning itself as the largest tech and startup event in Africa with representatives from around the world provided the opportunity to witness high-quality pitches and innovations across various domains (health, finance, education, agriculture...). This confirms Morocco's position as an African hub and reflects a genuine African ambition in the tech and entrepreneurship field.

The opportunity was also given to Pascale Pernet the Director of Chairs for ESCP Business School, to visit the cutting-edge campus of the University Mohammed VI Polytechnic /UM6P, in the Green city of Benguerir close from Marrakech, a multi-disciplinary university with a mission to connect Morocco, Africa and the world. |



Votre entreprise gagne à être connue

Avec l'immersion professionnelle
faites découvrir votre métier
à nos candidats et recrutez
le bon profil.



90% des entreprises utilisatrices
de ce dispositif le recommandent.
Vous aussi, bénéficiez des services
de France Travail en appelant le **3995**
ou en vous connectant sur francetravail.fr.



Portrait de donateur

A travers son don, chacun exprime une histoire singulière avec ESCP Business School. Découvrons les témoignages de **Nathalie BALLA (ESCP 89)** et **Eric COURTEILLE (MS 95)**, partenaires business dans le redressement de La Redoute et aujourd'hui engagés ensemble pour l'Égalité des chances grâce à leur généreux soutien au programme « Chances Augmentées Lycée ». Un immense merci à eux pour ce geste généreux qui permettra le déploiement de cette initiative dès l'automne 2024.



Pouvez-vous vous présenter et retracer les grandes étapes de votre parcours ?

Nathalie : J'ai eu la chance de naître dans une famille où l'éducation et la liberté étaient des valeurs centrales. Mon père a fui la Hongrie seul en 1956 pour pouvoir étudier et rester libre arbitre de sa pensée. Animée par mon histoire, qui montre que tout est possible, j'ai toujours voulu entreprendre dans le commerce. Mes grands-parents avaient un commerce de tissus et je les accompagnais l'été sur les marchés autour du lac Balaton en Hongrie. Après un Master à l'ESCP, j'ai démarré de manière atypique en écrivant une thèse en Finance et Comptabilité à l'Université de St. Gallen en Suisse tout en travaillant comme auditrice chez Price Waterhouse. Puis, j'ai rejoint le groupe Quelle qui commençait à se développer dans les pays de l'Est après la chute du mur de Berlin. J'y ai gravi les échelons jusqu'à devenir membre du COMEX en charge de l'International. Ensuite, après

trois années dans le Groupe Klingel en tant que DG en charge de la marque, j'ai enfin trouvé mon aventure entrepreneuriale en reprenant pour un euro symbolique La Redoute et Relais Colis ensemble avec Éric Courteille et l'ensemble des collaborateurs.

Éric : J'ai eu un parcours un peu singulier car j'ai été sportif de haut niveau. J'ai été joueur au Paris volley pendant plusieurs années et parallèlement j'ai fait un DEA d'économie. Quand j'ai arrêté ma carrière, sous l'influence de ma famille pour qui les études étaient absolument primordiales, j'ai passé le concours d'entrée au Master finance et trésorerie, qui d'ailleurs brille dans les classements aujourd'hui (#1 Master finance). J'ai fait un stage chez Paribas Conseil en fusion acquisition puis j'ai décidé d'intégrer Arthur Andersen où je suis resté sept ans. Ma dernière mission, c'était un fonds d'investissement qui voulait investir dans le sport et la mobilité. J'ai participé à l'élaboration du business model et à la création de Sporever où je suis resté deux ans. Je suis ensuite rentré chez PPR, qui est devenu Kering au moment où le groupe est passé du retail au luxe. Je suis resté 15 ans et j'y ai exercé différentes fonctions au sein de plusieurs enseignes. En 2007, je suis devenu Directeur général de toutes les activités américaines du pôle vente à distance à New-York (Redcats). J'ai ensuite été nommé Secrétaire général du groupe à Paris. Suite à la décision de PPR-Kering d'aller dans les activités du luxe, j'ai été à la manœuvre de la revente de toutes les activités originelles, dont la vente à distance. Nous avions à l'époque, en 2009, recruté Nathalie en tant que CEO de La Redoute.

On ne se connaissait pas à ESCP mais on s'est rendu compte très vite qu'on avait des valeurs communes, peut-être liées à l'École, mais en tous les cas, on s'est très bien entendu. On a appris à travailler et on a eu des connivences importantes d'un point de vue business et personnel. Avec Nathalie, on a obtenu de la part de l'actionnaire et du board de PPR, d'être désignés comme les repreneurs, parmi trois autres offres, car on connaissait l'entreprise de l'intérieur. On a vraiment bossé d'arrache-pied pour redresser puis faire de La Redoute, un des fleurons du e-commerce en France.

Nathalie : Avec Éric, nous avons toujours cru en notre capacité à redresser La Redoute. Nous avons innové en co-présidant l'entreprise et en ouvrant le capital à l'ensemble des collaborateurs (via le premier FCPER en France) conscients que c'est la force du collectif qui nous porterait. Seul on va plus vite mais ensemble on va beaucoup plus loin.. Nous avons vécu une formidable aventure entrepreneuriale et redressé puis transformé La Redoute et Relais Colis avant de les revendre respectivement au Groupe Galeries Lafayette et au Groupe Walden. Maintenant, je suis administratrice indépendante chez Criteo, Edenred et IDI et j'investi dans des entreprises dans le domaine de la santé, l'éducation et l'impact.

Quels souvenirs gardez-vous de votre passage à ESCP Business School ?

Nathalie : Je garde un excellent souvenir de l'ESCP Business School, des amis de la prépa Xavier Duménil et Hervé Déscazeaux,

des copines comme Ghislaine Sanchez rencontrées à la Maison des Étudiantes, des soirées, de l'équipe de volley-ball, des stages notamment celui chez Nicolas avec Bertrand Falcotet et de l'enseignement empreint de valeurs humaines, d'ouverture et d'inclusion. C'est grâce au tout nouveau programme d'échange avec l'Université de St. Gallen que j'ai rencontré le professeur Zünd chez qui j'ai ensuite écrit ma thèse. Ce doctorat m'a ouvert les portes des entreprises les plus prestigieuses en Allemagne.

Éric : L'entrée à ESCP ça a été l'arrêt du sport de haut niveau mais en même temps, la découverte d'un nouveau monde. J'ai rencontré des gens très bien dans le Master, avec qui je suis encore en contact. J'ai un excellent souvenir du professeur Franck Bancel qui dirigeait le Master et j'ai adoré le cours de finance d'entreprise du Professeur Philippe Thomas qui m'a réellement fait aimer cette matière, ce qui a été déterminant dans mon parcours.

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

Nathalie : Mon amie Ghislaine Sanchez est très investie au sein de la Fondation. C'est elle qui m'en a parlé à plusieurs reprises. L'ESCP Business School m'a ouvert les portes du monde. C'est normal qu'à mon tour je contribue à ouvrir les portes à des étudiants qui n'ont pas encore trouvé leur voie. Pour la petite histoire, j'étais certes bilingue et férue de piano mais je n'étais pas une bonne élève. J'ai eu mon bac sans mention, je suis rentrée à l'ESCP sur liste d'attente (en un an tout de même, c'était possible à l'époque!) mais j'ai eu la chance d'avoir des parents qui m'ont poussée à faire des études supérieures pour que je puisse être indépendante et qui m'ont soutenue financièrement. J'avais une passion, découverte grâce à mes grands-parents, le commerce. Comme quoi, on peut être un mauvais élève à l'école mais avec la détermination, de la passion et une aide extérieure, réussir des projets de dingues.

Éric : C'est en parlant avec Nathalie que j'ai découvert la Fondation, car nous partageons des valeurs communes. Ni elle ni moi ne sommes issus de familles de grands patrons, mais nous avons grandi dans des environnements où l'exigence académique

était primordiale. Mon frère a intégré l'ES-SEC, ma sœur a étudié à LSE ; ces parcours étaient très importants pour nous. Je trouve que l'idée de la Fondation, qui vise à aider le plus grand nombre à accéder à des cursus d'excellence comme ceux de l'ESCP, est une manière de redonner. Après ma carrière sportive, j'avais l'impression que ce monde de l'entreprise était un univers à part, avec ses propres codes. J'ai été invité à être membre de jury d'admission à HEC il y a quelques années, j'ai constaté une nette différence entre les candidats. Certains avaient fait leur prépa dans le septième arrondissement, et leurs parents étaient connectés au monde de l'entreprise. En revanche, d'autres candidats n'avaient pas forcément les codes et l'aisance relationnelle nécessaire pour évoluer dans le monde d'aujourd'hui. L'aptitude à communiquer et à interagir est cruciale. Certains environnements favorisent le développement de ces compétences plus que d'autres. C'est pourquoi j'estime important de partager ma vision et d'aider ceux qui sont moins proches de ces milieux. Redonner confiance à ces étudiants est, selon moi, un juste retour des choses par rapport à ce que l'École m'a apporté.

Quels sont les projets de la Fondation qui vous tiennent le plus à cœur ?

Nathalie : Le projet qui me tient le plus à cœur est un nouveau projet « Chances Augmentées Lycées » que je m'arrange ensemble avec Éric Courteille. Ce projet vise justement à accompagner les élèves en seconde et première qui ont des notes moyennes pour augmenter l'égalité des opportunités et leur ouvrir des perspectives pour leur permettre de se réaliser. Bien trop souvent les jeunes sont contraints financièrement mais restent également enfermés dans des carcans socio-démographiques et des biais de genre.

Éric : L'idée de lancer un nouveau programme, qui part de zéro, ça me plaît toujours. Ce programme correspond tout à fait à cette idée de transmettre, de partager et de donner confiance à des populations qui méritent qu'on leur donne confiance et si les « anciens », comme nous, ne le font pas, personne ne va le faire. C'est quelque part du mentoring par l'exemple. J'en ai aussi parlé avec Jean-Stéphane Arcis, le Président de la Fondation ESCP. La première fois qu'on s'est rencontré, c'est quand

Chances augmentées Lycées dès la rentrée 2024

Grâce à la générosité et au dévouement de Nathalie Balla et d'Éric Courteille, la Fondation ESCP peut financer le déploiement du programme "Chances Augmentées" pour les lycéens.

Pour la 4^e année consécutive, le programme « Chances Augmentées » offre un coaching personnalisé à des étudiants boursiers de classe prépa pour les préparer aux entretiens de personnalité et aux épreuves orales du concours pour les grandes écoles de commerce, tout en leur donnant un aperçu authentique de la vie dynamique et enrichissante à ESCP.

Nathalie Balla et Éric Courteille sont parrains du nouveau programme destiné aux lycéens, pour accompagner des élèves motivés et prometteurs à atteindre le niveau requis pour intégrer une classe prépa. L'ambition, pour les cinq prochaines années, est d'accompagner 100 lycéens sur une période de trois ans. Nous adressons à Nathalie et Éric, nos plus sincères remerciements pour leur soutien financier et leur investissement en temps précieux.

L'orientation est une clé essentielle pour l'égalité des chances. En tant que communauté solidaire, notre mission est de leur ouvrir les portes vers un avenir prometteur. La Fondation ESCP s'engage activement dans cette voie, et vos dons sont essentiels pour poursuivre ces initiatives. Ensemble, nous pouvons faire une réelle différence. Nous vous invitons à rejoindre cette belle aventure et à soutenir nos jeunes talents.

Merci infiniment pour votre générosité et votre engagement !

Contact et information sur ce programme : Samantha Sadoun, Responsable projets transverses et développement : ssadoun@escp.eu

on a investi dans le même fonds pour un projet avec des sportifs de haut niveau. Et on s'est retrouvés en fait à la Fondation. Il fait beaucoup pour l'École, Il est entrepreneur, il a une vision, il a envie de faire avancer des choses, et je pense qu'on partage pas mal de valeurs. Ça aussi, ça nous a intéressé dans le fait de participer à ce nouveau projet.

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

Nathalie : Les américains appellent cela « give-back », les Allemands disent « *das Leben ist ein Nehmen und Geben* ». Tout est question d'équilibre dans une vie et une société. Pour continuer à innover et à apporter des réponses aux changements de la société il est important de s'assurer d'avoir une diversité des profils importante. Les Alumni peuvent grâce à leur réseau, leur influence et leur soutien financier accompagner des jeunes d'horizons différents. L'équilibre et l'égalité des opportunités contribuent à construire une société

plus juste et ouverte où chacun trouve sa place.

Éric : Pour moi, une association d'anciens élèves doit donner en retour. Grâce au réseau, aux ressources et aux connexions que nous avons, il est essentiel de « donner la chance » et de rendre ce que nous avons reçu. Au-delà de l'école, c'est un véritable choix de vie : être plus solidaires entre les générations. Il y a beaucoup de choses à partager, et cela peut inspirer les jeunes en leur montrant que tout n'est pas toujours programmé dans la vie. Il faut croire en soi et en ses chances. Un des éléments essentiels pour les jeunes aujourd'hui est d'avoir l'envie de faire et de la confiance, quel que soit leur profil. Ce n'est pas parce qu'on vient des quartiers défavorisés, ou que les parents sont en difficulté financière et sociale, que l'on ne peut pas réussir. Cependant, il est crucial que des personnes soient là pour les aider, et je crois que c'est notre rôle. |

“
L'équilibre et l'égalité des opportunités contribuent à construire une société plus juste et ouverte où chacun trouve sa place
 ”

Le mot des Présidents



“**E**SCP Business School c'est aujourd'hui :
 • 6 campus en Europe et une antenne à Dubaï
 • Plus de 10 000 étudiants et 5 000 managers de 130 nationalités différentes
 • 145 alliances universitaires en Europe et dans le monde, dans 48 pays
 • 85 000 Alumni actifs dans plus de 170 pays

La Fondation ESCP partage avec ESCP Alumni des valeurs de diversité, d'inclusion et de solidarité qui sont au cœur de nos missions respectives. Nous nous réjouissons de relier les générations passées, présentes et futures de la communauté par le biais d'une série d'actions communes et d'événements et espérons que vous pourrez être des nôtres.

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

Jean-Stéphane ARCIS (EAP 85), Président de la Fondation ESCP
 et **Bertrand DUMAZY (ESCP 94)**, Président de ESCP Alumni



JOYEUX
SERVI AVEC LE CŒUR

UN CAFÉ QUI REVEILLE AUSSI L'INCLUSION

100% DES BÉNÉFICES
POUR L'EMPLOI DE
PERSONNES EN
SITUATION DE HANDICAP



ARNAUD, ÉQUIPIER AU CAFÉ JOYEUX
SAINT-PHILIPPE-DU-ROULE

Cafés d'exception disponibles en grains, capsules et moulu,
torréfiés et conditionnés en France. 

En vente sur CAFEJOYEUX.COM



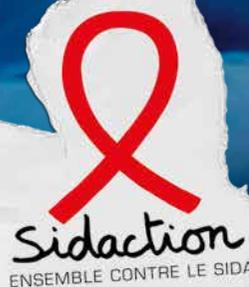
DEPUIS 30 ANS FACE AU VIH,
ON N'A PAS ARRÊTÉ...

DE PLEURER

ET DE CHERCHER

N'ARRÊTONS PAS LE COMBAT.

FAITES UN DON DE 10€ PAR SMS EN ENVOYANT DON AU 92110



The Good Company SIREN 398 945 543 - Photographie : Maxime Coué



DON PRÉLEVÉ SUR VOTRE FACTURE OPÉRATEUR. DISPONIBLE UNIQUEMENT EN FRANCE MÉTROPOLITAINE POUR LES ABONNÉS BOUYGUES TÉLÉCOM, ORANGE, SFR, FREE ET EI TÉLÉCOM. COÛT DU SMS GRATUIT.



Vie des entreprises

AMBASSADEURS DE L'EXCELLENCE

EDMOND DE ROTHSCHILD UK (« EDR »)

Jean-Francis DUSCH (ESCP 95) p. 60

CARROUSEL DIGITAL

Bruno SANGLÉ-FERRIÈRE p.61

LES MÉTIERS DE LA SANTÉ ET DU BIEN-ÊTRE

AUDIKA

Juliette DELCOURT (ESCP 92) p.62

RETOURNEMENT ET REDRESSEMENT D'ENTREPRISES

JURIDIS 360

Laure WAREMBOURG p. 64

VP STRAT

Véronique PERNIN p. 66

LES MISSIONS DES ESCP EN FRANCE D'OUTRE-MER

GROUPE CITADELLE

Audrey BORIUS (MiM 06) p. 68



Jean-Francis DUSCH (ESCP 95)

Directeur général d'Edmond de Rothschild UK (« EDR »), Global Head Infrastructure & Structured Finance et CIO

Le financement des infrastructures : un univers aux multiples opportunités !

Jean-Francis DUSCH (ESCP 95), Directeur Général d'Edmond de Rothschild UK (« EDR »), Global Head Infrastructure & Structured Finance et CIO de la plateforme de dette d'infrastructures (EUR 6 milliards d'engagements), revient sur son parcours et son domaine d'expertise dans le monde du financement des infrastructures. Il évoque également, dans cet entretien, les perspectives que le secteur peut offrir aux diplômés de l'école.

Dites-nous en plus sur votre parcours.

En 1995, à ma sortie de l'école, j'ai rejoint Bouygues Construction au département dédié au financement de projets, une activité avec une forte dimension internationale qui m'a permis de travailler à Hong-Kong, en Australie, à Sydney, ou encore en Afrique du Sud. En 1997, j'ai souhaité poursuivre cette expérience dans le financement de projets au sein d'une banque. J'ai alors intégré l'Union des Banques Suisses. Après une année à Zurich, je suis parti à Londres où j'ai travaillé sur le financement de projets dans le secteur du transport, de l'énergie, des infrastructures digitales et de communication. En 1999, j'ai rejoint Citigroup, une des plus grandes banques américaines, au sein de laquelle j'ai essentiellement fait du financement de projets et j'ai eu la chance de voyager sur les 5 continents !

En 2004, à 32 ans, j'ai rejoint EDR pour créer, à partir d'une feuille blanche, le département de financement structuré dans le domaine des infrastructures. Dès 2011, EDR s'est positionné comme un des acteurs leaders à échelle globale de ce secteur et s'est imposé comme un des principaux acteurs du conseil en financement de projets. En 2014, le groupe m'a de nouveau fait confiance et m'a confié la mission de développer une nouvelle activité de gestion d'actifs dans

la dette d'infrastructures tous secteurs, initialement en Europe, mais nous lançons le Moyen-Orient et bientôt les États-Unis. En quelques mois, nous avons levé 400 millions et, aujourd'hui, cette activité pèse 6 milliards.

Aujourd'hui, quel est votre périmètre d'action ?

J'occupe les fonctions de Directeur Général d'EDR UK, Global Head Infrastructure & Structured Finance et de CIO de la plateforme d'infrastructures. Je suis également membre du comité exécutif de l'asset management global du groupe. Dans ce cadre, avec mes équipes, notre principal métier est l'investissement dans la dette d'infrastructures avec un focus sur la transition énergétique, la mobilité verte, la décarbonation des services publics, les infrastructures digitales, sociales, de santé, culturelles, sportives... L'ensemble de ces projets sont financés entre 60 et 90 % par la dette. Notre rôle est ainsi de convaincre les investisseurs institutionnels, c'est-à-dire les assureurs et les fonds de pension, ainsi que notre clientèle privée d'investir dans ces projets au travers de fonds que nous gérons pour leur compte.

Quelles sont les opportunités de carrière qu'un acteur comme votre entreprise peut offrir à des diplômés d'écoles de commerce ?

Tout d'abord, des opportunités de stage ou d'alternance qui sont une excellente porte d'entrée pour découvrir ce métier et s'y former. Nous recrutons aussi à Londres de jeunes diplômés sur l'ensemble de nos activités, à commencer par celle que je gère, le Private Equity, l'immobilier, mais aussi sur les métiers classiques du groupe EDR, et plus particulièrement la banque privée.

Nous accordons beaucoup d'importance à la montée en compétences de nos talents et privilégions une culture entrepreneuriale dont je suis une des nombreuses illustrations ayant monté deux activités à partir d'une feuille blanche.

Sur un plan plus personnel, comment capitalisez-vous sur la formation que vous avez suivie à l'école ?

ESCP Business School est une école prestigieuse qui offre à ses diplômés un large champ des possibles. C'est aussi une école qui encourage l'ouverture d'esprit, la créativité et l'initiative, des qualités particulièrement importantes dans le monde actuel. Enfin, c'est aussi la puissance d'un réseau sur lequel il est possible de s'appuyer tout au long de sa carrière. Je dois beaucoup à notre école !



Bruno SANGLÉ-FERRIÈRE
Président

Carrousel Digital optimise et sécurise la transmission de données avec 3 nouvelles innovations

Transmission de données par photons intriqués, téléportation quantique et hash aléatoire sont les dernières innovations technologiques publiées et brevetées par Carrousel Digital et rendues disponibles aux entreprises d'informatique de matériel de télécommunication sous License. **Bruno SANGLÉ-FERRIÈRE** président de cette entreprise technologique, nous en dit plus.

Vous avez développé une technologie autour de la transmission de données par photons intriqués. Dites-nous en plus.

Il s'agit d'un moyen de transmettre des données en mesurant les propriétés d'un des deux photons intriqués. Deux photons intriqués sont ainsi envoyés chacun vers deux appareils différents. La polarisation des deux photons n'est décidée que lorsque l'appareil le plus proche est atteint par le photon qui lui a été envoyé. Ce moyen permet de transmettre des informations totalement sécurisées, sans utilisation de cryptographie classique.

Les informations sont transmises par fibres optiques qui peuvent transmettre des photons sur une distance d'environ 100 km. En mettant un générateur de photons intriqués entre deux lignes de fibres optiques, on peut donc envoyer des informations jusqu'à 100 km, mais aussi localement, entre serveurs ou stations de travail. Au-delà, les photons peuvent également être envoyés à travers l'espace, par exemple à partir d'un satellite. La principale limite à la distance est alors fixée par la précision de la lentille qui transmet les photons ; des spécialistes de la communication en infrarouges indiquent une qualité de transmission de photons depuis les satellites en basse altitude vers la terre compatibles avec notre technologie. Par ailleurs, nous avons développé un routeur photonique qui permet de relier

entre eux plusieurs ordinateurs qui lui sont liés par une simple fibre optique et utilisent notre système de photons intriqués.

Les principaux avantages de la communication par photons intriqués sont le fait que les photons ont déjà voyagé avant d'atteindre presque simultanément leurs cibles, qui sont les transmetteurs de données, et une sécurisation complète de la communication.

Vous travaillez aussi sur la téléportation quantique. Qu'en est-il ?

Notre système de téléportation quantique permet de transmettre des informations quantiques via des photons intriqués qui sont envoyés vers deux appareils. Les photons sont transmis par fibres optiques sur une distance allant jusqu'à une centaine de kilomètres ou à travers l'espace, depuis un satellite par exemple. Notre innovation consiste à filtrer les photons sortant en bout de ligne pour éliminer les photons dont le photon intriqué sœur n'a pas atteint l'autre dispositif.

Vous avez obtenu un brevet aux États-Unis autour du hash aléatoire. Dites-nous en plus.

Il s'agit d'une signature électronique qui sert à vérifier la non-modification de documents, résistante à la puissance

des ordinateurs quantiques. Pour ce faire, un secret, qui peut prendre la forme d'une séquence de quelques bits, est partagé par l'expéditeur et le destinataire. À partir de là, un hash du document mélangé au secret est calculé et chiffré par une clé à usage unique, ce qui permet de garantir l'identité de l'expéditeur. Cette clé unique utilisée pour le chiffrement du hash ne peut pas être devinée, même avec un ordinateur quantique. Nous pouvons utiliser des clés et secrets de 25 bits, soit une probabilité de 1/33 millions pour qu'un faux document ne soit pas détecté comme tel. En parallèle, une carte mémoire de 2 Go peut permettre, par exemple, de sécuriser des transactions avec un système de paiement électronique utilisant 150 millions d'appareils et dix fois plus de cartes !

Cette innovation peut aussi être utilisée pour sécuriser les e-mails entre le client et le serveur de messagerie ; stocker des fichiers et vérifier leur intégrité ; sécuriser des pages web ; sécuriser la transmission de clés de chiffrement...

Contact :

www.carrouseldigital.com



Juliette DELCOURT (ESCP 92)
Directrice Marketing et Expérience client
chez Audika

« Audika, experts et à votre écoute »

Directrice Marketing et Expérience client au sein d’Audika, marque leader de la santé auditive en France, **Juliette DELCOURT (ESCP 92)** revient pour nous sur son parcours et ses fonctions actuelles. Personnalisation du parcours et de l’expérience client, symétrie des attentions, positionnement de la marque... sont autant de sujets qu’elle aborde pour nous dans cette interview. Rencontre.

Vous avez rejoint Audika au poste de Directrice Marketing et Expérience client il y a un an. Quel parcours vous a mené à ces fonctions et quelle est votre feuille de route aujourd’hui ?

Riche d’un parcours de plus de 30 ans dans les domaines du marketing, de la relation client, de la communication digitale et de l’innovation dans des sociétés de référence, rejoindre Audika, une entreprise du monde de la santé avec un ADN familial, a été un choix très naturel. En effet, le modèle d’Audika a la particularité d’être orienté client et place l’humain au cœur de ses préoccupations et de ses activités. Cet engagement se traduit aussi par une volonté continue d’améliorer le parcours et l’expérience proposées aux clients.

Concrètement, Audika ne propose pas seulement un produit, mais également un service très personnalisé, grâce au savoir-faire et à l’engagement de l’ensemble des collaborateurs, afin d’aider le plus grand nombre à entendre mieux. Cette mission place ainsi la RSE au cœur du modèle d’Audika.

Dans ce cadre, mes équipes sont mobilisées afin de contribuer au développement de la prévention et à l’amélioration continue du parcours de soin du client. Nous travaillons sur plusieurs sujets comme : la sensibilisation à la santé auditive, la modernisation de la marque Audika, la digitalisation

et la fluidification du parcours, le développement d’une relation toujours plus personnalisée et de proximité pour affirmer notre positionnement de marque de confiance et de référence en matière de santé auditive en France.

Comment un acteur comme Audika définit et déploie la notion d’expérience client ? ?

Chez Audika, nous personnalisons l’expérience de chacun de nos clients. Dès le premier rendez-vous, durant lequel nos audioprothésistes réalisent bilan auditif complet non médical, nous proposons un service sur-mesure qui va prendre en compte les besoins individuels, la vie personnelle et professionnelle du client, ses habitudes, mais aussi son budget. Cette compréhension du client et de son besoin nous permet de sélectionner les aides auditives les plus adaptées, de les régler ensuite de la manière la plus fine possible et, enfin, de l’accompagner

dans la durée avec un suivi individualisé à toutes les étapes de son parcours. Nous informons sur la loi 100% santé et ses bénéfices en matière de prise en charge de produit et de suivi. Grâce à nos pôles d’expertise (pédiatrie, acouphènes et implants), nous sommes en mesure de proposer les meilleurs services et solutions dans la durée, quelle que soit la problématique du client.

En parallèle, nous accordons une attention tout aussi importante au bien-être de nos collaborateurs. Nous nous inscrivons ainsi dans une logique de symétrie des attentions vis-à-vis de nos clients et de nos collaborateurs. Nous sommes, en effet, convaincus que le bien-être et l’épanouissement des collaborateurs contribuent à garantir un service de qualité au bénéfice de nos clients. Nous accordons aussi une grande importance à leur formation et à leur montée en compétences pour leur donner la possibilité de révéler leur talent et leur potentiel.





L'audioprothésiste Sébastien Bergère qui exerce au centre Audika de Saint-Mandé
(© Amandine Lauriol)

Audika est aussi une entreprise qui valorise l'autonomie et la confiance et qui n'hésite pas à confier très vite des responsabilités à ses talents afin de promouvoir une culture de l'action, du partage et de l'engagement. Nous organisons ainsi régulièrement des ateliers de co-construction dans le cadre desquels nous sollicitons un panel représentatif de nos collaborateurs du réseau et/ou du siège pour avoir leur avis et construire chaque nouveau projet ensemble et donner ainsi la possibilité à chacun et chacune d'apporter sa pierre à l'édifice.

Enfin, Audika accorde une place très importante à la qualité de vie au travail, au bien-être de tous, à l'équilibre vie professionnelle et personnelle... Nous avons aussi de forts engagements en matière de RSE : protection de l'environnement, économie circulaire, inclusion... Autant de dimensions qui font sens pour les nouvelles générations qui arrivent sur le marché du travail.

Votre formation à PESC Business School vous a-t-elle préparée à vos fonctions actuelles ? Que reprenez-vous de votre passage à l'école ?

Diplômée en 1992, les métiers que j'exerce aujourd'hui n'existaient pas encore ! Néanmoins, la formation de l'école m'a permis de mettre en pratique mes compétences linguistiques et business, de développer une réelle capacité d'adaptation et une certaine curiosité qui me permettent aujourd'hui d'appréhender les évolutions et la complexité du monde socio-économique.

En parallèle, à l'époque, je faisais partie de la Junior Entreprise et menais beaucoup d'études de marché, ce qui m'est encore extrêmement utile au quotidien. Cette expérience m'a appris à être pro-active et à travailler en équipe, mais aussi à valoriser les compétences et les talents des autres. Plus que jamais, la formation ESCP Business School prépare véritablement ses diplômés à avoir un impact positif sur le monde de demain !

Aujourd'hui, quels sont les sujets et les enjeux qui vous mobilisent ?

Le marché de la santé auditive connaît actuellement une très grosse transformation. Depuis 2021 et la loi 100% Santé appliquée à la santé auditive, le marché a connu une très forte croissance qui a vocation à se poursuivre, portée par la démographie et le vieillissement de la population, les progrès technologiques et la réglementation. En parallèle, la concurrence s'est intensifiée, les points de vente se sont multipliés et, malheureusement, les pratiques frauduleuses sont aussi en nette augmentation.

Dans ce secteur de la santé auditive qui vit donc de nombreuses mutations, Audika doit se démarquer et peut capitaliser sur une expérience de plus de 45 ans et des valeurs fortes de proximité, d'expertise et d'écoute. Au-delà, Audika est aussi adossée au groupe international Demant, leader mondial de la santé auditive. Nous avons récemment changé de signature pour que notre positionnement soit encore plus lisible : « Audika, experts et à votre écoute ». En tant qu'enseigne précurseur et leader sur le marché, nous avons également un enjeu de sensibilisation et de prévention auprès du grand public en proposant notamment des dépistages au plus grand nombre. Enfin, nous cherchons à accompagner nos nombreux clients déjà appareillés afin qu'ils suivent leur santé

auditive et puissent bénéficier à nouveau de meilleures solutions pour leurs besoins.

Pour mener cette mission, quel est le profil de votre équipe ?

Dans mon équipe, il y a une quarantaine de collaborateurs essentiellement diplômés d'écoles de commerce ou bien de cursus universitaire commercial/marketing/communication et qui ont une très forte sensibilité pour la relation client et pour le terrain car notre activité principale s'effectue en centre auditif. On retrouve aussi de nombreux conseillers client. Ensemble, nous travaillons sur la stratégie marketing d'Audika, et sommes impliqués dans tous les sujets relatifs au digital, au CRM, à la data, à l'événementiel, à l'image de marque... Nous sommes tous motivés par une ambition commune : développer une confiance durable avec nos clients et viser la performance tout en restant positifs et engagés.

Quels sont les parcours et les carrières qu'un acteur comme Audika peut offrir à de jeunes diplômés et talents ?

C'est, d'abord, la possibilité d'intégrer un groupe international et d'évoluer dans un environnement qui valorise la transversalité. Les opportunités de mobilité sont diverses et variées au sein de ce groupe présent dans environ 25 pays qui est encore en train de se structurer et de se développer.



Laure WAREMBOURG

Avocate associée chez Juridis 360

Traiter les difficultés des entreprises au cœur des territoires

Forte d'une double expertise juridique et financière, spécialiste des difficultés des entreprises, **Laure WAREMBOURG**, avocate associée au sein du cabinet Juridis 360, accompagne les entreprises de son territoire, les Hauts-de-France. Dans ce contexte marqué par un retour en hausse des défaillances d'entreprises, elle dresse pour nous un état des lieux et nous en dit plus sur son positionnement.

Vous avez une double expertise juridique et financière que vous mettez au service du monde du restructuring. En quoi cette double approche de cette matière est-elle particulièrement intéressante et pertinente ?

Le restructuring est à la croisée du monde juridique et financier. Il nécessite une approche pluridisciplinaire que j'ai acquise au gré d'expériences diverses. Plus particulièrement, à la Banque de France, en tant que directrice des entreprises à Lille en charge des notations, j'ai développé, à travers l'analyse des comptes et des prévisionnels de résultats et de trésorerie, une capacité de compréhension de la situation économique de l'entreprise qui me permet de réaliser un pré-diagnostic et d'évaluer le niveau de criticité des difficultés. Aujourd'hui avocate, travaillant spécifiquement en droit des procédures collectives, je suis un point d'entrée privilégié pour les chefs d'entreprises et en capacité d'identifier les leviers à actionner ainsi que les outils les plus pertinents pour traiter les difficultés ou dépasser une crise.

Au-delà de cette double expertise à forte valeur ajoutée, vous vous positionnez comme une avocate des territoires spécialisée en retournement. Qu'est-ce que cela implique ?

J'ai fait le choix d'ancrer mon activité dans la région des Hauts-de-France, dont je

suis originaire, après des études en droit et en finance et une première expérience parisienne, afin d'accompagner des entreprises en difficulté ainsi que des repreneurs, de contribuer au retournement de ces sociétés et à la sauvegarde des emplois.

Aujourd'hui, notre cabinet traite l'ensemble des questions relatives à la transformation des entreprises : leurs opérations structurantes avec l'équipe dédiée au corporate, M&A et private equity et leurs opérations de restructuration avec mon équipe spécialisée dans la prévention et les procédures collectives.

Basés dans la métropole lilloise, notre point d'entrée est toujours la région Hauts-de-France, mais nous pouvons néanmoins accompagner, pour des opérations en lien avec la Région, des repreneurs et entrepreneurs d'autres régions. Également, nous intervenons dans la France entière pour des groupes importants de distribution, industriels et de prestations de services de la Région sur des problématiques de procédure collective liées à leur qualité de créanciers ou de contractants, mon appartenance à l'Association pour le Retournement des Entreprises m'offrant un réseau national très solide.

La Région des Hauts-de-France est la terre de nombreuses enseignes de distribution et de restauration dont certaines, implantées dans la France entière et locataires en particulier dans

des centres commerciaux, ont été récemment fortement impactées : ma fine connaissance du bail commercial, spécialisation historique de mon cabinet, me permet de les accompagner dans cette phase délicate de leur transformation.

C'est également une région au passé industriel ancien, objet de restructurations et transformations successives qui est aujourd'hui à la croisée des enjeux de réindustrialisation et de transformation.

Nous accompagnons dès lors des entreprises en difficulté, des repreneurs, mais aussi certains créanciers et fournisseurs de prestations de services dans leurs rapports avec des entreprises en procédure collective, mais ne conseillons pas les banques.

Dans un contexte économique et industriel fortement dégradé, quels sont les principaux enjeux des entreprises implantées au cœur des territoires ?

La Région a été fortement impactée par la crise de la Covid, qui a entraîné, en soi des difficultés, mais a également accéléré la transformation des modes de consommation qui a fragilisé de nombreuses enseignes, principalement dans le prêt-à-porter, la chaussure et la restauration.

Avec les arrêts de la Cour de Cassation du 30 juin 2022 en faveur des bailleurs, toutes les entreprises locataires qui n'avaient pas réussi à négocier des accords

avant cette date se sont retrouvées en difficulté. Concrètement, les dettes de loyers se sont ajoutées aux dettes de PGE, ce qui a contribué à la fragilisation des entreprises. L'enjeu était de parvenir à renégocier les dettes, le montant des loyers et à restructurer leur parc, ce qui passe également par des fermetures. Cela a impliqué le recours aux outils de la prévention, mandat ad hoc et conciliation puis à une phase de procédure collective, lorsque les négociations se révélaient trop difficiles ou trop longues.

Les réticences des foncières à la renégociation des baux, combinées au vieillissement de certains modèles économiques ont ainsi conduit des marques emblématiques à passer par une procédure collective (Minelli, Pimkie actuellement en sauvegarde ou encore Flunch que j'ai accompagnée dans sa procédure de sauvegarde), sans issue hélas pour les plus fragilisées d'entre elles (Camaïeu, San Marina).

Cette situation, aggravée par la période récente d'inflation, la baisse de la consommation et l'instabilité géopolitique, impacte plus généralement tout l'écosystème des foncières, des bailleurs commerciaux et de bureaux, ainsi que plus largement, le secteur immobilier et du bâtiment, avec des procédures de prévention, mais également une sinistralité en forte hausse.

Les entreprises industrielles doivent, quant à elles, faire également face à des problématiques de pénuries et de rupture de leur chaîne d'approvisionnement. Par exemple, le secteur automobile, très important dans les Hauts-de-France, doit se réinventer dans un contexte marqué par l'accélération des transitions (digitale, technologique, énergétique, écologique, environnementale).

Enfin, les évolutions technologiques et notamment la démocratisation de l'IA soulèvent de nombreuses questions quant à leurs impacts potentiels sur toutes les entreprises, quel que soit leur secteur d'activité.

Cette nécessité d'adaptation constante et rapide est la réalité de l'ensemble des

territoires et elle impacte la qualité des négociations qui sont plus longues, dures et difficiles pour l'ensemble des parties prenantes. Au-delà, encore trop souvent, les chefs d'entreprises tardent à nous solliciter, ce qui complexifie plus encore plus la gestion des difficultés.

J'ai fait le choix d'ancrer mon activité dans la région des Hauts-de-France, dont je suis originaire, après des études en droit et en finance et une première expérience parisienne, afin d'accompagner des entreprises en difficulté ainsi que des repreneurs, de contribuer au retournement de ces sociétés et à la sauvegarde des emplois.

Réindustrialisation, renaissance industrielle, relocalisation... sont autant de sujets qui font l'actualité. Quel regard portez-vous sur ces dimensions ?

On observe dans les Hauts-de-France des efforts d'agrégation et de coopération d'acteurs régionaux pour permettre une relocalisation et une transformation

industrielle ou des modèles. Ce phénomène se traduit notamment par des projets, comme la gigafactory avec le soutien de la Région, un développement de l'écosystème du financement et de l'investissement avec la montée en puissance de fonds régionaux dont l'objectif est d'accompagner et sécuriser ces transformations industrielles.

La bataille de la réindustrialisation et de la relocalisation est cependant difficile, car elle nécessite l'adaptation de nombreuses entreprises, essentiellement des PME industrielles, aux modèles parfois anciens et qui doivent faire face à des problématiques de pénuries de main-d'œuvre, des besoins de formation et de fidélisation de leurs collaborateurs importants sur un marché du travail très concurrentiel et en tension sur certains métiers, outre des investissements significatifs, qu'elles doivent parvenir à financer.

En parallèle, les entreprises ne font plus uniquement face à des crises, elles sont aussi plus nombreuses à ne pas réussir à passer à l'échelle malgré un positionnement sur des secteurs porteurs. Pourquoi ?

Parmi les principaux freins à la croissance des entreprises, on retrouve la difficulté à se financer et à avoir accès aux crédits. En raison du recours aux PGE pendant la pandémie, de nombreuses entreprises souffrent d'un taux d'endettement trop important et doivent restructurer leurs dettes financières. Je rencontre, dans notre Région, des entreprises dotées d'un modèle solide et/ou prometteur, de carnets de commandes pleins, mais qui ne parviennent plus à financer leur activité et doivent passer par des mesures de prévention, voire une procédure collective. Cette situation, qui s'inscrit dans un contexte où les taux restent relativement élevés, soulève l'enjeu du renforcement des fonds propres, encouragé, comme je l'ai souligné, dans notre Région, par des acteurs qui agrègent leurs forces.



Véronique PERNIN
Fondatrice de VP Strat

« La communication de crise est essentielle pour préserver la confiance »

De plus en plus souvent sous le feu des projecteurs, les entreprises en difficulté doivent apprendre à maîtriser leur communication. L'objectif ? Informer, rassurer et préserver la confiance. **Véronique PERNIN**, fondatrice il y a plus de 15 ans de VP Strat, agence « incontournable » en communication de crise avec un track record important de retournements et reprises réussis, livre ses conseils.

À quoi sert la communication pour les entreprises en difficulté ou lors de situations spéciales ?

Difficultés économiques, mouvements sociaux, attaques informatiques ou médiatiques, crises sanitaires. Face à la crise, il y a une perte de rationalité. Inquiétudes, rumeurs, fakes news... On change alors de paradigme : on entre en « communication de crise », qui renvoie à un ensemble de techniques et de méthodes pour maîtriser ce qui se dit sur l'entreprise. Il est alors préférable d'être accompagnés par des professionnels spécialisés, qui vont traiter la crise de façon spécifique, tout en protégeant les équipes de direction internes. Dans les situations spéciales, il faut aussi inclure les cessions ou acquisitions d'entreprises, ou le « carve out » (séparation d'une branche) qui doivent faire l'objet de communications spécifiques et préparées.

Pouvez-vous présenter ce qu'est la communication de crise ?

La communication de « crise » ou « en situation spéciale » est une communication qui anticipe et active un plan d'urgence sur-mesure et adapté à une situation d'urgence de l'entreprise. Elle vise à préserver la confiance, éviter les phénomènes de « sauve-qui-peut ». Elle peut aussi être un levier tactique de négociation lors de rapports de force,

ou favoriser une reprise « in bonis » ou « à la barre ». Elle permet enfin de redoper l'entreprise dans la vision de son rebond. C'est un formidable outil pour redonner une « dynamique » vers de nouvelles perspectives pour l'entreprise.

Il y a encore quelques années, la communication de crise ne faisait pas partie des priorités des groupes dans la tourmente. Aujourd'hui a-t-elle trouvé sa place dans ces configurations ?

Le conseil en communication de crise est devenu un volet indispensable des opérations de retournement, pour préserver la confiance et accompagner de façon structurée les solutions de sortie de crise et leurs annonces : plan de reprise, new money, plan de continuation, ou autre. C'est un ensemble de méthodes appliquées avec rigueur et réactivité au service d'objectifs très opérationnels. Ceci dit, il reste encore du chemin à parcourir, beaucoup d'entreprises réagissent encore un peu tard. Par exemple certaines nous sollicitent encore APRES le CSE d'annonce d'une procédure collective, alors que tout doit être calibré AVANT pour bien maîtriser la communication interne qui a une grande porosité avec l'externe. D'autres décident de ne pas communiquer pensant que la poussière restera sous le tapis. Or, ne rien dire, c'est prendre

le risque de laisser dire et que d'autres parlent à votre place.

Faut-il se préparer même quand on ne veut pas communiquer ?

Avec les différents médias, l'information en continu, les réseaux sociaux et le digital, l'entreprise est au milieu d'une chaîne de communication ininterrompue que ce soit en interne, en externe, vis-à-vis de la presse ou des influenceurs et réseaux sociaux. Tout communique. Pour anesthésier une situation, il est impératif d'avoir une communication prête à sortir en cas de fuite : c'est ce que l'on appelle une stratégie défensive. Récemment, pour une marque historiquement connue, nous avons réussi à ce que rien ne sorte. Ni en procédure de prévention, ni en redressement judiciaire. L'anticipation et le contexte du dossier nous ont permis de protéger la marque internationale de la maison-mère, de préserver la confidentialité dans un processus de reprise déjà enclenché (pré-pack), de construire les messages clés pour être prêts en cas de fuite. Une veille très pointue sur les médias, réseaux sociaux, forums et blogs avait été mise en place pour anticiper tous les signaux faibles et pouvoir réagir immédiatement.

Comment intervenez-vous ?

VP Strat a conçu une approche très réactive, technique et opérationnelle de

la communication de crise. On anticipe les risques, on protège l'entreprise et ses actionnaires, on communique un nouvel élan. Cela passe par une ligne éditoriale claire portée par différentes actions pour rassurer et maintenir la mobilisation du personnel ; conserver la confiance des clients, partenaires et fournisseurs ; expliquer la situation et les stratégies de redressement mises en place ; et valoriser la transparence ainsi que les atouts et perspectives de l'entreprise. Enfin, derrière ces procédures, ne jamais oublier qu'il y a des hommes, des femmes, des familles, et notre action vise toujours à servir le redressement de l'entreprise avec empathie, humilité et un optimisme toujours réaliste.

Quels conseils donneriez-vous aux dirigeants ?

Il n'y a pas de vérité absolue en communication, science de la perception, mais il existe quelques fondamentaux invariables de méthodologie. Après la création d'une cellule stratégique ou de crise intégrant toutes les dimensions utiles au traitement des difficultés (juridique, financière, sociale, RH, communication, etc.), il faut immédiatement mettre en place une veille sur les médias, réseaux sociaux, blogs et forums pour pouvoir réagir en temps réel. Dans le même temps, une stratégie de communication (proactive, défensive) avec des objectifs clairs doit être définie en cellule. Il est important d'identifier les cibles et relais clés en interne et en externe. Nous établissons un Q&A (questions- réponses) sans complaisance ni autocensure et avec les dates et chiffres clés, qui permettra de rédiger des éléments de langage cohérents (statement, communiqué). Un porte-parole unique est désigné pour transmettre les messages. La communication est déployée de manière structurée et selon un timing rapide. Au-delà de ces quelques points, de nombreux conseils et astuces peuvent être appliqués à chaque situation. Il nous arrive aussi

d'apporter simplement notre vision et nos conseils de communicants sur un dossier sans pour autant intervenir dans l'opérationnel, tout cela dans un respect absolu de confidentialité. Chaque dossier a son histoire.

Les dirigeants sont-ils suffisamment formés aux enjeux communicationnels ?

Les dirigeants sont dans l'ensemble bien formés aux enjeux de la communication, mais en période de crise, ils sont confrontés à une hypersensibilité des équipes, accentuée par un facteur temps qui bouscule la réflexion de fond et la rationalité. Il est alors préférable de se reposer sur des spécialistes externes moins exposés à la situation. En crise, tout s'accélère et une communication non maîtrisée peut vite glisser comme le sable entre ses doigts. C'est pourquoi il faut toujours anticiper, parler en premier pour expliquer, ou tout au moins se tenir prêt.

Accompagnez-vous aussi des crises industrielles (explosions, risques sanitaires) ?

Nous mettons en place des guides de procédure de communication de crise très opérationnels avec formations des équipes pour démultiplier et les rendre prêtes. Récemment nous avons accompagné un grand groupe d'agroalimentaire dans ses processus de communication en cas de risques d'intoxication alimentaire (TIAC) pour que les équipes soient autonomes, immédiatement opérationnelles et prêtes à réagir si cela arrivait. Ensuite si crise, nous pouvons intervenir en support vis-à-vis de l'interne, des élus et des médias notamment.

Quelle est votre plus belle réussite professionnelle en matière de restructuring ?

Récemment, nous avons accompagné des groupes comme Lapeyre dans son plan de relance ou le groupe GIFI dans sa restructuration du réseau de magasins Tati afin de sauvegarder un maximum

d'emplois (1200 sur 1400), ainsi que Celio, Flunch, la reprise des magasins Office Dépôt par la coopérative Alkor ou encore des groupes pharmaceutiques, retail, ou industriels. Mais si je devais retenir un dossier, ce serait celui de l'aciérie Ascoval et ses 300 salariés. Un bel exemple du rôle que peut jouer la communication pour accompagner une entreprise en voie de redressement autour d'une « union sacrée » entre salariés, syndicats, la direction de l'usine, les politiques (Bruno Le Maire, Agnès Pannier, Xavier Bertrand, Valérie Létard, entre autres), les médias, et les conseils en retournement (avocats, administrateurs judiciaires, auditeurs, conseil en stratégie). La communication a accompagné de façon très étroite la phase judiciaire, les moments de tension et de négociation, et maintenant de redéploiement de cette filière stratégique de l'acier. Aujourd'hui, Ascoval a été repris par le sidérurgiste Saarstahl, et est un leader de l'acier « vert » recyclé en Europe. Un film « Le Feu Sacré » raconte l'histoire de cette usine au cinéma.

Un dernier mot ?

Il faut toujours voir le verre à moitié plein. Un retournement d'entreprise, c'est avant tout une dynamique positive à réactiver en faveur du rebond. Il faut croire en ses forces, en son entreprise et parfois oser se réinventer en se faisant aider. Et ne jamais oublier qu'une entreprise, c'est avant tout de l'humain. Pour susciter l'adhésion des équipes et des parties prenantes, il faut parler vrai, être transparent, tout en sachant rassurer par un solide plan de relance. Une communication maîtrisée et constructive est une brique essentielle de la sortie de crise.



Audrey BORIUS (MiM 06)

Directrice des Investissements et de la communication du Groupe Citadelle

Biographie :

Audrey Borius est Directrice des Investissements et de la Communication du Groupe Citadelle. Elle a commencé sa carrière en tant qu'Equity Research Analyst chez Morgan Stanley à Londres puis à New-York. Après une décennie sur les marchés financiers, elle a fait le choix de prendre un congé parental de 3 ans et d'investir dans son développement personnel et sa famille. En 2019, elle a choisi de relancer sa carrière via le programme Returning Talent de Bank of America Merrill Lynch, ce qui l'a finalement conduite à revenir en Martinique et à occuper son poste actuel au sein du Groupe Citadelle.

Qu'est-ce qui vous a poussé à rejoindre Citadelle, acteur majeur dans le paysage de la distribution automobile ?

J'ai rejoint le Groupe Citadelle pour plusieurs raisons mais le fait qu'il soit dirigé par Cyril Comte, un alumni de ESCP, a contribué à orienter mon choix. La fonction de Directrice des Investissements et de l'analyse financière n'existait pas avant mon arrivée et a été créée «sur mesure», ce qui est un grand privilège. J'exerce un métier de challenges intellectuels qui me permet de m'investir dans des projets innovants. Le Groupe est en pleine expansion dans les territoires ultramarins et je suis heureuse

Un poste créé « sur mesure »

Groupe centenaire, le groupe Citadelle, ainsi dénommé depuis 2001, est une filiale du groupe Comte-Serres. Acteur majeur dans le paysage de la distribution automobile, l'opérateur martiniquais a su saisir les opportunités et diversifier ses activités pour s'imposer sur 5 marchés d'Outre-mer. Retour sur le succès du groupe avec **Audrey BORIUS (MiM 06)**, qui incarne la vision d'une mobilité durable et accessible.

de participer à ses projets de croissance. Par ailleurs, je partage complètement ses valeurs qui sont le professionnalisme, la qualité, l'innovation, l'esprit d'équipe et enfin l'expression. Enfin, l'implantation du Groupe en Martinique où je suis née a également joué un rôle positif dans ma décision.

Vous êtes reconnue comme l'une des Femmes les plus influentes de la mobilité dans le classement 2024 de Vulog International. Que représente cette distinction ?

Être reconnue parmi les Femmes les plus influentes de la mobilité en 2024 est un immense honneur. Cette distinction reconnaît non seulement mon engagement personnel, mais aussi le travail de toutes les équipes impliquées dans les projets de mobilités partagées portés par Citadelle.

En tant qu'Alumna de ESCP Business School, que retenez-vous de votre parcours à l'école ?

L'école m'a offert une formation rigoureuse en finance et gestion, avec une forte composante internationale. J'ai en effet eu le privilège d'intégrer l'European track incluant une 1^{ère} année d'étude à Oxford, la 2^e à Madrid et la 3^e à Paris. Bien évidemment mes années d'études m'ont permis de grandir tant professionnellement qu'humainement grâce à la découverte et l'échange intellectuel et culturel. Je garde d'excellents souvenirs de mes cours de marketing à Madrid ou encore de mes

cours d'analyse financière et de M&A à Paris. Je garde également d'excellents souvenirs des moments de partages avec mes amis de ESCP à travers l'Europe. Le réseau ESCP a enrichi ma perspective globale et ouvert des opportunités professionnelles. Mon premier maître de stage en finance était aussi un Alumni et m'a encouragé à orienter ma carrière vers l'analyse financière sur le marché londonien.

Quelles sont vos ambitions pour Citadelle ?

Notre principal défi est de garantir la performance et la pérennité du groupe dans un secteur automobile en pleine transformation. Nous nourrissons des ambitions de croissance externe en Martinique, en Guadeloupe, en Guyane, à la Réunion et à Mayotte tout en restant concentrés sur nos objectifs d'amélioration continue de notre performance. Ceci en adéquation avec nos objectifs de réduction de notre empreinte carbone.

Présentation de l'entreprise :

Le Groupe Comte-Serres s'articule autour de deux activités : la Foncière Marie-Louise, spécialisée sur l'immobilier outre-mer et le Groupe Citadelle un acteur de la distribution et réparation automobile et moto présent dans les 5 DROM. Le Groupe compte 800 collaborateurs.

PUB AXA



FIDUCIAL, PARTENAIRE DE VOTRE RÉUSSITE

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



DROIT



CHIFFRE



BANQUE, FINANCES
& CONSEIL



IMMOBILIER



SOLUTIONS
DIGITALES



INFORMATIQUE
& TECHNOLOGIES



SÉCURITÉ



MONDE
DU BUREAU