

Olivier Sauvy



JOURNALISTE-RÉDACTEUR FREE-LANCE
CONSEIL ÉDITORIAL
RÉALISATION DE WEB-PORTRAITS

06 03 91 62 53
osauvy@gmail.com

 Paroles à...

« CETTE EXPÉRIENCE M'A FAIT GRANDIR »

À 20 ANS, SALOMÉ BOSSARD A CHOISI DE FAIRE SON SERVICE CIVIQUE DANS L'ASSOCIATION UNIS-CITÉ, OÙ ELLE S'EST ENGAGÉE COMME VOLONTAIRE.

Enfant, elle a fait pas mal de bêtises. « Je séchais beaucoup l'école et j'ai eu du mal à m'orienter ». Brevet en poche, première STL (sciences et techniques)... Elle cale avant de passer le bac. « Les études, c'est pas trop mon truc », concède Salomé. Difficile de rester enfermée toute la journée pour quelqu'un qui « aime bouger et être sur le terrain ». Des petits boulots pendant deux ans puis, heureux hasard, elle tombe sur un flyer de l'association Unis-Cité. Une réunion d'information plus tard, Salomé décide d'y faire son service civique du 1^{er} octobre 2010 au 30 juin 2011.

Porteuse d'éco-gestes

Elle travaille sur deux projets en même temps. Le lundi et le mardi, elle rend visite aux personnes âgées isolées pour un projet intergénérationnel et se rend dans une école primaire le midi pour manger en convivialité avec les enfants. Puis, les mercredi, jeudi et vendredi, elle s'investit dans le programme « Méditerranée » dont l'objectif est de proposer à des familles aux revenus modestes d'adopter des gestes écocitoyens pour réduire à la fois leurs factures et leur empreinte écologique. En fin d'année, Salomé arpente le quartier populaire de Saint-Barthélemy situé un peu à l'écart d'Angers, ville dont elle est originaire et où réside son père. Cette nouvelle expérience l'a fait grandir et « lui donne le sens des responsabilités ». Son avenir ? Un concours pour postuler dans la fonction publique, un BAFA pour travailler avec des jeunes en difficulté dans le milieu rural, une formation à « l'école de la deuxième chance »... À bientôt 21 ans, Salomé hésite, taraudée par des envies d'ailleurs. Peut-être vers l'Espagne pour y effectuer le service civique européen. Une autre forme d'engagement. ●

En savoir plus // www.uniscite.fr, www.service-civique.gouv.fr

*La Fondation Macif a soutenu le programme « Méditerranée » en 2009 et 2010.

Le service civique m'a permis de rencontrer des gens très différents. J'ai beaucoup appris sur les autres et sur moi-même. »



 Paroles à...

Le financement privé peut prendre le relais du financement public dans le monde associatif »

André Hochberg, président de France Générosités.



« ÊTRE UTILE AUX AUTRES DONNE DU SENS À LA VIE »

FIGURE DU MONDE ASSOCIATIF ET CARITATIF FRANÇAIS, ANDRÉ HOCHBERG EST DEPUIS SIX ANS PRÉSIDENT DE FRANCE GÉNÉROSITÉS, LE SYNDICAT PROFESSIONNEL DES ORGANISMES FAISANT APPEL AUX GÉNÉROSITÉS.

Fidèle en amitié comme en affaires, cet ancien publicitaire au caractère entier a occupé pendant près de trente ans des postes de direction dans les agences les plus renommées. « Arrivé à l'âge de 55 ans, j'ai ressenti le besoin de donner un autre sens à ma vie », raconte André Hochberg. Je me suis alors engagé comme bénévole associatif », notamment au Secours Populaire français. Persuadé que « le financement privé peut prendre le relais du financement public dans ce secteur », il développe le recours aux ressources financières privées dans France. Plus que jamais, André Hochberg reste convaincu que le mécénat d'entreprise a encore devant lui un grand potentiel

leur générosité et aider les structures en difficulté à se remettre d'aplomb.

La générosité, valeur d'avenir

Après avoir dirigé l'association France Bénévolat, il est appelé en 2006 à présider l'Union nationale des organismes faisant appel à la générosité publique (UNOGEP), rebaptisée « France Générosités ». Forte de ses 75 membres, l'organisation représente aujourd'hui près des deux tiers des dons et legs collectés auprès du grand public en France. Plus que jamais, André Hochberg reste convaincu que le mécénat d'entreprise a encore devant lui un grand potentiel

de développement. Une opinion confirmée par une étude récente : 78 % des collaborateurs d'entreprises mécènes se disent fiers de l'engagement de leur entreprise et deux tiers d'entre eux souhaitent être impliqués dans des projets solidaires.

André Hochberg achève son mandat en 2012. La retraite ? « Non merci ! Je compte bien continuer à contribuer au développement de la vie associative », affirme ce septuagénaire resté un éternel jeune homme. ●

* Source : Etude Mediapart / France Générosités : Point de vue du grand public et en particulier des actifs du secteur privé *, décembre 2011.

En savoir plus // www.francegenerosites.org
www.infobonheur.fr - le portail collectif d'information sur le don et sur les urgences nationales et internationales.



Arlette Chabot

Chef adjoint du service politique et présentatrice des journaux du matin de France Inter de 1974 à 1984, Arlette Chabot occupe des postes à responsabilité à TF1 et à France 3 puis rejoint France 2 en 1992 comme rédacteur en chef du service politique. Directrice générale adjointe de l'information depuis 2004, elle présente sur France 2 l'émission *À vous de juger*.

Journaliste en continu

« D

irectrice, ce n'est pas un métier. Journaliste, si ! Mon parcours est avant tout celui d'une journaliste qui occupe des fonctions d'encadrement», affirme, directe, Arlette Chabot. Cette « artisanne journaliste » se dit amoureuse d'un métier « où l'on apprend chaque jour au contact de gens aux profils totalement différents ». Journaliste, elle l'est devenue (presque) par accident. Après avoir suivi des études de droit, elle s'inscrit dans une école pour y apprendre la réalisation télévisuelle et se retrouve dans la section journaliste – sans oser relever la bâve, par timidité excessive. « Une erreur providentielle », confesse cette amoureuse

des images, grande admiratrice de la mission de sauvegarde et de valorisation des archives menée par l'Ina.

La politique, sa grande affaire

Exigeante, curieuse, pugnace et travailleuse, elle rédige ses fiches elle-même avant ses émissions, lit plusieurs livres pour n'en extraire parfois qu'une seule citation. Son obsession : ne jamais être prise en défaut par ses interlocuteurs. Imprégnée des valeurs de travail et d'effort largement héritées de son éducation, elle a été formée auprès de Philippe Gildas, Éliane Victor, Michèle Cotta (qui l'a aiguillée vers la politique), Jean-Pierre Elkabbach, ou encore

Jérôme Bellay. Elle dirige aujourd'hui près de 600 personnes. Nullement blasée après plus de 30 ans de métier, cette passionnée de gastronomie et des États-Unis continue à apprécier la politique pour la richesse des rencontres qu'elle lui procure et la diversité des sujets qu'elle englobe : « Plus que les batailles d'ego, c'est la réflexion de fond qui m'intéresse », explique-t-elle. Et c'est ce débat d'idées qu'elle tente de faire vivre dans l'émission politique *À vous de juger* qu'elle anime sur France 2. Un rêve d'avenir ? Exercer son métier de journaliste le plus longtemps possible pour « continuer à apprendre et à se dépasser ».

VOYAGE VERS MARX

Originale et déconcertante, sensuelle et créative, minimaliste et visionnaire... Si la cuisine d'un chef reflète la personnalité de son créateur, alors Thierry Marx est à coup sûr un homme hors du commun.



► « La cuisine se regarde, se molde et se mange », aime-t-il à répéter.

Amoureux de poésie, ravi par les formes et les couleurs, frire de textures et de températures... Servir par une exigence obstinée et un incessant travail de recherche, la cuisine de Thierry Marx témoigne de ses voyages au Japon et en Asie du Sud-Est, dans ces pays où il dépouille et délicieusement réinterprète les saveurs traditionnelles. Mais il aime aussi plonger dans les quartiers grotteaux de Paris pour se laisser imprégner des effluves de cette cuisine de rue « interprétrême, spontanée et carnavalesque ». Sa cuisine fantasme porte aussi une trace intime de son enfance et de sa famille originaires d'Algérie. Ainsi, il aime faire émerger dans ses assiettes des pentes de son quartier parisien du bas de Montmartre vers le bas de Belleville et s'inspirer d'une monnaie de senteurs, de couleurs et d'odeurs de cuisines du monde entier.

Homme de valeur

De sa mère, il a hérité son allure de combattant, son goût de l'autonomie et cette puissance qui verrouille les portes lorsqu'il s'agit d'exprimer ses convictions. De son père, il a pris l'ambition qu'il a传承下来的：réussir et cultiver communication. Il retiendra quelques principes de vie essentiels et ce caractère rebelle et loyal à la fois. Mais c'est aux côtés de sa grand-mère que l'enfant vitraillera et dessinera. C'est elle qu'il apprendra à faire et détourner les gâteaux, à servir les plats, à cuisiner et à cuisiner. C'est elle qui lui dénichera une place d'apprenti en plâtrerie pour l'arracher à l'ennui des capes d'écoliers de la cité de Châlons-sur-Marne où il est arrêté à l'âge de 14 ans. Dès lors commence une quête qui nous prendra, le jeune garçon, à la recherche de la paix et la découverte. Thierry entame alors un tour de France comme compagnon des Devants unita, une fraternité qui lui apprend « l'amour du métier et la force d'être un bon ouvrier ». Son diplôme en poche, il s'envolera pour l'Amérique, part au Liban pour la guerre civile, une période de crise et d'effacement. A son retour, il passe son CAP puis BEP de cuisinier en candidat libre, et après un séjour de six mois en Australie, report pour un nouveau tour de France à la rencontre des plus grandes étoiles : Alain Ducasse, Chapel, Taillefer, mais aussi Bertrand Grébaut et Jean-Pierre Marais dont il connaît maintenant et le gérera si l'heure lui servira de révélation. Il décide alors de faire de sa passion un métier.

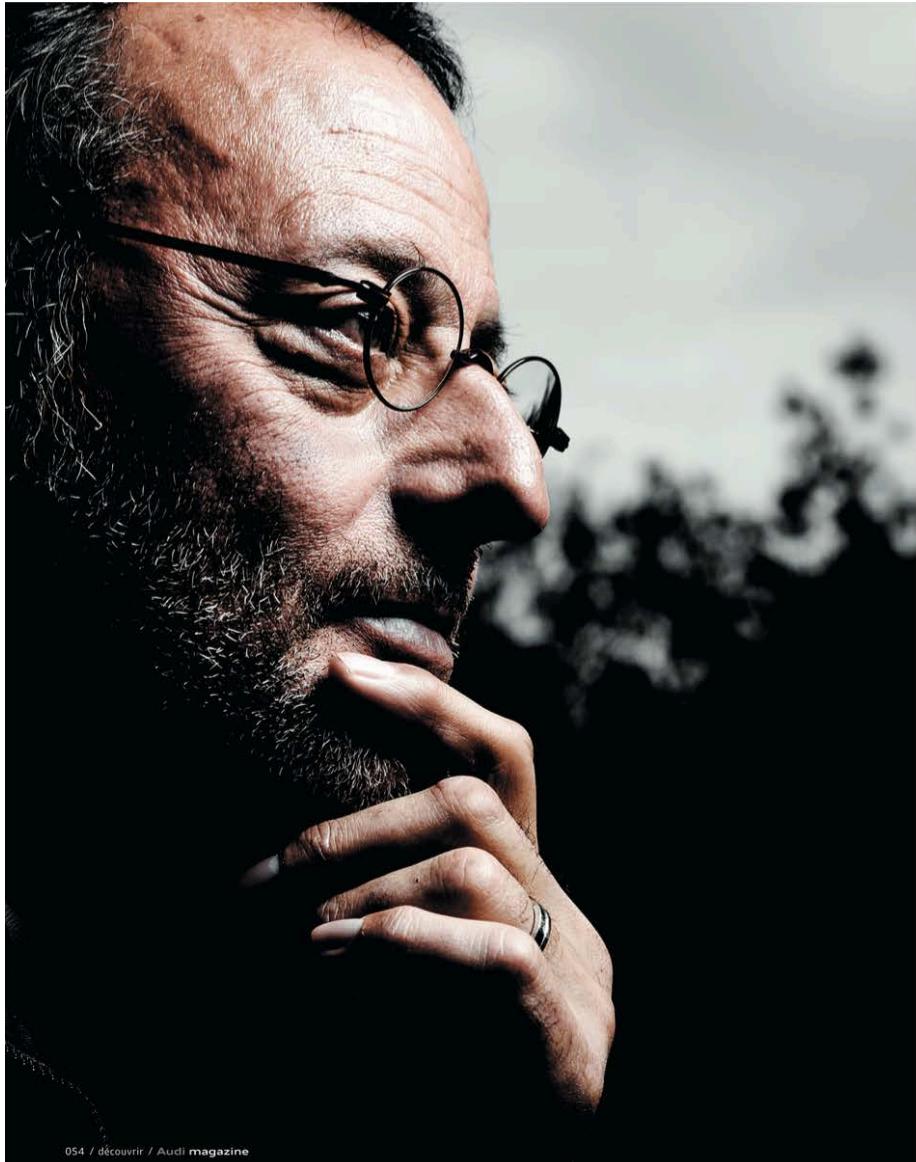
>

26 | Audi magazine portrait

ETRE ET DURER. ► S'ouvrir l'esprit et l'égo pour accueillir les autres et la réalité. Gagner le temps, rejoindre la paix.



/ 27

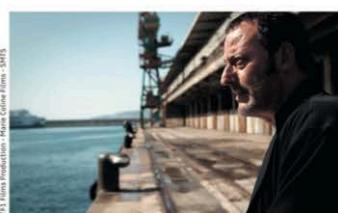


Homme du monde

Acteur éclectique et cosmopolite, **Jean Reno** est passionné par les cultures et les gens qui les façonnent. Voyageur enthousiaste, cet éternel jeune homme arpente la planète cinéma avec l'avidité des curieux. // Propos recueillis par Olivier Sauvy, photos de Jean-Brice Lemat

Jean Reno aime les rôles qui racontent de vraies histoires. Comme celle de Jacky le Mat, célèbre « parrain » du milieu marseillais des années 1970, dont s'inspire *L'Immortel*, qu'il incarne pour sa première collaboration avec Richard Berry, ici réalisateur. Haute stature, veste noire sportswear sur blue-jeans, barbe de trois jours et lunettes rondes... L'acteur préféré des Français* arrive à l'heure dite dans la vaste salle d'une brasserie de l'ouest parisien, où il a ses habitudes. « Un amour de type », nous chuchote la patronne. Au moment des premières salutations, impossible de ne pas penser à Enzo, l'apnéiste du *Grand Bleu*. La silhouette n'a pas bougé, le visage à peine travaillé par le temps et la voix grave pleine d'une douceur bienveillante. Malgré une journée de tournage démarée aux aurores, le futur jeune papa de 60 ans se laisse aller au jeu de l'interview avec sincérité et profondeur, passant du vouvoiement au tutoiement avec le plus parfait naturel. Rencontre avec un homme nature et enjoué, mature et plein d'humanité.

*Sondage du *Journal du dimanche*, publié le 03/05/09.



Tourné entre Marseille et Paris, de mars à juin 2009, *L'Immortel*, de Richard Berry, offre à Jean Reno un nouveau rôle fort, tout en nuances.

Audi magazine: Parlez-nous de votre rôle dans *L'Immortel*...

Jean Reno: Le scénario du film, réalisé par Richard Berry et adapté d'un livre de Franz-Olivier Gisbert, s'inspire de l'histoire d'un malfrat marseillais qui a survécu miraculeusement à une spectaculaire tentative d'assassinat. Au-delà des scènes d'action, ce film traite plus particulièrement de la rédemption et de la difficulté à changer de cap lorsque l'on s'est trompé. J'aime ce personnage, qui va se battre pour changer son destin. Tout comme lui, ma philosophie personnelle plutôt optimiste m'incite à croire que demain il fera jour.

Comment expliquez-vous votre popularité ?

C'est beaucoup d'honneur que d'être un des acteurs les plus aimés par le public français. Mais je suis tout à fait incapable d'en analyser les raisons. Je n'oublie pas non plus que tout classement est provisoire. Je m'efforce seulement de demeurer en harmonie avec les croyances et les valeurs transmises par mes parents. A l'idée d'être numéro un, je préfère de beaucoup l'idée de vivre comme les autres.

Pourquoi une carrière si internationale ?

J'essaie de partager ma vie entre les Etats-Unis et la France. Ces allers-retours me sont indispensables. J'aime cette idée de pouvoir traverser le monde, sans aucune prétention, de pouvoir partir en Chine demain matin, ou au Portugal, ou à Aubervilliers. Je n'aime pas l'idée d'être cantonné dans un endroit. J'ai plaisir à découvrir d'autres hommes et de femmes que je ne connais pas, de faire des films avec eux et de partager leur culture.

>>



Une heureuse nature

Une quarantaine de films en tant qu'acteur, deux longs-métrages salués par la critique en tant que réalisateur... Acharné de travail, passionné et exigeant, **Guillaume Canet** est aujourd'hui, à 36 ans, un homme heureux, débarrassé de l'image de jeune premier qui lui a longtemps collé à la peau. //Jean-Brice Lemal (photos)

Barbe fournie annonçant son prochain rôle, long turban en coton blanc noué autour du cou, Guillaume nous reçoit dans une grande et belle maison située en pleine campagne, à l'ouest de Paris, à proximité du repère familial où il a passé une enfance heureuse au milieu de chevaux élevés par son père. Ici, ni portable ni sollicitation extérieure, juste une « simplicité tranquille ». Guillaume aime y écrire ses scénarios ou « faire des bœufs » avec ses amis musiciens. Vêtu d'un pardessus noir et d'un jean sombre tombant sur de grosses chaussures de marche, on le surprend en pleine séance photo près de la petite pièce d'eau du parc. Large sourire à fossettes, regards énigmatiques ou amusés... Familiar des jeux d'ombre et de lumière, Guillaume répond avec sûreté aux sollicitations du photographe. Quelques minutes plus tard, il a pris place dans le large canapé du salon. En homme pressé qui sait prendre son temps, il laissera l'entretien – passionné, passionnant – déborder largement. Seule l'arrivée d'une collaboratrice sonnera la fin de notre conversation. Guillaume doit remettre cet après-midi le scénario de son prochain film à son producteur. Demain, il rejoindra sa belle à Los Angeles. La semaine prochaine, il fera l'acteur en plein désert du Sahara. Acteur majeur du programme Audi talents awards 2009, dans quelques mois, il mettra son expertise au service d'autres futurs jeunes talents.

Audi magazine : Espion(s), L'Affaire Farewell, Le Dernier Vol de Lancaster... 2009 commence fort ?

Guillaume Canet : J'ai eu vraiment envie de soutenir *Espion(s)* (2009), le premier film de Nicolas Saada. Pour son scénario, mais aussi parce que le metteur en scène a pensé son film en résonance avec le cinéma américain des années 1970, que j'apprécie beaucoup.

J'ai accepté *L'Affaire Farewell* (2009), de Christian Carion, comme une évidence. Ce scénario m'a semblé particulièrement excitant et j'avais envie de retravailler avec ce metteur en scène. La semaine prochaine, je commence le tournage du nouveau film de Karim Dridi, *Le Dernier Vol de Lancaster*, une sublime adaptation d'une histoire vraie qui s'est déroulée dans les années 1930 dans le

Sahara. J'y joue le rôle d'un méhariste partagé entre son engagement dans l'armée et son rapport très proche avec les Touaregs.

Sur quelles critères choisissez-vous aujourd'hui vos rôles ?

Le plus important, c'est l'histoire. Quand je lis un scénario, je me mets toujours à la place du spectateur pour me demander si j'ai envie que l'on me raconte cette histoire. Je marche beaucoup à la passion et à l'enthousiasme. Le metteur en scène doit être vraiment habité par son film.

Quels sont vos idoles et vos « pères » de cinéma ?

Patrick Dewaere, François Cluzet, Daniel Day-Lewis et Sean Penn, ces acteurs me fascinent. Au-delà de leurs talents, ils ont tous une « féline » en commun. « Heureux soient les félins car ils laissent passer la lumière », disait Michel Audiard. Je suis d'accord avec lui. Cette féline leur permet d'aller fouiller au fond d'eux-mêmes pour enrichir leur jeu.

Avec cet extraordinaire grain de folie qui le caractérise également, Jean Rochefort a été mon premier « père de cinéma », et le plus important. Il m'a mis le pied à l'étrier (*rires*) en m'imposant sur *Barracuda* (1997), de Philippe Haim. Depuis, nous sommes restés très complices.

Comment vous décririez-vous ?

Sincère et lucide avec moi-même, autant que possible (*sourires*). Je suis quelqu'un d'obsessionnel. Pendant longtemps, j'ai même eu des TOC (vérification des fermetures de gaz, de portes, etc.), mais je suis guéri. Et du coup, le monde est plus ouvert (*rires*) ! Blague à part, je suis très exigeant avec moi-même et parfois trop avec les autres. Et je suis aussi très « droit », je n'ai qu'une parole et je fais ce que je dis. Dans le travail, je suis enthousiaste et passionné.

Quelles sont les clés de votre bonheur ?

S'écouter. Aveuglés par nos rythmes de vie et l'omniprésence des outils de communication, nous ne savons plus écouter notre instinct. Après avoir subi >>

Nos grands sujets 2014-2015 : contribuer à la transition énergétique

NOTRE TÉMOIN : JEAN JOUZEL

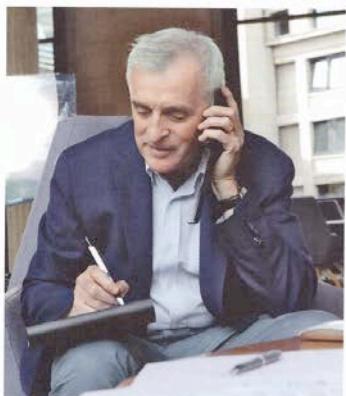
Jean Jouzel est climatologue et glaciologue, reconnu mondialement pour ses analyses sur le changement climatique. Directeur de recherche au CEA, il est aussi Vice-Président du GIEC (Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat), créé sous l'égide des Nations Unies. En 2007, sous sa vice-présidence, le GIEC s'est vu décerner le Prix Nobel de la Paix, conjointement avec Al Gore.



La loi sur la transition énergétique

Avec un objectif de diviser par quatre ses émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2050,

la France vient d'élaborer un ambitieux projet de loi qui s'inscrit dans cet objectif planétaire de limitation du réchauffement climatique. Il faudra observer avec attention les mesures réellement mises en place. Seul bémol, cette loi oublie complètement le volet agriculture.



Le rôle du milieu financier

À l'évidence, ce rôle peut et doit être très important. Premier objectif : passer d'un modèle de développement basé sur les énergies fossiles à un développement sobre en carbone. Pour accompagner ce changement, les milieux financiers et le Crédit Agricole en particulier auront donc à prendre des décisions très fortes, notamment sur l'exploitation du charbon et des énergies fossiles, et en favorisant à l'inverse l'émergence des énergies renouvelables.

Le rôle du Crédit Agricole

Ayant bien évalué l'urgence de la situation, le Crédit Agricole multiplie les initiatives intéressantes et soutient déjà les investissements responsables. Associé à d'autres investisseurs, Amundi, par exemple, s'est engagé à privilégier les fonds à faible intensité en carbone, qui représentent aujourd'hui 5 milliards de dollars à l'échelle planétaire sur une année pleine. C'est un premier pas auquel il faudra donner encore plus d'ampleur. Il va d'ailleurs devenir de plus en plus risqué pour les investisseurs de soutenir le secteur des énergies fossiles tant la nécessité de la transition énergétique va finir par s'imposer. Le secteur bancaire poursuit aussi davantage la recherche et l'innovation, dont les moyens demeurent encore limités.

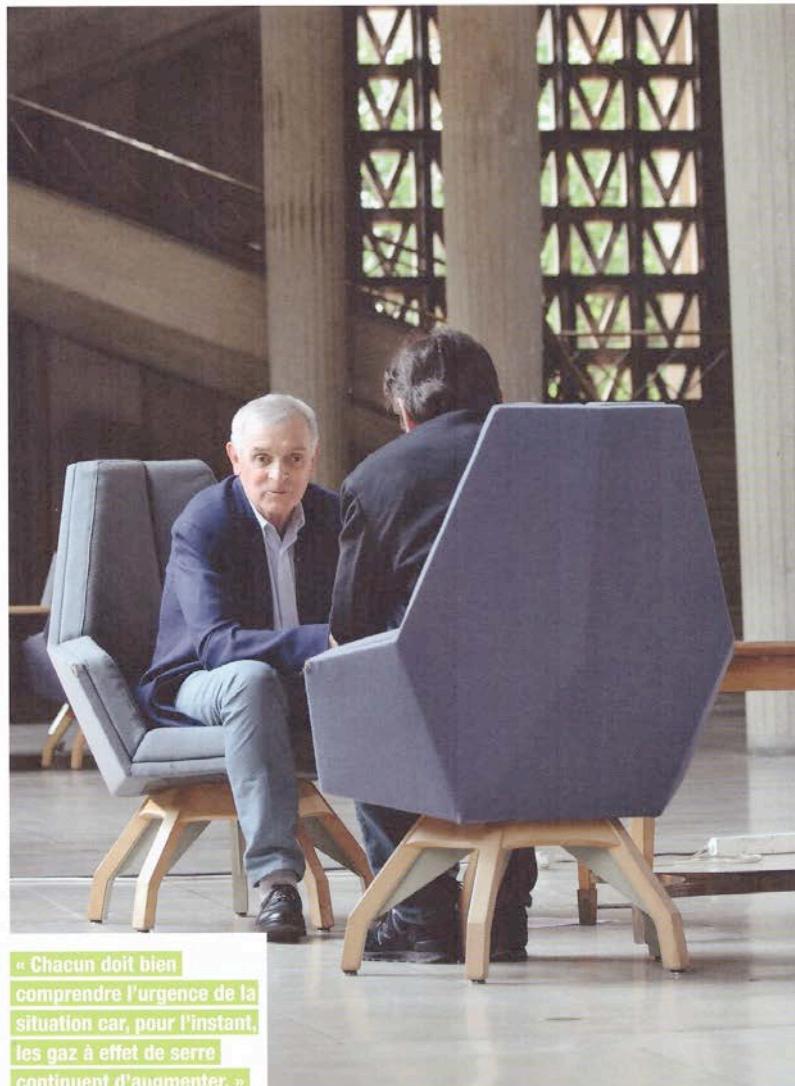
Quels axes de progression ?

Le Crédit Agricole doit approfondir les voies qu'il a déjà ouvertes et notamment vis-à-vis de l'agriculture, son secteur d'origine, qui joue un rôle très important dans le cycle du carbone. Il faut accompagner ce secteur et, sur chaque territoire, prendre des initiatives ambitieuses pour développer les énergies renouvelables, solaire et biomasse notamment.



JEAN JOUZEL, CLIMATOLOGUE RAPPORT RSE CRÉDIT AGRICOLE, Makheia Group

NOS GRANDS SUJETS 2014-2015 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE



« Chacun doit bien comprendre l'urgence de la situation car, pour l'instant, les gaz à effet de serre continuent d'augmenter. »

Nos grands sujets 2014-2015 : s'appuyer sur la transparence et le dialogue

NOTRE TÉMOIN : NICOLE NOTAT

Nicole Notat est Présidente et fondatrice de Vigéo, agence d'évaluation extra-financière. Ancienne Secrétaire générale du syndicat CFDT, elle a également été présidente de l'Unedic et membre de la Haute autorité de lutte contre les discriminations (Halde).



Pour une entreprise responsable

Aujourd'hui, toute entreprise est amenée à faire évoluer son rôle et sa fonction dans la société. Elle doit apprendre à gérer un écosystème qui la met en relation avec ses parties prenantes directes et indirectes. À l'heure des défis éthiques et écologiques auxquels la planète doit faire face, les entreprises doivent contribuer à la recherche de solutions.

Un secteur bancaire sous le feu des projecteurs

Le Crédit Agricole appartient à un secteur très regardé en matière de performance RSE. La crise financière ayant fortement écorné leur image de marque, les banques doivent retrouver un lien de confiance avec l'ensemble de leurs

parties prenantes. Cela passe par la transparence des engagements RSE qu'elles prennent, des pratiques qu'elles déploient et de leurs résultats. Une véritable écoute des attentes de leurs parties prenantes y participe.

Les actions menées par le Crédit Agricole

Comme d'autres banques, le Crédit Agricole s'est attaché à définir ses engagements et les conditions de leur mise en œuvre en France comme à l'international où le déploiement des politiques RSE est un vrai challenge. Il nécessite une volonté et une impulsion au plus haut niveau de la direction. Et l'implication des managers à tous les niveaux en leur apportant l'outillage nécessaire, un facteur clé dans le déploiement des actions à mener.

Le dialogue avec les parties prenantes

Il est perceptible que le Crédit Agricole cherche à dynamiser le dialogue avec ses parties prenantes directes, les salariés et les clients en premier lieu, mais également avec les fournisseurs et les sous-traitants. Positionné comme banque de proximité, le Crédit Agricole multiplie les initiatives pour contribuer au développement des territoires. La mise en place de baromètres sociaux auprès des collaborateurs, des enquêtes de satisfaction auprès des clients sont autant de moyens dont l'utilité sera d'autant plus avérée qu'ils s'inscriront dans une politique globale des ressources humaines et de la relation client.

Transparence de la communication

D'évidence, le Crédit Agricole vise à atteindre les meilleures standards en termes de reporting et de transparence avec des indicateurs précis pour rendre compte des engagements pris et en mesurer les résultats. Cet exercice doit se concevoir dans une perspective dynamique, tant les sujets sont vivants et les attentes sociétales non figées.



« Pour passer de la parole aux actes, les banques doivent donner des preuves tangibles de la réalité de leurs engagements en fournant des indicateurs précis de mesure des résultats. »

06 Expertise&Métiers

→ 24 HEURES DANS UN SERVICE JURIDIQUE

Juriste : un métier multi-facettes

À la direction régionale de Pôle emploi Bretagne, à Rennes, le pôle juridique, achat et approvisionnement est en place depuis juillet 2009. Responsable de ce service de 11 personnes, Catherine Roussel – juriste de formation – travaille au quotidien en collaboration avec les différents métiers, au service du réseau.

9 h**Au cœur du métier**

Pour son réseau composé d'une quarantaine d'agences, réparties sur quatre départements, la direction support aux opérations vérifie scrupuleusement avec les juristes les dossiers des candidats ayant répondu au marché des prestations 2012, avant que ne démarrent les négociations... C'est dans ce cadre que Pôle emploi sous-traite la dizaine de mesures d'accompagnement pour les demandeurs d'emploi. Aujourd'hui s'achève le tri et l'analyse des 178 offres reçues pour ce marché de trois ans. Un travail de plusieurs semaines, réalisé en collaboration avec les équipes marketing, services et les agents du réseau.

**10 h****Au service du réseau**

Catherine Roussel (à gauche sur la photo), pointe avec l'une de ses collaboratrices la liste des bénéficiaires de la délégation de signature. Objectif : permettre aux directeurs d'agence de procéder aux changements de catégorie des demandeurs d'emploi, aux cessations d'inscription ou encore aux radiations.

► JURISTES RÉGIONAUX : UN RÉSEAU TRÈS ANIMÉ

Hommes et femmes aux cultures, profils et compétences très variés et au périmètre fonctionnel diversifié, les 55 juristes des affaires juridiques du réseau sont les garants de la sécurité juridique auprès des directeurs régionaux. Pour faire émerger un socle commun de compétences, la direction des affaires juridiques diffuse régulièrement des informations nationales et favorise les échanges de bonnes pratiques. Une animation assurée notamment, via des audioconférences, en fonction de l'actualité. Chaque juriste peut également être sollicité pour participer à un groupe de travail, dans le cadre d'un projet national.

« Il existe une transversalité quasi quotidienne et mutuelle avec le service juridique. Nous avons besoin de leur expertise pour verrouiller les aspects juridiques souvent complexes à appréhender. Grâce à leurs compétences, les projets avancent dans un cadre sécurisé. »



Marie-Odile Bebin
Responsable de l'unité qualité
Risk Management au sein du service QMR

16 h 40**Un patrimoine à préserver**

Dans les dossiers de sinistre avec les assurances, le service juridique s'assure que les intérêts patrimoniaux de Pôle emploi sont préservés. Au téléphone avec le directeur d'une agence de Brest récemment inondée, Catherine Roussel rédige le constat avant de l'envoyer à la compagnie assurante les locaux régionaux de Pôle emploi. Inondations, plafonds écoulés, toits arrachés... Le traitement des dossiers liés aux intempéries peut être parfois très prenant. Une autre facette du métier de juriste !

**11 h 15****La transversalité en action**

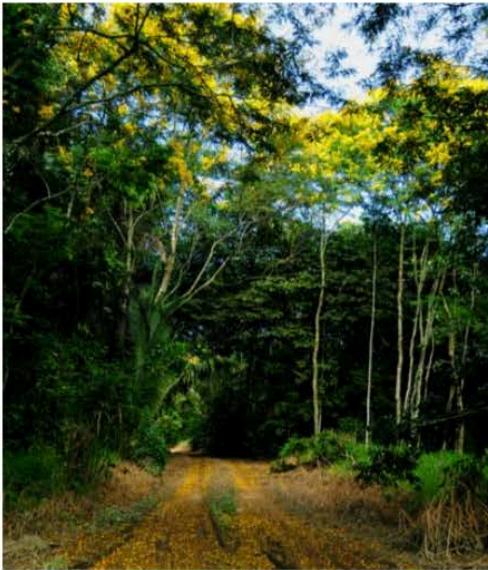
Autre illustration de la variété des activités menées par les juristes, Catherine Roussel et l'une de ses collègues enchainent une nouvelle réunion inter-services. Ordre du jour : finaliser avec la responsable du service qualité et maîtrise des risques la mise en place d'un groupement d'achats pour collecter et recycler le papier produit sur 67 sites par les agents Pôle emploi Bretagne (45 kg de papier par personne et par an). Acteur économique impliqué dans le développement durable aux côtés de trois administrations partenaires, Pôle emploi Bretagne est chef de file de ce projet complexe qui devrait voir le jour en septembre 2012.

**14 h 30****Nouvelle stratégie immobilière**

Exigences incontournables pour recevoir du public, cahier des charges très précis... Autre facette de son expertise, le service juridique se charge de rédiger et négocier les baux avec les promoteurs, les propriétaires particuliers ou institutionnels. Forte d'une vingtaine de baux déjà signés, la direction régionale a élaboré une stratégie immobilière ambitieuse pour réinstaller d'ici à 2014 l'ensemble de ses agences dans des constructions neuves ou réhabilitées. En 2012, une agence sera relogée chaque mois.



01 La fazenda São Nicolau est au cœur du projet Puits de Carbone en Amazonie.



01

PEUGEOT S'ENGAGE DURABLEMENT POUR LA PLANÈTE

Véritable poumon vert absorbant de grosses quantités de CO₂, l'opération Puits de Carbone en Amazonie traduit la volonté de Peugeot de lutter durablement contre l'augmentation de l'effet de serre.

Les quinze heures de route asphaltée rectiligne entre Cuiabá, capitale de l'Etat amazonien du Mato Grosso, au Brésil, et la ville Farwest de Tróitiquaçu portent les traces d'un paysage affecté par la déforestation de la forêt amazonienne. La dernière heure se fait sur une piste de terre parfois difficilement praticable et révèle finalement un îlot de verdure dans lequel on découvre un vaste ensemble de maisons aux allures de ranchs. Bienvenue dans la *fazenda* (ferme) São Nicolau (10 000 hectares de superficie

globale), cœur du projet Puits de Carbone en Amazonie. C'est en 1998 que Peugeot et l'Office national des Forêts ont décidé de lancer cette ambitieuse action de mécénat programmée sur quarante ans. « Après dix ans d'existence et plus de 2 millions d'arbres plantés sur près de 2000 hectares, le projet a bien rempli son rôle de réservoir à carbone. Un audit indépendant vient de rendre son verdict : 144 000 tonnes nettes de CO₂ ont été séquestrées et labellisées rien que sur la moitié de la surface plantée »,

précise Marion Chesnes, coordinatrice du projet à l'ONF International. Le projet est épaulé également par un comité scientifique international.

— UNE NOUVELLE DYNAMIQUE...

Outre sa dimension sociale marquée par l'implication des populations et des acteurs socio-économiques locaux, le projet a fait le choix exigeant de valoriser le patrimoine naturel local riche en biodiversité avec un recours massif à des

essences natives pour les plantations. En dix ans, la fazenda São Nicolau a aussi noué des liens avec les petits paysans voisins et les appuie pour gérer durablement les forêts de la région. La ferme leur permet de valoriser des produits forestiers, comme la noix du Para, ou de mettre en place des systèmes combinant la foresterie avec l'élevage ou l'agriculture sur leurs terres dégradées (reboiser en partie les pâtures utilisées pour le bétail). Chaque année depuis 2005, la fazenda accueille 400 élèves des écoles

primaires des communes voisines dans le cadre d'un programme d'éducation environnementale. Aujourd'hui, le projet prend une nouvelle dimension, avec la mise en réserve privée du patrimoine naturel (RPPN) d'une partie des 7000 hectares de la forêt naturelle à des fins scientifiques et pédagogiques, et avec le soutien de l'Université fédérale du Mato Grosso (UFMT) pour encadrer l'ensemble des activités de recherche. Pour faire fructifier la quarantaine de projets de recherche pluridisciplinaires

achevés ou en cours, le nouveau plan stratégique 2011-2020 prévoit de développer une plate-forme internationale de recherche et de formation. Objectifs ? Divulguer largement les connaissances acquises et proposer à l'ensemble des acteurs régionaux de nouveaux modèles économiques de développement durable.

ÉTÉ 2011



CHIFFRES-CLÉS

- **10 MILLIONS D'EUROS :** BUDGET GLOBAL INITIAL DE LA FAZENDA, FINANCIÉ À 100 % PAR PEUGEOT.
- **10 % :** PART DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE DANS LES ÉMISSIONS DE CO₂ DANS LE MONDE.

MARC BOQUÉ,
RESPONSABLE DE PROJET
POUR PEUGEOT



UNE PREUVE D'ENGAGEMENT

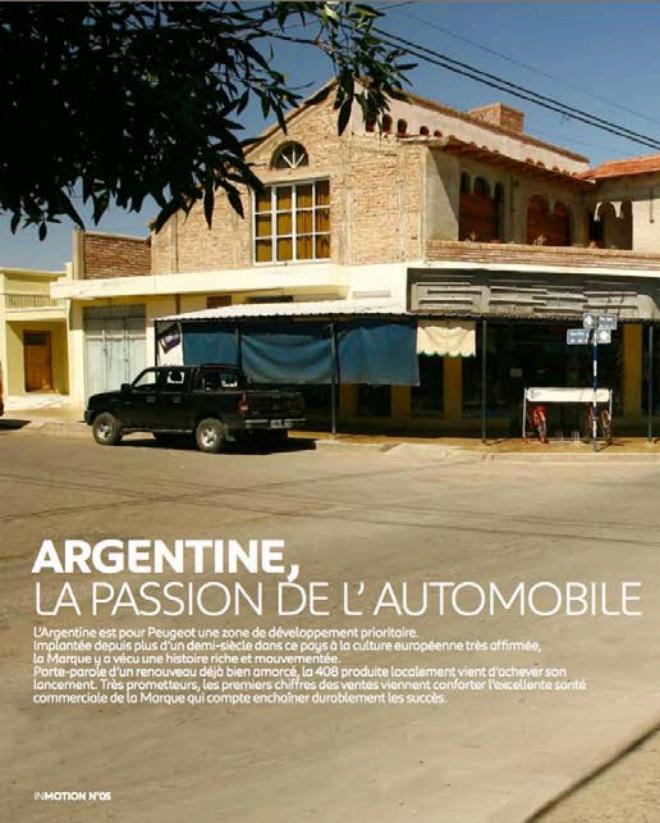
« À l'époque de la présentation du projet à l'automne 1998, les accords de Kyoto venaient d'être signés. En pionnier, Peugeot a tenu à apporter sa contribution à cet effort multilatéral sans précédent dans l'histoire. Exemplaire en matière de baisse des émissions de CO₂ et de réductions des consommations de carburant, la Marque a toujours cherché à diminuer l'empreinte environnementale de l'objet automobile : le moteur diesel HDi (1998), le filtre à particules (2000), l'accord avec BMW Group pour produire de petits moteurs essence (2002), le lancement en 2010 de la Peugeot iOn (véhicule 100% électrique) et en 2011 de la 3008 HYbrid4 (- 35% d'émissions de CO₂). En complément de nos efforts pour réduire les émissions à la source, ce projet Puits de Carbone forestier signe notre volonté d'aider à la régulation du climat sur le long terme. Preuve de cet engagement durable, l'intégralité de la revente des crédits carbone générés par le projet sera réinvestie dans son volet social, écologique et scientifique. »



LES MISSIONS DE L'ONF

- Gérer durablement des forêts publiques françaises (27 % de la forêt française).
- Mobiliser la récolte de la ressource bois disponible (environ 40 % des bois mis en marché sur le territoire national).
- Assurer différentes missions d'intérêt général confiées par conventions par ses ministères de tutelle (prévention des risques naturels et de la sécurité des biens et des personnes, etc.).
- Développer des prestations de services : gestion de l'arbre, qualité des paysages, réhabilitation de sites, protection et valorisation des milieux naturels, gestion de l'eau...

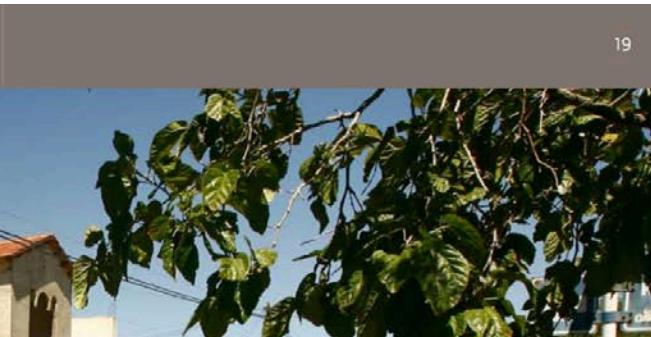
Pour en savoir plus : www.onf.fr



ARGENTINE, LA PASSION DE L'AUTOMOBILE

L'Argentine est pour Peugeot une zone de développement prioritaire. Implantée depuis plus d'un demi-siècle dans ce pays à la culture européenne très affirmée, la Marque y a vécu une histoire riche et mouvementée. Porte-parole d'un renouveau déjà bien amorcé, la 408 produite localement vient d'achever son lancement. Très prometteurs, les premiers chiffres des ventes viennent conforter l'excellente santé commerciale de la Marque qui compte enchaîner durablement les succès.

INMOTION N°05



PASSION AUTOMOBILE EN ARGENTINE

Passion, évasion, longs voyages, rencontres... Deux journalistes du magazine «Auto Moto» nous parlent de leur passion pour l'automobile à travers un voyage de 5800 kilomètres en Argentine à bord d'une 308.

Didier Bideault et Stanislas Larroumet travaillent depuis plus de quinze ans pour le magazine spécialisé Auto Moto. «J'ai toujours été passionné par l'automobile, nous dit Didier Bideault et, très tôt, j'ai souhaité travailler dans ce domaine comme designer ou photographe. Aujourd'hui je suis coordinateur du service essais et photographie pour le magazine». Stanislas Larroumet travaille, lui, comme rédacteur : «Tout petit, je disais à ma mère que je voulais essayer des voitures et écrire ensuite ce que j'en penserais». Ce sont deux passionnés que nous avons rencontrés à leur retour d'un voyage

extraordinaire sur la Ruta Nacional 40, qui traverse l'Argentine du Nord au Sud.

— PARTAGER UNE AVVENTURE AUTOMOBILE

Auto Moto, tiré chaque mois à plus de 300 000 exemplaires, propose les rubriques classiques d'un magazine automobile : essais produits, comparatifs, articles économiques, réglementaires, etc. La rédaction a souhaité inaugurer une nouvelle rubrique pour aborder une autre dimension de l'automobile. «Nous avons voulu montrer à nos lecteurs que l'automobile est aussi faire pour aller

ailleurs qu'à son travail, à l'école ou faire ses courses». La rédaction d'Auto Moto a décidé de proposer, tous les mois, une rubrique Voyage pour partager avec ses lecteurs une aventure automobile dans des pays plus ou moins lointains, mythiques pour leurs routes ou leurs paysages : États-Unis, Argentine, Japon, Écosse, Tenerife... Pour ce road trip en Argentine, Peugeot a répondu présent immédiatement. La Marque au lion, qui est en effet très présente sur ce marché, était en 2010 ses 50 ans dans le pays. La filiale Peugeot Argentine a préféré une route à nos reporters pour leur voyage et un collectionneur passionné de Peugeot ancienne les a conseillés pour établir leur road map depuis Buenos Aires.

— DE LA PAMPA JUSQU'À MENDOZA

Si la capitale de l'Argentine est très européenne et continue des touristes,

la route numéro 40 est un symbole et un emblème pour l'Argentine. Avec ses 5224 kilomètres, elle longe la cordillère des Andes, traversant 20 parcs nationaux, 18 cours d'eau importants. Elle relie 27 cols andins et monte jusqu'à un peu plus de 5 000 mètres d'altitude.

«Nous avons vécu une aventure très enrichissante humainement et automobile», nous confient Didier et Stanislas. «Dix jours dans la même voiture, 3 800 kilomètres de route parfois très chaotique, parfois très droite et monotone, des rencontres émouvantes, etc. À travers ce reportage, nous voulons donner envie à nos lecteurs d'allier plus loin avec leur voiture. L'automobile est le meilleur moyen de découvrir un grand pays tel que l'Argentine. On peut avancer des kilomètres tout en étant autonomes, et l'on profite en même temps d'un confort que n'offre pas la moto ou le vélo».

PRINTEMPS 2011

LE MARCHÉ AUTOMOBILE EN ARGENTINE

635 600 UNITÉS EN 2010
56 150 UNITÉS

PART DE MARCHÉ PEUGEOT :

LE TOP 5 DES MODÈLES LES PLUS VENDUS :

1 VOLKSWAGEN - GOL 58 576

2 CHEVROLET - CORSA 45 529

3 PEUGEOT - 207 39 611

5 FORD - ECOSPORT 21 612

5 RENAULT - SANDERO 24 318

INMOTION N°04

INMOTION N°04

01



02



03



STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

OBJECTIF MONDE!

En symbiose avec la stratégie de développement industriel du Groupe, Peugeot accélère encore son offensive internationale. **Jean-Philippe Imparato**, Directeur des Opérations Internationales de la Marque depuis avril 2010, revient sur ce tournant historique.



Le commerce international est définitivement sorti de son carcan et Jean-Philippe Imparato même aujourd’hui une mission à l’échelle de la planète : accompagner la mutation internationale de la Marque et animer ses équipes multiculturelles. Nouvelle culture d’entreprise oblige, l’heure est à la fertilisation croisée et à la compréhension mutuelle. « C’est passionnant de faire travailler des gens de cultures dif-

férentes sur un même projet. Apprendre à respecter et à écouter l’autre, voilà la clé pour réussir à bien travailler ensemble », précise Jean-Philippe Imparato, passionné par ce nouveau défi. Avec plus de deux millions de véhicules vendus dans le monde en 2010 et une vente sur deux réalisée hors Europe au deuxième semestre 2010, Peugeot, première marque automobile française dans le monde, a montré sa capacité à conquérir

de nouveaux territoires. En contrepoint d’un marché européen saturé, le centre de gravité de la Marque se déplace prioritairement vers trois zones à fort potentiel de développement : l’Asie, l’Amérique latine et la Russie. « Mais notre stratégie internationale passe aussi par le renforcement de nos relations historiques avec la quarantaine d’importateurs assurant notre présence dans 35 pays, comme dans les pays du

Maghreb, en Afrique du Sud, en Iran... » s’empresse de préciser Jean-Philippe Imparato.

— UN PLAN PRODUITS TRÈS INTERNATIONAL

Longtemps, Peugeot a souffert d’un plan produits mal adapté à l’international. Ce n’est plus le cas aujourd’hui. Pour preuve, les ventes records en 2010 du crossover 3008 et du coupé RCZ sur leurs zones de commercialisation. Ou encore l’impressionnant démarrage de la berline 408. Conçue et produite en Chine, elle représente, neuf mois après son lancement, un quart du volume global des ventes de la Marque. Un succès prolongé aussi sur le marché sud-américain où la 408 produite en Argentine pourrait bientôt compter pour 10 % des ventes Peugeot. « Cette adaptation d’un même modèle aux attentes des marchés locaux initie une nouvelle ligne de produits, dont une future berline tricorps », annonce déjà Jean-Philippe Imparato. Autre élément-clé de la nouvelle straté-

gie internationale : le lancement quasi simultané et imminent, en Europe et en Chine, de la 508, une grande routière signant le retour de Peugeot sur le segment des « berlines premium ». À l’avenir, certains produits seront conçus entièrement pour des marchés spécifiques. À l’exemple du pick-up Hoggar co-développé avec le bureau de style de São Paulo (Brésil), produit et lancé en mai 2010 pour ■■■

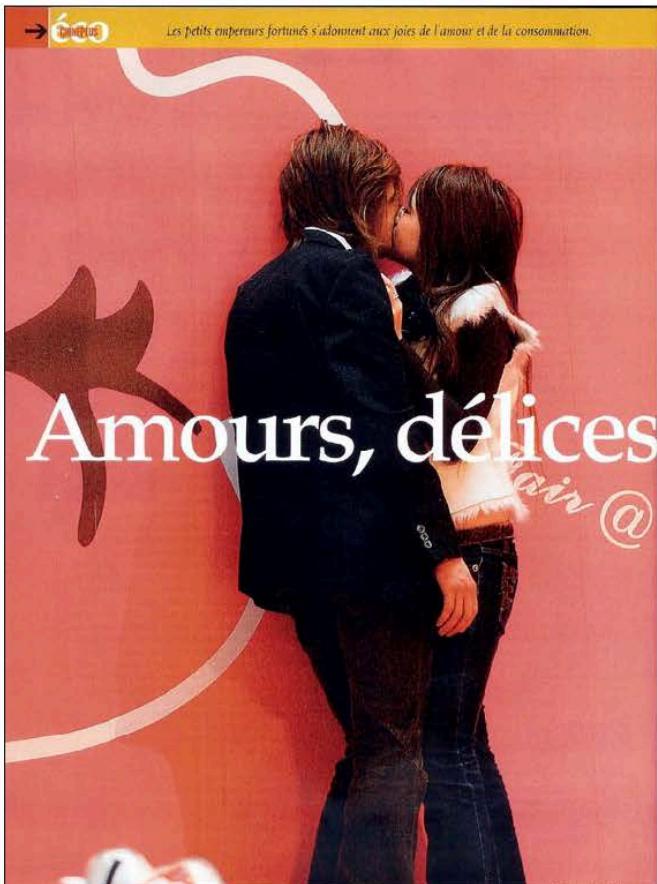
CHIFFRES-CLÉS

— + 36% : LA CROISSANCE DE L’INTERNATIONAL EN 2010 HORS EUROPE (44% AU SECOND SEMESTRE).

— 1 MILLION : L’OBJECTIF 2011 DE VÉHICULES VENDUS HORS EUROPE (900 000 EN 2010).

— 14 : LE NOMBRE DE NOUVEAUX MODÈLES LANCÉS DANS LE MONDE ENTRE 2010 ET 2012.

— 50% : LA PART DES VÉHICULES VENDUS HORS EUROPE DANS LES 5 ANS À VENIR.

 Les petits empereurs fortunés s'adonnent aux joies de l'amour et de la consommation.

Amours, délices et marketing

Ils gagnent bien leur vie, ils sont jeunes, libres et accros de l'amour tendre. La Chine, où traditionnellement le cœur est le siège de la raison, plonge dans le marketing émotionnel.

Texte : Hervé Bleue • aux yeux des Occidentaux, ce romantisme version chinoise n'empêche nullement ces «Material Girls» de faire preuve d'exigence et de pragmatisme pour choisir leur futur époux qu'il soit riche ou au moins propriétaire d'un bel appartement.

Pour un effet boomerang, cette féminisation de la société et de ses valeurs fragilise l'image du couple classique et du leadership masculin. Même si le modèle chinois traditionnel de l'homme puissant et dominant domine encore dominante une nouvelle identité masculine caractérisée par une plus grande attention portée au corps, à l'image de soi et à la séduction, émerge aujourd'hui, notamment chez

38 / CHINE PLUS N° 6

Un romantisme peint en rose bonbon fait vendre glaces, téléphones ou voitures.

Affaires

Enquête réalisée par Think CHINE

Mutations socioculturelles, évolution de la structure familiale, libéralisation des mœurs... A la découverte de leur propre intériorité, les jeunes Chinois urbains inventent en temps réel leur carte du tendre. Une opportunité pour les marques de jouer habilement sur le registre de l'émotion et du romantisme...

Dans les rues de Chine, dans une vaste zone décentrée (14 grandes villes, 50 points de vente), Haagen-Dazs vient d'enregistrer une croissance annuelle record : + 50 % ! En quelques années, la marque américaine est devenue le nec plus ultra pour fêter un *love anniversary* ou la Saint-Valentin ! Emmenée sa petite amie déguster des glaces dans l'un de ces magasins romantiques, fréquentés quasi exclusivement par les couples, est devenue un nouveau signe d'amour aussi valorisant qu'envoyer un bouquet de roses. Les raisons du succès de cette marque très appréciée des «petits empereurs» devraient grands ? Un subtil mélange de chic et délibérément romantique, avec des magasins à l'ambiance cosy et au design soigné implantés dans les quartiers huppés, aux côtés des marques du luxe et de la mode, et une politique de prix élevés : trois à quatre fois le prix des produits équivalents des marques concurrentes. Autant d'ingrédients qui, ensemble, ont réussi à faire de la marque un signe de luxe raffiné et pourtant accessible avec un slogan : «*It's all about love. Dans if you love me, we'll be together forever.*». Dans le credo des jeunes urbains aisés, a été bien compris par les marques.

YONGHEGONG

90% des jeunes urbains considèrent comme parfaitement acceptable d'avoir des rapports sexuels prépubertaires. Ils étaient 48 % en 1980.

Kiss Contest

Depuis début 2007, les concours de baisers connaissent un vrai succès en particulier en Chine. Ces manifestations d'un genre nouveau sont ouvertes aux couples désireux de prolonger leur histoire d'amour au-delà du raisonnable. Dernier record en date : 5 heures 40 !

Engagés très tôt dans la société de consommation (sorties, shopping, mariage, etc.), les jeunes urbains aisés manifestent un intérêt certain pour les marques surtout lorsqu'elles sont... →

Engagés très tôt dans la société de consommation (sorties, shopping, mariage, etc.), les jeunes urbains aisés manifestent un intérêt certain pour les marques surtout lorsqu'elles sont... →

Exigeantes et pragmatiques, les jeunes chinoises deviennent des «Material Girls»

N° 6 CHINE PLUS / 39







S'adapter à une demande qui évolue...

L'allongement de l'espérance de vie est à la fois une bonne nouvelle et une préoccupation majeure pour les français. Crise économique, vieillissement de la population, coût de l'immobilier... Les attentes de la population en matière de logement évoluent...

Vieillir dans les années 2010, ce n'est pas vieillir comme nos aînés. C'est inventer de nouveaux modes de vie et l'habitat qui va avec. Vivre plus longtemps aujourd'hui, c'est aussi vivre mieux, avec un confort, une sécurité et une accessibilité optimum. C'est pour cela que Bouygues Immobilier s'engage et crée Noveom, une nouvelle façon d'habiter, évolutive et multi générationnelle.

Aujourd'hui, élus et maires attendent des propositions pour aider leurs administrés. Notre réponse ? Des résidences avec services pensées autour de l'habitant, répondant à tous les usages, pour tous les âges et offrant à des prix accessibles une vraie qualité de vie à leurs occupants.

“ Noveom offre une réponse innovante permettant à mes administrés de rester dans notre commune et de s'y épanouir quel que soit leur niveau de dépendance, sans rejoindre obligatoirement une résidence médicalisée. ”

Amaud RAQUIN, Maire d'Herblay



... et proposer une résidence différente

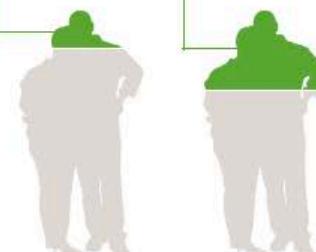
- ▶ Noveom n'est pas un choix spéculatif, c'est un habitat conçu pour l'occupant.
- ▶ Noveom n'est pas une Résidence Service Senior, c'est un lieu de mixité.
- ▶ Noveom n'est pas soumis aux contraintes de la réglementation attachée au degré de dépendance (GIR), c'est la possibilité pour ses habitants de rester à l'endroit de leur choix et de se sentir chez eux.
- ▶ Noveom n'est pas un produit immobilier vendu en « Location en Meublé Non Professionnel » (LMNP), c'est des prix de ventes attractifs et des loyers ajustés aux prix pratiqués localement.

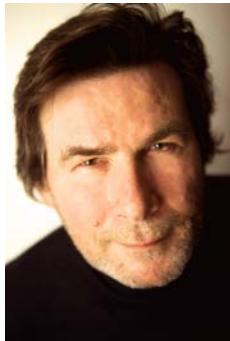
83 ans

l'âge moyen des personnes bénéficiant pour la première fois de l'allocation personnalisée d'autonomie.

En 2011,
un Français sur six
avait plus de 65 ans.

En 2060,
un Français sur trois
aura plus de 60 ans.





Olivier Sauvy

14 bis, rue Hassard 75019 paris
06 03 91 62 53 / 01 44 53 91 48 / osauvy@gmail.com

travailleur indépendant (urssaf 1231257 b)

Journaliste – Rédacteur Freelance - Conseil éditorial - web-portraits

JOURNALISTE-RÉDACTEUR

Rédacteur polyvalent spécialisé dans la presse d'entreprise
print et web (1995-2015).

WEB-PORTRAITS

Conception et réalisation de web-portraits, un nouvel outil
de communication digitale.

projets en cours de développement avec Camera Talk
Productions, Story Circus, Il était une Prod

RÉFÉRENCES MAGAZINES

Scania, Scania magazine / **Inmotion** / **Peugeot**, Actions / **Pôle emploi**, Tous sociétaires / **MACIF**, Inapro / **INA**, audi magazine / **Audi**, service mag / **VW**, Fréquence banque / **Banque de France**, Mosaic / **ACCOR**, Saganova / **Novartis**, Suez environnement / **Groupe Suez**, **Chine Plus**, etc...

PARCOURS

- DEUG de Philosophie à la Sorbonne.
- DEA à L'École des Hautes Études de Sciences Sociales sur le thème Forces et Faiblesses des élites du management japonais, d'après l'exemple de Toyota city.
- Lauréat du Concours Europe-Japon, suivi d'un voyage d'études au japon (1987).
- Anglais écrit et parlé (séjour de 5 ans aux USA, 1981/1987)

VEILLE INTERNET ET ANALYSE

exemples de missions : qui sont les jeunes chinois d'aujourd'hui ?
Think-out research & consulting - 2008/2009.
quelles innovations pour mieux vivre la maladie chronique ?
Fondation roche - 2005/2008)

CONSEIL ÉDITORIAL

Conception et réalisation de plaquettes et autres supports de Communication

EY – Makheia Teymour - 2015

INTER ACTIONS – Rapport RSE du Crédit Agricole - 2014 2015

ACCOR – Convention de la franchise et des partenaires France - 2013
Bouygues Immobilier - 2012.