

# Décideur



DOSSIER FORMATION

## CHRISTIE LE BIHAN LA VOIX DE L'APPRENTISSAGE

PIGIER DIJON

DOSSIER LUXE

## BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ, TERRE D'EXCEPTION

AFTERWORK

ANTOINE MUÑOZ - LA CLOCHE

MOBILITÉS ÉLECTRIQUES

LE E-DAY DÉBARQUE À PRENOIS

ENTRETIEN

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE  
VUE PAR RAPHAËL ENTHOVEN

# Car Avenue



Votre nouveau concessionnaire BMW dans votre région



100% Électrique



Essence - Diesel

## Car Avenue Dijon

18, rue Antoine Becquerel 21300 Chenôve  
03 80 54 07 07

## Car Avenue Beaune

93 bis route de Pommard 21200 Beaune  
03 80 22 88 69

Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo.

BMW iX2 xDrive30 : Consommation électrique en cycle mixte WLTP en kWh/100 km : 16,3-17,8 ; autonomie électrique, WLTP en km : 417-449



Dijon - Beaune - Chalon-sur-Saône - Chaumont - Troyes



THE NEW X2

Car Avenue Chalon

2 avenue de l'Automobile 71100 Chalon-sur-Saône  
03 85 48 12 14

#SeDplacerMoinsPolluer





À VOS  
CÔTÉS  
DEPUIS **35** Ans!

ENSEIGNE  
SIGNALÉTIQUE  
DÉCORS





**axo**  
agencement

**VOTRE**  
**STANDISTE**

**STAND**  
**EXPOSITION**

Retrouvez-nous sur **Linked in**



<b>VIE DES RÉSEAUX</b>	<b>10</b>
Pépites de l'Alternance BFC	10
BFC Angels	11
Lapierre / Dijon Sport & Business	12
Masterclass Yafa / Cowork'her	15
CPME 21	16
CercleCom	19
Cap Nord	21
Dijon Bourgogne Business Club	22

---



<b>ATTRACTIVITÉ</b>	<b>24</b>
Ville de Dijon	24
Dijon Bourgogne Invest	26
#lacotedorjadore	28
Conseil Départemental de la Côte-d'Or	30

---



<b>DOSSIER LUXE</b>	<b>32</b>
Agence Économique Régionale	32
Auguste	38
Grand Hôtel La Cloche	40
Joallerie Cinq C	42
Ligne Tertiaire	44
CercleCom	46
Sadde	48
BoConcept	50
Virginie Bocca	52

---



<b>AFTERWORK</b>	<b>54</b>
Antoine Muñoz - Grand Hôtel La Cloche	54

---



<b>SORTIES</b>	<b>56</b>
Café Gourmand	56
Pré aux Clercs	58

---

<b>DOSSIER FORMATION</b>	<b>61</b>
Pigier Dijon	62
Dijon Formation	66
École des Métiers Dijon Métropole	68
CMA	70
ESADD x SmartCAMPUS by CCI	72
Groupe Saint-Bénigne	76
SEFCA	78
Centre de formation Diversité FM	80
MEDEF	82

---

<b>ENTREPRISES</b>	<b>86</b>
ACADIR	86
Fimadev	88
ARGE	90



Maison Paroty	92
Maison Moillard	93
La Fabrique à Nuage	94

<b>COMMUNICATION</b>	<b>96</b>
Planète Communication	96
Elodie Godart	98

<b>ÉVÈNEMENT</b>	<b>100</b>
Saint-Vincent Tournante 2024	100

<b>FINANCES</b>	<b>102</b>
Caisse d'Épargne BFC	102

<b>ENTRETIEN</b>	<b>104</b>
Raphaël Enthoven	104

<b>EXPERTISES</b>	<b>106</b>
Aurélien Stein	106
GPA 21	108
Eric Seutet	111
Fabien Kovac	112

<b>SPORT &amp; RÉSEAUX</b>	<b>114</b>
Country Club de Norges	114
Club Entreprises BFC	116
Lapierre	118
Circuit Dijon-Prenois®	120

<b>MOBILITÉS ÉLECTRIQUES</b>	<b>122</b>
E-Day	122
Groupe Chopard	134

<b>MOBILITÉS</b>	<b>136</b>
DS Store	136
Mercedes	138
BYmyCAR	140
Car Avenue	142

<b>ASSOCIATIONS</b>	<b>144</b>
4Life	144

<b>EN THÉRAPIE</b>	<b>146</b>
Bernard Meunier	146

PRINTEMPS 2024 | #04

**Directeur de la publication  
et de la rédaction**  
Thomas Barbier  
tbarbier@placemedias.fr

**Directrice adjointe**  
Aurélie Boudenia  
aboudenia@placemedias.fr

**Rédacteur en chef**  
Quentin Scavardo - qscavardo@placemedias.fr

**Secrétariat de rédaction**  
Patrice Bouillot / La Plume et le Micro  
patricebouillot@free.fr  
Marc Perrin / Yafa Communication  
marc@yafa-communication.fr

**Charte graphique et mise en page**  
Aurélien Stein / Studio A. Stein  
contact@studioastein.com

**Mise en page**  
Océane Pouchelet  
opouchelet@placemedias.fr

**Rédaction**  
Aurélien Boudenia, Pierre Bruynooghe,  
Olivier Mouchiquel, Marc Perrin,  
Alban Salmon, Quentin Scavardo

**Contributeurs**  
Virginie Bocca, Pierrick Degrace,  
Ophélie Duthu, Aymeric Fournier, Fabien Kovac,  
Bernard Meunier, Eric Seutet, Aurélien Stein

**Photographie**  
Edouard Barra, Philippe Bruchot,  
Edgar Charchaude, Laurent Cheviet,  
Margot Christ, Florian Humbert-Segard,  
Jonas Jacquel, Yoan Jeudy, Rozenn Krebel,  
Pascal Regaldi, Nicolas Salin

**Couverture**  
Christie Le Bihan par Jonas Jacquel

**Régie publicitaire**  
Thomas Barbier - 06 03 51 37 41  
Younès Ben Haddou  
commercial@placemedias.fr

**Responsable diffusion**  
Laurent Mongenet

Imprimé en Europe  
Dépôt légal à parution - ISSN en cours

**Éditeur**  
3 Mai Média  
Gérant : Thomas Barbier  
SARL au capital de 8 000 euros  
60, avenue Victor Hugo  
21000 Dijon

3 Mai Média

PLACE  
DES  
MÉDIAS



Retrouvez la version digitale sur  
[www.decideur.media](http://www.decideur.media)





À la Cité de Dijon

**GOÛTEZ**  
**EXPLOREZ**  
**PARTAGEZ**

Expositions  
Patrimoine  
Ateliers  
Cinéma  
Boutiques  
Restaurants

[citedelagastronomie-dijon.fr](http://citedelagastronomie-dijon.fr)



**CITÉ**  
INTERNATIONALE DE LA  
**GASTRONOMIE**  
& DU VIN

# Décideuse

Décideur s'écrit de plus en plus au féminin. Décideuse ? Certes, quelques-uns ont pu nous faire la remarque que notre titre aurait pu embrasser une écriture plus inclusive. Notre choix s'est arrêté sur une perspective plus vaste, reconnaissant que « Décideur » transcende les genres pour englober la diversité et la richesse des talents qui composent la Bourgogne-Franche-Comté. Mais, force est de constater qu'il était temps que la couverture soit dédiée à une cheffe d'entreprise. Le choix ne fut pas simple, pour un numéro qui fait la part belle à la formation, tant elles sont nombreuses à façonner l'avenir de notre région.

Cet opus met également en lumière la filière du luxe, joyau de notre territoire, qui, tel un pilier, soutient et inspire son élan économique ; témoignage vibrant de l'audace et de la créativité qui caractérisent notre paysage entrepreneurial.

Notre région, résolument tournée vers l'avenir, témoigne aussi de son engagement en faveur de l'innovation et du progrès. Le e-Day, événement phare dédié à la mobilité électrique, illuminera le circuit de Prenois le 9 avril prochain. Chez Bourgogne-Franche-Comté Mobilité Électrique, la promesse est claire : « Essayer l'électrique, c'est l'adopter ». Depuis que la rédaction a réalisé le dossier, la plupart de ses membres ont sauté le pas... La preuve par l'exemple !

*La rédaction*

Téléchargez l'application



sur l'App Store Apple®



sur le Play Store Android®



# RÉCOMPENSENT LES EMPLOYEURS EN OR

Pour la toute première fois dans la région, le MEDEF Bourgogne-Franche-Comté lance en 2024 le concours des Pépites de l'Alternance. Ouvert à toutes les entreprises privées du territoire, le concours, déjà organisé ailleurs en France, récompense les bonnes pratiques en matière d'alternance.

Texte : Alban Salmon / Photographie : Florian Humbert-Segard

Voilà une occasion que les employeurs ou responsables RH ayant le goût de la compétition ne devraient pas manquer. Jusqu'au 10 mars 2024, toutes les entreprises de Bourgogne-Franche-Comté peuvent candidater et compléter leur dossier sur le site des Pépites de l'Alternance, pour mettre en avant leurs idées innovantes liées à l'alternance. En un peu moins de deux mois, le concours a déjà enregistré une soixantaine de candidatures, toutes catégories confondues. Une belle promesse pour le MEDEF BFC, qui espère une forte participation pour cette première édition régionale.



TROIS CATÉGORIES ONT ÉTÉ OUVERTES, AFIN DE PERMETTRE À TOUTES LES ENTREPRISES DE PARTICIPER ET DE CONCOURIR À LA LOYALE.

FLORE-ANNE TESNIER, RESPONSABLE DES RESSOURCES HUMAINES DE LOGIVIA

## UN CONCOURS OUVERT À TOUTS LES EMPLOYEURS DE LA RÉGION

« Trois catégories ont été ouvertes, afin de permettre à toutes les entreprises de participer et de concourir à la loyale », nous rappelle Flore-Anne Tesnier, responsable des ressources humaines de Logivia et marraine de l'édition. En distinguant les entreprises de moins de 50 salariés, de 50 à 249 salariés et de plus de 250 salariés, le concours offre ainsi sa chance au TPE, aux PME et aux grands groupes de mettre à l'honneur leurs initiatives. « Les jurés, d'horizons divers et variés, ont tous été choisis pour leur connaissance, leur expérience et leur maîtrise du monde du travail et de l'alternance », souligne Élisabeth Grenin, présidente du MEDEF BFC. Parmi les noms déjà disponibles, on notera des responsables RH, des chefs d'entreprise, des représentants de chambres consulaires ou encore des patrons de presse économique régionale. Le concours a été pensé par le MEDEF BFC comme l'occasion de réunir des entreprises aux engagements communs dans un événement dont la vocation est de donner naissance à un réseau



Flore-Anne Tesnier, Responsable des ressources humaines de Logivia, et Pascale Méotti, Directrice de l'ESTM et de l'école de commerce Pigier à Besançon, marraines de cette édition des Pépites de l'Alternance.

régional d'échange et de facilitations : le Club des Pépites. Au total, quatre entreprises sortiront gagnantes : « un prix "Coup de cœur" a été créé pour récompenser les pratiques inclusives à l'égard des alternants en situation de handicap », se réjouit Pascal Méotti, également marraine de cette première édition. Ce prix, décerné en parallèle des trois catégories, sera remis par l'Agefiph pour récompenser une belle initiative ou un récit plein d'espoir.

## UNE BELLE OPPORTUNITÉ POUR LES PARTICIPANTS

Après deux semaines de délibération, les jurys rendront leur décision le 9 avril 2024, jour de la remise des prix. Un beau moment pour cette première édition, puisque c'est dans l'enceinte du château du Clos de Vougeot, en Côte-d'Or, que le MEDEF BFC accueillera tous les participants et partenaires du concours. Un cadre de choix, qui fait la fierté des organisateurs : « nous voulions un lieu symbolique de notre belle région et de l'un de ses fleurons économiques, un lieu qui fédère autour d'une histoire commune », approuve Élisabeth Grenin. À chacune des quatre entreprises lauréates, le MEDEF BFC offrira un spot vidéo promotionnel réalisé par une agence de communication professionnelle, à partir d'un tournage d'une journée entière. Les grands vainqueurs pourront ainsi s'offrir une belle publicité, sur la thématique et les supports de leur choix. Une récompense séduisante pour une pratique RH en plein essor !

### ENVIE DE TENTER VOTRE CHANCE ?

Rendez-vous sur le site des Pépites de l'Alternance Bourgogne-Franche-Comté !



[www.pepites-alternance-bfc.fr](http://www.pepites-alternance-bfc.fr)



Pierre Vieillard et France Ollier,  
président et déléguée générale  
de BFC Angels.

BFC ANGELS

# LES INVESTISSEURS ONT BON FOND(S)

En 2004, l'association BFC Angels voyait le jour avec l'ambition d'aider de jeunes entrepreneurs à monter leur projet. « *Il y a vingt ans, on ne parlait pas beaucoup de start-ups, mais c'est déjà ce qu'on faisait* », résume Pierre Vieillard, son président. Des générations d'entrepreneurs ont pu compter sur l'aide offerte par BFC Angels : un accompagnement bénévole, une mise en réseau et un apport financier. Au total, en vingt ans, huit millions d'euros ont été levés au bénéfice de 80 projets.

Texte : Alban Salmon / Photographie : Jonas Jacquelin

**F**iers de ces chiffres et de l'engagement économique qu'ils traduisent, les responsables de BFC Angels n'en sont pas moins conscients de la conjoncture économique : « *La fête est finie, la période de l'argent facile où l'on ne regardait que la croissance et pas les performances, c'est terminé* », résume Pierre Vieillard, le président de BFC Angels. Autre constat : l'âge moyen des dirigeants des entreprises du territoire ne cesse de s'accroître. « *L'âge moyen est à plus de 55 ans, le besoin se fait chaque jour plus pressant d'identifier des repreneurs.* »

#### UN APPUI CAPITAL POUR LES REPRENEURS

Jusqu'alors concentrée sur les créateurs d'entreprises et leurs projets, l'association s'est dotée, il y a quelques mois, d'un nouveau fonds d'investissement, BFC Angels Capital. Destiné aux repreneurs régionaux, ce fonds offrira à des entrepreneurs motivés un accompagnement bénévole sur leur projet. Un coup de pouce bienvenu, doublé d'une entrée au capital : « *Lorsque le plan de reprise est solide, nous investissons dans*

*l'entreprise, dans tous les sens du terme* ».

Un excellent signal pour les partenaires bancaires : l'engagement de BFC Angels crédibilise le porteur de projet aux yeux des banquiers. Parmi les investisseurs de ce nouveau fonds, trois banques : la Caisse d'Épargne Bourgogne Franche-Comté, le Crédit Agricole Champagne-Bourgogne et le Crédit Agricole Franche-Comté. Parmi les actionnaires figure également la région Bourgogne-Franche-Comté : « *En plus d'être un partenaire de choix, la région pourra bien sûr être force de proposition et faciliter la réalisation de certains projets* », suggère Pierre Vieillard. BFC Angels Capital pourra aussi compter sur d'autres partenaires, notamment Bpifrance, et des réseaux existants comme la CPME, le MEDEF ou Réseau Entreprendre.

#### DES AMBITIONS POUR LA RÉGION

L'année passée, 1,7 million d'euros a ainsi été injecté dans ce nouveau fonds d'investissement aux promesses nombreuses. L'ambition de BFC Angels Capital ? Soutenir dix à quinze projets de reprise, sur cinq à sept ans. Chaque projet



## NOUS INVESTISSONS DANS L'ENTREPRISE, DANS TOUS LES SENS DU TERME.

PIERRE VIEILLARD, PRÉSIDENT DE BFC ANGELS

soutenu sera accompagné par des *business angels* rompus aux problématiques du secteur ou de l'industrie en question. Ouvert uniquement aux membres de l'association BFC Angels, il offre une réelle opportunité d'accompagner des entrepreneurs soucieux de soutenir l'économie locale, tout en créant ou maintenant de l'emploi. « *Si ce fonds est un succès, nous n'excluons pas de créer un autre fonds d'investissement* », conclut le président.



BFC Angels  
[www.bfcangels.com](http://www.bfcangels.com)



Maximilien Gros, chef de groupe du centre Alpine Dijon, et Boris Jacquot, manager du Lapierre Experience Center.

LAPIERRE X ALPINE

## CRÉATEURS D'EXPÉRIENCES

Lapierre et Alpine Dijon ont donné rendez-vous à leurs clients respectifs au *Lapierre Experience Center*, pour leur faire découvrir un partenariat haut-de-gamme 100 % français.

Texte : Pierre Bruynooghe / Photographie : Nicolas Salin

Lapierre et Alpine illustrent toutes deux à leur manière l'excellence française en matière d'industrie et d'innovation. Fortes de leurs succès, ces deux marques prestigieuses ont officialisé un partenariat exclusif de trois ans lors du Grand Prix Automobile de France 2022 de Formule 1. Depuis, elles ont collaboré sur deux vélos *ultra-premium* : l'Aircode DRS Alpine, un vélo de route haute performance en carbone reconnu pour son aérodynamisme, produit en édition limitée à 110 exemplaires, et désormais l'Overvolt GLP III SE, un VTT électrique en carbone doté d'un moteur Bosch Performance Line CX-R, en édition limitée à 300 exemplaires. Ce dernier modèle a été présenté fin novembre au Lapierre Experience Center de Dijon, pour le plus grand plaisir des amateurs de cyclisme, mais également d'automobile.

« Le GLP III est la troisième génération du Gravity Low Project, c'est un VTT électrique et carbone équipé de composants et d'un moteur prévus pour la compétition, mais qui peut très bien être utilisé en mode loisir par un cycliste souhaitant découvrir la pratique du VTT électrique », affirme Boris Jacquot, manager du Lapierre Experience Center. Pour concevoir et fabriquer un tel vélo, Lapierre et Alpine ont mutualisé leurs compétences et partagé leurs savoir-faire. Le carbone et l'aérodynamisme en soufflerie sont utilisés sur les vélos Lapierre comme sur les voitures Alpine. « Les deux marques sont toujours en quête de performance, rappelle Maximilien Gros, chef de groupe du centre Alpine Dijon. Alpine est à la recherche du véhicule le plus léger possible : l'augmentation de la puissance permet d'être plus rapide en ligne droite, mais enlever du poids permet d'être plus rapide partout. »

Comme son nom l'indique, l'objectif du *Lapierre Experience Center* est de proposer des expériences client inédites, par exemple des exclusivités devenues accessibles au grand public. Totale réussite pour les deux marques, qui ont su convaincre autant les amateurs de deux roues que de quatre roues. Car ce jour-là, les visiteurs de l'*Experience Center* ont eu l'opportunité de découvrir le VTT électrique créé par Lapierre et Alpine mais également quelques-uns des très beaux modèles du constructeur automobile : l'A110, l'A110 S, l'A110 San Remo (commercialisée cette année en 200 exemplaires), l'A110 R, ainsi que son édition Le Mans (commercialisée à 100 exemplaires cette année pour le centenaire de la mythique course d'endurance). Vraiment, ces deux marques étaient faites pour se rencontrer.

DIJON SPORT & BUSINESS

## UNIS PAR LA PASSION

Dans la famille Meunier, on se transmet la passion du sport de génération en génération. Celui du business aussi d'ailleurs. D'un côté, il y a Olivier, le père, ancien manager à la JDA, qui avait déjà mis en place un club affaires offrant la possibilité à ses partenaires de fouler le parquet. De l'autre, il y a Mathis, le fils, ancien basketteur et aujourd'hui fondateur de l'entreprise « L'atelier des Légendes », qui donne une seconde vie à des maillots de sport en les transformant en sacs de voyage. Le pont entre les deux mondes était tout trouvé : en 2018, le club de dirigeant Dijon Sport & Business était né. Mouiller le maillot aux côtés d'autres chefs d'entreprise pour renforcer les liens qui forgeront les partenariats

professionnels de demain : voilà l'objectif de DSB. Esprit de compétition, esprit d'équipe, détermination, goût de l'effort et convivialité : DSB s'appuie sur des valeurs communes aux deux univers. Les dirigeants qui rejoignent le club ont l'opportunité d'accéder aux équipements et aux infrastructures sportives de haut niveau, tout comme les athlètes professionnels. En 2022, les membres ont eu la chance de participer à un week-end à Vallon-Pont-d'Arc, aux côtés du kayakiste français Quentin Bonnetain, quintuple champion du monde. Ils ont également découvert le biathlon avec Hugo Rivail... Pour cette nouvelle saison 2023, ils ont pu par exemple découvrir l'univers du Beach Volley.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Edgar Charchaude







Nos formations sur-mesure pour  
investir dans votre croissance

Faites équipe avec nos experts  
pour améliorer **vos performances**  
et assurer la stabilité de votre projet.  
Optez pour **nos formations** et aug-  
mentez vos chances de réussite.

- Digital & stratégie web
- Juridique - statuts et contrats
- Comptabilité & finances
- Offre & développement commercial
- Prévention & sécurité





DS AUTOMOBILES  
Voyager est un Art

# DS 7

## ÉDITION FRANCE



- Fabriquée à Mulhouse
- Personnalisation exclusive
- Nombreux équipements de série

DS 7 E-TENSE  
HYBRIDE RECHARGEABLE

32 g CO<sub>2</sub>/km **A**

B

C

D

E

F

G

DS Automobiles est partenaire de TotalEnergies. © 2021 DS Automobiles. Le modèle présenté est DS 7 E-TENSE 420 CO<sub>2</sub> (CITATION FRANCE) avec un prix de 66,5 €/mois aux mêmes conditions que les autres modèles DS 7. CONSOMMATION MIXTES ET ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> DS 7 : 4,9-5,5 L/100 km à 3,89 à 10,7 g/km. DS Automobiles. RCS Doles 442 619 409

Au quotidien, prenez les transports en commun. #SeDéplacerMoinsPolluer

GRUPE  
**CHOPARD**  
Laissez-vous transporter

### DS STORE BEAUNE

42 Rue du Faubourg Bretonnière, 21200 Beaune | Tél. 03 80 20 96 50 | RCS 442 619 409

### DS STORE DOLE

10 Rue François-Xavier Bichat, 39 100 Dole | Tél. 03 84 69 08 80 | RCS 403 564 610



Yafa COMMUNICATION

## MASTERCLASS À QUATRE MAINS, PAR DÉCIDEUR ET Yafa COMMUNICATION

Lieu de séminaire et de dégustation dijonnais, La Cuverie et sa directrice Audrey Leroy accueillent, il y a quelques mois, une véritable *masterclass* où s'associaient Thomas Barbier, éditeur du magazine Décideur, et Marc Perrin, directeur de Yafa Communication. Ancien lieu de vinification, les voûtes de la cuverie ont servi d'écrin à une rencontre oenogastronomique originale, mêlant découvertes et dégustations locales, où chaque grand cépage bourguignon côtoyait son homologue étranger, pour révéler de nombreuses nuances. Au total, une cinquantaine de décideurs étaient réunis, tantôt autour d'un verre de Chardonnay bourguignon, tantôt autour d'un Pinot noir chilien.



COMME UN BON ŒNOLOGUE, UN BON COMMUNICANT NE SE CONTENTE PAS DE LIRE LES ÉTIQUETTES : IL INTERPRÈTE DES PROJETS.

MARC PERRIN, DIRECTEUR DE Yafa COMMUNICATION

Devant cette assemblée, formée de celles et ceux qui comptent pour le territoire, le directeur de Yafa Communication a rappelé le crédo de son agence, adressé à tous ses clients : « *You Are Fucking Amazing* », et nous en sommes convaincus ». Spécialisée en affaires publiques et en stratégie globale, cette agence fraîche et ambitieuse a de beaux jours devant elle. Destinée à faire connaître La Cuverie, la *masterclass* était aussi l'occasion, pour le duo composé de Thomas Barbier et Marc Perrin, de souhaiter leurs vœux à l'auditoire de haute volée qu'ils avaient réuni. « *Une chose est sûre : on ne va pas attendre la prochaine saison des vœux pour répéter ce genre d'événements* », nous glisse Marc Perrin en guise d'épilogue.



La Cuverie

1, rue Tabourot des Accords à Dijon

Tél. 07 61 49 73 30

[www.lacuveriedijon.fr](http://www.lacuveriedijon.fr)

Texte : Alban Salmon / Photographie : Edgar Charchaude

COWORK'HER

## L'AUDACE AU FÉMININ



Dans le monde de l'entrepreneuriat, l'audace n'est-elle pas la mère du succès ? Fin novembre, les collectifs des réseaux parité et mixité de cinq grandes entreprises de la région Bourgogne-Franche-Comté (La Poste, SNCF, Caisse d'Épargne, Orange, EDF et sa filiale Enedis) étaient réunis au Conseil Régional sous la thématique de l'audace pour la 3e édition de Cowork'Her. Créée en 2019 pour promouvoir l'égalité professionnelle et l'émancipation des femmes au travail, Cowork'Her est un espace de rencontres au sein duquel la centaine de membres des réseaux parité et mixité partagent leurs expériences et font la connaissance de parcours inspirants. Cette année, en présence d'Isabelle Maille-Ferrières, responsable de la communication d'EDF Bourgogne-Franche-Comté et co-organisatrice de l'événement, et Océane Charret-Godard, vice-présidente de la région Bourgogne-Franche-Comté, une centaine de membres ont pu participer à deux tables rondes. La première portait sur l'audace au service du développement des entreprises et l'intérêt de ces réseaux, la deuxième sur des témoignages de femmes et d'hommes ayant fait de l'audace le maître-mot de leur parcours professionnel. « *Nos réseaux parité et mixité partagent le même constat que souvent les femmes n'osent pas, qu'elles s'auto-limitent et qu'il y a toujours un plafond de verre. Et du coup, on s'est dit que l'audace, ça peut aider à ouvrir des portes insoupçonnées et à favoriser la croissance professionnelle de nos membres, aussi bien hommes que femmes* », a déclaré Isabelle Maille-Ferrières, à l'occasion de l'événement annuel, devenu un incontournable de la vie des entreprises dans la région.

Texte : Pierre Bruynooghe / Photographie : Jonas Jacquiel

CPME21

# LES PME



Éric Heyer, docteur en sciences économiques.

Près de 1 000 décideurs étaient rassemblés à la convention annuelle de la Confédération des petites et moyennes entreprises (CPME) de Côte-d'Or, le 18 octobre dernier au Zénith de Dijon. Thématique de la journée : « Rêver grand ».

Texte : Pierre Bruynooghe / Photographie : Nicolas Salin

**A**cteur incontournable pour porter la voix des petites et moyennes entreprises auprès des pouvoirs publics et des décideurs, la CPME ne cesse de renforcer sa représentativité et son importance dans l'économie nationale. L'organisation patronale côte-d'orientienne dédiée aux TPE-PME organise depuis plusieurs années une convention annuelle pour fédérer les chefs d'entreprise et les décideurs à travers un réseau de proximité et des rencontres inspirantes. Alors que l'édition 2022 réunissait, sur le thème de l'audace, Tony Parker, star de la NBA et président de l'Asvel, Serge Bueno, fondateur de l'entreprise Smart Good Things, l'éco-explorateur Raphaël Domjan et la *business angel* Catherine Barba, la CPME 21 a, cette année encore, rassemblé des invités prestigieux pour débattre du « rêver grand ».

## UNE JOURNÉE SOUS LE PRISME DE L'AMBITION

Malgré les crises et les incertitudes de l'année 2023, ou encore celles qui traverseront 2024, notamment la diminution de la demande publique, le rallongement des délais de paiement et la baisse du marché immobilier, les décideurs locaux et nationaux se sont rassemblés pour témoigner de leur optimisme et de leurs ambitions. Au programme de la journée : un *Business By* CPME géant et un salon B to B permettant des échanges et des rencontres conviviales sur plusieurs stands. Le 2.0 étant devenu un incontournable du secteur économique, la commission chargée de la digitalisation au sein de la CPME a dispensé, l'après-midi, un atelier sur le numérique, levier de croissance et de développement des entreprises. Dans le même esprit, Arnaud Caulier, directeur ▶



# RÊVENT GRAND

du développement de la Banque Populaire Bourgogne-Franche-Comté, Marc-Antoine Seris, directeur associé de Canovia Banque d'affaires, et Grégory Louchet, directeur du développement de la Caisse d'Épargne Bourgogne-Franche-Comté, ont animé une table-ronde d'experts : « *Scaling up*, accompagner les TPE et PME vers de nouveaux sommets ».

des sports de glace (FFSG) et championne multi-médaille de danse sur glace ; Simon Astier, acteur, monteur, producteur, réalisateur et scénariste dijonnais, connu pour avoir co-créé la série *Hero Corp* et pour avoir joué dans la série *Kamelott* ; Éric Heyer, docteur en sciences économiques, professeur d'économie à Sciences Po Paris et directeur du département analyse et prévision à l'Observatoire français des conjonctures économiques (OFCE). « *Nous sommes la première organisation patronale interprofessionnelle du département, et nos combats ont toujours été de taille auprès des entreprises pour défendre l'économie de la France* », a rappelé Geoffroy Sécula, président de la CPME de Côte-d'Or. Des propos que François Asselin, président national de la CPME, a appuyés devant l'ensemble des chefs d'entreprise présents : « *Nous conjugurons le verbe risquer à tous les temps et tous les jours. Ma mission en vous représentant est de vous rendre les obstacles franchissables.* » Présent, le préfet de Côte-d'Or Franck Robine a clos la plénière en rappelant l'importance de l'accompagnement de la CPME auprès des entreprises tout au long de leur vie.

## NOUS CONJUGUONS LE VERBE RISQUER À TOUS LES TEMPS ET TOUS LES JOURS.

FRANÇOIS ASSELIN, PRÉSIDENT NATIONAL DE LA CPME

### UNE PLÉNIÈRE PRESTIGIEUSE

Temps fort de la convention, la plénière organisée autour du « rêver grand » a réuni de prestigieux invités, reconnus pour leur persévérance, leur talent et l'excellence de leur parcours. Venu pour partager leurs secrets de réussite : Nathalie Péchalat, présidente de la Fédération française



L'acteur et comédien Simon Astier.



Geoffroy Sécula, président de la CPME 21.



Nathalie Péchalat, présidente de la Fédération française des sports de glace.



# LA FORCE D'UN GROUPE, L'ASSURANCE DE L'EXPERTISE.



## Télécommunications

Nous proposons un vrai service, qualitatif et à dimension humaine en rupture totale avec le marché actuel.

**Nous ne sommes pas vendeurs de télécoms.**

Notre métier nous passionne et nous le faisons bien.

[optionstelecom.fr](http://optionstelecom.fr)

03 80 590 330

2 RUE RENÉ CHAR  
21000 DIJON



## CYBERSÉCURITÉ

Nous proposons des solutions d'infogérance proactive et de **Cyber Sécurité avancée** basées sur l'IA, adaptées à toutes les entreprises et collectivités, ainsi que des **Plans de Reprise d'Activité** grâce à des sauvegardes intelligentes.

N'attendez pas le pire pour protéger votre Entreprise.

[acadir.fr](http://acadir.fr)

03 70 885 885

7 rue Pierre Vernier  
39100 DOLE



CERCLECOM

## DEUX NOUVEAUX CO-PRÉSIDENTS POUR DE NOUVEAUX HORIZONS

**A**vec plus de 200 adhérents, le Cerclecom a revigoré son conseil d'administration en portant le nombre de ses administrateurs de neuf à douze. La diversité et la représentativité de cette nouvelle équipe reflètent la richesse du secteur de la communication dans la région : la Bourgogne et la Franche-Comté sont ainsi très bien représentées. Parmi les membres du nouveau conseil d'administration, on compte des figures régionales reconnues, telles que Lydie Azevedo (Geotec), Aurélie Boudenia (Place des Médias), Patrice Bouillot (La Plume et le Micro), Olivier Bisiaux (Orange), Irmine Carterot (Lycée Les Arcades), Héloïse Chatelain (L'avisée), Laëtitia Legrand (Billie Blue), Marc Perrin (Yafa Communication), Jennifer Pierre (Groupe Id'ees), Alison Robert (Ma Vision Web), Cathy Viot (Cœur de Prod) et Élise Voilly (Suez). Moment marquant de cette nouvelle page qui s'écrit, l'élection du bureau exécutif, annoncée le 31 janvier : Lydie Azevedo et Patrice Bouillot sont ainsi élus coprésidents, marquant ainsi la première présence d'une femme à la tête de l'association depuis sa création en 2010. Cathy Viot endosse le rôle de secrétaire, tandis que Marc Perrin assume la fonction de trésorier.



### UN DUO COMPLÉMENTAIRE À LA COPRÉSIDENTENCE

Le duo de coprésidents succède à Arthur Deballon, qui a mené l'association pendant six ans. Lydie Azevedo, directrice de la communication chez Geotec, et Patrice Bouillot, fondateur de La Plume et le Micro, souhaitent ainsi « incarner un Cerclecom 3.0, entourés d'une équipe enthousiaste et motivée ». « Notre objectif est de faire du Cerclecom un phare de la communication régionale, un espace d'échange et de collaboration où chaque membre peut s'épanouir et partager avec ses pairs », déclare Lydie Azevedo. Patrice Bouillot ajoute : « Nous croyons fermement au pouvoir de la communication pour unir et inspirer. Notre objectif est de placer le Cerclecom au cœur de l'écosystème communicationnel de la région, en soutenant les bonnes pratiques et en positionnant l'association comme un acteur incontournable auprès des acteurs du territoire. » Sous la direction de cette nouvelle équipe, le Cerclecom se fixe des objectifs ambitieux. Le projet stratégique du conseil d'administration, articulé autour de plusieurs axes majeurs, vise à élargir la portée géographique de l'association, à offrir de nouveaux services aux membres, à accroître les adhésions ainsi que l'engagement associatif et à renforcer la communication externe. Marc Perrin, trésorier nouvellement élu, exprime sa confiance dans le projet porté par la nouvelle équipe : « Nous avons une opportunité extraordinaire de redéfinir le rôle du Cerclecom dans notre région. Avec l'engagement et le dynamisme de nos membres, je suis convaincu que nous avons toutes les clés pour montrer l'ambition d'un secteur d'activité en pleine effervescence. » « La Cerclecom concerne tous les professionnels de la communication de Bourgogne-Franche-Comté : c'est très important pour nous d'ouvrir grand les bras à nos confrères installés en dehors de Dijon », confirme Cathy Viot, la nouvelle secrétaire. Dès le mois d'avril, la traditionnelle Feste d'Hiver et la cérémonie des Trophées de la Communication seront l'occasion de célébrer les réussites communicantes et les idées innovantes de l'année écoulée ! Avec une équipe aussi engagée et visionnaire à sa tête, le Cerclecom s'engage à écrire un nouveau chapitre passionnant de l'histoire de l'association !

Texte : Alban Salmon / Photographie : Édouard Barra

# La Côte-d'Or

1<sup>re</sup> destination

nature-patrimoine  
entre Paris et Lyon



Cité des Climats et vins de Bourgogne

## La Côte-d'Or au cœur de la Bourgogne.

De la Route des grands crus aux climats du vignoble de Bourgogne inscrits au Patrimoine mondial, des caves mythiques aux hospices de Beaune, des dégustations entre amis aux vendanges touristiques, tout commence sur [www.lacotedorjadore.com](http://www.lacotedorjadore.com)

#lacotedorjadore





Ligue Régionale Bourgogne Franche-Comté de Rugby

# FRANCE U18 ANGLETERRE

MATCH INTERNATIONAL

17H00. SAM. 09/03/2024



# FRANCE VS ANGLETERRE

CHALON SUR SAONE - STADE LÉO LAGRANGE



RÉGION  
BOURGOGNE  
FRANCHE  
COMTE

Décideur

SG GRAND EST



CAP NORD

# « METTRE L'HUMAIN AU CŒUR DE NOS ACTIONS »

La valeur humaine pour *leitmotiv* : voilà le credo de Rémi Jean, président de l'association Cap Nord depuis avril 2022. Une philosophie gagnante, comme le prouve l'attractivité grandissante de ce club qui compte désormais plus de 180 membres.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel



**F**raichement retraité, Rémi Jean n'a pas perdu de temps pour faire dans la réciprocité. Lui qui a passé 13 ans de sa vie à la direction d'Onet a été élu président de l'association Cap Nord en mars 2022. « *Quand vous avez passé toute votre vie à travailler, vous vous retrouvez du jour au lendemain coupé de votre univers. Plus de mails, plus de coups de téléphone... Il fallait que mon esprit reste en fonctionnement et que je continue de rendre service ; que je rende tout ce que j'avais pu apprendre au cours de ma carrière.* »

## CRÉER DES MOMENTS RESSOURÇANTS

« *Seul on va plus vite, ensemble, on va plus loin.* » Une phrase érigée en slogan qui pourrait parfaitement convenir à Rémi Jean, lequel place son mandat sous l'égide de la force du collectif. « *Lorsque mes collègues m'ont demandé de prendre la présidence de Cap Nord, je n'ai accepté qu'à la condition de travailler en équipe pour créer une nouvelle dynamique. Mon objectif est de faire de Cap Nord une entreprise dynamique, porteuse d'une action forte auprès de ses adhérents.* » Autres piliers de cette nouvelle mandature : la valeur humaine et la convivialité, visibles dans les nombreux événements conviviaux organisés par l'association. En bientôt 30 ans, Cap Nord a su rester fidèle à sa philosophie originelle fondée sur la bienveillance, la solidarité, la tolérance, l'entraide, l'intégrité et le respect. « *À l'origine, le club avait pour objectif d'agir afin de faciliter les relations entre les entreprises, les collectivités et les élus. C'est un rôle de facilitateur. Nous sommes à l'écoute des entreprises pour entamer des actions au service d'une meilleure attractivité du territoire, en matière de voirie, de transports, de stationnement, de propreté, de sécurité... Je voulais également que soient mises en avant les valeurs humaines. Nous devons parfois apprendre aux chefs d'entreprise à sortir de leur travail pour passer de bons moments ressourçants. L'idée de nos soirées et de nos événements, c'est d'être sérieux sans être sérieux.* » Une formule qui semble avoir trouvé son public puisque l'association compte désormais 180 adhérents. Bien loin des clichés du club fermé, de l'entre-soi et de l'exclusivité, Cap Nord est destiné à « *toutes les personnes qui se reconnaissent dans ses valeurs* » – même au-delà de son maillage territorial initial.

”  
L'IDÉE DE NOS SOIRÉES  
ET DE NOS ÉVÉNEMENTS, C'EST D'ÊTRE  
SÉRIEUX SANS ÊTRE SÉRIEUX.

RÉMI JEAN, PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION CAP NORD



Association Cap Nord  
[www.dijon-capnord.fr](http://www.dijon-capnord.fr)





**C'EST UN CLUB QUI ALLIE L'UTILE À L'AGRÉABLE. LES INDUSTRIELS ONT PEU DE TEMPS, C'EST DONC LE CÔTÉ LUDIQUE ET EFFICIENT QUI PRIME AU DIJON BOURGOGNE BUSINESS CLUB.**

**RICHARD RUDELLE, FONDATEUR ET MANAGER DU DIJON BOURGOGNE BUSINESS CLUB**



# UNE HISTOIRE DE RENCONTRE

« Une vraie rencontre, une rencontre décisive, c'est quelque chose qui ressemble au destin », disait Tahar Ben Jelloun. Des mots qui résonnent particulièrement chez Richard Rudelle, l'homme derrière le prestigieux Dijon Bourgogne Business Club (DBBC), un club où la destinée des entrepreneurs se tisse au fil de déjeuners d'exception.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquell

L'aventure commence en 2018 lorsque Richard Rudelle, homme de contact visionnaire, croise la route d'Olivier Talbert, fondateur du Business Club. Il est instantanément séduit par l'aspect novateur et convivial de la franchise. « À cette époque, j'habitais encore en région lyonnaise et je souhaitais monter un club là-bas. Olivier m'annonce qu'un Business Club est déjà en cours de création. J'adhère alors pendant deux ans, en qualité de membre, au Lyon Rhône Business Club, qui avait élu domicile au Groupama Stadium. » En 2021, retour aux sources, à Dijon, où il crée son propre organisme de formation à la reprise d'entreprise. Il en profite presque logiquement pour créer, en franchise, le Dijon Bourgogne Business Club, dont il est le manager. On dit souvent que les concepts les plus simples sont les plus efficaces. Avec DBBC, l'idée est de réunir un réseau de dirigeants et de décideurs, issus de préférence de l'univers industriel. Chaque mois, les membres sont conviés à un déjeuner au salon Napoléon du Grand Hôtel La Cloche, une recette immuable au timing bien précis : l'apéritif précède un déjeuner assis, propice aux échanges – chacun peut émettre trois vœux afin d'être à la table de tel ou tel convive – avec, en prime, la prise de parole d'un invité prestigieux au parcours inspirant. Parmi les intervenants déjà annoncés pour le premier semestre figurent des personnalités éminentes telles que Pierre-Emmanuel Taittinger, Jean-Michel Fauvergue, ancien patron du Raid, Jérôme Kerviel, Bernard Razzano, Catherine Petitjean ou Yves Morizot. « Nous choisissons des intervenants capables de procurer des émotions et de raconter des histoires inspirantes qui parlent au plus grand nombre », explique Richard Rudelle.

## RENCONTRER ET RÊVER

Parmi les membres qui ont déjà rejoint le DBBC figurent des personnalités incontournables du paysage économique régional telles que Stephan Bourcier (Burgundy School of Business), Pierre Cléon (cabinet d'expertise comptable Cléon-Martin-Broichot), Thierry Roughol (assistant à maîtrise d'ouvrage spécialiste de la rénovation

énergétique), Virginie Taupenot (fondatrice et dirigeante de Co-Alliance), Jean-Philippe Girard (ex-Eurogerm, L'Audace d'Entreprendre), Jérôme Ballet (Caisse d'Épargne Bourgogne-Franche-Comté), Maximilien Gros (Centre Alpine Dijon), et Jean-François Buet, qui a pris la présidence du club. « C'est un club qui allie l'utile à l'agréable. Les industriels ont peu de temps, c'est donc le côté ludique et efficient qui prime au Dijon Bourgogne Business Club », insiste ce dernier. « Quel chef d'entreprise n'a jamais rêvé de rencontrer et d'échanger avec un ancien chef d'État, avec un ministre éloquent, un capitaine d'industrie inspirant, un ancien chef d'état-major des armées, un de ses sportifs préférés ?, demande Richard Rudelle. Quel chef d'entreprise n'a jamais rêvé de réaliser des affaires dans un cadre extraordinaire avec d'autres décideurs locaux, le temps d'un déjeuner ; de présenter simplement son activité ; de remercier ses clients et collaborateurs lors d'un déjeuner singulier ; de faire partie d'une famille d'entrepreneurs pour rompre sa solitude de dirigeant ? » 3 000 membres, 46 clubs, 1 200 déjeuners : les chiffres nationaux sont éloquentes. Le club dijonnais, lui, affiche des ambitions claires : atteindre 80 membres d'ici à fin 2024 et 120 membres d'ici à fin 2025. Pour présenter le club, une première soirée de prestige a eu lieu au Château de Saulon le 7 décembre. Le coup d'envoi officiel a ensuite été marqué par un déjeuner en présence de Pierre-Emmanuel Taittinger le 11 janvier, attirant plus de 150 participants. Des projets plein la tête, l'équipe de DBBC compte bien étendre son maillage géographique avec la création potentielle d'un deuxième club à Besançon, ainsi qu'un troisième entre Mâcon et Bourg-en-Bresse. Affaire(s) à suivre.

← Richard Rudelle et Jean-François Buet, respectivement manager et président du Dijon Bourgogne Business Club.



Dijon Bourgogne Business Club  
www.dijon-bourgogne-business-club.fr  
Contact : Richard Rudelle  
rrudelle@club-dbbc.fr / Tél. 06 87 16 87 82

VILLE DE DIJON

# DIJON, CAPITALE DU TOURISME D'AFFAIRES

Dans le cadre d'une évolution de ses statuts, l'office de tourisme Dijon métropole devient Dijon Bourgogne Tourisme & Congrès. Un nouveau nom et de nouvelles ambitions que résumant Sladana Zivkovic, présidente de l'institution touristique, et Danielle Juban, présidente de Dijon Bourgogne Events.

Texte : Pierre Bruynooghe / Photographie : Nicolas Salin, Jonas Jacquiel



Sladana Zivkovic, présidente de Dijon Bourgogne Tourisme & Congrès, et Patrick Génie, responsable du bureau des congrès.



Danielle Juban, présidente de Dijon Bourgogne Events.



**Décideur. L'office de tourisme Dijon métropole devient Dijon Bourgogne Tourisme & Congrès. Pourquoi ?**

**Sladana Zivkovic.** En cohérence avec Dijon Bourgogne Events et Dijon Bourgogne Invest, nous avons insisté sur l'identité bourguignonne de l'office de tourisme. La Bourgogne est une marque internationale et l'ADN de notre destination : dès lors que l'on en parle, on pense à l'œnotourisme. Et puis, il y a cette ambition de faire de Dijon une véritable capitale du tourisme d'affaires et des congrès.

**D'ailleurs, l'office de tourisme se voit également doté d'un bureau des congrès. Comment accueillez-vous cette transformation ?**

**S.Z.** Le bureau des congrès a été créé pour coordonner les différents acteurs du tourisme d'affaires. Ce point de contact unique, dédié à la promotion de tous les lieux d'accueil de congrès et de séminaires, permet de gagner en efficacité dans l'accompagnement des organisateurs d'événement.



**IL Y A CETTE AMBITION DE FAIRE DE DIJON UNE VÉRITABLE CAPITALE DU TOURISME D'AFFAIRES ET DES CONGRÈS.**

DANIELLE JUBAN, PRÉSIDENTE DE DIJON BOURGOGNE EVENTS

**Danielle Juban.** Dijon Bourgogne Events a été parmi les tout premiers à manifester son intérêt pour la création d'un bureau des congrès. Nous en sommes le principal contributeur, avec la CCI, par le biais d'une adhésion de 20 000 euros, et nous participons systématiquement aux réunions de coordination bi-mensuelles. Patrick Génie, le responsable du bureau des congrès, et son équipe ont un véritable savoir-faire pour coordonner les acteurs. Cette collaboration nous a paru indispensable pour valoriser le tourisme d'affaires dijonnais au national et à l'international.

**D'où vient l'idée de créer ce nouvel outil de coordination ?**

**S.Z.** L'idée est venue dès 2017, avec le passage du statut d'association à celui d'établissement public industriel et commercial de l'office de tourisme, et avec la naissance de Dijon métropole. Entre temps, de grands projets touristiques se sont développés à Dijon. Compte tenu de la dimension qu'avait prise Dijon métropole grâce au volontarisme de son maire-président François Rebsamen, il était temps de créer enfin le bureau des congrès pour fédérer les acteurs.

**Dijon est une capitale touristique. Faut-il comprendre qu'avec la nouvelle identité de l'office de tourisme, l'ambition est de s'adresser à de nouveaux publics ?**

**S.Z.** Nous portons l'ambition collective de promouvoir Dijon-Bourgogne dans le secteur du tourisme d'affaires. Nous voulons doubler le nombre de congrès nationaux et internationaux accueillis à Dijon. Ayant la chance de bénéficier d'équipements urbains proches de la nature, nous souhaitons que la métropole soit identifiée comme une grande destination de congrès. Nous le pourrions en offrant un cadre de travail exceptionnel et en offrant l'opportunité à nos visiteurs de découvrir, en marge des congrès, notre riche patrimoine.

**D.J.** C'est tout un écosystème : le tourisme d'affaires participe au développement du tourisme d'agrément et réciproquement. Dijon attire les professionnels grâce à son accessibilité, à ses infrastructures et à la richesse de son environnement. Dans l'autre sens, un professionnel qui se voit offrir un cadre de travail agréable à Dijon est susceptible de s'y rendre à l'occasion de ses vacances. La Bourgogne ne se positionne pas sur un tourisme de masse. Les touristes y vont à la recherche d'une expérience, du circuit court, du patrimoine, de la nature et de ses paysages.

**Qu'est-ce qui fait l'accessibilité des infrastructures dijonnaises pour le tourisme d'affaires ?**

**S.Z.** Dijon est un carrefour européen situé à seulement 1h40 de Paris et à 2h de Lyon. La métropole dispose en plus d'une offre de mobilités qui permet d'accéder au palais des congrès en moins de 10 minutes à partir de la gare.

**D.J.** Le palais des congrès est facile d'accès. Il est en plein centre-ville et desservi par le tram. En marge de leur événement, les congressistes peuvent aisément visiter le centre-ville et la Cité internationale de la gastronomie et du vin. D'autant plus que la métropole leur propose un pass congrès qui est particulièrement apprécié.

**Après seulement neuf mois d'existence, Dijon Bourgogne Events a été désignée lauréate de l'appel à manifestation d'intérêt « tourisme d'affaires et rencontres professionnelles » par Atout France. Quels leviers vous accordent cette labellisation ?**

**D.J.** Cette labellisation nous accordera une reconnaissance et une marge financière supplémentaires, que nous utiliserons pour notre projet d'un nouveau palais des congrès à terme. Néanmoins, nous devons réaliser un benchmarking en amont : il est très important que nous analysons le type de manifestations que nous accueillons et que nous définissions encore entre nous le projet que nous souhaiterions mettre en œuvre.

**D'ailleurs, le palais des congrès s'est modernisé en se dotant d'un plateau TV.**

**D.J.** Tout à fait, nous avons acquis un plateau TV juste avant la foire, et nous l'avons beaucoup utilisé à cette occasion pour réaliser des interviews sur place. C'est une prestation que nous proposons systématiquement aux organisateurs. Les chaînes de télévision peuvent même l'utiliser ! Nous sommes également en train d'adapter le palais des congrès aux progrès techniques et numériques pour offrir des prestations de qualité. En vue de l'organisation des Journées de l'hydrogène et du congrès de l'OIV qui réunira des ministres européens, c'est essentiel.

**2024 est-elle une année record pour la métropole ?**

**D.J.** Hors période de foire, le palais des congrès attend 90 000 visiteurs. Nous enregistrons 15 000 visiteurs supplémentaires par rapport à 2023. Soixante-dix manifestations sont déjà enregistrées au planning et plus d'une vingtaine sont en attente de confirmation. Nous avons en préparation des congrès nationaux et internationaux tels que les Journées de l'hydrogène et le 45<sup>e</sup> congrès mondial de la vigne et du vin. L'ambition affichée est d'ancrer le territoire sur nos filières d'excellence. Dijon Bourgogne Events est un peu le navire amiral de la métropole.

**C'est tout un écosystème qui fonctionne ?**

**S.Z.** En effet, le bureau des congrès permet d'animer tout un réseau d'acteurs. Un club « tourisme d'affaires » intégrant l'hôtellerie, l'événementiel et tous les acteurs concernés se réunira régulièrement, pour anticiper les futurs congrès et mieux les accueillir. Avancer en équipe me tient à cœur.

**D.J.** L'attractivité de notre territoire séduit les enseignes hôtelières, qui veulent s'y installer ! Nous avons désormais une offre et une capacité hôtelières importantes avec 10 000 chambres. C'est indispensable pour attirer de très grands congrès. En plus de cela, la venue d'écoles d'hôtellerie et de restauration telles que Ferrandi et Vatel permet et permettra aux restaurateurs et aux hôteliers de recruter un main-d'œuvre qualifiée formée sur place. Oui, c'est tout un écosystème ! Et cela n'arrive pas par hasard... C'est la concrétisation d'une stratégie voulue par la métropole depuis plusieurs années.



**Destination Dijon**  
www.destinationdijon.com



**Dijon Bourgogne Events**  
www.dijonbourgogne-events.com

# UNE NOUVELLE COMPLÉMENTARITÉ





En octobre dernier, Catherine Petitjean, à la tête de l'entreprise Mulot & Petitjean, succède à Jean-Philippe Girard à la présidence de Dijon Bourgogne Invest, l'agence de développement économique et d'attractivité de Dijon Métropole. Une nouvelle fonction qu'elle aborde sous le prisme de l'optimisme avec son directeur, Stéphane Bossavit. Entretien complémentaire.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel

**Décideur.** Catherine Petitjean, vous êtes depuis 1998 à la tête d'une entreprise qui fait notre fierté à l'international. Après un tel parcours, vous souhaitiez faire dans la réciprocité en vous investissant dans l'attractivité dijonnaise...

**Catherine Petitjean.** Quand on m'a proposé cette fonction, j'ai réfléchi car il est vrai que j'avais déjà d'autres engagements. J'ai finalement préféré prioriser celui-ci parce qu'il s'agissait de se mettre un peu plus au service de ma ville, en contribuant à développer son attractivité. Mon histoire et celle de mon entreprise sont ancrées à Dijon. C'est un territoire d'exception qui, sous l'impulsion de François Rebsamen, a su se tourner vers l'avenir en répondant aux défis de la transition environnementale. Nous devons faire connaître davantage les atouts de Dijon, en France comme à l'international, afin d'attirer les investisseurs. Mais nous devons aussi, dans le même temps, conforter l'ancrage des entreprises déjà installées pour qu'elles s'y développent et que leurs collaborateurs s'y épanouissent. C'est une mission qui m'honore. Et puis il est vrai que succéder à Jean-Philippe Girard est toujours un atout. C'est un homme initiateur, développeur et rassembleur.

**De votre côté, Stéphane Bossavit, vous ne pouviez rêver meilleur profil pour succéder à Jean-Philippe Girard ?**

**Stéphane Bossavit.** La succession a été facile, car il faut savoir que Catherine fait partie des fondatrices de l'agence. Elle appartenait déjà au bureau exécutif et connaissait donc déjà parfaitement Dijon Bourgogne Invest. Nous souhaitons garder cette idée que les entreprises dijonnaises pilotent l'action au service de l'attractivité. C'est une belle continuité par rapport à ce que nous avons initié avec Jean-Philippe Girard.

**Vous parlez de continuité, pouvez-vous dresser un bilan de cette première année d'activité de DBI ?**

**S. B.** Il y a deux points importants à retenir. Tout d'abord, il fallait construire l'agence, l'organiser, la doter d'outils commerciaux, former son bureau exécutif... Ensuite, il était attendu que notre action génère des investissements et des emplois. En 2023, nous allons concrétiser plus d'une quinzaine d'implantations nouvelles, avec à la clef environ 300 emplois prévisionnels à 3 ans.

**C. P.** En 2023, nous avons détecté une centaine de projets. Nous voyons bien que l'agence, grâce à sa structuration, est montée en puissance. Ce sont des projets sur lesquels nous allons travailler.

**Pouvez-vous nous en dire un peu plus sur certains de ces projets ?**

**S. B.** C'est l'entreprise qui décide quand elle souhaite communiquer sur son implantation. Pour bon nombre de projets que nous avons en portefeuille, nous ne pouvons pas nous avancer et donner des noms. En revanche, je vais vous parler par exemple d'un projet international sur lequel nous pouvons communiquer : la société japonaise Whill, spécialiste des fauteuils roulants électriques qui emploie 250 personnes, a décidé d'installer son siège à Dijon pour le marché français. Elle espère d'ailleurs faire de notre métropole son centre de distribution pour l'Europe. C'est un projet initié en septembre 2022 et qui a abouti en début d'année 2023 avec une installation en zone industrielle Cap Nord. C'est la preuve que Dijon peut aussi être une belle porte d'entrée pour des entreprises qui ne sont pas européennes et qui souhaitent s'implanter sur le continent.

**Pourquoi précisément ? Quels sont les atouts de Dijon pour attirer des entreprises ?**

**C. P.** Je suis une Dijonnaise et j'aime ma ville. Ses atouts, ce sont sa taille humaine, sa qualité de vie, son offre culturelle importante, la proximité avec les lieux de vie, ses nombreux équipements... C'est une ville qui est aussi engagée dans la transition écologique. Notre connexion avec Paris est très facile et, pour renforcer notre accessibilité internationale, nous sommes mobilisés sur la relance de la ligne TGV Dijon-Roissy. L'agence travaille aussi sur les enjeux RH, en accompagnant les entreprises qui souhaitent s'implanter à Dijon, pour faciliter notamment la mobilité de leur personnel. Les salariés aspirent aujourd'hui à un autre modèle de vie : Dijon a tous les atouts pour permettre un changement de vie ! Mon activité professionnelle me permet de me rendre compte du rayonnement de Dijon : la fréquentation de nos boutiques en est un baromètre. Or nous constatons que la durée de la saison touristique s'est allongée, qu'il y a davantage de congrès et de tourisme d'affaires. Dijon rayonne de plus en plus. Sur la scène des congrès d'affaires et du rayonnement économique, nous pouvons aussi compter sur la SPL Dijon Bourgogne Events. Nous devons travailler tous ensemble, car nous sommes tous ambassadeurs de notre territoire.



## REPRENDRE LA PRÉSIDENTENCE DE DIJON BOURGOGNE INVEST EST UNE MISSION QUI M'HONORE.

CATHERINE PETITJEAN, PRÉSIDENTE DE DIJON BOURGOGNE INVEST

← Catherine Petitjean et Stéphane Bossavit, respectivement présidente et directeur de Dijon Bourgogne Invest.



**Dijon Bourgogne Invest**  
40, avenue du Drapeau à Dijon  
[www.dijonbourgogneinvest.fr](http://www.dijonbourgogneinvest.fr)



#LACOTEDORJADORE



# SAVOIR-FAIRE LOCAL ET DESTINATIONS CHICS EN CÔTE-D'OR

Partez à la découverte de toutes les richesses du département, des sites les plus connus aux pépites les plus insoupçonnées... En Côte-d'Or, hébergements insolites ou chics et restaurants gourmands forment les propylées d'un savoir-faire local largement mis en valeur. Ici, tous les atouts sont réunis pour faire vivre aux visiteurs et aux habitants des expériences inoubliables.

Texte : Aymeric Fournier / Photographie : Rozenn Krebel



## DORMIR EN CÔTE-D'OR : L'EMBARRAS DU CHOIX !

### ÊTES-VOUS SÉJOUR URBAIN...

Hôtels, chambres d'hôtes ou hébergements insolites : pas toujours facile de savoir où poser ses valises lorsqu'on organise une escapade ou un rendez-vous pro en Côte-d'Or ! Que vous soyez de passage dans le département ou que vous souhaitiez vous y attarder pendant vos prochaines vacances en famille, la question du logement se pose forcément. Commençons à Dijon, un lieu incontournable si vous souhaitez découvrir la Côte-d'Or comme il se doit. La capitale des ducs rassemble un grand nombre d'hôtels tous plus chaleureux les uns que les autres – près de 4 000 chambres. De l'établissement haut-de-gamme à la formule plus économique, vous trouverez forcément la chambre d'hôtel qui vous convient. Pour visiter Dijon, pas besoin de voiture : transports publics et vélos feront l'affaire. Et pour rayonner dans toute la Côte-d'Or, pensez au train, aux cars ou au vélo le long du Canal de Bourgogne. Autre

option si vous souhaitez résider dans un centre urbain : séjourner à Beaune ! Située au cœur des vignobles de Bourgogne et à 30 minutes de Dijon, la ville regorge d'hôtels de charme, au sein desquels vous vous sentirez immédiatement à l'aise. Vous êtes aux portes de vignobles prestigieux. Prévoyez des activités autour du vin – Cité des vins, caves, dégustations... –, sans oublier de visiter les fameux Hospices de Beaune.

### ... OU HÉBERGEMENT INSOLITE ?

Sortez des sentiers battus en réservant quelques jours au sein d'un hébergement insolite en Côte-d'Or. Vivez une expérience inoubliable et une déconnexion totale : cabane perchée dans un arbre, *tiny house* au bord de l'eau, château ou dôme avec spa. Des logements atypiques à tous les prix, parfaits pour tous les voyageurs qui aiment le grand air et qui ont envie de faire de leur séjour une aventure originale et dépaysante.

## PRODUITS EMBLÉMATIQUES ET METS ÉTOILÉS...

### La Côte-d'Or, destination épicurienne et gourmande !

Plus que jamais, la tendance est au bien-être et au respect de l'environnement. Le circuit-court et le locavore n'ont jamais été aussi tendance... Et en Côte-d'Or, il n'est pas rare que les professionnels s'engagent à vous faire manger 100% local, de l'entrée au café. Véritable fief de la gastronomie française, le territoire regorge d'adresses savoureuses. Le goût, le partage et le plaisir, ces valeurs de convivialité qui ont valu au Repas gastronomique des Français sa place au Patrimoine mondial de l'Unesco, rayonnent sur le territoire. Au restaurant, chez un producteur ou sur un marché, savourez la Côte-d'Or au cœur de la Bourgogne, selon vos propres envies !



### Le Savoir-Faire 100% Côte-d'Or

Identifier, protéger et faire connaître les produits, les savoir-faire, les biens et les services de qualité produits en Côte-d'Or, telle est la vocation du Savoir-faire 100% Côte-d'Or. Véritable gage de qualité pour les consommateurs, cette marque a été lancée par le Conseil départemental de la Côte-d'Or en 2019 et rassemble plus de 450 agriculteurs, producteurs, commerçants, artisans, boulangers et restaurateurs de Côte-d'Or sous un même emblème.

### Huit itinéraires gourmands incontournables

La Route des grands crus de Bourgogne, la Route du crémant, la Route du cassis, l'ancienne RN6 (Route des vacances), la Voie des vignes (labellisée Vélo & fromages), le canal de Bourgogne (labellisé Vélo & fromages) et, depuis 2022, la Route de la truffe de Bourgogne... Que de parcours mêlant découverte, activités sportives et plaisirs de la bouche en Côte-d'Or ! Sans oublier la Vallée de la gastronomie, qui s'étire de Dijon à Marseille ! Tous ces itinéraires et plus de 190 autres balades sont à découvrir dans l'application **Balades en Bourgogne**, à télécharger gratuitement sur l'Appstore d'Apple ou sur le Play Store d'Android. L'outil parfait pour découvrir la Côte-d'Or, sa nature et son patrimoine.

Pour retrouver toutes les bonnes adresses et en savoir plus sur la Côte-d'Or, rendez-vous sur : [www.lacotedorjadore.com](http://www.lacotedorjadore.com) | [#lacotedorjadore](https://twitter.com/lacotedorjadore)

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE LA CÔTE-D'OR

# LE TOUR DE FRANCE FAIT SON GRAND RETOUR EN CÔTE-D'OR

Après avoir annoncé en juin dernier le retour du Tour de France en Côte-d'Or pour l'été 2024, François Sauvadet, président du Conseil départemental, s'est réjoui de lever le voile sur les itinéraires des trois étapes : au total, 44 communes seront traversées par le Tour, en comptant les quatre villes étapes. Grâce à la visibilité de la plus grande compétition cycliste au monde, la Côte-d'Or s'invitera dans près de 200 pays durant trois jours !

Texte : Pierrick Degrace / Photographie : Philippe Bruchot (CD21)



« **J**e me réjouis que le Tour de France, avec sa caravane publicitaire et ses coureurs, traverse autant de communes dans notre département. Ce sera le plus long passage du Tour dans un département et une formidable opportunité pour nous de donner à voir la beauté et la richesse de notre Côte-d'Or. » En novembre dernier, François Sauvadet, président du Conseil départemental, n'a pas caché sa joie et sa fierté à l'annonce du retour de la Grande Boucle dans le département. Présentés par les équipes d'Amaury Organisation Sport (ASO) lors d'une réunion de travail avec le Département, la préfecture et les villes étapes, les itinéraires des trois étapes sont désormais connus. Au total, 44 communes seront visitées par le peloton durant le Tour de France. Petit tour d'horizon...

## UNE BELLE MISE EN LUMIÈRE

Le Tour de France 2024 se prépare dès à présent dans les territoires et le Département est déjà pleinement mobilisé pour faire de ce rendez-vous une réussite. Au total, 189 kilomètres de routes départementales seront empruntées par le Tour, représentant 98 % du parcours emprunté par la Grande Boucle en Côte-d'Or. « *Bien qu'ASO, la société organisatrice du Tour de France, ne nous demande pas d'intervenir sur les routes départementales que les coureurs*

*empruntent, j'ai demandé aux services du Département de reconnaître les parcours et de remonter les améliorations qui pourraient être apportées, que ce soit concernant les couches de roulement ou les aménagements de sécurité (glissières, signalisation horizontale et verticale...). Nous avons d'ores et déjà prévu d'investir 1,5 million d'euros supplémentaires en 2024 pour la réfection des couches de roulement. In fine, ces aménagements bénéficieront à tous les usagers de la route », explique François Sauvadet.*

Le ticket global pour ces trois jours du Tour en Côte-d'Or, avec un départ, une arrivée et un contre-la-montre, incluant le montage des villages départ et arrivée, s'établit à 530 000 euros. Au-delà du défi sportif, le Tour de France promet des retombées économiques significatives. Durant trois jours, tous les paysages et le patrimoine de la Côte-d'Or vont défiler sur les télévisions du monde entier. Une magnifique mise en lumière pour le département. Le besoin en hôtellerie est évalué à 2 000 chambres par jour, la restauration et le commerce local profiteront assurément de l'afflux de visiteurs. À n'en pas douter, toutes les conditions sont réunies pour que le retour de la Grande Boucle dans le département, pour un Tour 100 % Côte-d'Or sur trois jours, soit une belle et grande fête populaire !

## LE TOUR 2024 EN CHIFFRES

189  
km

de routes départementales empruntées par le Tour

44

communes traversées lors du passage du Tour de France

3

jours de compétition en Côte-d'Or

+2000

nuitées dans les hôtels de la région



**1<sup>RE</sup> ÉTAPE****JEUDI 4 JUILLET**

Les coureurs entreront dans notre département par Corpeau, avant de traverser des villages situés sur la Côte viticole : Chassagne-Montrachet, Puligny-Montrachet, Meursault, Tailly et Merceuil. Après un rapide passage par la Saône-et-Loire, le Tour traversera Meursanges, Corberon, Labergement-lès-Seurre, Pouilly-sur-Saône, Auvillars-sur-Saône, Broin, Saint-Nicolas-lès-Cîteaux, Izeure, Longecourt-en-Plaine, Thorey-en-Plaine, Rouvres-en-Plaine, Fauverney, Neuilly-Crimolois, Sennecey-lès-Dijon, Longvic et arrivera à Dijon.

**2<sup>E</sup> ÉTAPE****VENDREDI 5 JUILLET**

C'est une étape inédite entre Nuits-Saint-Georges et Gevrey-Chambertin : le contre-la-montre individuel de la Route des Grands Crus et des Hautes-Côtes. Le Tour traversera Villars-Fontaine, Messanges, L'Étang-Vergy, Reulle-Vergy, Curley, Chambolle-Musigny et Morey-Saint-Denis.

**3<sup>E</sup> ÉTAPE****SAMEDI 6 JUILLET**

Le départ sera donné à Semur-en-Auxois, la ville la plus cycliste de Côte-d'Or. Avant de rejoindre la Haute-Marne, le peloton traversera les communes suivantes : Saint-Euphrone, Pouillenay, Brain, Posanges, Vitteaux, Villy-en-Auxois, Verrey-sous-Salmaise, Bligny-le-Sec, Saint-Seine-l'Abbaye, Vaux-Saules, Lamargelle, Poiseul-la-Grange, Échalot, Minot et Beneuvre.



AGENCE ÉCONOMIQUE RÉGIONALE

# BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ, TERRE DE LUXE

Seule région française à avoir développé des savoir-faire reconnus dans tous les domaines du luxe, la Bourgogne-Franche-Comté brille à l'international grâce à son art de recevoir et de vivre, mais aussi grâce à la qualité exceptionnelle de ses créations. Pour ce dossier spécial luxe, l'Agence Économique Régionale, véritable bras armé du Conseil régional de Bourgogne-Franche-Comté, dévoile nos savoir-faire d'exception.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquel, DR



**LA BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ EST À LA  
CINQUIÈME PLACE EN MATIÈRE D'ATTRACTIVITÉ  
DES INVESTISSEURS INTERNATIONAUX.**

MARTINE ABRAHAMSE-PLEUX, DIRECTRICE DE L'AER BFC

Martine Abrahamse-Pleux et Jean-Claude Lagrange, respectivement directrice et président de l'Agence Économique Régionale de Bourgogne-Franche-Comté.



**Décideur.** Les missions de l'Agence Économique Régionale Bourgogne-Franche-Comté sont nombreuses. Pouvez-vous nous les détailler ?

**Jean-Claude Lagrange.** L'Agence Économique Régionale de Bourgogne-Franche-Comté a été créée après la fusion des deux régions. Marie-Guite Dufay a décidé alors, en 2017, qu'il n'y aurait plus qu'une seule agence. Elle est composée de 48 personnes, basées physiquement à Besançon et à Dijon, mais avec des représentants dans tous les départements. L'agence a pour mission de fidéliser les entreprises déjà implantées sur notre territoire et de prospecter en France et à l'international pour en attirer de nouvelles. Nous sommes là pour faciliter la vie des entreprises de Bourgogne-Franche-Comté en les aidant dans leur développement, leur innovation, leur transition écologique et leur implantation. Notre objectif est d'accompagner et de soutenir le développement économique, l'emploi et l'attractivité économique des huit départements de la région.

**Martine Abrahamse-Pleux.** La Bourgogne-Franche-Comté est à la cinquième place en matière d'attractivité des investisseurs internationaux. Nous suivons un peu plus de 1 000 entreprises dans la région, nous implantons environ 90 entreprises par an et environ 150 projets d'investissement direct étranger.



## NOUS SOMMES LÀ POUR FACILITER LA VIE DES ENTREPRISES DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ.

JEAN-CLAUDE LAGRANGE, CONSEILLER RÉGIONAL ET PRÉSIDENT DE LAER BFC

**Dans l'inconscient collectif, la Bourgogne-Franche-Comté ne rime pas forcément tout de suite avec le luxe. Et pourtant... Que représente réellement cette filière en BFC ?**

**M.A-P.** Dans notre région, nous comptons de nombreuses filières stratégiques, comme l'alimentation, l'industrie, la santé – avec un particularisme sur les bio-thérapies –, la mobilité, l'énergie, l'hydrogène, la logistique et le numérique... La filière luxe et savoir-faire d'exception fait partie de

ces filières stratégiques. Elle rassemble 480 entreprises, dont une centaine labellisées Entreprise du patrimoine vivant (EPV). Cela représente 15 000 emplois et 1 000 artisans d'art. La Bourgogne-Franche-Comté, c'est avant tout la lunetterie, l'horlogerie, la bijouterie, la joaillerie, l'orfèvrerie, mais aussi la maroquinerie, qui connaît aussi un fort développement. C'est donc un tissu industriel dense, porteur de savoir-faire d'exception et constitué principalement de PME, dont beaucoup travaillent des composants ou des produits de sous-traitance micro-techniques.

**J-C.L.** À ce luxe de l'objet, s'ajoute le luxe expérientiel au travers des arts de la table, de la gastronomie, mais aussi le patrimoine d'exception avec pas moins de huit sites classés au Patrimoine mondial de l'Unesco. La Bourgogne-Franche-Comté possède un tissu économique principalement composé de PME, expertes dans de nombreux métiers, qui fabriquent dans la plus grande discrétion des composants, voire des produits, pour les plus grandes marques mondiales. Celles-ci, attirées par une main-d'œuvre formée et par des laboratoires de recherche spécialisés, ont implanté ici des sites de production et d'innovation.

**Pour entrer dans le détail, comment se segmente cette filière ? Et quels sont ses chiffres-clés ?**

**J-C.L.** Pour parler de la segmentation de la filière, nous sommes souvent considérés comme un territoire qui accueille beaucoup de sous-traitance, c'est vrai. Cela fait partie de notre savoir-faire, que ce soit en horlogerie ou en lunetterie. Et ces activités connaissent un fort développement. Si la sous-traitance s'est ainsi développée, c'est parce que notre région est reconnue pour ses compétences en matière de micro-techniques. Le salon spécialisé Micronora se tient tous les deux ans à Besançon et nous sommes aussi présents à l'EPHJ, qui est la grande place de la haute précision à Genève. Pour autant, nous commençons aussi à être identifiés par des marques propres qui aimeraient s'installer en Bourgogne-Franche-Comté. Si on segmente un peu les choses en termes d'emploi par exemple, les arts de la table représentent environ 550 personnes ; la bijouterie-joaillerie, ce sont 1 000 personnes aujourd'hui, mais probablement 1 500 personnes d'ici deux ans. En horlogerie, nous sommes quasiment à 4 000 personnes, dans la lunetterie 900, la maroquinerie 3 500. Dans la sous-traitance industrielle, 900 personnes travaillent dans la fabrication de pièces métalliques, 400 pour la filière pierre de Bourgogne. Le textile est aussi un secteur très important, surtout pour tout

ce qui est lié à l'hôtellerie et là nous comptons plus de 1 500 salariés. Pour le reste, ce qu'on appelle le « divers luxe », on dénombre environ 3 500 personnes.

**Quels sont les atouts de la région pour l'attractivité de cette filière ?**

**M.A-P.** L'un de nos atouts majeurs reste notre accessibilité, avec par exemple 15 allers-retours TGV Dijon-Paris par jour en 1h35. Mais, c'est surtout notre ADN industriel qui est marquant : 30 % de nos cadres travaillent dans l'industrie, contre environ 15 % au niveau national ; 23,5 % de nos salariés travaillent dans l'industrie, contre 15 % en France. Il y a aussi la qualité de notre enseignement supérieur et de notre recherche, ainsi que notre qualité de vie.

**J-C.L.** En Bourgogne-Franche-Comté, étudiants et apprenants peuvent compter sur des formations riches, ouvertes sur le monde de l'entreprise et centrées sur ses besoins. Cela va commencer dès l'enseignement secondaire, avec de nombreux lycées qui offrent des formations techniques et professionnelles sur les savoir-faire d'excellence. Nous pouvons par exemple citer le lycée Edgar Faure à Morneau, spécialisé dans l'horlogerie et la joaillerie. Nous avons véritablement un écosystème « formation et enseignement supérieur » lié aux métiers du luxe. Nous avons une licence luxe et micro-techniques qui s'est par exemple développée à Morneau et qui est toute récente. Un partenariat est d'ailleurs noué entre cet organisme de formation et les entreprises de la région. Le cursus « luxe et précision » de Supmicrotech-ENSMM de Besançon est une formation d'ingénieur par apprentissage. Il faut citer aussi l'Institut supérieur des beaux-arts, présent à Besançon, et l'École Nationale Supérieure d'Art de Dijon.

**Depuis 2019, l'AER est partenaire du Sommet du luxe. Que pouvez-vous nous dire de cet événement ?**

**M.A-P.** Nous avons engagé depuis trois ans une convention avec le Centre des talents et du luxe. Nous sommes présents au Sommet du luxe qu'ils organisent chaque année à Paris, pour montrer notre écosystème du luxe et attirer de nouveaux projets en Bourgogne-Franche-Comté. Le prochain Sommet du luxe, au cours duquel sont remis les Talents du luxe, a lieu le 28 mai 2024. Lors de cet événement, la région est fortement représentée, elle y bénéficie d'une très belle visibilité. Deux territoires seront aussi présents, le Grand Besançon Métropole et le Val de Morneau. Pour les Talents du luxe, nous avons toujours une dizaine de nominés et, l'an dernier, nous avons eu trois lauréats. C'est une belle récompense pour la région et cela donne l'occasion de mettre en avant notre écosystème.

CHIFFRES-CLÉS : LE LUXE EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

480

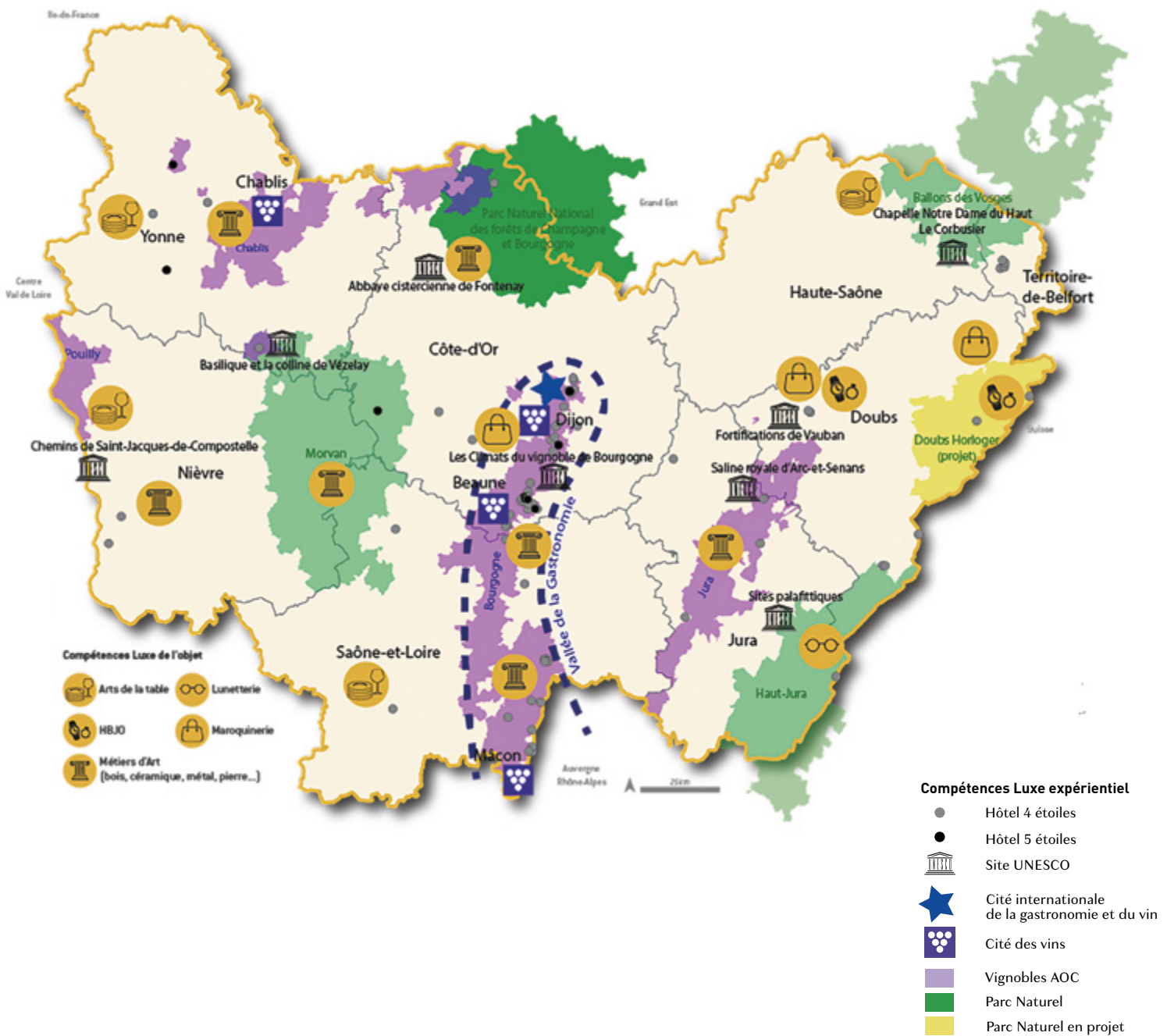
entreprises

15 000

emplois

1 000

artisans d'art



Sources: INAO, DREAL, ATOUT FRANCE  
Août 2020



## LA MANUFACTURE MEYNIER

Le Jura est le berceau de la tournerie sur bois et des métiers de l'usinage. La Manufacture Meynier, fondée il y a maintenant plus de 100 ans, en est sûrement l'un des plus illustres représentants. À sa tête, Thomas Gruget, un homme passionné, a repris l'entreprise, en 2022, à Jacques Meynier, représentant de la troisième génération à la tête de cette société éponyme. « Dès la création de l'entreprise en 1923, la famille Meynier a décidé de se spécialiser dans la fabrication de boutons. Au fil des années, l'activité s'est adaptée. Tout d'abord à l'arrivée des matières synthétiques, notamment la résine. Ensuite, il y a eu la délocalisation massive des activités textiles et de l'habillement. L'entreprise Meynier a finalement réussi à se maintenir en diversifiant son activité et en s'orientant vers le marché du luxe. » Aujourd'hui, les boutons estampillés Manufacture Meynier trouvent leur place dans les maisons de couture françaises les plus prestigieuses. « Nous avons les savoir-faire, les matériaux et la réactivité qui permettent de répondre à la créativité de nos clients ; à l'inverse, nous sommes aussi proactifs et nous pouvons aussi leur suggérer des idées. » Une entreprise jurassienne de 30 salariés qui murmure à l'oreille des plus grands du luxe, ça en impose. D'autant que la Manufacture Meynier ne fait pas que dans le bouton – qui représente environ 20 % de son chiffre d'affaires : elle produit aussi des accessoires pour la maroquinerie, des bouchons pour des flacons de parfums, des pièces de bijouterie, des packagings et des objets publicitaires. « Autre enjeu important pour nous : l'incorporation du raisonnement écologique dans la conception de nos pièces. Nous nous efforçons de proposer des solutions et des matériaux plus écologiques. »



DOSSIER LUXE



### La Manufacture Meynier

97, rue du Bourg Dessus, 39170 Lavans-lès-Saint-Claude

Tél. 03 84 42 12 84

[www.meynier.com](http://www.meynier.com)



## LA MANUFACTURE DE LONGCHAMP

Quand la haute couture et la céramique s'entremêlent, le résultat est somptueux. Soutenue par l'audacieux Philippe Orliac, la Manufacture de Longchamp a su préserver un patrimoine régional vieux de plusieurs siècles. Une histoire commencée en... 1366 avec une briqueterie qui fabriquait des carreaux et des tuiles en argile. Fondée bien plus tard en 1832, la manufacture de Longchamp se spécialise rapidement dans la production des assiettes. Aujourd'hui, elle s'installe sur une niche haut de gamme, celle des arts de la table, en particulier à destination de l'hôtellerie-restauration, dont beaucoup d'établissements étoilés. « J'ai relancé l'entreprise à Longchamp en 2016. Pendant le confinement, nous avons mis au point nos collections emblématiques comme les assiettes "fermeture éclair", des assiettes fendues, des modèles "cuir" qui deviendront par la suite nos pièces signatures. » Une singularité qui permet à la manufacture de s'affranchir de toute concurrence. À la croisée de la tradition et de la modernité, Philippe Orliac met un point d'honneur à préserver ce travail manuel de qualité.



### La Manufacture de Longchamp

2A, allée du Petit Pont à Longchamp

Tél. 06 35 53 23 93

[www.manufacturedelongchamp.com](http://www.manufacturedelongchamp.com)

# LE LUXE DE L'OBJET

## HORLOGERIE : PREMIÈRE RÉGION HORLOGÈRE DE FRANCE (60 % DES EFFECTIFS NATIONAUX, 34 % DES ÉTABLISSEMENTS, 4 000 SALARIÉS)

Avec ses près de 50 entreprises et plus de 2 000 salariés, la Bourgogne-Franche-Comté est la première région horlogère de France. Le Haut-Doubs est incontestablement le berceau de l'horlogerie à la française, juste à proximité de la frontière suisse. Son histoire, son organisation sociale et son architecture urbaine sont depuis plusieurs siècles marquées par l'économie horlogère. Au XVIII<sup>e</sup>, des ébauches aux horloges, des aiguilles aux pendules, des couronnes aux montres et des mécanismes aux baromètres, les fermes ateliers créent les machines et les outils nécessaires à la production des pièces d'horlogerie. Depuis, les savoir-faire horlogers ont donné naissance à un tissu dense de petites entreprises dont l'habileté et l'ingéniosité sont toujours très recherchées. Aujourd'hui, deux musées horlogers sont d'ailleurs présents sur le territoire du val de Morneau : le musée de l'Horlogerie à Morneau et le musée de la Montre à Villiers-le-Lac.

C'est une histoire de longue date entre Besançon et l'art du temps. Plus précisément depuis la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, lorsque des horlogers suisses s'installèrent dans la capitale franc-comtoise pour ouvrir leurs premiers ateliers. C'est surtout grâce à la création d'une manufacture d'horlogerie, à cette époque, par le Genevois Laurent Mégevand, que Besançon deviendra la capitale de l'horlogerie française. Malgré une période de crise, dans les années 1970, l'horlogerie reste tout de même très présente dans la ville, avec de très grandes marques, et voit se développer une nouvelle génération d'horlogers bien décidés à écrire une nouvelle page de l'histoire horlogère bisontine.



© Laurent Chevret

Manufacture Peignnet.



© Laurent Chevret

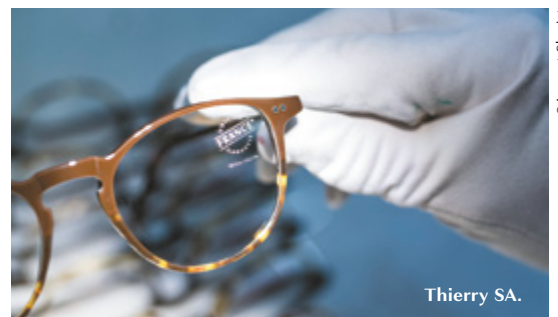
Silvant.

## BIJOUTERIE - JOAILLERIE : 1 500 SALARIÉS À HORIZON 2026, 41 ÉTABLISSEMENTS

Dans le sillage de l'horlogerie, la bijouterie-joaillerie s'est développée dans la région de façon non négligeable. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, le travail du diamant et des pierres précieuses a donné naissance à une industrie diamantaire qui a employé près de 1 500 ouvriers. Aujourd'hui encore, d'anciens ateliers continuent de perpétuer le savoir-faire bisontin et régional.

## LUNETTERIE : 900 SALARIÉS, 44 ÉTABLISSEMENTS

Les lunettes existent depuis des siècles et des siècles, mais il est, au cœur des montagnes françaises, un lieu historique où le savoir-faire lunetier s'est développé : le Haut-Jura. Progressivement, les ateliers à domicile se métamorphosent en petites entreprises, puis en industries spécialisées qui font rayonner et briller l'artisanat français. Pas étonnant dès lors que de grands créateurs français comme Sabine be et Plein les Mirettes aient choisi de faire confiance à des entreprises de lunetterie jurassiennes. Parmi les lieux incontournables, Morez est la capitale internationale de la lunette et Moirans-en-Montagne celle du travail du bois. Quant à Saint-Claude, elle fut celle du diamant.



© Laurent Chevret

Thierry SA.



# ET DE L'EXPÉRIENCE



Atelier Hermès.

## MAROQUINERIE : 4 000 SALARIÉS À HORIZON 2026, 44 ÉTABLISSEMENTS

À partir de 1752, les horlogers suisses s'installent dans le comté de Montbéliard, venant ainsi compléter les activités agricoles, métallurgiques et textiles qui dominaient alors l'économie. Les habitants se forment, s'installent sur leurs terres et commercent avec la Suisse. Depuis le XIX<sup>e</sup> siècle, l'automobile a remplacé l'horlogerie. En 2013, l'annonce de la création de deux nouvelles manufactures par Hermès apporte une nouvelle diversification dans la stratégie économique : le pays de Montbéliard devient « pôle maroquinier ». Soutenue par les collectivités, la constitution de ce pôle, qui vise l'excellence, s'appuie très fortement sur son offre de formation.

Au XXI<sup>e</sup> siècle, la maroquinerie connaît une croissance soutenue. Au cœur de l'Auxois, en Côte-d'Or, en Haute-Saône ou au milieu des sapins du Doubs, les ateliers se créent et prospèrent.

## ARTS DE LA TABLE : 550 SALARIÉS, 16 ENTREPRISES

Bien recevoir, c'est tout un art, et pour cela, la Bourgogne-Franche-Comté est reine. À commencer par la Nièvre, l'un des hauts-lieux de la céramique depuis le XVI<sup>e</sup> siècle. À titre d'exemple, la commune de Saint-Armand-en-Puisaye bénéficie d'un sol offrant une argile d'une grande qualité, ce qui fait d'elle un centre important de l'industrie de la poterie. Au début du XX<sup>e</sup> siècle, la région de Digoïn et de Paray-le-Monial, baptisée « vallée de la céramique », abritait une quarantaine de manufactures. Dans cet esprit, des créateurs s'appuient sur le travail traditionnel, comme la Manufacture de Digoïn, la Faïencerie Georges à Nevers ou encore la Manufacture de Longchamp, pour créer des modèles innovants et au goût du jour. Le verre trouve aussi ses lettres de noblesse sur le territoire en étant travaillé depuis le XV<sup>e</sup> siècle à Passavant-La-Rochère.



Manufacture de Longchamp.



Cité internationale de la gastronomie et du vin.

## GASTRONOMIE : 65 HÔTELS CLASSÉS LUXE (4 OU 5 ÉTOILES), 36 RESTAURANTS ÉTOILÉS

Il ne pouvait en être autrement. Avec un tel héritage culturel, reconnu par l'Unesco, Dijon est aujourd'hui devenue l'une des plus grandes ambassadrices de la gastronomie en France et dans le monde. La capitale des ducs de Bourgogne se singularise en mettant en avant le patrimoine culinaire français grâce à sa Cité internationale de la gastronomie et du vin. Elle valorise aussi avant tout la culture du vin, et plus précisément les fameux Climats du vignoble de Bourgogne, grâce à l'une des plus grandes caves du monde, riche de plus de 3 000 références.

Le groupe Vatel, leader mondial dans l'enseignement de la gestion de l'hôtellerie et du tourisme, s'implante en Bourgogne, en inaugurant un campus réparti sur deux sites, l'un à Quetigny et l'autre à Dijon. Il accueillera près de 450 étudiants désireux de se former aux métiers de la restauration, de l'hôtellerie et de la cuisine.

Et puis comment oublier la célèbre route des grands crus ? La Bourgogne se révèle enfin avec un centre d'interprétation des Climats et sa Cité des vins : 14 hectares entièrement dédiés aux précieux breuvages bourguignons, une tour de 22 mètres, des restaurants éphémères avec de prestigieux chefs aux commandes, et bien sûr la possibilité de déguster quelques-uns des 1 247 Climats.

# L'AUDACE SUR-MESURE

L'excellence à la française rencontre le savoir-faire local ! Les décideurs bourguignons-franc-comtois méritaient des costumes sur-mesure, c'est désormais possible à Dijon. Dans un esprit audacieux, la maison de tailleur Auguste trouve sa place dans le vestiaire des hommes d'affaires les plus chics. Plongée dans l'univers d'un artisan dijonnais talentueux, qui place le souci du détail au cœur de son expertise.

Texte : Marc Perrin / Photographie : Jonas Jacquelin



Mickaël Leblanc, Directeur Style et Mesures chez Auguste.





**O**n ne sait pas quoi regarder en premier quand Mickaël Leblanc ouvre les portes de sa boutique moderne et épurée, dans le passage Darcy, vêtu d'un impeccable costume trois-pièces parfaitement ajusté.

*surtout qui le mette en valeur.* » La métaphore de la gastronomie arrive comme une évidence : « *Nous faisons le choix de considérer notre boutique sur-mesure comme un restaurant étoilé. Ici, ce n'est pas à la carte. Mon rôle, c'est de savoir écouter, de comprendre qui vous*

*beaucoup de nos clients, c'est aussi la première fois qu'ils s'autorisent à porter le costume de leurs rêves. Nous voulons des mariés magnifiques, qui soient fiers de leur costume, comme les mariées sont fières de leur robe* », soutient Mickaël. Les attentes autour de ce genre de pièce sont d'autant plus fortes qu'elles viennent consacrer un moment symbolique : un défi auquel le tailleur entend bien répondre. « *Nous nous tenons au courant des dernières tendances du luxe, nous observons, nous nous inspirons. Nous aspirons à être précurseurs.* » L'ouverture est imminente : courant mars, les premiers costumes sortiront de l'atelier. Deux mois sont nécessaires entre le premier rendez-vous et le rendu final : « *Tenir des délais si serrés relève du défi quand on voit le travail nécessaire, mais nous sommes bien rodés et le carnet de commandes se remplit déjà. Pour les plus pressés, nous pouvons envisager d'être encore plus rapides, au cas par cas. Il y avait une forte demande sur le territoire, notamment sur le volet business* », souligne le Directeur Style & Mesures. Et les costumes ne sont pas les seuls produits proposés : « *Pour donner du sens à notre offre, nous avons aussi étendu notre champ de compétences aux vestons, aux pantalons, évidemment, mais aussi aux chemises, trop souvent oubliées. On peut rester professionnel tout en ayant un style à toute épreuve !* » De quoi offrir de belles idées aux décideurs... et aux autres.

## NOS MOTS D'ORDRE : ÉLÉGANCE, SINGULARITÉ, AMBITION.

MICKAËL LEBLANC, DIRECTEUR STYLE & MESURES CHEZ AUGUSTE

À cette adresse du cœur de ville de Dijon, dans une ambiance intimiste, vous allez vivre l'expérience du tailleur sur-mesure, comme dans les plus belles maisons de luxe parisiennes. Ici des tissus d'exception passent entre les meilleures mains. « *Les compromis, ce n'est pas mon genre* », résume le tailleur.

### ENGAGEMENT ET TRANSPARENCE

Ceux qui voudront porter l'audace, l'ambition ou un look à la *Suits* trouveront leur bonheur dans cette nouvelle adresse du centre-ville. « *Nous travaillons avec les meilleurs fabricants de tissus anglais et italiens, ce qui nous assure une gamme de plusieurs centaines de références, du costume business, chic et confortable au quotidien, au classique trois-pièces du marié, élégant et raffiné.* » Pour autant, hors de question de devenir un catalogue de pièces à personnaliser. « *On laisse ça aux autres !* », confirme le Directeur Style et Mesures. La signature maison : le conseil. Pour s'offrir un costume signé Auguste, il faudra donc prendre rendez-vous avec Mickaël et se dévoiler un peu. « *C'est une condition nécessaire pour que chaque client reçoive un costume qui lui ressemble, mais*

*êtes, ce que vous n'aimez pas, et de vous faire redécouvrir ce que vous aimez avec encore plus de saveur et d'intensité* », s'amuse le directeur. La qualité et le savoir-faire sont ainsi au cœur de l'ADN de la marque. Un savoir-faire d'autant plus local que la boutique a été créée à Dijon, par des Dijonnais qui veulent faire vivre le tissu économique de leur région. « *Nous voulons offrir le meilleur à nos clients, sans qu'ils aient besoin d'aller à Paris ou à Lyon. Chez nous, pas de costumes thermocollés comme on peut trouver dans le prêt-à-porter : ça ne dure pas dans le temps et le costume n'a pas de tenue. On ne fera que du semi-entoilé et de l'entoilé total, gages de qualité.* » Pour garantir cette excellence, Auguste présente des offres à partir de 700 euros pour le costume deux-pièces et de 120 euros pour la chemise : un prix abordable pour de l'élégance sur-mesure.

### AVIS AUX FUTURS MARIÉS AUDACIEUX

Si les costumes *business* occupent largement les équipes de la Maison Auguste, les costumes de mariage tiennent aussi une grande place dans l'atelier. « *Le mariage est toujours une occasion unique et, pour*



**Auguste**  
18, passage Darcy à Dijon  
Tél. 07 81 98 45 93  
[www.auguste-tailleur.fr](http://www.auguste-tailleur.fr)

# LE LUXE DE L'EXPÉRIENCE

Chic, contemporain, en avance sur son temps, le Grand Hôtel La Cloche mise sur l'expérience client pour parfaire le séjour des touristes comme des locaux. Suivez le guide !

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel, DR

**L**e Grand Hôtel La Cloche aime les Dijonnais, qui, par bon goût naturel, le lui rendent bien. Quand Antoine Muñoz, directeur du seul cinq étoiles de la cité ducale, parle de son établissement, il évoque d'abord « *un hôtel qui appartient aux Dijonnais* ». Dans son histoire, il fut même sauvé de la destruction grâce à ces derniers, qui firent classer sa façade aux monuments historiques. Joyau du patrimoine local qui veille sur la place Darcy depuis les années 1880, le Grand Hôtel La Cloche a, depuis sa fondation, bien évolué et a su s'adapter

à son époque et à son territoire. Sa façade Belle Époque contraste avec un décorum intérieur moderne, qui n'a pas perdu sa petite touche Art Déco. Hôtel d'expériences par excellence, La Cloche compte en son sein un magnifique spa, un bar proposant de nombreuses soirées à thème, une boutique de vin – le 20 by La Cloche, un restaurant gastronomique - les Jardins by La Cloche, une salle de cinéma, un brunch dominical et un grand bar où l'on vient profiter d'un verre entre amis ou des nombreuses soirées à thèmes organisées par la maison.



## LES CHAMBRES ET LES SUITES, « COMME À LA MAISON »

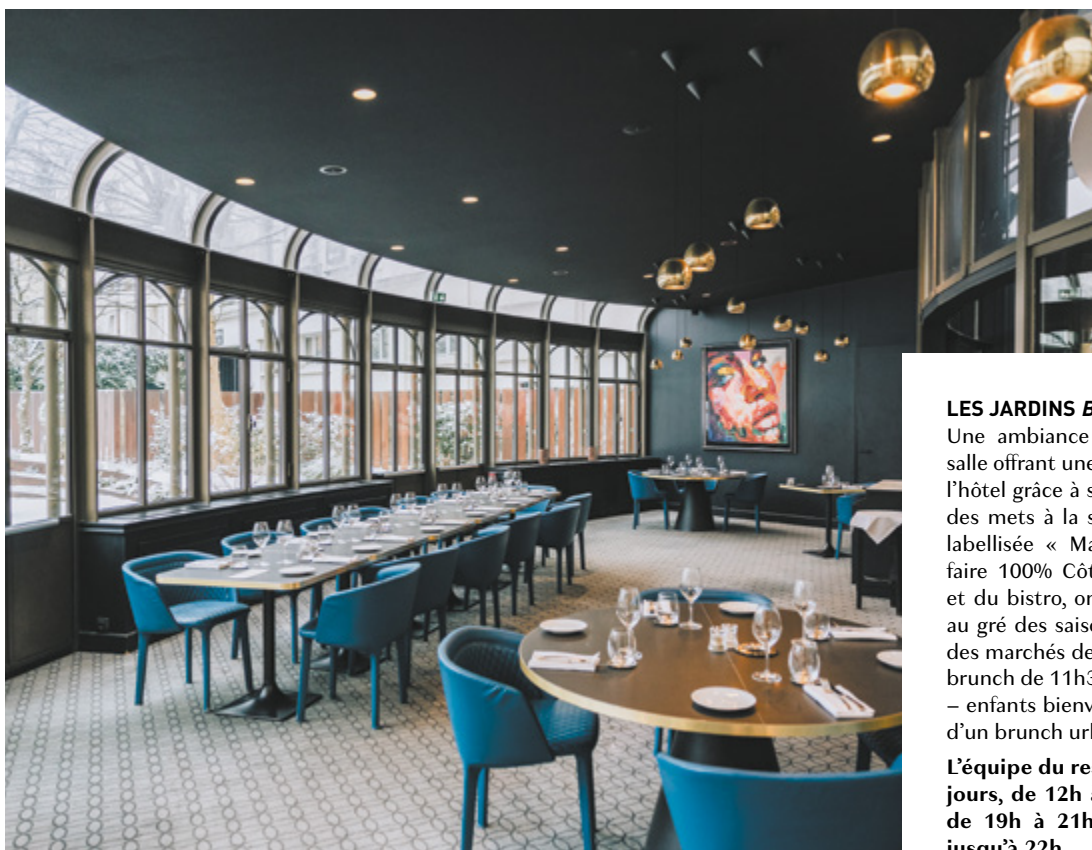
Une décoration chaleureuse qui vient subtilement faire écho à notre patrimoine, avec des notes rouge de Bourgogne et crème de cassis, ainsi que des matériaux nobles et intemporels. Avec ses 84 chambres, La Cloche est un établissement à taille humaine où la personnalisation du service est le maître mot. Depuis la rentrée, l'étage des suites a intégralement été rénové ; ces mêmes chambres rendent une fois de plus hommage à la Bourgogne en prenant le nom d'appellations viticoles prestigieuses. Ainsi, on profite des magnifiques suites Chambertin et Musigny avec leurs belles mezzanines ; on se délecte de la vue sur la place Darcy depuis la Clos Vougeot ; on se détend dans la grande baignoire ronde de la Romanée Conti ; et on apprécie les vastes espaces de la suite présidentielle Montrachet (100 mètres carrés).

## LE BAR BY LA CLOCHE, « TRENDYCHIC »

C'est le lieu tendance de la ville pour venir prendre un café ou boire un verre entre amis dans une ambiance calme et intimiste. Le bar by La Cloche est le cadre d'événements culturels prisés : soirées jazz *Swing Time*, rencontres littéraires...

**Ouvert tous les jours de 10h à 23h, et jusqu'à minuit les vendredi & samedi.**





### LES JARDINS BY LA CLOCHE, « DÉLICE LOCAL »

Une ambiance chic et décontractée dans une salle offrant une vue imprenable sur les jardins de l'hôtel grâce à sa large baie vitrée. Ici, on savoure des mets à la sauce bourguignonne d'une carte labellisée « Maître-Restaurateur » et « Savoir-faire 100% Côte-d'Or ». À la croisée du gastro et du bistro, on profite d'une cuisine qui évolue au gré des saisons, sublimant des produits issus des marchés de Dijon. Et chaque dimanche, c'est brunch de 11h30 à 14h ! Entre amis ou en famille – enfants bienvenus –, venez vous offrir le plaisir d'un brunch urbain, convivial et gourmand !

**L'équipe du restaurant vous accueille tous les jours, de 12h à 14h et du dimanche au jeudi de 19h à 21h30. Le vendredi et le samedi jusqu'à 22h.**



### LE SPA BY LA CLOCHE, « HAVRE DE PAIX »

Prendre le temps de prendre le temps, voilà tout l'ADN de cet écrin de bien-être qui s'organise en plusieurs salles : trois salles de soins (dont une duo), un espace sensoriel de 80 mètres carrés équipé d'un bain de relaxation avec jets massants, un bassin avec ligne de nage à contre-courant, une douche multi-sensorielle, un sauna et un hammam.

**Ouvert de 10h à 20h, du lundi au samedi et le dimanche de 10h à 14h (16h sur demande).**



### LE 20 BY LA CLOCHE, « L'ÂME DE LA BOURGOGNE »

À la croisée d'une boutique, d'une cave et d'un espace de dégustation, le 20 by La Cloche vient parfaire l'expérience hôtelière avec une sélection de vins d'ici et d'ailleurs. Les plus hésitants bénéficieront des conseils avisés de Charles-Antoine Musitelli, responsable de la boutique. Des moments de dégustation sont aussi proposés pour la clientèle de l'hôtel ainsi que la clientèle extérieure.

**Ouvert du mardi au vendredi de 15h à 21h et le samedi de 10h à 19h.**



Grand Hôtel La Cloche  
14, place Darcy à Dijon  
[www.hotel-lacloche.fr](http://www.hotel-lacloche.fr) / Tél. 03 80 30 12 32





JOAILLERIE CINQ C

# DE LA MINE À L'ÉCRIN

Tracer les pierres précieuses, préserver les ressources naturelles, améliorer les conditions de travail des miniers... Ces enjeux capitaux s'inscrivent au cœur de la philosophie de la Joaillerie Cinq C, à Dijon.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquel



La réalité du terrain, Clémentine Dole a pu la constater de ses propres yeux, dès son plus jeune âge. À six ans, elle effectue son premier voyage à la frontière du Cambodge. Immédiatement, elle développe une passion pour les pierres précieuses, sur lesquelles elle porte bientôt un œil aguerri. « On peut dire que j'ai appris sur le terrain, que ce soit au Sri Lanka,

## LE FAIT DE SAVOIR OÙ UNE PIERRE A ÉTÉ EXTRAITE REND L'HISTOIRE D'UN BIJOU TELLEMENT PLUS BELLE.

CLÉMENTINE DOLE, GÉRANTE DE LA JOAILLERIE CINQ C

en Thaïlande, au Cambodge, en Inde... Ce sont des expériences de vie qui forgent le caractère, qui permettent de prendre énormément de recul, de gagner en maturité et de voir les pierres différemment. » Un attrait qu'elle développe aux côtés de son père, Marc. Expert en investigation, ce dernier a aussi été à l'initiative du « Fair Gems Process ». Cette charte internationale, qui concerne les pierres précieuses de couleur, est aussi un appel aux administrations pour soutenir l'industrie qui respecte les principes du développement durable. Ce processus prévoit cinq engagements pour garantir des pierres précieuses « propres » (voir le tableau ci-dessous).

### ENGAGEMENT ET TRANSPARENCE

Cinq engagements donc, pour Cinq C. Mais le nom de la joaillerie dijonnaise renvoie surtout aux différentes caractéristiques qui font la qualité d'un diamant : carat (poids), *clarity* (pureté), *color* (couleur) et *cut* (taille). « Le cinquième C correspond à tout notre "concept" de traçabilité des pierres précieuses », explique la jeune femme. Le fait de savoir où une pierre a été extraite exactement rend l'histoire d'un bijou tellement plus belle. Il est même possible de faire le chemin en sens inverse en partant des mines d'extraction. » Cinq C s'engage aussi auprès d'une association basée au Sri Lanka, qui propose à une quinzaine de jeunes, issus des familles les plus défavorisées, une formation et un diplôme de tailleur de pierre. Dans sa boutique, Clémentine propose des créations uniques avec une large gamme de pierres fines et pierres précieuses issues directement des différents pays producteurs. Émeraudes, saphirs, rubis, opales, pierres de lune, calcédoines, citrines, topazes, aigues-marines, diamants... Chez Cinq C, vous avez la possibilité de choisir une pierre et de suivre son histoire pour ensuite écrire la vôtre. Pour compléter l'expérience client, Clémentine propose aussi des sacs, foulards, bijoux et de la maroquinerie de luxe.

### LES 5 ENGAGEMENTS DE CINQ C

- 1. TRAÇABILITÉ GARANTIE** : « Fair Gems Process » garantit au consommateur final que chaque pierre certifiée peut être entièrement retracée, et qu'aucune amélioration des traitements n'a été appliquée à la pierre (irradiation, colorants, laser...). Le processus vérifie chaque gemme à l'aide de son laboratoire et de ses experts.
- 2. SOLIDARITÉ AVEC LE PLUS DÉPOURVU** : En cherchant à redistribuer plus de valeur, cette charte va plus loin dans le commerce équitable en fournissant aux plus démunis (dans ce cas les mineurs), un fonds de solidarité en cas de crise grave (financière, climatique, économique). Ce fonds est constitué en ponctionnant 0,5 % sur toute vente effectuée au sein du « Fair Gems Process ».
- 3. PROMOUVOIR LES DIFFÉRENTES PARTIES** : La promotion de la charte aidera les producteurs, les mineurs, les tailleurs et les négociants à développer leur activité et à accroître leurs revenus. L'objectif est d'encourager le commerce par des accords internationaux et de donner aux acteurs une meilleure visibilité sur leur travail.
- 4. SOUTIEN POUR L'ÉDUCATION** : L'objectif mis en place est de soutenir des projets de formation, lutter contre l'analphabétisme, aider à mettre en place des écoles dans les villes et villages et ainsi promouvoir la formation des jeunes adolescents à la taille des pierres précieuses.
- 5. SENSIBILISATION DU CONSOMMATEUR** : Dans le but de promouvoir le commerce équitable, le « Fair Gems Process » s'engage à sensibiliser les consommateurs aux avantages de cette approche, de manière à les inciter à consommer durablement, dans le cadre d'une réelle traçabilité des pierres, et une transparence sur le processus de fabrication des bijoux.



**Joaillerie Cinq C**  
15, rue Piron à Dijon  
Tél. 03 45 34 17 70 - [cinqjoaillerie@gmail.com](mailto:cinqjoaillerie@gmail.com)





LIGNE TERTIAIRE

# L'AMÉNAGEMENT AU SERVICE DE LA PERFORMANCE



Pour Valérie Marey, gérante de Ligne Tertiaire depuis 2008, le challenge est de taille : proposer des espaces de travail optimisés pour répondre aux besoins de productivité et de bien-être des entreprises.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquiel, Nicolas Salin

**A** lors que le télétravail a totalement bouleversé nos parcours professionnels, beaucoup d'entreprises ont décidé de repenser leurs espaces de travail et démontrent que les salariés peuvent œuvrer en vivant une réelle expérience de bien-être au travail. Mais il faut bien l'avouer, le lieu idéal est une perle rare : il doit être convivial, accessible, beau, doit libérer la créativité et encourager la productivité... Un fil conducteur pour Valérie Marey, gérante de Ligne Tertiaire depuis 2008. Rigoureuse et passionnée, cette autodidacte, grosse bosseuse, a fait sien l'adage : « Un travail sain dans un environnement sain ». Elle-même *space planner* et designeuse d'espace, elle met son savoir-faire – le sien et celui de son équipe – au service des entreprises.



## NOTRE MÉTHODOLOGIE SE BASE SUR LA COMPRÉHENSION DE LA CULTURE DE L'ENTREPRISE.

VALÉRIE MAREY, GÉRANTE DE LIGNE TERTIAIRE

### AU BUREAU COMME À LA MAISON

Présentés comme un grand *showroom* immersif, les locaux de 300 mètres carrés de Ligne Tertiaire à Dijon sont, à eux seuls, la preuve que forme et fonction font parfois bon ménage. « Entrer dans un espace de travail signé Ligne Tertiaire, c'est profiter d'une atmosphère unique. Nous proposons des idées innovantes d'agencement d'espaces de travail. En faisant visiter nos locaux, nous invitons les entreprises à s'immerger dans un design soigné et une ambiance propice à la performance, et à optimiser les espaces », explique Valérie. Parmi les nombreux projets locaux ou internationaux réalisés par l'agence, nous pouvons citer l'aménagement des 11 500 mètres carrés de locaux de Sonceboz (570

postes de travail), une entreprise installée dans la ville suisse de Sonceboz-Sombeval, celui réalisé pour la SCI Rocard Immo à Dijon (130 postes de travail sur 3 390 mètres carrés) ou encore la rénovation des 25 agences de la Caisse d'Épargne de Bourgogne-Franche-Comté.

### LE SOUCI DU DÉTAIL

« Notre méthodologie se fonde sur la compréhension de la culture de l'entreprise, de son fonctionnement et des attentes des collaborateurs, ce qui nous permet de créer des espaces individuels ou communs à l'identité forte, que ce soit pour le travail ou la convivialité, explique Valérie Marey. À cela, nous ajoutons également l'architecture des locaux pour proposer des couleurs, des matières et de l'éclairage adapté, mais aussi traiter le confort acoustique et thermique ou encore les contraintes techniques pour que les locaux soient parfaitement aux normes. » De l'approche globale des locaux (*macrozoning*) à l'implantation des espaces (*microzoning*), Ligne Tertiaire accompagne ses clients de manière individualisée. Une vision à 360 degrés qui prend en compte chaque aspect, de la conception ergonomique et esthétique des espaces aux solutions de digitalisation, en passant par la localisation des espaces de travail pour favoriser les synergies. « Directeur de projet, designer d'espace, expert en mobilier, *space planner*, assistant à maîtrise d'ouvrage, suivi de chantier sont autant d'expertises proposées par notre équipe. Ce qui fait de Ligne Tertiaire une structure unique dans la région », précise Valérie. Pour aller plus loin, l'agence a même mis en place un laboratoire utilisant la réalité virtuelle. Une technologie immersive grâce à laquelle les clients peuvent se projeter dans leurs futurs espaces de travail, à l'aide d'un casque de réalité 3D. De quoi offrir de belles perspectives.



**Ligne Tertiaire**  
5, avenue de Dallas à Dijon  
Tél. 03 80 29 97 05  
admin@lignetertiaire.fr

# LUXE & COMMUNICATION



De prime abord, la communication du luxe semble être un territoire déjà bien exploré. De prime abord seulement, car le luxe en communication transcende la simple transmission d'informations pour devenir une expérience sensorielle raffinée à part entière. Ophélie Duthu, directrice des opérations au sein de l'agence dijonnaise Propulse et adhérente du Cerclecom, le cercle des professionnels de la communication de Bourgogne-Franche-Comté, livre ici son analyse sur le sujet.

Texte : Ophélie Duthu / Photographie : Jonas Jacquiel

**L**es marques positionnées sur le segment du luxe s'investissent dans une véritable course à l'exigence pour créer (et défendre) leurs univers singuliers et captivants. Explorons quatre des nombreux enjeux de la communication du luxe...

## 1. LE PARADOXE D'UNE SIMPLICITÉ EXCEPTIONNELLE

Haut de gamme, prestige et *premium* partagent une fondation commune : l'élégance, cette qualité intemporelle qui transcende les tendances éphémères. L'élégance transmet la promesse d'une qualité et d'un savoir-faire exceptionnels qui s'expriment dans les campagnes publicitaires, les packagings sophistiqués ou encore les sites web au design épuré. C'est un art subtil que de communiquer dans la plus pure simplicité, sans les artifices qui sont l'apanage de la publicité.

## 2. SE RACONTER AVEC FINESSE ET CONSTANCE

La mise en récit ou *storytelling* joue un rôle déterminant dans l'art de la séduction déployé par les marques du luxe. Le luxe se raconte avec finesse : les marques mettent en avant leur héritage, leurs artisans talentueux et les matériaux de haute qualité utilisés dans la fabrication de leurs produits. Les récits de l'artisanat et du savoir-faire deviennent des éléments clés de la communication, créant une connexion profonde et une connivence émotionnelle avec les consommateurs qui apprécient la perfection dans les moindres détails.

## 3. UNE EXPÉRIENCE MULTICANALE REMARQUABLE

L'harmonie et la subtilité caractérisent invariablement la communication du luxe. Les marques investissent dans des stratégies qui permettent aux clients de passer sans effort du monde virtuel au monde réel,

créant une continuité fluide. De la boutique physique à l'application mobile personnalisée, l'expérience client est repensée pour offrir une immersion totale, où chaque interaction renforce le lien émotionnel avec la marque. Chaque interaction avec le client est considérée comme précieuse et doit être empreinte de raffinement, de manière à consolider le positionnement sur le marché et dans le cœur des consommateurs.

## 4. INTEMPORALITÉ ET INNOVATION DE RUPTURE

Se renouveler dans la continuité est un challenge des marques qui évoluent sur un fil ténu entre les tendances et la constance. En matière de luxe, il s'agit d'inspirer, de créer la tendance plutôt que de la suivre. La mission est donc pleine de sens car, avec leur communication, les marques du luxe ont le pouvoir de façonner la société. L'exploration du *metavers* ou l'utilisation de l'intelligence artificielle viennent habilement compléter une vision iconisée des produits des marques de luxe. Aujourd'hui, la communication de luxe évolue vers une transparence accrue, mettant en lumière les processus de fabrication et l'origine des matériaux. Les consommateurs préfèrent des marques qui incarnent des valeurs durables.

En adoptant des approches créatives et novatrices, les marques de luxe continuent de redéfinir les normes de la communication, élevant l'expérience du consommateur à des sommets inégalés. Finalement, la communication de luxe transcende le simple acte de vendre des produits pour offrir une expérience immersive qui laisse une empreinte durable dans l'esprit et le cœur des clients privilégiés.



CercleCom  
www.cerclecom.com



Votre Département s'engage pour la réduction de gaz à effet de serre

Le Département  
vous accompagne

de **200 €**  
à **400 €\***

dans votre transition  
au bioéthanol ou au GPL !

Retrouvez les détails et conditions d'attribution sur [cotedor.fr](http://cotedor.fr)

SADDE COMMISSAIRES-PRISEURS

# L'OCCASION DU LUXE



EN OFFRANT AUX OBJETS MIS EN VENTE  
UNE SECONDE VIE, LA DÉMARCHE SE FAIT  
ÉCORESPONSABLE.

CHRISTOPHE SADDE, DIRECTEUR DES HÔTELS DES VENTES SADDE



Les hôtels des ventes Sadde et leurs commissaires-priseurs ont, plus que quiconque, l'habitude du mobilier d'art, des pièces de joaillerie et des œuvres picturales renommées. Les ventes de prestige font la fierté de cette maison familiale créée en 1908, dont le directeur, Christophe Sadde, porte un regard singulier sur son activité. Désormais présente à Lyon et à Chaumont, cette maison dijonnaise voit dans les ventes aux enchères qu'elle propose un moyen de rendre accessible le luxe ou le matériel professionnel au plus grand nombre.

Texte : Alban Salmon / Photographie : Jonas Jacquiel

« **C**e matin, nous avons proposé à la vente une toile de maître après une télévision dernière génération et une collection de sacs à main de luxe », s'amuse Christophe Sadde, que nous retrouvons dans son hôtel des ventes, à deux pas de la place du 30 Octobre, à Dijon. Au 13 rue Paul-Cabet, les ventes se succèdent mais ne se ressemblent pas. Les objets mis aux enchères ont tous une histoire, et c'est toujours plus ou moins facilement que l'on s'est détaché d'eux. Aujourd'hui, les enchérisseurs présents dans la salle des ventes se consolent : le malheur des uns va faire le bonheur des autres.

#### UNE AUBAINE POUR LES PROFESSIONNELS ET LES AMATEURS DE BIENS D'EXCEPTION

S'ils n'ont pas succombé à une pièce rare, ceux qui remporteront les enchères auront au moins l'assurance d'avoir fait une bonne affaire. Car ce n'est pas partout qu'on peut bénéficier d'une expertise, celle des commissaires-priseurs, expertise portant sur la qualité des objets comme sur leur prix. Pour l'un des enchérisseurs, « acheter en salle des ventes, c'est s'assurer de tarifs quadrillés, loin des lubies de certains vendeurs en ligne ». Pour un autre, c'est « se donner les moyens d'acheter d'occasion avec la sécurité d'une expertise ». Dans tous les cas, il semble que le calcul soit le bon. Dans les hôtels des

ventes Sadde, les professionnels sont également les bienvenus. Lorsqu'une liquidation d'entreprise a lieu, il peut être proposé en salle des ventes du matériel professionnel, en quantité parfois importante. Souvent de bonne qualité et durable, le matériel professionnel séduit aussi bien souvent certains particuliers soucieux de se fournir en équipement haut-de-gamme.

#### DES PRIX ATTRACTIFS POUR DÉMOCRATISER LA QUALITÉ

« Les enchères sont un moyen de proposer à chacun des produits que certains particuliers et professionnels ne pourraient bien souvent pas s'offrir neufs, souligne Christophe Sadde. Récemment, sur du matériel de boulangerie qui n'avait que très peu servi, on avait déjà 20 % de décote. » Avec une décote moyenne par rapport au prix du neuf de 50 à 60 %, les bonnes affaires sont légion dans une salle des ventes. En proposant, pour du matériel de bonne qualité ou des biens de luxe, des prix accessibles grâce à la seconde main, les hôtels des ventes Sadde permettent à leurs acheteurs de monter en gamme sans difficulté. Quant aux honoraires des commissaires-priseurs, ils peuvent être, pour ce qui est de la part retenue au vendeur, négociés avec les clients lorsqu'il s'agit de ventes dites « volontaires ». En revanche, lorsqu'il s'agit de biens en liquidation, les commissaires-priseurs retrouvent leur rôle de commissaires de justice désignés par le tribunal de commerce ou le tribunal judiciaire : « Dans ce cas, nos frais sont réglementés et se conforment à la loi, précise Christophe Sadde, mais, lorsque le vendeur et l'acquéreur y sont assujettis, la TVA, elle, est récupérable ». Dans un contexte économique marqué par l'inflation, il ne fait aucun doute que la seconde main a de beaux jours devant elle. Particuliers comme professionnels trouveront à coup sûr leur compte en salle des ventes. L'occasion, peut-être, de s'offrir du luxe à petit prix.



**Hôtel des ventes Sadde**  
13, rue Paul-Cabet à Dijon  
www.sadde.fr / Tél. 03 80 68 46 80



Toutes les ventes des hôtels des ventes Sadde sont à retrouver sur leur site.

# LE LUXE À LA SCANDINAVE

Référence en matière de mobilier design, BoConcept habille vos bureaux avec l'élégance qu'on lui connaît. Un côté intemporel à la scandinave qui n'est évidemment pas pour nous déplaire. Petite sélection des incontournables à shopper.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquel, DR



**L**e confinement est passé par là. Aujourd'hui, exit les bureaux ou lieux de travail aseptisés. On veut du beau, du chic, de l'épuré, de l'élégant, mais surtout des meubles qui durent dans le temps. En ce sens, le style scandinave transcende les tendances. Présente dans 64 pays à travers plus de 300 points de vente, BoConcept a su imposer sa griffe raffinée depuis plus de 70 ans. La marque défend le mariage de l'esthétisme et de la fonctionnalité à travers des pièces devenues iconiques comme le fauteuil Imola, la table Hauge ou le canapé Berne. « Les particuliers représentent une très grande partie de notre clientèle, mais

les professionnels viennent de plus en plus nombreux chez BoConcept pour habiller leurs espaces : entreprises, hôtels, restaurants, architectes, espaces de coworking, explique Antoine Rémy, directeur de BoConcept à Quetigny. Beaucoup viennent chercher chez nous ce côté "comme à la maison", rassurant, pour améliorer le confort de travail. » Dans la grande maison BoConcept, on parle même d'un art de vivre *hygge* – une philosophe danoise qui prône le bien-être à la maison et ce sentiment de profiter d'un cadre agréable aux lignes douces et épurées. Petit tour d'horizon des meubles cultes à venir découvrir chez BoConcept...





### LE FAUTEUIL IMOLA

Si BoConcept a su s'imposer comme l'une des marques emblématiques du mobilier scandinave, c'est notamment grâce à son talent pour éditer des pièces capables de devenir iconiques. Parmi les plus remarquables : le fauteuil Imola. Conçu par le talentueux Henrik Pedersen, il est directement inspiré par les lignes ondulées d'une balle de tennis et est composé de détails saisissants et de courbes généreuses. Doté d'un haut dossier pour un style volumineux qui souligne l'aspect unique de son design, ce fauteuil moderne allie beauté et fonctionnalité pour un soutien d'une très grande qualité. Transformez votre bureau avec le fauteuil Imola, personnalisable grâce à une grande variété de tissus et de matériaux, avec deux options de base différentes. Installé(e) dans ce grand fauteuil imposant, on se sentirait presque l'âme d'un ou d'une grande P-DG... Qu'est-ce que ça fait du bien !



### LE BUREAU CUPERTINO

Le bureau Cupertino est un éloge du temps long tant on apprécie de travailler dessus pendant des heures ! Il peut accueillir tout ce dont vous avez besoin pour travailler et le dissimuler en un instant. Le bureau Cupertino associe un grand plateau et des tiroirs spacieux à un design épuré. Vous disposez ainsi d'un large espace pour vos fournitures de bureau tout en conservant cet aspect minimaliste si cher à BoConcept. Aussi poétique que naturel, son design d'inspiration scandinave s'adapte aussi bien au moderne qu'à l'industriel. Le modèle noir ressortira parfaitement sur un mur en bois, en pierre ou clair. Quant au modèle blanc, il se mariera avec toutes les couleurs.



### LE MEUBLE DE RANGEMENT CALGARY

Parfait représentant du minimalisme à la BoConcept, le Calgary allie élégance, fonctionnalité et modernité. Conçu par le designer Morten Georgsen, ce meuble ouvert, simple et sophistiqué peut-être utilisé comme bureau, mini-bar ou simple vitrine pour vos affaires. Avec des options de rangement rabattable, des étagères à profondeur variable et des tiroirs, il offre une grande possibilité de personnalisation.



**BoConcept**  
13, rue des Chalands à Quetigny  
Tél. 03 80 65 19 48



Mise en beauté : Elena by Philippe / Coiffure : salon Philippe Alexandre  
Accessoires : Les Ateliers du Parfumeur / Tenue : boutique Showrooms.

VIRGINIE BOCCA

# BIEN VIEILLIR, UN LUXE À PORTÉE DE MAIN

Et si le véritable luxe, c'était de bien vieillir ? Dans cette chronique, la facialiste dijonnaise Virginie Bocca revient sur cette quête universelle : améliorer la qualité de sa peau et ralentir les signes du temps.

Texte : Virginie Bocca / Photographie : Jonas Jacquelin

La connaissance sur le vieillissement a beaucoup progressé au cours de ces dernières années. Aujourd'hui, nous savons qu'il est possible de bien vieillir, de façon naturelle et non-invasive, tout en étant attentif à son corps. Les rides ne sont plus vraiment le problème. Nous souhaitons être bien dans notre corps, dans notre peau et dans notre tête. Nous voulons avoir du temps pour nous. Nous voulons simplement prendre le temps de prendre le temps. En parlant de temps, je suis d'accord pour dire qu'il est difficile à dompter. La réalité est qu'il n'est pas possible d'arrêter notre horloge biologique. Il n'est pas non plus sain de croire, ou de faire croire, que nous pouvons le faire. Il est clair que nous voulons tous résister à la bataille du temps qui passe et aspirons, d'une manière ou d'une autre, à cette jeunesse éternelle. Mais la première chose à faire pour éviter la frustration est d'accepter son passage. C'est un véritable « luxe » que de pouvoir bien vieillir. Malheureusement, ce n'est pas acquis, et il faut mettre en place quelques habitudes saines pour préserver sa santé.

Alors, comment fait-on pour bien vieillir et conserver un visage jeune plus longtemps ? On ne va pas se le cacher, la génétique joue un rôle clé dans ce processus, mais cela ne fait pas tout. Étant donné que nous n'avons pas la main sur nos facteurs héréditaires, concentrons-nous sur ce que nous pouvons faire. S'il nous

est possible de réduire la taille de nos rides, de raffermir notre peau, de redessiner l'ovale de notre visage, d'atténuer nos cernes, on ne va pas se gêner. Eh bien oui, tout cela est possible ! Nos connaissances des phénomènes de vieillissement nous permettent aujourd'hui de mettre en place des routines fiables qui nous assurent de repousser ces signes.



## C'EST UN VÉRITABLE « LUXE » DE POUVOIR BIEN VIEILLIR.

VIRGINIE BOCCA, FACIALISTE

À partir de 45 ans, une séance de soins avec une facialiste professionnelle, en complément d'une gestuelle personnalisée d'auto-massage avec des produits de beauté en adéquation avec vos attentes, peuvent faire des merveilles. Lors de mes séances, je commence d'abord par un questionnaire pour faire le point sur d'éventuelles pathologies. Un moyen aussi d'évaluer le type de soin à privilégier. Chaque visage est unique et donc chaque séance est réalisée sur-mesure. Plusieurs gammes de soins existent : le Kobi-do, une technique ancestrale

japonaise ; le Gua-sha pour raviver l'éclat du teint ; le *stretching* facial pour prévenir ou estomper les ridules ; le détox facial pour un drainage lymphatique manuel ; des massages intra-oraux qui permettent de travailler les sillons nasogéniens et les rides péri-buccales ; des soins personnalisés ; et même des cours d'auto-massage pour continuer de prendre soin de soi chez soi. Aujourd'hui, nous sommes à la recherche d'authenticité, de partage, d'expériences. Nous voulons aussi réduire notre empreinte carbone... C'est la raison pour laquelle nous cherchons des produits cosmétiques « *clean* ». C'est pour cela que j'ai choisi la marque française Epicosm. Une marque éco-responsable à base d'huiles végétales, bio, sans conservateur ni colorant, et dont l'efficacité n'est plus à prouver. C'est tellement confortable de ne pas avoir à se poser de questions sur la composition de ses produits ! Bien vieillir est un luxe à portée de main. Ne vous en privez pas. Contactez-moi, et ensemble, embrassons l'art du bien vieillir avec élégance et sérénité.



Virginie Bocca  
15, rue des Saunières à Dijon  
Tél. 06 73 66 93 79  
[www.virginiebocca-facialiste.com](http://www.virginiebocca-facialiste.com)



# MOILLARD

*Depuis 1850*

NÉ À NUITS-SAINT-GEORGES, ÉLEVÉ EN BOURGOGNE

AVEC MOILLARD,  
REVENONS À L'ESSENTIEL



CAVEAU MOILLARD  
NUITS-SAINT-GEORGES  
03 80 62 42 20

BOUTIQUE MOILLARD  
À BEAUNE  
03 80 22 53 45

CAVEAU MOILLARD  
MEURSAULT  
03 80 21 70 44

[WWW.MOILLARD.FR](http://WWW.MOILLARD.FR)

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

ON A PRIS L'APÉRO AVEC...

# ANTOINE MUÑOZ

DIRECTEUR DU GRAND HÔTEL LA CLOCHE

Voilà plus de 25 ans qu'il veille au bon fonctionnement du seul cinq étoiles de Dijon. Antoine Muñoz, directeur du Grand Hôtel La Cloche, prend sa retraite le 31 mars. Autour d'un verre, il revient avec nous sur cette belle aventure et sur son amour pour cet établissement d'exception.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel



**Décideur.** La Cloche et vous, c'est une histoire qui dure depuis 1998. Près de 26 ans de passion pour cet établissement dijonnais d'exception. Vous rappelez-vous votre premier jour ici ?

**Antoine Muñoz.** Je suis arrivé en famille avec ma femme et mes trois enfants. Ce qui m'a marqué la première fois, c'est l'accueil : un bagagiste nous attendait dans l'allée du parking. L'établissement nous avait accordé une suite duplex pour que nous puissions avoir de la place. L'hôtel était beau, superbe même. Je le connaissais de nom pour avoir travaillé dans le groupe Sofitel dont l'hôtel faisait partie. Même si j'ai tout de suite remarqué les petites erreurs à corriger, La Cloche incarnait, et incarne toujours, cet hôtel à taille humaine que j'aime tant. Auparavant, j'avais travaillé dans un 600 chambres à Paris, au Sofitel de Lyon (150 chambres), à celui de Roissy – un hôtel d'aéroport avec un taux d'occupation de 90 % à l'année... Mais La Cloche, c'était le type d'hôtellerie qui me convenait parfaitement. La preuve, j'y suis resté plus de 25 ans.

**Pendant ces 25 années, comment l'hôtel a-t-il évolué ?**

Quand je suis arrivé, l'hôtel bénéficiait déjà d'une belle image de marque. La famille Jacquier avait repris l'établissement en 1984 et avait entrepris la rénovation des chambres deux ans avant mon arrivée. Mais la notoriété de la restauration déclinait : le hall, la restauration et les salles de réunion étaient plutôt froids. Au départ, il y avait même deux restaurants : la Rotonde et les Caves de la Cloche. Ces dernières ne fonctionnaient que le soir et il y avait un accordéoniste qui interprétait des chansons bourguignonnes pendant le service. Il fallait faire évoluer tout ça. J'ai décidé de fermer le restaurant du bas et d'agrandir le restaurant du haut en réalisant la terrasse dans une deuxième phase pour que tout le monde soit à la lumière du jour. Ensuite, on est reparti



sur une phase de rénovation des chambres, puis du hall et du bar, en leur donnant une identité un peu plus chaude et cossue. Puis les années ont passé et nous avons engagé une nouvelle phase de rénovations, un gros chantier mené entre 2014 et 2016 : la création du spa, un changement de réception, le nouveau bar, la rénovation du hall et du restaurant, la construction d'une salle de cinéma et d'un fumoir... Il y a toujours des améliorations possibles, mais le gros est fait. L'hôtel ne cesse d'évoluer avec son temps.



## TOUTE MA VIE, J'AI ACCUEILLI DES VOYAGEURS, MAINTENANT, C'EST À MON TOUR DE DÉCOUVRIR LE MONDE.

ANTOINE MUÑOZ, DIRECTEUR DU GRAND HÔTEL LA CLOCHE

### L'hôtel a accueilli du beau monde tout au long de son histoire. Des personnalités vous ont-elles marqué plus que d'autres ?

Il y a ces moments où vous avez l'impression de rencontrer l'Histoire ! J'ai croisé ici Lech Walesa, qui est venu à l'hôtel à l'occasion d'une soirée CPME. Pour les personnes de notre génération, c'est un personnage historique, celui qui incarne la révolution en Pologne, il faisait la une des journaux. Lors de l'inauguration de l'auditorium, l'hôtel avait aussi accueilli Mstislav Rostropovitch. Un grand Monsieur, mais surtout quelqu'un de simple et d'une immense gentillesse. Souvent, les personnalités que nous accueillons ici sont très abordables. De notre côté, on fait tout pour ne pas les déranger et respecter leur intimité. En personnalités beaucoup plus contemporaines, nous avons aussi reçu beaucoup d'acteurs et d'artistes : Jean Dujardin, Gilles Lellouche, Dany Boon...

### Est-ce qu'à La Cloche, il y a un endroit que vous affectionnez particulièrement ?

Ce n'est pas un endroit où j'aime être, mais c'est un endroit que j'aime faire découvrir, dans la suite à l'angle de l'hôtel : un emplacement magique, qui offre une vue imprenable sur Dijon et la place Darcy. Je voulais à un moment donné en faire une salle à manger privée, à louer pour quatre personnes.

### Le 20 by La Cloche s'est ajouté récemment à l'expérience client. Si vous deviez conseiller un vin, ce serait lequel ?

C'est un peu en fonction des goûts de chacun, mais personnellement ce serait forcément un vin de Bourgogne. J'aurais une petite préférence pour un Morey-Saint-Denis ou encore un Chorey-les-Beaune. Ce sont des incontournables, on ne peut pas se tromper avec ça.

### Être le seul cinq étoiles de Dijon impose une certaine rigueur. Qu'est ce que cela veut dire, « être un cinq étoiles », en 2024 ? Comment l'appréhendez-vous dans votre vie de tous les jours ?

Un cinq étoiles, c'est la personnalisation du service, de l'accueil, c'est l'attitude du personnel, et un écrin somptueux. Il faut que le décor ne soit pas seulement un décor. Comme au restaurant, il faut que ce soit beau aux yeux et bon. Il faut une ambiance et un service au niveau. Tout est dans le souci du détail.

### Il y a des mauvais souvenirs aussi ?

Malheureusement, mon pire souvenir restera celui de ce début 2024 avec l'annonce brutale de la disparition de notre chef Aurélien Mauny. Il était à nos côtés depuis 2008 et avait réussi à imposer une véritable signature. Il va laisser un grand vide ici.

### Qu'est ce qui va le plus vous manquer ?

Tout ! Le bâtiment, les équipes, les clients, les fournisseurs, tout ce qui m'a fait vibrer pendant 25 ans à La Cloche, et pendant mes 42 ans de carrière. Ce que j'aime ici, c'est discuter avec un client ; trouver des solutions à différents problèmes ; arranger certains services ; organiser des soirées particulières comme la paulée. Je repense à tous les événements que nous avons pérennisés, comme les soirées jazz, le brunch dominical, les rendez-vous littéraires, nos engagements associatifs, notamment avec la Deuche rose. C'est tout ça, La Cloche ! Un grand établissement et des rendez-vous pour ouvrir nos portes aux Dijonnais.

### Vous l'imaginez comment, ce lieu, dans quelques années ?

Encore mieux que maintenant, avec des services additionnels. Avec toujours cette envie de garder ce prestige, et de le partager avec l'ensemble des Dijonnais. Tout le monde a le droit de se faire un petit ou un grand plaisir ici.

### Et pour vous, l'après-La Cloche, ça ressemblera à quoi ?

Ce seront des voyages, et du temps pour moi. Retrouver des passions simples comme courir et faire du sport, un peu de lecture aussi, et voyager surtout. Je rêve d'aller au Vietnam, à Prague, aux États-Unis, la destination jamais visitée... Toute ma vie, j'ai accueilli des voyageurs ; maintenant, c'est à mon tour de découvrir le monde.



**Il a bu :** Schweppes Tonic Hibiscus  
**Le journaliste a bu :** Une douceur du Sud (cocktail sans alcool)  
**Où :** au bar du Grand Hôtel La Cloche



**Grand Hôtel La Cloche**  
Place Darcy à Dijon  
[www.hotel-lacloche.fr](http://www.hotel-lacloche.fr)

# LE GOÛT DE L'ÉLÉGANCE



Place de la Libération, le Café Gourmand, adresse parmi les plus emblématiques de Dijon, vous accueille dans un univers aussi raffiné que feutré. En 20 ans, que ces lieux ont changé ! Guillaume Bortolussi, le gérant, a repris l'établissement en 2002 et a poursuivi sa transformation en 2018. Rencontre.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquel, DR



**T**ransformer les espaces et créer des univers différents, voilà le credo de Guillaume Bortolussi, qui a su imposer le Café Gourmand comme une table de référence à Dijon, pour déjeuner, prendre un café ou déguster un verre. Après une longue phase de démolition, l'intérieur a entièrement été repensé avec l'appui d'une décoratrice d'intérieur qui a misé sur le velours et les nuances de vert foncé et de bleu profond. De quoi apporter chaleur et ambiance luxueuse au lieu. « Nous avons imaginé un restaurant à mon image, en retirant tout ce que je ne souhaitais plus avoir dans un restaurant, comme le bruit, la promiscuité et l'impersonnel », précise Guillaume. Grâce à des plafonds phoniques et à de la mousse haute densité, les bruits ambiants sont absorbés, offrant un espace acoustique reposant et intimiste. Le mariage est réussi entre les tissus des canapés banquettes, qui invitent à la détente, et les matériaux nobles. « Le choix de ces matériaux a été très important. Pour les tables de l'espace repas, nous avons notamment choisi des plateaux en bois massif que nous n'avons pas voulu trop imposants pour autant, d'où leur forme élégante en aile d'avion. »

**NOUS AVONS IMAGINÉ UN LIEU À MON IMAGE,  
EN RETIRANT TOUT CE QUE JE NE SOUHAITAIS PLUS  
AVOIR DANS UN RESTAURANT : LE BRUIT,  
LA PROMISCUITÉ ET L'IMPERSONNEL.**

GUILLAUME BORTOLUSSI, GÉRANT DU CAFÉ GOURMAND

Dans cet espace, rien n'est laissé au hasard. Les deux hauteurs de la salle, offrent à tous la possibilité de profiter de la vue imprenable sur la place de la Libération, peu importe où l'on est attablé. Au Café Gourmand, l'esprit Art déco prend tout son sens, notamment grâce aux nombreux luminaires : lustre en pierre de verre imposant, suspensions en boules tombantes au-dessus du bar, néons plus modernes... Pourtant, à l'entrée, ce sont d'autres éléments qui attirent notre regard : deux grandes assises en forme de cage couleur laiton trônent au fond, près des cuisines. « Nous avons travaillé avec un serrurier installé à Longvic pour concevoir ces assises insolites. Avec les canapés que nous avons mis autour, nous avons imaginé un espace salon de thé ». Le dernier univers proposé dans l'établissement est une pièce légèrement à l'écart dans laquelle de grandes tablées accueillent un groupe jusqu'à une trentaine de personnes, avec rétroprojecteur : un lieu propice à une ambiance à la fois studieuse et conviviale.

#### TABLE GOURMANDE

Au-delà de son décorum, le Café Gourmand propose surtout des plats faits maison attestés par l'un des seuls labels reconnus par l'État, celui de Maître restaurateur, obtenu en 2009 et remis en jeu tous les quatre ans. Il garantit la fraîcheur des produits et leur transformation maison au sein des cuisines. La carte est gourmande et la cuisine traditionnelle. « Je propose des plats que j'aime à travers une carte courte et vivante qui change au gré des saisons. Tous les vins sont soigneusement sélectionnés et les plats sont tous goûtés ». Un lieu séduisant où il fait bon déguster des mets ou des vins de qualité, à un prix accessible : c'est cela l'essence du Café Gourmand, où tous les prétextes sont bons pour se retrouver.



**Le Café Gourmand**  
9, place de la Libération à Dijon  
[www.cafegourmand-dijon.fr](http://www.cafegourmand-dijon.fr)

PRÉ AUX CLERCS

# ENTRE CONVIVIALITÉ ET INTIMITÉ

Haut lieu de la cuisine authentique et traditionnelle, le Pré aux Clercs n'en reste pas moins une adresse moderne, en accord avec son temps. Des recettes raffinées, un décorum feutré et des espaces privés pour savourer un bon repas d'affaires. Une adresse pleine de douceur, pour l'ambiance comme pour les papilles.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel

## LE MIDI EXPRESS 28€

*Du Lundi au Vendredi - Déjeuner (servi en 45 min)*

**2 Plats au Choix**  
de notre menu Ardoise du Marché

+

**1 Verre de Vin** [sélection du Sommelier]  
ou **1 bière pression 25cl**  
ou **1/2 eau minérale + 1 café**

Le salon Beaux-Arts.





La grande mezzanine dispose de 3 salons privatifs et modulables, ici en mise en place théâtre ou masterclass.



Bruno Dumont, directeur de l'établissement.



Le Croustade d'Escargots Dijonnais d'Hervé Ménélot (une recette agréée Savoir-Faire 100% Côte-d'Or).

Les murs de l'établissement portent les reliques des plus grands du milieu. En place centrale, une citation du grand Georges Blanc – « *Sans passion, point d'élévation* » – qui a apposé sa griffe sur la carte de l'établissement en 2017. Depuis, on mijote au Pré aux Clercs une recette qui allie modernité et raffinement. Ici, les salles se suivent en enfilade et permettent de profiter d'une multitude de cadres allant de l'ambiance conviviale d'une brasserie au calme et à l'intimité de la grande mezzanine et des trois salons privatifs : le salon des Beaux-Arts, parfait pour une réunion d'affaires, qui peut accueillir 14 personnes ; le salon Vauban, plus confidentiel, pour 9 personnes ; le salon du Palais pour 16 personnes. « *Aujourd'hui, les chefs d'entreprise souhaitent sortir de leur bureau et des sentiers battus. Ils veulent proposer à leurs collaborateurs ou à leurs clients un cadre atypique pour leurs réunions d'affaires. Le Pré aux Clercs a cette capacité à s'adapter à toutes les demandes en*

*proposant plusieurs salles 100 % modulables, tant pour des petits-déjeuners que pour des repas, en disposition théâtre ou masterclass* », explique Mathilde Hugueville, Responsable communication de l'établissement. Dans l'espace principal de service, les baies vitrées illuminent le tout et offrent une vue imprenable sur la place de la Libération et le palais qui la domine. Adresse de référence à Dijon, le Pré aux Clercs propose un service continu tout l'après-midi : on y vient donc pour le café entre amis, l'afterwork entre collègues ou le repas en famille.

#### UNE CUISINE AU GOÛT DU JOUR

À décorum soigné, carte en conséquence. Une carte qui reprend l'esprit Blanc, « *tout en gardant une certaine liberté* », admet Bruno Dumont, directeur de l'établissement. L'un des exemples les plus emblématiques de ce mariage entre tradition et modernité, c'est cet escargot en persillade revisité en croustade. La carte 100 % fait-maison, elle, est bien remplie : les

classiques de la brasserie sont revisités avec goût et simplicité. On redécouvre, entre autres, les classiques œufs en meurette sauce au pinot noir, le magret de canard IGP, le pavé de turbot... Coup de cœur pour le suprême de volaille de Bresse AOP avec sa sauce crémeuse aux morilles. Côté desserts, on hésite entre la pomme caramélisée, la crème brûlée et le moelleux au chocolat cœur praliné. Le propriétaire des lieux, sommelier dans une vie antérieure, a lui-même constitué une collection ambitieuse de plus de 450 références qui saura combler les amateurs de bons vins. Pour parfaire l'expérience à vivre sur la place de la Libération, les propriétaires créent une toute nouvelle adresse, juste à côté du Pré aux Clercs : des caves et suites « prestige », qui devraient ouvrir pour les beaux jours.



**Pré aux Clercs**  
13, place de la Libération à Dijon  
Tél. 03 80 38 05 05 - [www.lepreauxclercs.fr](http://www.lepreauxclercs.fr)





## **Pour des Jeux de Paris 2024 utiles à nos champions et à nos régions.**

**Nous finançons des infrastructures sportives  
dans toute la Bourgogne-Franche-Comté.**



PARIS 2024



PARTENAIRE PREMIUM



PARIS 2024



**CAISSE  
D'ÉPARGNE**

Bourgogne Franche-Comté

*Vous être utile.*

Source CEBFC.

Caisse d'Épargne et de Prévoyance de Bourgogne Franche-Comté - Siège social : 1, Rond-Point de la Nation - B.P. 23088 - 21088 Dijon Cedex 9 - Banque Coopérative régie par les articles L. 512-85 et suivants du Code Monétaire et Financier - Société anonyme à Directoire et Conseil d'Orientation et de Surveillance - Capital social de 525 307 340€ - 352 483 341 RCS Dijon - Intermédiaire en assurance, immatriculée à l'ORIAS sous le n° 07 002 200 - Garantie financière délivrée par CEGC n° 146331-07 - Titulaire de la carte professionnelle « Transactions sur immeuble et fonds de commerce sans perception de fonds, effets ou valeurs » n° CPI 2102 2018 000 024 400 délivrée par la CCI de Côte d'Or ALTMANN + PACREAU - Crédit Photo : Getty Images.

Document à caractère publicitaire sans valeur contractuelle. Mars 2024.



# FORMER

Pilier de nos sociétés, la formation façonne les talents de demain. À cet égard, la Bourgogne-Franche-Comté se distingue par la qualité de son enseignement. Tour d'horizon des opportunités qu'offre notre région.

# L'AVENIR



**UNE BELLE REVANCHE POUR UNE PERSONNE  
QUI A EU TELLEMENT DE MAL À TROUVER SA VOIE.**

CHRISTIE LE BIHAN, DIRECTRICE DE PIGIER DIJON



PIGIER DIJON

# CHRISTIE LE BIHAN : LA VOIX DE L'APPRENTISSAGE

Elle est la preuve vivante que le terrain forge le caractère et suscite des vocations. Christie Le Bihan, directrice de l'école Pigier de Dijon, est elle-même le fruit de l'apprentissage. Retour sur un beau parcours.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquelin

**S**i Christie Le Bihan parle avec autant de passion et de conviction de l'apprentissage, c'est sans doute car, avant de devenir directrice de l'école Pigier Dijon, la jeune femme a elle-même connu un parcours scolaire d'abord semé de doutes et de flous. « *J'ai eu beaucoup de difficultés à trouver ma voie. Je trouve que notre système met beaucoup de pression sur les épaules d'un jeune et qu'il est compliqué de se projeter dans le monde professionnel. Je trouvais que l'école était décorrélée du marché du travail et des entreprises.* » À l'époque, elle peine encore à tracer son chemin dans un système scolaire traditionnel qui ne répondait pas à ses aspirations. Elle tente alors d'abord l'université, en administration économique et sociale (AES), à Reims, « *car on me disait que c'était là-bas qu'allaient les bons profils* ». « *J'avais un très bon niveau scolaire et, de ce fait, mes professeurs m'avaient totalement déconseillé la voie de l'alternance. Ce n'était même pas une option dans la mesure où je travaillais bien* », se remémore-t-elle. Une vision réductrice qui conduira la jeune femme à tenter un nouveau parcours, aux antipodes du premier : un bac pro conduite et gestion d'exploitation agricole, option ovins. « *J'ai adoré cette année, même si je savais que je ne voulais pas en faire mon métier. Mais aujourd'hui, je*

*peux dire que c'est dans une ferme que j'ai commencé à mettre un pied dans le monde de l'entreprise !* » Toujours aussi perdue à l'issue de cette expérience, mais s'adaptant facilement, Christie Le Bihan intègre une école de commerce. Après des stages en banque, en bijouterie, en menuiserie, c'est finalement au cours de son master diagnostic et management des organisations que tout commence à s'éclaircir, plus précisément grâce à son stage de M1 au sein du service formation et gestion des alternances d'une entreprise de Caen. Expérience qu'elle complètera en M2 avec une alternance, en intégrant officiellement l'école Pigier à Nice en tant que chargée de recrutement, pour aider les élèves à trouver leur voie. « *Une belle revanche pour une personne qui a eu tellement de mal à trouver la sienne* », sourit-elle. À l'issue de cette expérience, elle devient conseillère en formation en charge des jeunes en alternance et de la prospection des entreprises. Un poste qu'elle poursuivra ensuite à Dammaries-les-Lys (Seine-et-Marne). Autant au contact des jeunes que des entreprises, Christie avait envie de voir les choses en plus grand. Après avoir travaillé pendant huit ans au sein du groupe, elle décide de se franchiser et ouvre, en septembre 2022, la première école Pigier à Dijon. ▶



### VOIE D'EXCELLENCE

Fin novembre 2023, le ministère du Travail dénombrait 1 023 200 apprentis, soit un effectif en hausse de 5,6 % par rapport à fin novembre 2022. Des chiffres qui prouvent une fois de plus que l'alternance a le vent en poupe. « D'une voie de garage, on est passé à une voie d'excellence, se réjouit Christie Le Bihan.



### D'UNE VOIE DE GARAGE, ON EST PASSÉ À UNE VOIE D'EXCELLENCE.

CHRISTIE LE BIHAN, DIRECTRICE DE PIGIER DIJON

*Je suis persuadée aujourd'hui que l'alternance est un réel levier d'ascension sociale pour les jeunes. C'est la solution pour répondre aux besoins du marché du travail.* » D'ailleurs, les chiffres viennent conforter ses propos : les Écoles Pigier affichent un taux d'employabilité de 86 %. Avant-gardiste à bien des égards, Pigier a sans doute été l'un des premiers établissements à faire entrer

l'entreprise en son sein. « C'est en 1993, pour rester dans cette optique de l'école des métiers et de l'entreprise, que l'alternance a été déployée. Dans l'ADN Pigier, la mise en situation professionnelle a tout de suite été intégrée. C'est pour cela que tous nos contenus pédagogiques sont tournés vers la pratique. » Aujourd'hui, le groupe propose de nombreux diplômes supérieurs reconnus par l'État, du post-bac au bac+5, dans plusieurs filières : ressources humaines, gestion et comptabilité, communication et marketing digital, management commercial. « Le choix de l'implantation de l'école à Dijon, dans le parc technologique, n'a rien d'un hasard. Il nous permet d'être au milieu de l'effervescence des entreprises. » Ces dernières fournissent les professionnels qui interviennent en cours (plus de 80 % des enseignants de Pigier Dijon) et jouent le rôle de courroies de transmission entre les savoir-faire. De 160 élèves à la première rentrée 2022, Pigier est passé à plus de 300 étudiants en septembre 2023, l'objectif étant d'atteindre les 400 élèves à la rentrée 2024. Face à une génération de plus en plus volatile, Pigier semble avoir trouvé la bonne recette pour susciter des vocations.

## L'ÉCOLE PIGIER EN CHIFFRES

### AU NATIONAL

86%

de taux d'employabilité.

1M

d'apprentis  
à fin novembre 2023.

### CAMPUS DIJON

80%

de professionnels parmi  
les enseignants.

300

étudiants  
en septembre 2023.



## SCHÉMA DES ÉTUDES

DU BAC+2 AU BAC+5

**MBA RH**  
Directeur  
des ressources humaines

**MBA RGCA**  
Responsable gestion  
et contrôle de l'activité

**MBA MCMD**  
Manager  
de la communication  
et du marketing digital

**MBA MDCE**  
Manager  
du développement  
commercial d'entreprise

**BACHELOR RH**  
Gestionnaire  
des ressources humaines

**BACHELOR GCF**  
Gestionnaire  
comptable et financier

**BACHELOR CCW**  
Chargé de communication  
et webmarketing

**BACHELOR CDC**  
Chargé  
de développement  
commercial

**BAC +2 AD**  
Assistant de direction

**BTS CG**  
Comptabilité et gestion

**BTS NDRC**  
Négociation  
et digitalisation  
de la relation client

**BTS MCO**  
Management  
commercial opérationnel

**PIGIER** 

Situé dans le parc technologique de Dijon,  
le campus Pigier est au cœur de l'effervescence des entreprises.



**Campus Pigier**  
8, avenue Jean-Bertin à Dijon  
Tél. 03 45 34 15 69 / [www.pigier.com](http://www.pigier.com)

# L'ALTERNANCE POUR VOCATION





Trois entités distinctes mais une seule ambition : former les futures générations en faisant de l'alternance la colonne vertébrale de leur formation. Dijon Formation, Chalon Formation et ISMACC (campus de Dijon et Chalon-sur-Saône) ont l'expertise et la réussite bien ancrées dans leur ADN.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquiel

Les locaux ont été entièrement rénovés et repensés. Une extension a même été inaugurée l'an dernier pour optimiser l'espace, au service des formations. Lorsque Julie Lorrain nous fait visiter les locaux abritant Dijon Formation et l'Institut supérieur de management, administration, commerce et communication (ISMACC), tout semble avoir été transformé. Elle est bien placée pour le savoir puisque, avant d'être directrice de Dijon Formation et de Chalon Formation et présidente d'ISMACC, Julie Lorrain fut tout simplement... étudiante ici. « À mon époque, nous allions dans la voie de l'alternance par défaut, ce qui n'est plus du tout le cas aujourd'hui. Je n'aimais pas l'école et, pourtant, à partir du moment où je suis entrée dans le cursus alternance, je me suis révélée », explique-t-elle. Julie Lorrain avait débuté sa carrière professionnelle au sein du pôle ressources humaines du groupe Casino. « L'opportunité s'est ensuite présentée de donner des cours aux étudiants en bac+3 à Dijon Formation, puis Bruno Petitgenet, mon associé actuel, m'a confié la reprise de Chalon Formation. »

diplôme national. Notre différence réside dans notre capacité à emmener les entreprises et les étudiants avec nous. L'alternance est bien un contrat tripartite entre l'étudiant, l'entreprise et le centre de formation. Notre mission consiste à amener de la communication, de la proximité et de la rigueur dans cette relation », explique la directrice. Pour 600 alternants à Dijon et à Chalon-sur-Saône, cinq personnes sont dédiées à la relation entreprise au sein des trois écoles. Un élément que le conseil de perfectionnement de Dijon Formation, Chalon Formation et l'ISMACC, qui se réunit tous les ans, a jugé crucial. Les trois centres mettent l'accent sur l'accompagnement du projet professionnel des étudiants, dès la phase de recrutement. « Nous ne réalisons aucun entretien collectif pour le recrutement, uniquement de l'individuel. Nous ne cherchons pas la quantité au détriment de la qualité. L'accompagnement est personnalisé, il est important pour nous de conseiller les étudiants dès le début, de leur expliquer en détail le métier auquel ils veulent accéder et les études qu'il leur faut suivre. » Une phase de recrutement minutieuse qui dure toute l'année, puisqu'il n'est pas nécessaire de passer par Parcoursup pour entrer à Dijon Formation, à Chalon Formation ou à l'ISMACC – bien que ce soit l'une des voies possibles. Connaître parfaitement ses étudiants et les mettre en lien avec les entreprises, c'est aussi ce qui fait la différence, selon Julie Lorrain. « Cela rassure les jeunes comme les entreprises. Nous ne choisissons jamais un alternant pour une entreprise, mais nous sommes évidemment dans la présélection et dans la suggestion. » Les trois établissements donnent ainsi aux alternants la perspective d'un avenir professionnel stable, via des enseignements de qualité, du bac+2 au bac+5, contribuant à donner confiance aux jeunes qu'ils accueillent.

## AUJOURD'HUI, L'ALTERNANCE S'IMPOSE COMME UNE VOIE DE RECRUTEMENT PRIVILÉGIÉE POUR LES ENTREPRISES, OFFRANT UNE OPPORTUNITÉ UNIQUE D'INTÉGRER DES TALENTS.

JULIE LORRAIN, DIRECTRICE DE DIJON FORMATION ET DE CHALON FORMATION, PRÉSIDENTE DE L'ISMACC

Dijon Formation, Chalon Formation et l'ISMACC proposent des formations uniquement en alternance, construites sur-mesure pour répondre aux besoins des entreprises du territoire et du personnel administratif lui-même issu de l'alternance. Julie Lorrain n'oublie pas de rappeler que les trois écoles affichent 25 ans d'expérience. Ici, l'alternance n'a donc rien d'un effet de mode. « La plupart des écoles proposent le même



**Dijon Formation**  
7, boulevard de l'Europe à Quétigny  
Tél. 03 80 48 99 99  
[www.dijonformation.com](http://www.dijonformation.com)

ÉCOLE DES MÉTIERS DIJON MÉTROPOLE

# “ L'APPRENTISSAGE, N'EST PLUS UNE VOIE DE GARAGE ”

L'apprentissage a toujours été au cœur de son parcours. Aujourd'hui, Lino Freitas est le P-DG de Renault Quetigny et le vice-président de l'École des métiers. Échanges sur l'expérience et la vision de celui qui assure la relève en matière de mobilité, sur le terrain comme dans l'enseignement.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquelin

**S**ur les bancs du collège, Lino Freitas considérait déjà l'apprentissage comme une source d'épanouissement professionnel, alors que le regard de la société était tout autre. « *Pardonnez le jeu de mot mais, pendant des années, l'apprentissage était considéré, à tort, comme une voie de garage. Pourtant, j'ai toujours su que je voulais m'orienter dans la mécanique, je réparais déjà tout ce qui avait un moteur* », se souvient Lino Freitas. Cet ancien apprenti de l'École des métiers (ex-centre de formation des apprentis La Noue), est arrivé au sein du garage Renault Quetigny à la sortie de ses études. Il prendra la relève de son patron 15 ans plus tard. « *Il m'arrive encore d'aller à l'atelier et de faire ce que j'aime, la mécanique, mais le métier a changé, confie-t-il avec nostalgie. Hier, nous partions avec une caisse à outils et nous revenions couverts de cambouis, aujourd'hui nous partons avec un ordinateur sous le bras.* » De l'apprenti à l'apprenant, ce sont des changements dans le métier que Lino Freitas encourage puisque depuis deux ans qu'il a été nommé vice-président de l'École des métiers, en charge de l'automobile. Sa mission ? Restructurer l'école et mettre en place un pôle mobilité lié à l'automobile au sens large : la carrosserie, la peinture et la mécanique. « *Nous devons retrouver un point d'équilibre pour former des élèves à placer dans les entreprises afin que notre pépinière se développe et que les techniciens de demain soient efficaces.* » Recruter, former et fidéliser, telle pourrait être la devise de Lino Freitas et plus largement de l'École des métiers, où sont formés 1 500 apprenants, dont 300 dans l'automobile.

## COMPÉTENCES TECHNIQUES ET HUMAINES, LA CLÉ D'UNE NOUVELLE ÈRE

Au cours de sa carrière, Lino Freitas en a vu passer, des jeunes motivés ! Jusqu'à aujourd'hui où il accompagne quatre apprentis qu'il espère garder ensuite dans son entreprise, trois de l'École des métiers et un compagnon du devoir. L'évolution de la qualité de l'apprentissage et des enseignements dispensés, en pratique comme en théorique, a été particulièrement clivante selon lui. « *Depuis quatre ans, nous accueillons des jeunes avec un bon niveau, ce qui n'était pas autant le cas auparavant. Désormais, il y a une reconnaissance de l'apprentissage qui nous motive davantage, pour ma part en tant que professionnel chez Renault et en tant qu'acteur de la formation à l'École des métiers. C'est notre devoir de former la relève, celle qui reprendra les rênes des entreprises de demain. Si nous ne le faisons pas, qui le fera ?* » Pour autant, si l'apprentissage connaît un essor, le rapport humain au métier, au monde professionnel de manière générale, a aussi été repensé. « *L'enjeu est différent pour ces nouvelles générations. Bien au-delà du financier, il faut parler avec elles de rapport humain dans le travail. Nous pouvons leur apprendre la technique, mais le relationnel, en revanche, fait partie de la personnalité, même si celle-ci peut être amenée à évoluer.* » Une nouvelle dimension à laquelle Lino Freitas est particulièrement vigilant. Et un bel exemple de réciprocité.



École des métiers Dijon métropole  
1, chemin de la Noue à Longvic  
Tél. 03 80 68 48 80 / [www.ecoledesmetiers.fr](http://www.ecoledesmetiers.fr)





”

**C'EST NOTRE DEVOIR DE FORMER LA RELÈVE,  
CELLE QUI REPRENDRA LES RÊNES  
DES ENTREPRISES DE DEMAIN.**

LINO FREITAS, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE RENAULT QUETIGNY ET VICE-PRÉSIDENT DE L'ÉCOLE DES MÉTIERS

# AMBASSADRICE DE LA RÉALITÉ DU TERRAIN

Une passion peut devenir un projet professionnel puis, en suivant une formation qualifiante, un vrai métier. L'artisanat permet à chacun de construire son avenir à sa mesure. Manuela Morgadinho, première vice-présidente de la Chambre de métiers et de l'artisanat de région Bourgogne-Franche-Comté, défend bec et ongles l'apprentissage dans l'artisanat.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquet, DR



**M**anuela Morgadinho n'est pas du genre à s'ennuyer : dirigeante d'une entreprise du bâtiment dans le Doubs, présidente de la Chambre de métiers et de l'artisanat (CMA) du Doubs, première vice-présidente de la CMA de région Bourgogne-Franche-Comté, première vice-présidente de la Confédération des artisans et petites entreprises du bâtiment (Capeb) du Doubs et, depuis l'an dernier, présidente du conseil d'administration du centre de formation d'apprentis (CFA) Hilaire-de-Chardonnet à Besançon. Son ambition ? Être au plus proche du terrain et de sa réalité pour constamment améliorer et réinventer l'apprentissage et la formation au sein de l'artisanat. Réel moteur de l'économie au niveau régional, ce dernier représente 73 000 entreprises et génère plus de 13 milliards d'euros de chiffre d'affaires. « *L'apprentissage, de manière générale, est une voie d'excellence. Dans l'artisanat, il favorise la transmission du savoir-faire et permet d'acquérir des compétences professionnelles et humaines solides qui répondent aux besoins de l'économie d'aujourd'hui, aux besoins de nos entreprises,* précise Manuela Morgadinho. *Nous avons 2 600 apprentis formés au sein de notre CFA, ce qui confère à la CMA de région BFC le statut de premier formateur d'apprentis de la région. Pour la formation de manière générale, nous avons aussi voté à la dernière assemblée générale la création d'une marque ombrelle nationale, CMA Formation, dont les 11 centres de formation sont répartis sur l'ensemble de la région, ce qui permet de nous démarquer et de conserver notre place privilégiée grâce à une offre de formation complète.* »

**NOUS SOMMES AMBASSADEURS DU TERRAIN, C'EST L'UN DE NOS COMBATS AUPRÈS DE L'ÉTAT ET DU MONDE ÉCONOMIQUE.**

MANUELA MORGADINHO, PREMIÈRE VICE-PRÉSIDENTE DE LA CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT DE RÉGION BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

La CMA ne se contente pas de concevoir et de dispenser des formations dans des lieux adaptés avec du personnel qualifié. Elle agit également, avec la force de son réseau national CMA France, pour faire valoir la valeur de l'apprentissage dans l'artisanat auprès des acteurs du territoire. « *Nous sommes ambassadeurs du terrain, c'est l'un de nos combats auprès de l'État et du monde économique. L'État a décidé de baisser les aides au niveau des coûts contrat, et ce de manière inégale, alors nous nous battons, car l'impact va clairement se faire sentir dans les années à venir.* »



## L'ENTREPRENEURIAT DANS L'ARTISANAT : SE FORMER POUR SÉCURISER SON PROJET PROFESSIONNEL



Alexandra Gévaudan (La Reine des Prés) et Laurent Muhlich (Grav'Déco).

Alexandra Gévaudan, fervente ambassadrice du tourisme en Bourgogne-Franche-Comté depuis des années, et son conjoint Laurent Muhlich, artisan épanoui dans la vallée de l'Ouche, ont décidé de se lancer ensemble dans un nouveau projet d'entreprise : construire des cellules commerciales et un espace de *coworking* dans le village de Saint-Victor-sur-Ouche.

Pour sécuriser leur projet, ils ont suivi une formation diplômante et obtenu leur titre professionnel Entrepreneur de la petite entreprise (TEPE) proposé par la Chambre de métiers et de l'artisanat (CMA) de région Bourgogne-Franche-Comté. « Lorsque j'ai repris il y a 20 ans l'entreprise artisanale de gravure industrielle et signalétique en braille Gravdeco, j'avais été accompagné par la CMA. Tout naturellement, nous nous sommes tournés vers eux pour ce nouveau projet », précise Laurent. De mars à décembre 2023, Laurent et Alexandra se sont lancés dans la formation – le premier pour réactualiser ses connaissances, la seconde pour les acquérir. « Nous souhaitons avoir des bases solides en gestion, comptabilité, régime fiscal, ressources humaines, gestion de projet, droit du travail... Aujourd'hui, nous sommes plus sereins et confiants pour nous lancer, souligne Alexandra. Nous avons fait évoluer notre projet grâce aux échanges avec les formateurs et avec les autres personnes qui ont suivi la formation TEPE. À l'étape finale, nous sommes passés devant un jury, qui l'a validé ! »

La vie économique, la dynamique sociale et l'âme du coin n'ont plus de secrets pour Alexandra et Laurent. Le constat a été sans appel : il n'existait pas de lieu pour se retrouver ou partager entre professionnels dans la vallée de l'Ouche. Le couple entrepreneur a entrepris la construction d'un bâtiment, dans la zone artisanale de Saint-Victor, comprenant trois cellules commerciales de 150 mètres carrés chacune ainsi qu'un espace de *coworking*. « Notre ambition est de voir naître un village d'artisans à l'horizon 2024 qui portera la dynamique humaine au service de l'économie et du tourisme », conclut Alexandra. Ce lieu inédit portera le joli nom de Reine des Prés.

“ NOUS AVONS FAIT ÉVOLUER LE PROJET GRÂCE AUX ÉCHANGES AVEC LES FORMATEURS  
ET LES AUTRES PERSONNES QUI ONT SUIVI LA FORMATION.

ALEXANDRA GÉVAUDAN, COFONDATRICE DE LA REINE DES PRÉS

### DES FORMATIONS SUR-MESURE

#### AVEC LA CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT DE RÉGION BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Avec plus de 60 formations et 11 centres répartis sur l'ensemble de la région, la Chambre de métiers et de l'artisanat de région Bourgogne-Franche-Comté déploie une offre de formation diversifiée, adaptée aux métiers et à leurs évolutions. Outre des formations diplômantes et certifiantes, elle propose également des modules courts pour aider les entreprises, artisanales ou non,

sur des compétences clés telles que : le digital, la comptabilité et les finances, le développement commercial, le juridique... **Vous voulez améliorer vos performances et assurer la stabilité de votre projet ? Consultez l'offre de formation sur [www.artisanat-bfc.fr](http://www.artisanat-bfc.fr) et ne manquez pas les journées portes ouvertes CMA Formation dans toute la région le samedi 9 mars.**



Chambre de métiers et de l'artisanat de région BFC  
65-69, rue Daubenton à Dijon  
[www.artisanat-bfc.fr](http://www.artisanat-bfc.fr)



La Reine des Prés  
24, rue de la Corvée à Saint-Victor-sur-Ouche  
Tél. 06 62 53 83 60 / [contactlareinedp@gmail.com](mailto:contactlareinedp@gmail.com)  
[www.facebook.com/lareinedesprescoworking](http://www.facebook.com/lareinedesprescoworking)



Olivier Dalla Piazza, directeur de l'Esadd et SmartCAMPUS by CCI.



ESADD / SMARTCAMPUS BY CCI

# PETITES ÉCOLES DES GRANDES AMBITIONS

Du fonctionnement public de SmartCAMPUS by CCI, installé depuis plus de 40 ans sur le territoire, au fonctionnement privé et associatif de l'Esadd, qui a accueilli sa première promotion d'étudiants en septembre 2019, il n'y a qu'un pas : celui de la transition numérique et digitale. Entretien avec le directeur de ces deux écoles, Olivier Dalla Piazza.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquiel

**Décideur. Pourquoi avoir décidé de créer deux écoles distinctes, plutôt qu'une branche dédiée au digital au sein de SmartCAMPUS by CCI ?** Olivier Dalla Piazza. À l'époque, nous avions mandaté un expert dont la mission était de rencontrer les entreprises du territoire afin de mieux cerner leurs besoins, notamment en matière de transition numérique et digitale. Il est apparu que les entreprises avaient besoin de compétences à pérenniser, de professionnels qui soient formés et qui puissent intégrer ensuite leur structure pour la mise en place d'applications, de sites internet, d'expérience utilisateur... La mission première des chambres de commerce et d'industrie (CCI) étant de répondre aux exigences de leur bassin économique, c'est pour cela que l'Esadd a été conçue, non pas sur un modèle différent, mais bien sur des thématiques différentes. Là où SmartCAMPUS by CCI propose des formations dédiées aux fonctions transverses de l'entreprise (commercial, gestion, management, commerce international...), l'Esadd [ndlr : École supérieure appliquée au design et au digital] forme les futurs acteurs de l'innovation numérique.

fait qu'elles gardent les étudiants sur des niveaux supérieurs dans nos écoles, voire les embauchent ensuite. Notre équipe de relation entreprise contrôle d'ailleurs systématiquement que les jeunes ont bien été embauchés sur des postes qui correspondent aux enseignements dispensés.

## Aujourd'hui, la formation des jeunes générations est-elle différente ?

Les étudiants comme les entreprises sont très exigeants, ce qui nous convient bien. Hier, l'apprentissage était un choix par dépit, aujourd'hui, c'est le choix de prédilection. L'ADN des écoles, c'est de faire des entreprises un terrain d'exploration. Il n'y a pas de module enseigné à nos étudiants qui ne passe par une illustration sur des cas réels d'entreprises, qui viennent avec de vrais projets. Par ailleurs, que ce soit au sein de SmartCAMPUS by CCI ou de l'Esadd, nous n'avons pas de formateur salarié, car nous partons du principe que ces enseignants à demeure deviendraient vite caducs. Les formateurs sont tous des professionnels qui exercent, ou qui ont exercé, dans leur domaine d'enseignement, avec un diplôme équivalent au niveau dans lequel ils enseignent et une expérience probante en entreprise. Quant à nos collaborateurs pédagogiques, ce sont des professionnels qui, à un moment de leur carrière, ont travaillé en entreprise. Il est crucial de faire comprendre aux étudiants qu'une entreprise est une organisation avec des processus et des règles. Leur enseigner la posture professionnelle fait aussi partie de nos missions.

## ENSEIGNER À NOS ÉLÈVES LA POSTURE PROFESSIONNELLE FAIT AUSSI PARTIE DE NOS MISSIONS.

OLIVIER DALLA PIAZZA, DIRECTEUR DE L'ESADD ET SMARTCAMPUS BY CCI

### Le mariage entre les entreprises du territoire et vos étudiants est-il est réussi ?

Au sein de nos écoles, nous formons nos étudiants pour qu'ils s'insèrent durablement dans la vie active. Nous avons développé une équipe entièrement dédiée à la relation entreprise. Elle est notamment en charge d'identifier les besoins des entreprises et de vérifier la compatibilité avec les candidats en proposant des profils sélectionnés et préalablement validés. C'est un travail de recrutement essentiel, qui permet de fidéliser des entreprises qui nous suivent depuis des années, comme le Crédit Agricole, Orange, Decathlon, ou la Brasserie de France. Le niveau de satisfaction des entreprises se vérifie aussi dans le

### Qu'en est-il de la suite ?

La création d'une école n'est pas une chose évidente, notamment au regard des enjeux de certification, de référentiel de formation, de pédagogie ou même de gestion. Au-delà de la compétence métier, rapprocher le fonctionnement de SmartCAMPUS by CCI et de l'Esadd a été facilitant. Aujourd'hui, l'Esadd compte près de 140 étudiants et nous avons pour ambition d'ouvrir une annexe dans le Doubs à horizon 2025 afin de capter le public de Franche-Comté.

## LES PROFESSIONNELS DE DEMAIN SONT FORMÉS AUJOURD'HUI



« LA CCI NOUS PROPOSE VRAIMENT UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ »

THOMAS REDON, 26 ANS, ÉLÈVE DE SMARTCAMPUS BY CCI

Du haut de ses 26 ans, **Thomas Redon** est étudiant au sein de SmartCAMPUS by CCI. « La CCI m'avait été conseillée et je suis vraiment satisfait de mon choix : elle nous propose vraiment un accompagnement personnalisé. Nous sommes de petites promotions d'étudiants, tous nos formateurs et le personnel de l'école nous connaissent. Il y a de l'échange et de la proximité, c'est agréable. » Cela fait cinq ans désormais que Thomas est apprenti chez WC LOC (loueur de sanitaires mobiles pour les chantiers de BTP et les événements). Il prépare actuellement un master ingénieur d'affaires chez SmartCAMPUS by CCI. L'alternance était une évidence pour ce jeune homme, qui avait connu le monde du travail dès la fin de son baccalauréat. « J'ai compris que, dans la vie, il fallait un bagage scolaire pour réussir. L'alternance a été le bon compromis, qui plus est dans le bâtiment, mon milieu de prédilection ». Depuis le début de son alternance, Thomas a acquis des compétences pour évoluer dans son entreprise : de la gestion de planning des équipes aux rendez-vous client jusqu'à la restitution finale, le jeune homme est pleinement satisfait de son cursus. Un fait marquant ? Il a travaillé avec les équipes marketing de WC LOC pour mettre en place et superviser un workshop pour les étudiants de l'Esadd, consistant en la création de visuels pour des coverings de toilettes mobiles. « Une belle expérience qui m'a permis de mieux comprendre la complémentarité de nos deux écoles et de mieux cerner les compétences des étudiants de l'Esadd pour une entreprise comme la mienne. »

« NOS ENSEIGNANTS SONT COMPRÉHENSIFS ET NOUS POUSSENT POUR RÉUSSIR »

YANN ANGEVELLE, 20 ANS, ÉLÈVE DE L'ESADD (BACHELOR NUMÉRIQUE)

Actuellement en bachelor numérique au sein de l'Esadd, **Yann Angevelle** a démarré sa formation initiale l'an dernier, à l'âge de 19 ans. « J'avais commencé mes études dans une autre formation, qui m'a déçu. Nous n'étions pas pris en compte par les professeurs, et le lieu de travail n'était vraiment pas adapté : tout l'inverse de l'Esadd, en fait ! ». En parallèle de ses études, Yann a la fibre entrepreneuriale. En septembre, il a lancé, avec un associé, une application de révision ludique de listes de mots, MemoCard.io. « Nous pourrions bénéficier d'aménagement de cours au sein de l'Esadd pour travailler sur notre entreprise, mais nos enseignants sont compréhensifs et surtout, ils nous accompagnent et nous poussent pour réussir. C'est appréciable de sentir que notre projet est sécurisé et pris en compte aussi par notre école. » Au-delà des enseignements dispensés, l'Esadd s'attache à l'épanouissement des étudiants et prend en compte leurs aspirations professionnelles pour les accompagner au mieux.



« L'ENTREPRISE M'A FAIT CONFIANCE, C'ÉTAIT UN RÉEL CHALLENGE ET J'EN SUIS FIÈRE »

OCÉANE POCHELET, 20 ANS, ÉLÈVE DE L'ESADD (BACHELOR DESIGNER NUMÉRIQUE)



Elle est en troisième année de bachelor designer numérique au sein de l'Esadd. **Océane Pochélet** a 20 ans et l'Esadd a été une évidence. « J'ai rencontré des représentants de l'école lors de journées portes ouvertes et cela été un coup de cœur tant dans l'échange humain qu'à la lecture du programme. » Océane cherchait une formation d'excellence dans le domaine du design digital, elle est comblée. « L'Esadd m'a permis de découvrir des univers que je pensais inaccessibles et m'a ouvert des portes que je ne soupçonnais pas. » L'alternance a toujours été dans les objectifs d'Océane. Mais en débutant au sein du groupe Place des Médias, elle ne s'attendait pas à travailler sur le magazine officiel de l'élection de Miss France 2024 ! Dans son entreprise, Océane a réalisé un stage de trois mois, puis son alternance de troisième année. « L'entreprise m'a fait confiance, c'était un réel challenge et j'en suis fière ! »



Portes ouvertes le 9 mars :

ESADD / SmartCAMPUS by CCI  
Place des Nations Unies à Dijon





Dijon

BOURGOGNE

vous

inspire ?

**Entrepreneur.e.s, ensemble, investissons pour l'avenir !**

**Devenez ambassadeurs.drices,**

contribuez à l'attractivité et à la  
croissance économique responsable  
de notre territoire Dijon métropole.

dijon

BOURGOGNE INVEST

L'AGENCE D'ATTRACTIVITÉ  
DE LA MÉTROPOLE DIJONNAISE

dijonbourgogneinvest.fr



# ENTRE INNOVATION PÉDAGOGIQUE ET VALEURS IMMUABLES



Frédéric Bec, directeur du Groupe Saint-Bénigne.



Lieu d'accueil pour tous, de l'école primaire à l'enseignement supérieur, le Groupe Saint-Bénigne s'attache à perpétuer sa maxime : « *Zéro laissé-pour-compte pour réussir tous ensemble* ». Frédéric Bec, directeur de l'établissement, revient sur l'accompagnement et la personnalisation des parcours.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquiel

**F**ort d'une notoriété acquise depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle, le Groupe Saint-Bénigne regroupe aujourd'hui sept établissements : l'école primaire, le collège, la Maîtrise de Dijon, le lycée général, technologique et professionnel, l'enseignement supérieur, ainsi que SB Formation, son centre de formation d'apprentis répartis sur trois sites à Dijon. Sous la tutelle religieuse de la Compagnie des filles de la charité de Saint-Vincent-de-Paul, chaque établissement érige en priorité la transmission des valeurs humaines : « *Au sein du Groupe Saint-Bénigne, nous accompagnons les personnes en travaillant sur la construction de*

cadres éducatifs et de professeurs principaux, qui suivent chaque élève, de son arrivée jusqu'à son intégration professionnelle.

Le Groupe Saint-Bénigne accueille 2 400 élèves. Trois cents personnes travaillent au bon fonctionnement des établissements. « *Dans un secteur concurrentiel, je m'évertue à défendre notre qualité de travail, qui s'appuie sur une longue expérience, sur une évolution permanente et sur l'innovation pédagogique que nous mettons en place.* » Le Groupe Saint-Bénigne puise aussi sa force dans sa large offre de formations supérieures. Avec ses dix BTS, proposés en formation initiale ou en alternance, ses six bachelors et ses deux classes préparatoires aux grandes écoles, la structure, qui porte le nom du célèbre apôtre de Bourgogne, contribue à la diversité des formations proposées sur le territoire. Largement tourné vers le monde professionnel, le Groupe Saint-Bénigne s'est doté d'un bureau des relations entreprises, représenté sur l'ensemble de ses sites.



## NOUS AVONS TOUJOURS DES SOLUTIONS À PROPOSER AUX ÉLÈVES AFIN D'ÉVITER LES RUPTURES DE PARCOURS ET LE DÉCROCHAGE SCOLAIRE.

FRÉDÉRIC BEC, DIRECTEUR DU GROUPE SAINT-BÉNIGNE

*leur parcours et en participant à leur éducation professionnelle* », explique Frédéric Bec, directeur du Groupe Saint-Bénigne.

Après un parcours dans l'enseignement, Frédéric Bec, venu tout droit d'Auvergne, a pris la direction du Groupe Saint-Bénigne il y a deux ans. Ce qui l'a tout de suite séduit, et qui continue de l'animer aujourd'hui, c'est d'abord ce principe de la personnalisation des parcours. « *Notre objectif est d'accompagner les élèves. Cela commence très tôt, dès le collège, notamment à travers des ateliers sur l'orientation. Nous avons toujours des solutions à proposer afin d'éviter les ruptures de parcours et de réduire considérablement le taux de décrochage scolaire. Notre taux de réussite est d'ailleurs proche de 100 %.* » Une manière de fonctionner que le directeur se plaît à caractériser comme une « *exception éducative* » puisque, si chacun est investi dans l'accompagnement des élèves, le Groupe Saint-Bénigne met en place des binômes

### UN RESTAURANT ET UN MAGASIN D'APPLICATION

Le restaurant d'application Le Saint-Bé est un lieu de formation pour les étudiants des filières hôtellerie et restauration. Sur réservation, le grand public est accueilli dans les règles de l'art, autour de menus variés. Prônant « l'apprentissage par le faire », le Groupe Saint-Bénigne a ouvert son magasin d'application en février. Lieu de formation grandeur nature pour les élèves du lycée professionnel tertiaire, la boutique est ouverte au grand public, auquel elle propose créations et produits d'artisans locaux.



Groupe Saint-Bénigne  
www.groupestbenigne.fr

SEFCA

# BRILLER PAR VOS COMPÉTENCES



Nathalie Pioud, chargée d'ingénierie de formation et de bilan de compétences au SEFCA.

La connaissance et la valorisation de ses compétences revêtent une importance cruciale, sur le plan personnel comme professionnel. C'est en ce sens que le Service Commun de Formations Continue et par Alternance (SEFCA) de l'université de Bourgogne accompagne chacun via le bilan de compétences et le dispositif de Validation des Acquis par l'Expérience (VAE).

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquiel

**Q**uelles sont vos compétences ? Et quelles sont celles que vous aimeriez acquérir ? Connaître ses savoir-faire est indispensable quand on s'interroge sur une éventuelle nouvelle vie professionnelle. « L'approche du bilan de compétences est très normée, car c'est un dispositif inscrit dans le Code du travail depuis 1991. Son cadre législatif est précis, notamment dans ses modalités d'accès ou de financement, précise Nathalie Pioud, chargée d'ingénierie de formation et de bilan de compétences au SEFCA. Pour autant, comme c'est une démarche individuelle, il y a une première phase de co-construction axée sur la personne, pour établir ensemble le processus

d'accompagnement qu'elle souhaite, au regard des objectifs qu'elle s'est fixés. » Du haut de ses 20 ans d'expérience dans l'accompagnement des transitions professionnelles et dans l'ingénierie de formation, Nathalie a eu l'occasion d'accompagner des personnes en évolution professionnelle, en reconversion ou encore en quête d'une connaissance approfondie de leurs compétences. « À partir du moment où une personne a besoin de faire le point sur son parcours professionnel, elle peut suivre un bilan de compétences. La suite peut être très précise, ou au contraire, cela peut être le début de la réflexion. À travers chaque accompagnement, je pars pour un nouveau voyage, une nouvelle relation humaine. Nous ne sommes pas des experts de la vie des personnes, nous sommes là pour les faire cheminer », explique Nathalie Pioud. Comme le bilan de compétences, la VAE est un dispositif d'accompagnement que le SEFCA propose à l'université de Bourgogne. Elle est gérée par le Pôle VAE, composé de Claudine Hennard, Aurélie Pesce et Julie Proenca. La VAE permet de valoriser l'expérience professionnelle acquise par l'obtention d'un diplôme. Une réforme, en ce début 2024, modernise la démarche, simplifiant le dépôt des dossiers via la plateforme numérique France VAE.

## Le SEFCA et l'université

« L'université de Bourgogne engage en 2024 une nouvelle démarche en direction des actifs et des demandeurs d'emploi en leur proposant de nouveaux services afin d'accéder plus facilement aux offres d'emploi dans les secteurs porteurs. Experte dans les formations du niveau bac+1 au bac+5 et bac+7, l'uB propose un accompagnement personnalisé renforcé, pour valider directement les compétences acquises tout au long de son parcours professionnel (notamment par le nouveau dispositif rénové de Validation des Acquis par l'Expérience - VAE), ou pour confirmer son choix de réorientation et de reconversion professionnelle, qui peut passer par le suivi d'un bilan de compétences. Des compléments de formation pourront être proposés, ajustés au besoin de chaque personne. »

- Philippe THOMAS, directeur du SEFCA.



À TRAVERS CHAQUE ACCOMPAGNEMENT,  
JE PARS POUR UN NOUVEAU VOYAGE,  
UNE NOUVELLE RELATION HUMAINE.

NATHALIE PIOUS, CHARGÉE D'INGÉNIERIE DE FORMATION  
ET DE BILAN DE COMPÉTENCES AU SEFCA





Libre de ne pas choisir  
entre grimper les échelons  
ou grimper des sommets.



A 0 g CO<sub>2</sub>/km

B

C

D

E

F

G

Nouvelle ID.7  
100 % électrique

Cycles mixtes de la gamme ID.7 (kWh/100 km) WLTP : 14,1-19,2. Rejets de CO<sub>2</sub> (g/km) WLTP : 0 (en phase de roulage). Valeurs au 07/09/2023, susceptibles d'évolution. Plus d'informations auprès de votre Partenaire. Depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2018, les véhicules légers neufs sont réceptionnés en Europe sur la base de la procédure d'essai harmonisée pour les véhicules légers (WLTP), procédure d'essai permettant de mesurer la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub>, plus réaliste que la procédure NEDC précédemment utilisée.

Volkswagen Group France - SAS au capital de 198 502 510 € - 11, av. de Boursonne, Villers-Cotterêts - RCS Soissons 832 277 370.

Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo #SeDéplacerMoinsPolluer

**BYMYCAR DIJON**  
2 RUE DES RUCHOTTES  
21121 AHUY  
03 80 59 22 22

**BYMYCAR BEAUNE**  
61 ROUTE DE BEAUNE  
21550 LADOIX-SERRIGNY  
03 80 26 40 53

BYmy)CAR



CENTRE DE FORMATION DIVERSITÉ FM

# ET SI VOUS PASSIEZ DERRIÈRE LE MICRO ?



Farid Boulacel et Laurence Porte, accompagnés de l'équipe Diversité FM.

Diversité FM lance un centre de formation à Montbard en septembre 2024, et une implantation à Dijon courant 2025. Ce nouvel établissement proposera des formations qualifiantes, mais permettra aussi au grand public de découvrir les métiers de l'audiovisuel.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : DR

**P**assionné, Cédric Tarteret l'est indéniablement. Engagé aussi, surtout quand il s'agit de parler de sa radio, Diversité FM fondée en 2016. « Chez nous, on parle de citoyenneté, d'égalité, de laïcité, de culture, du respect de l'autre et sa différence...

à la fois à Montbard et Dijon. Une structure destinée à accueillir de nombreuses formations qualifiantes, mais aussi des programmes de découverte pour un public non professionnel. « Notre première session de formation est prévue en septembre. » À quels publics s'adressera

aidé et des bénévoles. Le but est de permettre à ces différents publics de s'épanouir dans un environnement professionnel, auprès d'une association et d'un média dynamiques. Le Graal sera de pouvoir délivrer le CQP [ndlr : certificat de qualification professionnelle] animateur radio, mais, en attendant, nous proposerons notre propre formation qualifiante. Il n'existe pas de centre de formation de ce type en Bourgogne-Franche-Comté et dans le Grand-Est. Pour s'initier aux métiers de la radio, il faut aujourd'hui se rendre à Toulouse, à Lille ou à Paris. » Animateur, réalisateur, rédacteur, technicien, directeur des programmes et d'antenne : l'école ouvrira la voie vers les différents métiers de la profession. « Pour ce premier centre de formation, nous avons reçu le soutien technique de la mairie de Montbard et du président de la confédération nationale des radios associatives (CNRA). » Véritable projet de territoire, Diversité FM est encore à la recherche de financements pour permettre à ce centre de voir le jour dans les meilleures conditions. À bon entendre.

LE SPECTRE EST LARGE POUR PERMETTRE AU PLUS GRAND NOMBRE DE DÉCOUVRIR L'ENVERS DU DÉCOR OU DE SE PERFECTIONNER DANS LES MÉTIERS DE LA RADIO.

CÉDRIC TARTERET, PRÉSIDENT DE DIVERSITÉ FM

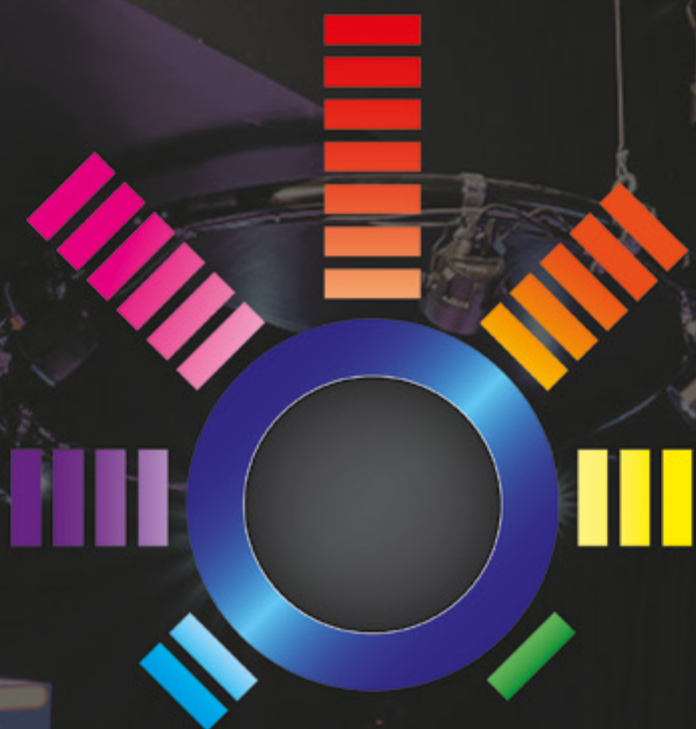
Nous revendiquons notre côté formateur, tout en restant dans la construction de projets », explique-t-il. Présente en Bourgogne (sur le 103.9) et en Grand Est (sur le 106), Diversité FM, comme son nom l'indique, est une radio où l'expression et la prise de parole citoyennes sont reines. Dans sa volonté de porter le plus possible la voix des jeunes, Cédric Tarteret et son équipe se lancent un nouveau défi pour 2024 : la création d'un centre de formation aux métiers de la radio et de l'audiovisuel, installé

le centre de formation de Diversité FM ? Les professionnels de la radio, les jeunes diplômés comme des jeunes issus de Missions locales ou souffrant de handicap seront les bienvenus. « Le spectre est large pour permettre au plus grand nombre de découvrir l'envers du décor ou de se perfectionner dans les métiers de la radio. Nous accueillerons des volontaires du service civique, des stagiaires issus d'écoles de journalisme, des techniciens et des ingénieurs du son. Nous pouvons aussi accueillir des jeunes en contrat



Diversité FM  
www.diversitefm.fr





Bienvenue  
Le jeu commence quand  
vous serez tous connectés.

**MUSI'QUIZ**  
Le jeu musical

**MUSI'QUIZ**

4 Rue des Fromentaux  
21121 Ahuy  
Face au Klube

**06 06 58 51 94**

---

**OUVERTURE EN AVRIL 2024**

# POUR LE BIEN-ÊTRE

# DES DIRIGEANTS



Audrey Kolb et Valérie Villard-Charroin, respectivement déléguée générale et responsable projets RH du Medef Côte-d'Or.



Et si le bien-être d'une entreprise passait d'abord par celui de son dirigeant ? La formation *Génération des leaders éveillés* mise en place par le Medef Côte-d'Or repose sur ce postulat. Constat, thématiques, apprentissage et témoignages, retour sur la première année de ce cycle de formation dédié aux chefs d'entreprise.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquel & DR



## QUAND UN DIRIGEANT VA MAL, C'EST TOUTE SON ENTREPRISE QUI VA MAL.

AUDREY KOLB, DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DU MEDEF CÔTE-D'OR

**E**n mettant notre quotidien entre parenthèses, en nous confinant, la crise sanitaire – qui paraît déjà bien loin – a été la goutte d'eau de trop dans le vase déjà bien rempli de beaucoup de chefs d'entreprise. Pour un grand nombre de dirigeants, stress, solitude, problèmes de sommeil et de nutrition s'accumulent. En partant du postulat que la santé d'un dirigeant doit être considérée comme un actif intangible de l'entreprise, le Mouvement des entreprises de France (Medef) Côte-d'Or a décidé, en 2021, de créer la formation *Génération des leaders éveillés*. « On s'occupe beaucoup des salariés

et c'est bien normal. Mais quand un chef d'entreprise va mal, le plus souvent, il ne le dit pas et ne le montre pas. Les mois passant, cela peut se ressentir au sein de la société. Et quand un dirigeant va mal, c'est toute son entreprise qui va mal », explique Audrey Kolb, déléguée générale du Medef Côte-d'Or. Dans un monde hyper compétitif, souvent gouverné par les apparences et où il faut toujours se présenter sous son plus beau jour, il est parfois complexe de prendre conscience que sa santé est nécessaire au fonctionnement et à la pérennité de son entreprise. « La santé du dirigeant, c'est un sujet qu'on abordait déjà avant la crise Covid,



mais il était vraiment tabou. Génération des leaders éveillés, c'est un appel aux chefs d'entreprise pour leur dire qu'ils ne sont pas seuls », assure Valérie Villard-Charroin, responsable projets RH du Medef Côte-d'Or. Dans un agenda bien fourni, cette formation propose une fois par mois de prendre le temps de prendre le temps.

#### LA FORCE DU COLLECTIF

Pour dessiner et mener à bien ce cycle de formation, le Medef Côte-d'Or peut compter sur l'expertise de Noémie Guerrin (Santé du dirigeant) et Carole Girard (Carole Girard Conseil). Pendant une année, les dirigeants se réunissent une fois par mois pour vivre des expériences uniques.

une véritable bulle d'oxygène pour les chefs d'entreprise, avoue Carole Girard. C'est un parcours qui leur permet de prendre conscience du côté primordial de leur bien-être. » Plusieurs modules composent le déroulé de la formation : le diagnostic des besoins et des attentes de chacun ; la présentation du programme et la création d'une dynamique de groupe ; la compréhension des besoins physiologiques, psychologiques, sociaux et de performance mentale. « La base de la formation reste l'expérience. Nous permettons aux dirigeants d'adopter des outils à mettre en place à l'intérieur de leur quotidien », complète Noémie Guerrin. Les dirigeants ont expérimenté la plongée sous-marine pour apprendre à respirer en conscience, l'équicoaching, des cours de cuisine et d'initiation la nutrition, des cours de théâtre, à des ateliers de méditation en pleine conscience... « Cette première promotion était d'une grande diversité : des hommes et des femmes, des jeunes comme des plus anciens, des patrons de TPE comme de grands groupes... Cette complémentarité a soudé les participants et leur a permis de confronter leurs différentes problématiques. Encore aujourd'hui, ils continuent de se voir hors du travail. C'est ça aussi l'objectif d'une telle formation : réussir à créer des liens. »

## CETTE FORMATION EST UNE VÉRITABLE BULLE D'OXYGÈNE POUR LES CHEFS D'ENTREPRISE.

CAROLE GIRARD, PRÉSIDENTE DU RESEAU FEMMES DU MEDEF CÔTE-D'OR

Le programme alterne journées expérientielles et journées d'accompagnement collectif et individuel. Un parcours qui permet aux dirigeants de prendre soin d'eux pour mieux prendre soin, ensuite, de leur entreprise et de leurs collaborateurs. « Cette formation est

Noémie Guerrin (Santé du dirigeant) et Carole Girard (Carole Girard Conseil)



## LA PREUVE PAR L'EXEMPLE

Ils sont une douzaine à avoir intégré la première promotion de *Génération des leaders éveillés*. David Boussard, directeur général de CPage, et Alhame Buisard, directrice générale du Relais de la Source, reviennent sur cette année riche en expériences et en émotions.



**DAVID BOUSSARD,  
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CPAGE**

« J'ai beaucoup aimé le concept consistant à partager, sur une période assez longue, des expériences avec un petit groupe qui a les mêmes problématiques que moi. Quand j'ai été nommé directeur, un de mes pairs m'avait dit que j'allais être confronté à la solitude du dirigeant. J'ai décidé d'intégrer GLE pour son concept inédit et atypique : on fait de la plongée, des séances avec des animaux, des exercices de respiration et de méditation, on travaille aussi sur son alimentation. Pour moi, le bien-être d'un dirigeant lui permet de donner à ses collaborateurs le sens du travail. Il faut qu'ils sachent pourquoi ils se lèvent le matin. Tout ça va transparaître sur la santé d'une entreprise par la suite. »



## L'OBJET DE CETTE FORMATION EST DE SE RECONNECTER AVEC SOI-MÊME ET DE PRENDRE CONFIANCE EN SOI.

AHLAME BUISARD, DIRECTRICE GÉNÉRALE DU RELAIS DE LA SOURCE

**AHLAME BUISARD,  
DIRECTRICE GÉNÉRALE DU RELAIS DE LA SOURCE**

« En tant que membre active du Medef, que je représente à la médecine du travail, la santé du dirigeant est un sujet qui m'intéresse beaucoup. Quand j'ai repris le Relais de la Source, en pleine période Covid, il y avait énormément de problèmes et de contraintes à gérer. Cela peut causer une accumulation de stress et de fatigue car on n'a pas assez pris de temps pour soi. Or, pour être performant, il faut être bien dans sa tête et bien dans son corps. L'objet de cette formation est de se reconnecter avec soi-même et de prendre confiance en soi. Pour ma part, l'équicoaching m'a énormément touchée. Je me suis rendu compte de l'impact de nos mots et de nos actes lors de cet atelier. Le cheval ne réagissait absolument pas de la même manière en fonction de la personne qui lui donnait des ordres. Ça nous prouve parfois que nos façons de manager doivent évoluer. Cette formation m'a permis de trouver des solutions à certaines problématiques que je pouvais rencontrer dans ma vie professionnelle. »



Le programme *Génération des leaders éveillés* reprendra avec une deuxième promotion en septembre 2024. Le dispositif est porté par le Mouvement des entreprises de France de Côte-d'Or, mais il est ouvert à tous les dirigeants, pas seulement aux adhérents du syndicat patronal. Pour vous inscrire, contactez : [vvillardcharroin@medef.fr](mailto:vvillardcharroin@medef.fr)



Medef Côte-d'Or  
[www.medef21.fr](http://www.medef21.fr)  
Tél. 07 77 76 74 99



2 pistes sur un seul site

Piste auto & moto  
3,801 km

Karting  
1100x8 m

- séminaires
- team building
- réceptions
- privatisation d'espaces extérieurs

**Vivez la Dijon-Prenois expérience !**



+ de  
**1000m<sup>2</sup>**  
d'espaces réceptifs modulables



ouverts **TOUTE L'ANNÉE**  
pour organiser  
**VOS ÉVÉNEMENTS**  
professionnels ou privés





ACADIR - OPTIONS TÉLÉCOM

# DE LA PETITE ÉTINCELLE À LA GRANDE RÉALISATION

Francis Thiebaud est le dirigeant d'Acadir et d'Options Télécom, deux structures qui rayonnent sur l'ensemble de la Bourgogne-Franche-Comté, expertes dans les solutions informatiques, la cybersécurité et les services télécoms aux professionnels. De la vision à la réalisation, rencontre avec ce dirigeant accompli.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Pascal Regaldi



**S**'il fallait caractériser Francis Thiebaud, il faudrait parler autant de sa modestie que de son ambition. Après un parcours professionnel dans l'événementiel, il a créé Acadir en 2016 en partageant son idée avec Sébastien Bertrand, son associé de l'époque. « L'informatique autrement » est né dans les 15 mètres carrés d'une pépinière d'entreprises doloise. « Nous avons commencé à deux, et nous sommes aujourd'hui 28 chez Acadir », précise Francis Thiebaud. Une évolution due au déploiement des services, au suivi et à la maintenance assurés par des équipes de techniciens et de commerciaux qui accompagnent les clients pendant tout le cycle de vie du parc informatique. « Sur la partie hotline, il y a quatre personnes en permanence qui traitent 30 à 40 sollicitations par jour, de l'assistance au dépannage. » Acadir réalise de l'informatique forfaitaire, basée sur la cybersécurité et la proactivité. « Au lancement, nous avions un agent de surveillance des mises à jour et un antivirus ; aujourd'hui, il y a pratiquement six ou sept outils pour protéger l'utilisateur, le monde a bien changé. »

domaine des solutions technologiques. Enfin, Acadir a été élu partenaire majeur France et Europe sur les technologies Datto Inc, ce qui nous permet d'établir immédiatement un plan de reprise d'activité en cas de sinistre. », se félicite-t-il. Des avancées majeures pour Acadir, dont le développement a nécessité le déménagement dans de nouveaux locaux de 400 mètres carrés, à Dole, inaugurés en octobre 2023. Débutant avec l'aéroport de Dole comme client, Acadir capte aujourd'hui entre trois et cinq nouveaux clients par mois. La communauté de communes Porte du Jura, Jussieu Secours BFC, Diamac à Cléron (outils de coupe) ou encore Merem Électronique Groupe à Saône (fabricant de cartes électroniques) en sont l'exemple. De plus en plus de notaires, experts comptables et huissiers de justice leur font également confiance. « Pour chaque client, nous mettons en place une analyse des risques et opportunités. Il nous est arrivé de refuser des dossiers, même nationaux. C'est aussi cela l'intelligence d'une entreprise ! » Toujours tourné vers de nouveaux challenges, Francis Thiebaud s'est engagé dans une aventure complémentaire en février 2023 : il a racheté l'entreprise dijonnaise Options Télécom, créée il y a plus de 20 ans par l'ancien président du Medef Côte-d'Or, Pierre-Antoine Kern. Cette acquisition lui a permis de renforcer son offre de services : aux solutions de prévention et de sécurisation proposées par Acadir se sont ajoutés les services de télécommunication destinés aux professionnels proposés par Options Télécom. « Cela nous permet de proposer une expérience client unifiée et de confiance, tout en mettant en place une offre sécurisée, cloisonnée, personnalisée et dématérialisée pour chaque entreprise. » Quinze nouvelles personnes ont rejoint l'aventure lors de cette opération de croissance externe. Pour autant, Francis Thiebaud met un point d'honneur à préserver une valeur qui lui est chère : la qualité de la relation humaine et la proximité avec ses clients. « L'année 2024 sera pour nous l'occasion d'axer davantage sur la cybersécurité avec nos clients en leur proposant une solution complète tournée sur la protection de l'identification des utilisateurs et des usages. »

## ACADIR N'EST PAS UN PRESTATAIRE INFORMATIQUE CLASSIQUE. NOUS SOMMES LES PREMIERS AMBASSADEURS DU MODÈLE D'INFOGÉRANCE PROACTIVE EN FRANCE.

FRANCIS THIEBAUD, DIRIGEANT D'ACADIR ET OPTIONS TÉLÉCOM

### UN DÉVELOPPEMENT POUR DE NOUVEAUX DÉFIS

L'enjeu, pour Francis Thiebaud : faire évoluer son entreprise tout en assurant une veille technologique poussée pour rester à l'affût des évolutions du secteur. Pari réussi puisque Acadir est aujourd'hui classé parmi les 20 plus grosses entreprises de services numériques de la région. « Cette année, nous avons reconduit la certification Iso 9001, initialement obtenue en 2020, qui garantit notre qualité de prestation et d'organisation. Nous avons aussi décroché le statut Gold auprès de Watchguard qui témoigne d'une position de leader dans le



Acadir / Options Télécom  
2 rue René Char à Dijon  
www.acadir.fr

Francis Thiebaud, dirigeant  
d'Acadir et d'Options Télécom.

GROUPE FIMADEV

# LA FORCE DE REBONDIR

Quand on entre dans le bureau du directeur général, au premier étage des bâtiments du Groupe Fimadev, on a du mal à croire que l'entreprise a pu subir une cyberattaque majeure seulement quelques mois auparavant. Si Max Gautheron-Smits parle aujourd'hui avec passion de nouveaux projets, d'ouverture à l'international et d'idées de développement, il a dû, à la fin de l'été 2023, faire face à une attaque d'envergure, menée par une organisation russe spécialisée dans les *ransomwares*, Lock Bit. Témoignage.

Texte : Marc Perrin / Photographie : Nicolas Salin



Max Gautheron-Smits,  
directeur général du groupe Fimadev.

« *Il y a eu un 'avant' et un 'après' la cyberattaque* », commence Max. Le 27 août 2023, au milieu de la nuit, une société russe spécialisée dans les *rançongiciels*, Lock Bit, s'infiltré dans les serveurs de ce groupe aux multiples casquettes (intérim, services de relations clients, développement web, formation et location de bureaux), et verrouille l'intégralité des contenus. Dans ces situations, la rançon réclamée représente en moyenne entre 3% et 10% du chiffre d'affaires de l'entreprise attaquée. « *Nous avons pris la décision de ne pas céder au chantage* », confirme-t-il, « *c'était évident que nous n'alimenterions pas ce système criminel* ».

## NOUS AVONS SURVÉCU À CETTE ATTAQUE ET NOUS NOUS SOMMES RÉINVENTÉS.

MAX GAUTHERON-SMITS, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE FIMADEV

### UNE CRISE SANS PRÉCÉDENT

Refuser de payer la rançon, c'est choisir de se lancer dans une lutte durant plusieurs mois, pour récupérer les données et rebâtir un écosystème de travail pour chacune de ses différentes filiales. « *Nous pensions être relativement bien équipés pour une PME. Nous n'étions pas spécialement vulnérables. Pourtant, les attaquants connaissaient parfaitement notre infrastructure, ils l'avaient étudié pendant près d'un an et demi* », explique-t-il, soulignant l'ampleur du défi auquel son équipe a dû faire face. L'impact de l'attaque a été dévastateur. Toutes les données de l'entreprise ont été cryptées, bloquant totalement les opérations en cours. « *Nous avons perdu l'accès à nos outils de production, ainsi qu'à toutes les fonctions support. Plus de paye, plus de suivi des créances clients, plus d'accès aux comptes en banque* », indique Max Gautheron-Smits. Face à cette crise, l'équipe de direction, menée par Max Gautheron-Smits et son père, Pascal Gautheron, a dû faire preuve d'une réactivité et d'une détermination exceptionnelles. Réuni chaque matin, le CODIR prend les décisions de concert pour reprendre au plus vite les activités : « *nous avons supervisé la mise en place d'une nouvelle infrastructure, en partant quasiment de zéro. Nous devons être réactifs et méthodiques* ». Au lendemain de l'attaque, les sociétés du groupe (Centre Relations Clients, Centre d'Affaires Plus, Excelliance,

Fimainfo, Inlingua et Smits & Partners Formation) sont paralysées. Alors qu'une partie du personnel est placée en chômage partiel, d'autres salariés adoptent de nouvelles méthodes de travail, parfois rudimentaires, mais indispensables pour maintenir une certaine activité. « *Mon père a monté ce groupe alors que le digital n'existait pas : on a simplement retrouvé de vieilles façons de travailler. Retour à la bannette et au listing papier, notamment sur les agences Excelliance, pour reprendre au plus vite l'activité et répondre aux demandes de nos clients* », sourit le jeune homme.

### RECONSTRUIRE ET SE RÉINVENTER

Au-delà de la crise, émerge un désir ardent de renaissance. « *La priorité numéro un était d'informer nos collaborateurs en temps réel et de maintenir le lien au quotidien avec nos clients* », déclare-t-il. « *La transparence, la régularité et la précision sont devenues nos maîtres-mots* ». La route vers la reconstruction n'est pas aisée. « *J'avais la rage de vaincre et la fureur de perdre* », affirme le directeur général en citant les paroles d'une chanson d'Orelsan. « *Mais nous avons refusé de nous laisser abattre. Nous avons continué à signer des contrats, à développer et à recruter. Nous avons reconstruit une infrastructure technique saine avec des standards de sécurité élevés* ». L'expérience a également souligné l'importance cruciale de la cybersécurité dans le monde des TPE/PME. « *La cybersécurité n'est pas seulement une préoccupation des services informatiques. C'est un enjeu de la direction générale* », souligne Max Gautheron-Smits. « *Il incombe aux chefs d'entreprise d'anticiper les crises, de s'entourer de prestataires, de prévoir des assurances et de placer de la trésorerie pour y faire face* ». Alors que l'entreprise se reconstruit, Max Gautheron-Smits reste résolument optimiste. « *Nous nous sommes promis de ne jamais revivre une telle situation. Nous avons survécu à cette attaque et nous nous sommes réinventés. Maintenant, nous sommes plus forts et plus déterminés que jamais* » conclut-il, le regard tourné vers l'avenir.



Groupe Fimadev  
20, rue des Grandes Varennes à Ahuy  
www.fimadev.fr  
Tél. 03 80 40 72 70



**TROUVEZ VOTRE NOUVEAU  
COLLABORATEUR  
EN ALTERNANCE**

GRÂCE À NOS JOBS DATING

**HAPPY  
HOUR**

*JOB DATING DE L'ALTERNANCE*

**DIJON  
MERCREDI 10 AVRIL**

**CHALON  
MERCREDI 24 AVRIL  
DE 16H À 20H**

**CONTACTEZ NOS EQUIPES  
POUR INSCRIRE VOTRE ENTREPRISE**

**DEPUIS 25 ANS,  
ÉCOLES SUPÉRIEURES  
EN ALTERNANCE  
DE BAC+2 À BAC+5**

**CAMPUS DIJON**

7 bd l'Europe, 21800 Quétigny  
03 80 48 99 99  
conseils@dijonformation.com  
www.dijonformation.com | www.ismacc.fr

**CAMPUS CHALON**

8 rue Georges Maugey, 71000 Chalon s/ Saône  
03 85 41 84 54  
conseils@chalonformation.com  
www.chalonformation.com | www.ismacc.fr

**EN +**

**JOURNÉES PORTES OUVERTES  
MERCREDIS 21 ET 28 FÉVRIER  
DE 9H À 18H  
ET SAMEDI 9 MARS  
DE 9H À 13H**





ARGE

# SÉCURITÉ ET PROXIMITÉ



Sylvain Baudry, directeur commercial d'ARGE.

Avec plus de 20 ans d'expérience dans la sécurité, Sylvain Baudry a eu le temps de voir évoluer son métier. Aujourd'hui directeur commercial des quatre agences ARGE, il évoque avec nous un travail de proximité et de passion. Entretien.

Texte : Quentin Scavardo  
Photographie : Jonas Jacquet



**Décideur. Le commerce et la sécurité, c'était une vocation ? Quel est votre parcours avant d'arriver chez ARGE ?**

**Sylvain Baudry.** À la base, je suis issu d'une formation plutôt technique. J'ai un BEP-CAP d'électricité générale et un bac professionnel, toujours dans le côté technique. Ensuite, je me suis découvert une vraie vocation de commercial en préparant mon bac. En dépannant des machines électriques, je me suis aperçu que je les avais involontairement vendues. Mon maître de stage m'a demandé pourquoi je ne pouvais pas mes études dans cette voie-là. Il faut savoir qu'il y a seulement 4 % des personnes en bac pro qui passent en BTS. C'est ce que j'ai fait, et je me suis vraiment épanoui dans ce domaine-là en commençant d'abord en alternance dans la banque. Ma mère était banquière, ma grand-mère était banquière... Donc j'avais cette fibre. J'ai d'ailleurs fait le passage à l'euro au guichet. C'était vraiment un sacré challenge, je me rappelle avoir eu 1,2 million de francs à mes pieds, comme dans les films ! Finalement, j'ai décidé de partir du secteur bancaire, parce qu'il me manquait cette démarche d'aller chercher le client. Quand on est en banque, on attend que le client vienne à nous. Je voulais aller au devant. C'est là que mon aventure dans la sécurité a commencé, en septembre 2003. Ce qui est amusant, c'est qu'il s'agissait d'une entreprise qui faisait partie du même groupe qu'ARGE.



**LA POLITIQUE DE LA MAISON, C'EST VRAIMENT DU SUR-MESURE PAR RAPPORT À NOS CLIENTS.**

SYLVAIN BAUDRY, DIRECTEUR COMMERCIAL D'ARGE

**Et donc pourquoi la sécurité ?**

Le côté sécurité avec le côté électricité basse tension de mes études techniques me parlaient énormément. Il faut savoir que j'ai suivi une formation initiale qui n'a rien à voir avec la formation proposée par ARGE d'aujourd'hui. J'étais plutôt un autodidacte sur le terrain. Ce qui est amusant, c'est que j'ai connu Béatrice DEBEAUX, la présidente d'ARGE, en séminaire. Au fil des années, j'ai gardé contact avec elle et, en 2018, j'ai su qu'elle cherchait à recruter. Je suis arrivé en janvier 2019 en tant que simple commercial. Ce n'est qu'en septembre 2019 que je suis passé Responsable d'Agence, à Fontainebleau, quatrième agence d'ARGE. C'est grâce à mon intégration que nous avons pu développer notre clientèle en région parisienne. Nous avons déjà créé auparavant des agences à Nancy et à Lille. Ensuite, je me suis rapidement vu confier la gestion de toutes les équipes commerciales et je suis devenu directeur commercial de l'ensemble des agences ARGE en janvier 2023.

**Vous êtes donc le lien et le liant entre vos équipes et les clients d'ARGE ?**

Exactement ! J'ai un travail d'encadrement et d'organisation de mes équipes. Et surtout de déontologie de la boîte. À l'heure actuelle, j'ai huit personnes dans mon équipe. La politique de la maison, c'est vraiment du sur-mesure par rapport à nos clients. Nous pensons d'abord au bien-être des clients, à travers un suivi administratif et technique exigeant. ARGE, c'est vraiment une organisation très soudée où chacun a sa place, chacun à son poste. On ne se marche pas sur les pieds. Ce que j'aime bien avec mes équipes, c'est que je leur apprends une politique qui fonctionne, parce que je reste commercial aussi. Donc j'ai exactement le même travail qu'eux à fournir sur le terrain au quotidien et c'est ma technique de management. Ce que je leur inculque, c'est exactement ce que je mets en pratique depuis longtemps. C'est aussi une question de crédibilité et de légitimité. Ça fait plus de 20 ans que je travaille dans la sécurité, donc je connais ce métier sur le bout des doigts, car je le pratique tous les jours sur le terrain.

**Quel est d'ailleurs votre principal argument pour vendre les systèmes de sécurité d'ARGE ?**

Nous mettons en avant notre proximité commerciale et technique avec nos clients. Notre réactivité pour le suivi. C'est notre véritable force chez ARGE. Évidemment, nos agréments qui sont les plus élevés du marché sont une force. Et puis, il y a aussi malheureusement une insécurité grandissante. Pendant l'année 2023-2024, je n'ai jamais vu autant de cambriolages et d'insécurité de toute ma carrière.

**En 20 ans, le métier a bien dû évoluer..**

Oui, énormément ! J'ai commencé avec des caméras qui étaient énormes, en noir et blanc, avec une mauvaise définition d'image. À l'époque, il n'y avait même pas d'enregistrement des images. Aujourd'hui, l'Intelligence Artificielle (IA) dans nos caméras est spectaculaire. Ça n'a plus rien à voir ! Le grand avantage avec la vidéoprotection, c'est que nous sommes capables de proposer une caméra adaptée à chaque situation. Il suffit de bien déterminer le besoin. C'est pour cela que je parle de sur-mesure. Si je devais donner trois critères de la qualité du travail des équipes d'ARGE, je dirais : notre renommée depuis bientôt 22 ans ; notre savoir-faire, sur les aspects administratifs, techniques et commerciaux – je rappelle que nous ne faisons pas appel à la sous-traitance – ; et enfin, le sérieux des équipes et de l'encadrement.



**ARGE**

16, rue du Golf à Quetigny  
Tél. : 03 80 46 82 50 / [www.arge.fr](http://www.arge.fr)

MAISON PAROTY

# L'ARTISANAT EN HÉRITAGE

Dans un monde économique marqué par d'incessants changements, l'artisanat reste l'un des leviers du développement territorial. C'est le ressenti de Damien Paroty, dirigeant de la Maison Paroty, qui regroupe douze boulangeries-pâtisseries en Bourgogne-Franche-Comté.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquel



Damien Paroty, dirigeant de Maison Paroty.



Issu de formations en boulangerie-pâtisserie puis en hôtellerie-réception, Damien Paroty a toujours côtoyé l'artisanat. Les valeurs de l'artisanat, la transmission du savoir-faire, voilà en quoi croit Damien Paroty. Nous le retrouvons dans l'une de ses boutiques, place du théâtre à Dijon. « Nous avons commencé en ouvrant une boutique avec deux salariés. Aujourd'hui nous avons douze boutiques et près de 150 salariés », précise-t-il. Le challenge a été de ne jamais perdre l'ADN de l'artisan malgré notre croissance. » Au sein des boulangeries-pâtisseries, Damien Paroty s'engage pour l'environnement. La Maison Paroty travaille le plus possible en local et en circuits courts : par exemple, la farine provient des Moulins de Parcey à Chagny, et

ville, de la clientèle et de ses besoins. « Le concept est identique, mais il est incarné différemment selon les managers et les équipes présentes sur chaque site », explique Damien Paroty dont le fils, Maxime, est le manager des établissements de Dijon Sud et Dijon Théâtre, qui accueillent en moyenne 600 personnes par jour. Les gammes proposées sont similaires, mais nos produits varient en fonction de l'humain qui le travaille, c'est cela la plus grande valeur de l'artisanat. Aujourd'hui, le client n'a plus envie d'être trompé, il est impératif de tenir un vrai discours de vérité sur la qualité de nos produits ». La confiance des clients repose ainsi sur l'authenticité, mais aussi la confiance, qui commence en interne, au sein même de l'entreprise.



CE QUI EST FAIT SUR SITE EST CONSOMMÉ SUR SITE,  
C'EST DU FAIT MAISON ET SURTOUT DU FAIT SUR PLACE.  
C'EST NOTRE VISION DU MÉTIER ET L'UNE DE NOS FORCES.

DAMIEN PAROTY, DIRIGEANT DE MAISON PAROTY

le miel des pains d'épices est récolté auprès d'apiculteurs locaux. Au sein du groupe, six boulangeries-pâtisseries proposent un espace snaking – un espace parfois conséquent au point de prendre des allures de brasserie, comme à Rioz Sud où travaillent 30 personnes. Ce service complémentaire fait la différence auprès des clients. « Nous sommes l'un des seuls dans ce domaine à ne pas avoir tout centralisé : ce qui est fait sur site est consommé sur site, c'est du fait-maison et surtout du fait sur place. C'est notre vision du métier et c'est l'une de nos forces. » L'ensemble des établissements portent le nom de la marque mère, Maison Paroty, mais chacun d'eux est un univers à part entière. Dans le design architectural comme dans la disposition des espaces de vie, les boutiques ont été pensées en fonction de la

## LA CERISE SUR LE GÂTEAU

L'artisanat, Damien Paroty le connaît donc bien, que ce soit à travers Maison Paroty, présente dans toute la Bourgogne-Franche-Comté, ou au sein de Ô'Complexe, en Haute-Saône, un espace événementiel proposant une activité traiteur. Ses liens avec l'artisanat et l'entrepreneuriat ne s'arrêtent pas là puisque Damien Paroty est aussi vice-président de la chambre de métiers et de l'artisanat de Région Bourgogne-Franche-Comté depuis 2021, et président de la confédération des petites et moyennes entreprises (CPME) de Haute-Saône depuis trois ans.



Maison Paroty  
www.paroty.fr



MAISON MOILLARD

# LA MODERNITÉ AU SERVICE DU TERROIR

Chaque année, la Maison Moillard commercialise en moyenne 1,8 million de bouteilles sur 92 appellations et climats. Rencontre avec l'un des acteurs de cette maison, dont le travail est de garantir une qualité hors pair des vins et des crémants : Serge de Bucy, responsable achats vins, achats en raisin et en moûts, et œnologie.

Texte : Aurélie Boudenia / Photographie : Jonas Jacquell



Serge de Bucy, responsable achats vins et œnologie au sein de Maison Moillard.



Système de climatisation des élevages en fût, contrôle de l'hydrométrie... La modernité est venue accentuer la qualité des gammes de la Maison.

**P**récedemment salarié du groupe Grands Chais de France dans une autre région, Serge de Bucy s'installe en Bourgogne-France-Comté en 2017. « *Cela faisait plus de 20 ans que j'étais dans la Loire. J'ai saisi l'opportunité de découvrir un nouveau territoire et de nouveaux produits*, explique-t-il. *Au sein de la Maison Moillard, il existe une histoire très forte que l'on se plaît à raconter dans nos vins.* » Une belle histoire qui débute en 1850, avec les premières transactions de Symphorien Moillard. Depuis, la maison a su s'adapter à son temps tout en gardant ses valeurs fondamentales : le respect de la vigne et des hommes et des femmes qui la font, la recherche de l'excellence, la qualité, la satisfaction client et la passion pour moteur.

## DES VIGNES ET DES HOMMES

Serge de Bucy pilote deux activités-clés pour l'entreprise : le sourcing des raisins et/ou des moûts pour l'élaboration des vins et Crémants de la Maison, à la fois sur le Domaine Moillard et auprès de viticulteurs partenaires depuis plusieurs années, ainsi que la mise en valeur des terroirs à travers toutes les étapes de vinification. « *La vinification est le point de départ de tout. L'élevage est là pour révéler ce qui existe à la vigne. En ce sens, la Maison Moillard a un style contemporain tout en étant très respectueuse des savoir-faire historiques. Lorsque le Groupe Grands Chais de France a racheté la Maison en 2016, nous nous sommes appuyés à la fois sur l'expérience des personnes qui travaillaient là et sur l'outil de négociant-vinificateur-éleveur qui était déjà en place tout en le modernisant. Cette acquisition marque l'aboutissement d'une mutation qualitative, les investissements de la Famille Helfrich ont permis d'allier savoir-*

*faire régional centenaire et modernité technique pointue.* » Préserver le savoir-faire traditionnel, en apportant des améliorations, c'est l'ambition de la maison Moillard : du système de climatisation des élevages en fût au contrôle de l'hydrométrie en passant par un nouveau système de *sourcing* du raisin et du jus de raisin pour contrôler la qualité de la vinification, la modernité est venue accentuer la qualité des gammes de la Maison. Des investissements massifs dans la qualité visibles autant à la vigne qu'à la cave.

## CRÉMANTS DE RÉFÉRENCE

Des grands vins de Bourgogne à partager en toute simplicité oui, mais pas uniquement. Grâce à un regard attentif sur la mise en valeur des terroirs et à une vision technique faisant la part belle à l'innovation, la Maison Moillard est devenue le spécialiste des crémants de Bourgogne millésimés. « *Nous sommes partis d'une page blanche pour cette activité et, aujourd'hui, c'est un savoir-faire incontestable dont nous sommes très fiers. Le Groupe Grands Chais de France était déjà très présent dans d'autres Crémants de France, mais il manquait les Crémants de Bourgogne, qui plus est en millésimés* », constate Serge. Aujourd'hui, les Crémants de la Maison sont à 98 % dépendants de leurs propres vinifications et 75 % de ces Crémants sont millésimés, grâce à une gestion des assemblages et des tirages précise et rigoureuse. L'ambition de la Maison Moillard est claire : imposer le luxe des Crémants de Bourgogne millésimés sur toutes les tables.



**Maison Moillard**  
2, route de Dijon à Nuits-Saint-Georges  
www.moillard.fr

LA FABRIQUE À NUAGE

# DU BONHEUR EN SACHET

Créée sur les bancs de l'école en décembre 2022, La Fabrique à Nuage a entrepris de révolutionner la gourmandise saine en redéfinissant un classique intemporel : la barbe à papa. Avec une vision novatrice et une approche qui reprend tous les codes lifestyle de son époque, cette entreprise made in BFC propose des activations marketing inédites et des produits personnalisés qui captivent les sens et émerveillent les papilles. Rencontre avec ses deux fondateurs, Florian Baud et Vanessa Haidu.

Texte : Alban Salmon / Photographie : DR



NOUS CROYONS QU'IL EST POSSIBLE  
DE CONCILIER PLAISIR ET SANTÉ.

FLORIAN BAUD, FONDATEUR DE LA FABRIQUE À NUAGE



L'histoire de La Fabrique à Nuage est celle de deux jeunes esprits passionnés qui ont décidé de transformer une simple confiserie en une expérience gustative complète. « *Nous avons toujours été fascinés par la capacité des bonbons à susciter des émotions et des souvenirs* », confie Vanessa, co-fondatrice de l'entreprise. « *Nous voulions capturer cette magie et la réinventer, utiliser ce côté régressif au service de moments forts.* » Forte de cette ambition, La Fabrique à Nuage propose aujourd'hui deux offres distinctes qui réinventent l'expérience de la barbe à papa. « *C'est pour les marques un moyen unique de se connecter avec leur public* », ajoute Florian, le second co-fondateur. « *La barbe à papa est bien plus qu'une simple confiserie ; c'est un moyen de raconter une histoire, de marquer les esprits avec le branding de sa marque.* » De très belles maisons ont ainsi fait confiance à l'entreprise dijonnaise : Deezer, General Electrics, Porsche, Mercedes... Autant de clients prestigieux qui contribuent à l'image d'excellence du produit de Florian et Vanessa.

#### PLAISIRS SIMPLES POUR GRANDS ENFANTS

Pour dépasser l'image de l'en-cas sucré pour les petits, La Fabrique à Nuage en fait un jouet pour les grands : la barbe à papa devient un véritable outil de communication. « *Nous avons conçu nos stands à barbe à papa en misant sur l'innovation et la personnalisation* », explique Vanessa. « *Chaque barbe à papa devient une toile vierge sur laquelle nos clients peuvent imprimer leur identité et leur message lors de leurs événements.* » Logos, images et QR codes deviennent ainsi comestibles, pour permettre aux marques de créer des activations marketing sur mesure.

#### INNOVATION ET SANTÉ, DES ÉLÉMENTS DE DIFFÉRENCIATION

Pour les entreprises à la recherche d'une action corporate originale, La Fabrique à Nuage propose également des sachets de barbe à papa 100% personnalisés. « *Nous croyons en la puissance du storytelling* », explique Vanessa. « *Développer une formule de barbe à papa qui se conserve en sachet, dans son état de consommation idéal, pendant plusieurs mois, c'était un vrai défi !* » La marque a ainsi investi, depuis sa création, plus de 50% de son chiffre d'affaires en recherche et développement : la signature de celles et ceux qui s'engagent pour des produits et des idées toujours plus audacieuses ! Dernière audace en date, un lien étroit entre barbe à papa et santé du plus grand nombre ! Pour La Fabrique à Nuage, la gourmandise n'est pas incompatible avec une alimentation saine et variée. Depuis huit mois, l'entreprise s'est lancée dans une démarche ambitieuse : l'élaboration d'une barbe à papa moins calorique. « *Nous croyons qu'il est possible de concilier plaisir et santé* », explique Florian. « *C'est pourquoi nous avons travaillé en étroite collaboration avec les étudiants d'Agro Dijon pour développer une recette innovante et non moins gourmande.* » Cette collaboration, qui s'est conclue récemment, ouvre la voie à de nouvelles perspectives. Avec de beaux objectifs de développement, Florian et Vanessa abordent l'avenir comme un terrain de jeu pour leurs produits. « *Des partenariats se signent, de belles idées émergent : on est à un tournant de cette aventure entrepreneuriale* », confirme Vanessa. La Fabrique à Nuage prévoit ainsi de dévoiler prochainement de nouvelles recettes, gardées secrètes pour l'instant : un projet qu'il faudra garder à l'œil dans les prochains mois...



Florian Baud et Vanessa Haidu, les deux fondateurs de La Fabrique à Nuage.



La barbe à papa autrement : fabriquée en France, sans gluten, vegan et sans conservateurs.



La Fabrique à Nuage  
Instagram : la.fabrique.a.nuage

OLIVIER MEUNIER / PLANÈTE COMMUNICATION

# ALIGNEMENT DES PLANÈTES

À la croisée des univers, Olivier Meunier, après un parcours aussi diversifié que riche, a fondé l'écosystème Planète Communication. Ancien directeur exécutif de la JDA, il s'épanouit désormais dans le monde entrepreneurial, sans avoir jamais oublié le domaine sportif. Portrait.

---

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquel



Olivier Meunier, fondateur de l'écosystème Planète Communication.



Cet homme semble avoir vécu 1001 vies. Nécessaire pour esquisser le portrait d'Olivier Meunier, la lecture de son *curriculum vitae* en dit long. Il débute son aventure professionnelle en Haute-Marne, avec un CAP pâtissier-confiseur-chocolatier-glacier en poche. Arrivé à Dijon, il travaille pour plusieurs adresses comme le restaurant Pré Aux Clercs ou le chocolatier Guy Carbillet.

*L'alchimie était bonne, car nous étions recrutés pour nos valeurs humaines* », précise-t-il. Aujourd'hui, la septième promotion, rebaptisée affectueusement « Septième Compagnie » par ses anciens membres, continue de se réunir chaque année.

#### ECOSYSTÈME VERTUEUX

Fort de ses nombreuses années d'expérience dans le sport professionnel, Olivier Meunier a développé un important réseau, entre sport et business. En 2015, il crée Meunier Consulting, acquiert l'entreprise Planète Sport et la rebaptise Planète Communication – cette société *leader* de la communication visuelle à Dijon est désormais multi-franchisée à travers la France. La philosophie de sa marque se résume à offrir des services de personnalisation de qualité, accessibles à toutes les entreprises, des TPE-PME aux grands groupes, clubs et associations. « *La prise en charge est complète, de la conception à la réalisation, et englobe une variété de produits allant de la signalétique au textile, des cartes de visite aux goodies, des roll-up aux kakémonos, répondant ainsi à toutes les demandes. Un client qui vient chez Planète Communication avec une problématique trouvera toujours une réponse à ses questions.* » Installée en zone industrielle Cap Nord, la petite société a désormais bien grandi. Les résultats parlent d'eux-mêmes : 700 000 produits personnalisés, 1 800 clients satisfaits, 25 salariés et 4 agences en France (Dijon, Bourgoin-Jallieu, Val-d'Europe et Beaune). Mais « *chassez le naturel, il revient au galop* » : Olivier retourne rapidement vers l'univers sportif. Au sein de la famille Meunier, la passion du sport et des affaires se transmet de génération en génération. Avec son fils, Mathis, fondateur de l'entreprise L'Atelier des Légendes, il fonde le club de dirigeants Dijon Sport & Business, en 2018. Le principe : mouiller le maillot aux côtés d'autres chefs d'entreprise pour renforcer les liens qui forgeront les partenariats professionnels de demain. Un bel alignement des planètes.



## UN CLIENT QUI VIENT CHEZ PLANÈTE COMMUNICATION AVEC UNE PROBLÉMATIQUE TROUVERA TOUJOURS UNE RÉPONSE À SES QUESTIONS.

OLIVIER MEUNER, FONDATEUR DE L'ÉCOSYSTÈME PLANÈTE COMMUNICATION

Esprit ouvert et touche-à-tout, il n'hésite pas à embrasser de nouvelles opportunités – surtout quand celles-ci s'entremêlent à une autre de ses grandes passions : le sport. En 1991, le centre commercial de la Toison d'Or ouvre ses portes à Dijon, il devient alors responsable du rayon tennis et ski chez Go Sport. « *À l'époque, je me suis même formé pour devenir préparateur de ski et surtout cordeur professionnel. J'ai alors travaillé dans les tournois les plus prestigieux, comme Roland Garros ou Monte-Carlo.* » Démarché ensuite par Intersport, il change d'enseigne en 1992 pour prendre la direction du magasin tout récent de Quetigny. Nouveau virage dans sa carrière, au détour d'une annonce de journal qui propose un poste au sein d'un grand club sportif régional : l'opportunité était trop belle, l'aventure JDA commence alors.

Derrière son bureau, un cadre témoigne de l'une de ses nombreuses vies antérieures. Sur la photo, Olivier Meunier est assis aux côtés de personnalités telles que Zinédine Zidane, Éric Carrière ou encore Olivier Dacourt... En 2011, alors directeur exécutif de la JDA, il intègre le centre de droit et d'économie du sport (CEDS) de Limoges pour préparer un diplôme de manager général de club sportif professionnel. « *J'ai rencontré sur les bancs de cette école des personnes extraordinaires qui ont énormément compté pour le sport français.* »



**Planète Communication**  
5, rue Ernest-Chaput à Dijon  
[www.planetecommunication.fr](http://www.planetecommunication.fr)

ÉLODIE GODART

# MISE EN LUMIÈRE



Son chemin paraissait tout tracé à Paris, c'est finalement en Côte-d'Or qu'Élodie Godart – alias Madame Moutarde sur les réseaux – pose ses bagages en 2015 pour fonder son agence Hello ! Communication. Portrait.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquell

**P**etite, Élodie Godart se prédestinait à une carrière sur les planches ou devant les caméras. Avec un nom qui évoque celui d'un géant du cinéma, cela ne pouvait être qu'un appel du destin. Dix ans de théâtre en région parisienne, des castings en veux-tu en voilà, la jeune femme embrassera finalement la trajectoire de ceux qui préfèrent rester dans l'ombre pour mieux mettre les autres en lumière. Un côté clair-obscur qui lui correspond bien, elle qui commença d'ailleurs sa carrière derrière le petit écran. « *Je voulais vraiment faire de la télé ; mon rêve d'enfant était de présenter un journal ou une émission. Ma famille était même persuadée que je remplacerais Claire Chazal un jour !* » En attendant, Élodie fait ses armes dans le monde

cette nouvelle région, au départ « *non sans difficultés* », avoue-t-elle. Après une expérience salariée au sein des caves Carrière, l'envie d'un renouveau se fait sentir : nouvelle ville, nouvelle vie, nouveaux projets, celle qui se fait plus communément surnommer « Élo » fonde sa propre société, Hello ! Communication. Encore une affaire de consonance.

Relations presse et influence, *story telling* et rédactionnel, stratégie des réseaux sociaux et *community management*, *team building* et événementiel, *media training*... Élodie ne laisse rien au hasard pour ses clients ; des clients issus de secteurs extrêmement variés allant du chef Guillaume Royer au réseau de data centers DTiX en passant par la société Planet Bourgogne, Ghito Aménagement et Rénovation ou le label des opticiens Eye Like. « *Dans mon agence, je fais toujours primer une communication de proximité en étant toujours disponible et réactive. C'est avant tout un métier d'écoute pour améliorer la personnalisation de l'expérience client.* » Un beau moyen de montrer que Paris n'a pas le monopole du cœur et du succès.

## C'EST AVANT TOUT UN MÉTIER D'ÉCOUTE POUR AMÉLIORER LA PERSONNALISATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT.

ÉLODIE GODART, FONDATRICE DE L'AGENCE HELLO ! COMMUNICATION

des médias, à l'École française des attachés de presse, puis débute sa carrière au sein de France Télévisions et du groupe M6. Touche-à-tout, elle participe à toutes les étapes de production d'émissions diverses et variées. Elle intègre ensuite l'agence de communication Hotwire en tant qu'attachée de presse, spécialisée dans les nouvelles technologies. « *J'ai travaillé pour Toshiba, Nikon, GoPro, BlackBerry... Des boîtes qui ont des process assez lourds et qui t'apprennent la rigueur...* » Là-bas, elle prend aussi part au développement d'un pôle « *lifestyle* » où elle travaille, entre autres, pour de grands noms comme Hotels.com.

### LES ILLUSIONS RETROUVÉES

« *Quelques années plus tard, en 2015, on connaît la chanson : on tombe amoureuse, puis on tombe enceinte et on suit l'amour de sa vie jusqu'à Soirans, à côté d'Auxonne !* » Parfaite antithèse d'un Lucien de Rubempré et de ses *Illusions perdues*, Élodie entame le chemin inverse et quitte le brouhaha de la capitale pour découvrir le calme de la Côte-d'Or. La jeune maman apprend à découvrir et à aimer

### ÉPICURIENNE CURIEUSE

Hyperactive sur les bords, Élodie est un vrai caméléon. À ses heures gagnées, elle en profite pour alimenter son blog et ses réseaux sociaux – là où elle est plus connue sous le surnom de Madame Moutarde. « *Douce et piquante à la fois, c'est tout moi, ça ! Sur mon blog, je dis que je suis venue ici par amour et que je suis tombée amoureuse de la Bourgogne.* » Devenue chauvine au fil des années, elle parcourt désormais la région pour en révéler les plus belles adresses. Très vite, sa plume aiguisée et sa bonne humeur contagieuse attirent de nombreux médias locaux. Dernière corde à arc, la création d'un joli gîte avec jardin en juin dernier dans « sa » vallée de l'Ouche – un gîte baptisé bien évidemment « *Chez Madame Moutarde* ». Des projets plein la tête, Élodie souhaite lancer en 2024 une série de podcasts autour de l'entrepreneuriat et créer sa propre chaîne Youtube pour continuer de partager ses bons plans avec le plus grand nombre.



**Hello ! Communication**

19, grande rue à Velars-sur-Ouche

[www.agencehello-communication.fr](http://www.agencehello-communication.fr)



Bruno Poloni, retraité, responsable informatique de la Saint-Vincent, Jérémy Demortière, pharmacien, et Jean-Baptiste Legrain, directeur de création de l'agence de communication MK Nexus.

SAINT-VINCENT TOURNANTE 2024

# L'ART DE COMMUNIQUER LE VIN

Tournée vers l'écologie et ouverte à de nouveaux publics, la Saint-Vincent tournante 2024 peut compter sur les bénévoles de Morey-Saint-Denis et de Chambolle-Musigny pour assurer la communication d'une tradition qui perdue depuis 1938.

Texte : Pierre Bruynooghe / Photographie : Jonas Jacquel



**E**n rendant hommage au métier de vigneron ainsi qu'à la richesse et à la diversité des vins de la région depuis près d'un siècle, la Saint-Vincent tournante est devenue un incontournable de la vie bourguignonne. Et surtout, elle constitue une occasion de mettre une nouvelle fois en valeur nos climats, inscrits au Patrimoine mondial de l'Unesco depuis le 4 juillet 2015. Les 27 et 28 janvier 2024, la fête viticole itinérante posera ses bouteilles sur la Côte de Nuits, dans les communes de Morey-Saint-Denis et de Chambolle-Musigny pour une 80<sup>e</sup> édition inédite placée sous la thématique « des arts et du vin ». Les deux villages voisins, réglant autrefois leurs différends par le biais de matchs de football fratricides, ne se livreront pas à une guerre des boutons. Non, les deux appellations uniront leurs forces pour moderniser la Saint-Vincent tournante et en faire un événement de son siècle, éco-responsable et inclusif. L'objectif est ambitieux, mais réalisable grâce à la mobilisation de nombreuses petites mains qui mutualisent leurs compétences au sein d'une association et de plusieurs commissions créées pour l'événement. Au cœur du dispositif, l'intergénérationnelle commission communication s'appuie sur la diversité de ses membres, qui apportent expérience et innovation, pour préparer et organiser une édition 2024 inoubliable.

## C'EST UNE AVENTURE INCROYABLE À LAQUELLE CHACUN APPORTE SES QUALITÉS HUMAINES ET PROFESSIONNELLES.

JEAN-BAPTISTE LEGRAIN, DIRECTEUR DE CRÉATION DE L'AGENCE DE COMMUNICATION MK NEXUS

### INTERGÉNÉRATIONNELLE ET COMPLÉMENTAIRE

En résonance avec la thématique de cette année, la communication du vin est un art qui a besoin de compétences plurielles. Jean-Baptiste Legrain, directeur de création de l'agence de communication MK Nexus, Jérémy Demortière, jeune pharmacien, et Bruno Poloni, retraité autrefois responsable informatique, partagent une même ambition : fédérer les passionnés et de nouveaux publics autour d'une fête qui sait se transformer. Lillois d'origine, Jean-Baptiste Legrain est arrivé en Bourgogne pour des raisons professionnelles en 2013, avant d'emménager à Morey-Saint-Denis il y a trois ans. « D'où je viens, la tradition est plutôt à la bière et au carnaval de Dunkerque. Même si j'ai découvert l'univers du vin sur le tard, mes voisins de Morey-Saint-Denis m'ont tout de suite invité à participer à l'organisation de la Saint-Vincent. C'est une aventure incroyable à laquelle chacun apporte ses qualités humaines et professionnelles, se réjouit le trentenaire, qui exerce sa créativité artistique au sein de l'association de la Saint-Vincent tournante 2024 pour concevoir les images, les visuels et le graphisme de la fête vinicole. *Nous accordons nos violons entre membres de la commission.* » Jean-Baptiste Legrain est formel : la communication est un travail d'équipe. Bruno Poloni, responsable informatique de la Saint-Vincent tournante 2024,

ne peut qu'acquiescer. Dès lors qu'il a besoin d'un pictogramme pour alimenter le site, il fait appel à son collègue créateur. « *Avant même la mise en place du site, j'ai créé un système de communication interne pour que le travail en commun puisse débuter sur de bonnes bases et se faire avec efficacité* », ajoute celui qui a été responsable informatique tout au long de sa carrière. Installé à Morey-Saint-Denis depuis les années 1980, Bruno Poloni est un vieux de la vieille, véritable pilier au sein de la commission communication, mais également des autres puisqu'il doit récupérer un certain nombre d'informations à mettre en avant sur internet. « *Je rencontre du monde. Chaque jour, je sors de ma zone de confort de retraité. J'étais autrefois connu pour être le mari de l'institutrice de l'école du village, je le suis maintenant en tant que bénévole à plein temps de la Saint-Vincent* », résume-t-il avec sourire. Autre membre primordial de la commission : Jérémy Demortière. Pleinement ancré dans son époque, le jeune homme a fait des réseaux sociaux un outil indispensable pour attirer de nouveaux publics. « *C'est un moyen d'élargir une fête traditionnelle à un public jeune, grâce à des formats courts et dynamiques et à des concepts sympatiques. Sur Facebook et Instagram, nous mettons par exemple en place un calendrier de l'avant Saint-Vincent tournante, qui court du 1<sup>er</sup> au 26 janvier* ». Représentant d'une jeune génération passionnée par l'univers du vin, le pharmacien, qui habite à Chambolle-Musigny, a saisi l'occasion de la tenue de la Saint-Vincent tournante dans son village pour s'ouvrir les portes d'un cercle assez restreint. « *J'ai toujours participé aux vendanges, mais plutôt sur la Côte de Beaune. Je suis un petit nouveau à Chambolle-Musigny. Participer à la Saint-Vincent m'a permis de rencontrer des personnes formidables et de découvrir des lieux que je n'aurais jamais imaginés* ».

### UNE COMMUNICATION INÉDITE

La Saint-Vincent tournante 2024 a fait le choix d'adhérer au réseau Éco-Événement et de respecter un certain nombre d'engagements éco-responsables en vue d'obtenir le label d'événement éco-engagé. « *Nous allons même plus loin que ce qui est nécessaire pour obtenir le label, précise Bruno Poloni. Éco-impression, goodies recyclables et produits localement, pas de groupes électrogènes, toilettes sèches accessibles... Toutes nos actions sont présentées sur le site internet.* » La communication sur ces sujets, réalisée en collaboration avec la commission environnement, est essentielle, notamment auprès de la jeune génération, particulièrement sensibilisée à la question. Autre priorité : l'accessibilité à toutes et tous, particulièrement aux personnes à mobilité réduite. Plusieurs mesures ont été prises comme la création d'un pass pour l'accès au site en voiture, l'adaptabilité des toilettes sèches, la mise en place d'un service d'accompagnants et la fourniture de fanions pour la visibilité des personnes en fauteuil. « *Nous avons mis en ligne un formulaire de demande d'accès au parking et de service d'accompagnement afin que les personnes à mobilité réduite puissent se signaler* », déclare le créateur du site. Un événement qui allie parfaitement tradition et modernité, voilà qui fait du bien et donne envie d'y aller.

# EN FORME OLYMPIQUE

En soutenant sept sportifs du territoire dans leur rêve olympique, la Caisse d'Épargne Bourgogne Franche-Comté prouve une fois de plus son ancrage territorial et ses valeurs coopératives.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel

**L**e sport, cet univers où les valeurs communes et les émotions collectives s'entremêlent pour créer des moments inoubliables, est depuis toujours le terrain de jeu privilégié de la Caisse d'Épargne. Présente au cœur des régions, la banque n'est pas simplement spectatrice, mais bien

une actrice engagée qui accompagne les passionnés, les équipes et les associations dans leur aventure sportive. Au niveau national, la Caisse d'Épargne a noué depuis 2009 des liens forts avec le Comité national olympique et sportif français (CNOSF), illustrant ainsi son engagement indéfectible





en faveur du sport. Les partenariats avec la Fédération française de basketball et la Fédération française de handball, ainsi que son soutien aux équipes de France de ces disciplines témoignent de cette belle alliance. L'année 2018 marque un tournant majeur dans cet engagement. En collaboration avec le groupe BPCE, la Caisse d'Épargne est devenue le premier partenaire *premium* des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, et même la marraine des relais de la Flamme olympique et paralympique en 2022. Au cœur de cet engagement, la Caisse

#### BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ : TERRE SPORTIVE

Dans le cadre du Pacte utile, la Caisse d'Épargne Bourgogne Franche-Comté reste fidèle à son poste et prouve une fois de plus son fort ancrage territorial et ses valeurs coopératives. En témoignent les sept athlètes qu'elle accompagne dans leur rêve olympique. « *Ce qui fait de nous la Caisse qui accompagne le plus de sportifs au sein du groupe BPCE* », souligne avec fierté Jérôme Ballet, président du directoire de la Caisse d'Épargne Bourgogne Franche-Comté. Lors de la récente cérémonie des vœux, qui s'est déroulée au nouveau siège dijonnais de la banque, Le Valmy, trois de ces sportifs étaient présents, incarnant l'excellence de cette collaboration : Eugénie Dorange, championne de course de ligne en canoë, Cédric Fèvre, champion paralympique à Londres en para-tir, et Kevin Carvalho, champion de gymnastique qui concourt sur les six agrès. « *Ils sont vraiment tous impliqués sur notre territoire et auprès de notre banque*, ajoute Jérôme Ballet. *Cédric Fèvre a par exemple initié nos collaborateurs à sa discipline. Nous avons bâti une relation de proximité et de confiance.* » La caisse régionale soutient également Sarah Bee en *breakdance*, Ilman Mukhtarov en lutte, Evita Muzic en cyclisme et Jules Pommery en saut en longueur. Une philosophie du collectif que la banque régionale connaît bien : elle s'est déjà imposée comme un acteur majeur du *sponsoring* et du mécénat en soutenant depuis des années de nombreux clubs sportifs emblématiques – JDA Basket, Élan Chalon, DFCO, AJ Auxerre, USON, ESBE... « *Par ailleurs, nous avons toujours été en première ligne pour financer les infrastructures sportives de notre territoire. Je dirais que nous sommes véritablement la banque du sport. C'est dans notre ADN : solidarité, engagement et performance* ». Un beau triptyque, gage de nouvelles victoires à venir.

“  
NOUS AVONS TOUJOURS ÉTÉ EN PREMIÈRE LIGNE  
POUR FINANCER LES INFRASTRUCTURES SPORTIVES  
DE NOTRE TERRITOIRE. JE DIRAIS QUE NOUS SOMMES  
VÉRITABLEMENT LA BANQUE DU SPORT.

JÉRÔME BALLE, PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE DE LA CAISSE D'ÉPARGNE BFC

d'Épargne a donné vie au Pacte utile, un programme d'actions concrètes visant à faire de Paris 2024 un héritage bénéfique pour tous. Trois promesses guident ce pacte : être utile aux territoires, avec la restauration d'espaces sportifs ; être utile aux athlètes, en accompagnant leur progression grâce à un soutien personnalisé qui va bien au-delà du simple *sponsoring* ; être utile à la société, dans la promotion de l'activité physique et de l'inclusion sociale.



←

De gauche à droite : Jérôme Ballet, président du directoire de la Caisse d'Épargne Bourgogne Franche-Comté, Cédric Fèvre, champion de para-tir à Londres, Eugénie Dorange, championne de course de ligne en canoë, et Kevin Carvalho, champion de gymnastique.

RAPHAËL ENTHOVEN

# CERVEAU : 1 - IA : 0

Le philosophe Raphaël Enthoven était l'invité d'honneur de la première *masterclass* organisée par le magazine *Décideur* et par la Caisse d'Épargne Bourgogne Franche-Comté au cinéma Pathé Dijon, le 15 février. Autour de son essai *L'esprit artificiel*, publié aux éditions de l'Observatoire, une question : à quand des robots conscients ?

Texte : Olivier Mouchiquel / Photographie : Jonas Jacquet



Raphaël Enthoven, philosophe et auteur de *L'esprit artificiel*.





## LES MAJORITÉS TYRANNIQUES SONT DES FOULES QUI FONT TAIRE LES OPINIONS DISSIDENTES.

RAPHAËL ENTHOVEN, PHILOSOPHE  
ET AUTEUR DE *L'ESPRIT ARTIFICIEL*

**Décideur. Pourquoi ouvrir votre livre par un chapitre sur l'amour ?**

**Raphaël Enthoven.** Lorsqu'on aime, on ne compte pas : l'amour est exactement ce qu'on appelle une cause perdue. Si vous expliquez votre sentiment, vous le perdez dans l'explication que vous lui donnez. Il ne peut faire l'objet d'une mise en algorithme, il déjoue toute prédiction, tout critère de convergence des sites de rencontre. L'amour était un point de départ idéal, l'objet du livre étant de montrer l'irréductibilité de l'humanité à toute entreprise d'explication de ses comportements.

**La science-fiction a pourtant imaginé des technologies qui ont surgi dans le réel.**

Le rêve de fabriquer des machines conscientes date de l'Antiquité grecque et nous en sommes aussi loin qu'il y a 4 000 ans. Ce qui est intéressant, c'est de savoir d'où nous vient ce désir. Devenir des surhommes et produire des robots conscients, je n'y crois pas. Nous ne verrons jamais de machine devenir humaine. Les automates sont troublants quand ils nous imitent, mais ce n'est pas de la vie.

**Mais Stephen Hawking comme Elon Musk ont pourtant pointé le danger de l'intelligence artificielle (IA).**

Lutter contre l'IA pour des raisons morales n'a aucun sens. Parce que ce n'est pas l'IA qui est mauvaise, c'est l'utilisateur. Et parce que la morale est inefficace. Ce n'est pas comme ça qu'on lutte. Nous n'avons jamais renoncé à fabriquer quelque chose que nous pouvions fabriquer. Si l'on savait cloner des humains, on clonerait des humains. Aucune éthique ne nous retient. Les limites que rencontre l'IA sont techniques. Il est techniquement impossible de créer l'humanité. Nous redoutons la naissance d'une machine consciente alors qu'on en est à des années-lumières. Les dérives sont possibles, comme

le fait que nous passions nos vies devant nos écrans. Nous aimons penser que nos machines sont vivantes parce que nous n'aimons pas l'idée d'être vaincus par un objet inanimé. Ça nous permet de nous déculpabiliser, mais nous sommes seuls responsables de notre asservissement.

**Que dit la philosophie du contrôle de l'IA ?**

Gérald Bronner parle d'« *apocalypse cognitive* », la livraison non contrôlée de nos cerveaux à des outils d'information dérégulés. Que nous pensions comme des machines, que nous formions nos modes de pensée en avalant des quantités astronomiques de publicité, relève du possible. Je n'ai aucune autre solution que promouvoir la lecture et d'inviter les parents à éloigner les enfants des écrans. C'est un enjeu de santé publique.

**Big Brother est-il en place ?**

Big Brother, ce sont les caméras qui vous surveillent, mais ce regard est vertical, je ne le redoute pas. Nos sociétés démocratiques font face à une autre menace que j'appelle « Little Brothers » : il s'agit de ces outils de captation dont nous disposons, qui font de chacun de nous un mini-ministre de l'Intérieur doté de pouvoirs supérieurs à ceux dont disposait la police il y a encore trente ans. Nous en sommes là, dans une société de surveillance horizontale. Ce n'est pas l'État qui nous surveille, c'est le voisin de table qui nous met sur écoute et nous dénonce. C'est pire.

**Vous présentez Nietzsche et Tocqueville comme des visionnaires...**

À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, Nietzsche prédit la disparition des États derrière des communautés formées par la liberté des communications. Quand Tocqueville fait le portrait d'une démocratie naissante en Amérique, il décrit des pathologies qui sont celles des réseaux sociaux. Quand il parle de tyrannie de la majorité, cette tyrannie ne vient pas des lois mais des normes qu'elle impose aux individus. Les majorités tyranniques sont des foules, des hordes qui font taire les opinions dissidentes.

**Quelle place souhaiteriez-vous que la philosophie occupe dans la France d'aujourd'hui ?**

La dernière réforme du bac a eu pour effet que les meilleurs élèves ont leur diplôme avant même de passer l'épreuve de philo. Je milite pour une contre-réforme qui revienne sur cette gabegie. De façon générale, on ne peut pas faire l'économie de la réflexion. Quand vous faites de la politique, vous êtes obligé d'expliquer toute la journée que la loi n'est pas le contraire de la liberté : vous faites de la philo. Quand vous faites du droit et consacrez ceux d'un individu parce que vous considérez l'humanité comme inaliénable : vous faites de la philo. Quand vous vous levez le matin alors que vous ne croyez pas en Dieu, mais que vous vous levez quand même, vous faites de la philo. Tout le monde ne le sait pas, mais je ne connais personne qui ne fasse pas de philosophie.



Organisée par Décideur et la Caisse d'Épargne BFC, la *masterclass* s'est tenue le 15 février au cinéma Pathé Dijon.

# PRINT IS NOT DEAD

À l'heure de l'éco-responsabilité, du marketing digital et des comportements sociétaux modifiés par la pandémie, la question de continuer à produire des supports de communication physiques se pose plus que jamais. Pourtant, la raréfaction n'est-elle pas justement un levier de différenciation ?

Texte : Aurélien Stein / Photographie : Jonas Jacquel, Nicolas Démoulin

**S**ites web, réseaux sociaux, campagnes d'e-mailing... Les outils numériques sont désormais pleinement exploités par les organisations pour établir leur image de marque ou vendre produits et prestations. Facilement *upgradable*, souvent moins coûteux et plus rapides à mettre en place, avec un retour sur investissement plus facilement mesurable, ils figurent même (à tort ou à raison) comme des axes prioritaires dans les stratégies de communication. De fait, les outils de communication dits « physiques » (catalogues, cartes de visite, flyers...) sont parfois relégués au second plan. Nous sommes plongés dans l'ère numérique : les imprimés seraient quasiment devenus désuets. Il est loin, le temps où Mary Harron pouvait se permettre de consacrer cinq minutes de son classique *American Psycho* à une ode à la carte de visite... Peut-être, 23 ans après, cette scène ferait-elle la promotion d'une tablette ou d'un smartphone ?

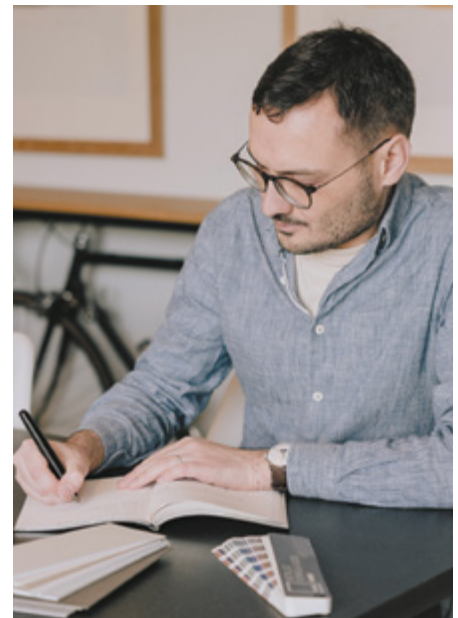
La pandémie a également rebattu les cartes. Salons et événements annulés, popularisation du télétravail, démocratisation de la visio-conférence... Et autant d'occasions d'échanger une carte de visite ou une plaquette qui se sont raréfiées. Certaines habitudes sont restées, impactant inévitablement la pertinence de ces outils marketing. La question de l'éco-responsabilité étant sur toutes les lèvres, elle conduit à se demander

s'il est pertinent de commander plusieurs milliers d'exemplaires d'un imprimé. Quand on pense « encre, vernis, papier blanc », on peut penser « solvant, plastique, chlore »... Un champ lexical qui n'est plus vraiment de bon ton, alors que les organisations revendiquent désormais toutes leur politique RSE.

La Bourgogne-Franche-Comté, où la gastronomie, le vin et l'art de vivre sont rois, fait peut-être figure d'exception. Difficile d'imaginer un grand cru sans une étiquette luxueuse, une table de restaurant étoilé sans un menu imprimé sur un papier texturé, une montre au mouvement d'exception livrée sans coffret... Manifestement, il y a des secteurs d'activité où le tangible reste incontournable, où éveiller les sens fait partie intégrante de l'expérience et devient même un moyen de distinction.

## UN EMBALLAGE QUI CASSE LES CODES

Exemple concret, le packaging des champagnes Telmont a récemment remporté de nombreuses récompenses pour son design, mais il a été conçu de manière à réduire son impact environnemental. L'approche : « *The best packaging is no packaging* » (« *Le meilleur packaging, c'est pas de packaging du tout* »). Telmont casse les codes avec une étiquette unique présentant l'ensemble des informations et permettant ainsi de se passer de la traditionnelle contre-étiquette. Loin



d'appauvrir l'impact esthétique des produits, ce parti-pris devient singularité et fait ressortir les cuvées de la maison champenoise des rayonnages pourtant bien fournis des cavistes. Les acteurs de l'industrie graphique en ont aussi profité pour s'adapter et innover : ils proposent désormais des gammes étendues et qualitatives de papiers recyclés, des encres végétales bio, des techniques d'impression sans aucune encre comme le gaufrage ou le marquage à chaud. Plutôt que de limiter la créativité, cet éventail de possibilités apporte une signature visuelle toujours plus prépondérante, une forme au service du fond : des imprimés d'exception, pour des produits d'exception.

Véritables moteurs d'innovation issus d'un monde qui évolue à grande vitesse, ces changements permettent aux décideurs et aux communicants de faire preuve de toujours plus de créativité au moment d'établir leur stratégie et de profiter du virage pour utiliser l'impression à bon escient, comme une véritable plus-value. Une manière, en quelque sorte, de tirer le meilleur parti d'une époque qui invite à relever sans cesse de nouveaux challenges.



**Studio A. Stein**  
[contact@studioastein.com](mailto:contact@studioastein.com)  
[www.studioastein.com](http://www.studioastein.com)



Catalogue mis en page pour le caviste Lavinia, avec une œuvre de l'artiste nuitonne Joyce Delimata en couverture.



Flyers dessinés pour la boutique MOB à Dijon, imprimés sur un papier texturé éco-responsable.



Papeterie et charte graphique conçues pour l'agence d'architecture dijonnaise Godart + Roussel.



# LIVE STYLE

Des formes sensorielles. Des lignes sculpturales. Des designs qui nous animent.  
Venez découvrir notre collection de mobilier personnalisable.



# LIVE EKSTRAORDINÆR



PAR TELEPHONE : 03 80 65 19 48  
PAR MAIL : [dijon@boconcept.fr](mailto:dijon@boconcept.fr)  
EN MAGASIN AU 13 RUE DES CHALANDS, 21800 QUETIGNY  
ET SUR [BOCONCEPT.COM](http://BOCONCEPT.COM)

**BoConcept®**

Live Style = Vivre avec Style

Live Ekstraordinær = Vivre Extraordinaire

GPA 21

# ÉCOUTE ET EMPATHIE



**NOUS VOULONS RENDRE  
À L'ÉCONOMIE CE QU'ELLE  
A PU NOUS DONNER.**

RÉMY SEGUIN, PRÉIDENT DE GPA 21



Membre du réseau GPA Casques bleus Bourgogne-Franche-Comté, le Groupement de Prévention Agréé de Côte-d'Or (GPA 21) vient en aide bénévolement, et de façon bienveillante, aux chefs d'entreprise dans la résolution de difficultés économiques, sociales, financières, juridiques ou relationnelles.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Edgar Charchaude

**Décideur. GPA 21 est un dispositif de « main tendue » de chefs d'entreprise vers d'autres chefs d'entreprise. Quelles sont vos principales missions ?**

**Rémy Seguin.** Tout d'abord, il faut savoir que le Groupement de prévention agréé n'est pas une vue de l'esprit côte-d'orienne. Il s'agit d'une émanation et de la bonne utilisation d'un article du Code du commerce (article 611.1) qui prévoyait la mise en place de structures face aux difficultés des entreprises. Nous avons un fondement juridique qui explique que des GPA peuvent être constitués et auxquels des entreprises peuvent adhérer si elles ont besoin d'être assistées pour bénéficier d'aides et d'analyses de la part de leurs pairs. À partir de ce cadre, plusieurs GPA ont été mis en place en France, dans de nombreux départements. C'est le cas en Côte-d'Or, où notre structure a vu le jour à l'initiative de la CPME, très vite ralliée par le MEDEF. Nous offrons notre aide et nos analyses à des entrepreneurs qui nous sollicitent quand ils rencontrent diverses problématiques.

**Quels genres de problématiques ?**

Principalement, il s'agit de difficultés financières, mais cela peut-être dans n'importe quel domaine. Nous pouvons les aider à trouver leur marché, dans leur développement, face à des problèmes de RH, pour tout sujet juridique, de management, de comptabilité... C'est un dispositif de main tendue, qui s'appuie sur environ 35 bénévoles issus de formations diverses et proposant des expertises différentes – notaires, experts-comptables, avocats, entrepreneurs expérimentés, complétés de partenaires privés et institutionnels, dont le Conseil Départemental de la Côte-d'Or, sur lequel nous nous appuyons pour régler les problèmes sociaux qui peuvent survenir lors de nos consultations. L'idée est ensuite de mettre en place un binôme de compétences adapté à la problématique et à l'entreprise.

**Pour un chef d'entreprise, il est souvent difficile d'exposer ses difficultés. Le sujet reste tabou. Comment permettre une ouverture de la parole ?**

Cela passe par l'importance du rapport humain. Avant de nous occuper d'une entreprise, nous nous occupons d'abord d'un

homme ou d'une femme. Un chef d'entreprise qui va mal, c'est, par extension, une entreprise qui va mal. L'un de nos piliers, c'est l'écoute et l'empathie, car nous ne sommes pas là pour juger les personnes qui viennent nous voir. Cela va bien au-delà du simple cadre de travail. Nous assurons la confidentialité et la gratuité à toutes les structures que nous suivons. En 2023, nous avons accompagné environ 25 entreprises. Actuellement, nous recevons un appel par semaine.

**Vous êtes donc souvent en contact avec les chefs d'entreprise du département. Quelles sont les principales difficultés auxquelles ils font face ?**

Nous retrouvons souvent des problèmes financiers, liés à la conjoncture post-Covid : le remboursement du prêt garanti d'État (PGE), la hausse du coût de l'électricité... Je constate parfois un manque de combativité dans certaines structures. Auparavant, les chefs d'entreprise étaient prêts à se sacrifier pour sauver leur entreprise. Cela peut être compris comme un problème de baisse de motivation générale, comme nous constatons une certaine démobilité face aux questions de recrutements. Les difficultés de recrutement sont en effet nombreuses, et aggravées peut-être par une volatilité accrue des nouvelles générations qui entrent sur le marché du travail. La vraie plus-value de GPA, c'est qu'il n'y a rien de mieux qu'un chef d'entreprise pour comprendre un autre chef d'entreprise.

**Finalement, à partir de quand faire appel à vous ?**

Avant qu'il ne soit trop tard ! Dès que les premières difficultés commencent à surgir, il faut appeler GPA pour commencer à analyser la situation ensemble. Il ne faut pas attendre de toucher le fond ou l'état de cessation de paiement. Mais il faut être conscient qu'il s'agit d'une démarche volontaire de la part du chef d'entreprise. Nous concluons ensuite une convention avec lui afin de lui garantir une totale confidentialité. De son côté, il se doit d'être transparent envers nous. Et si nous n'avons pas la compétence pour certaines de ses problématiques, nous saurons lui faire prendre la bonne orientation grâce à notre réseau de partenaires. ▶

Notre structure régionale « GPA Casques bleus » bénéficie d'un agrément préfectoral, ce qui nous donne une totale légitimité. Notre premier interlocuteur, c'est l'État. GPA 21 n'est pas seule, mais bénéficie d'une autonomie dans son département. Nous souhaitons mettre les syndicats patronaux et les clubs d'entreprises à contribution pour entamer une relation productive au profit des structures en difficulté.

**Pourquoi ce choix de vous investir dans une forme de réciprocité en venant en aide aux entreprises ?** Nous-mêmes, bénévoles de GPA 21, avons pu connaître la solitude du *manager* et nous n'avions pas forcément pu nous faire aider. L'idée est de proposer l'aide et l'expertise dont nous aurions aimé bénéficier au cours de nos carrières. Nous voulons rendre à l'économie ce qu'elle a pu nous donner. C'est un acte de solidarité, tout simplement.



De gauche à droite : Claude Berthoud, trésorier, Frédéric Delhomme, vice-président, Rémy Seguin, président, et Brigitte Lambey, secrétaire de GPA 21.

### LE PARCOURS GPA 21

1

#### LA PRISE DE CONTACT

La saisie du GPA 21 doit se faire dès l'apparition des premières difficultés, quelles que soient leur origine, afin de faciliter la mise en œuvre de solutions efficaces.

2

#### LA MISE EN ŒUVRE

Après avoir évalué la situation, un coordinateur désigne un binôme de référents GPA 21 chargé :

- De rencontrer le dirigeant,
- D'établir un diagnostic de la situation et de la problématique.

L'objectif sera alors d'établir, conjointement avec le chef d'entreprise, un plan de sortie des difficultés :

- En mobilisant si besoin le réseau de partenaires,
- En intervenant auprès des institutionnels, impôts, Urssaf, État...
- En offrant au dirigeant un cadre de réflexion et de soutien apaisé susceptible de lui permettre de garder l'initiative de ses décisions.

3

#### LA FIN DE LA MISSION

La mission prend fin de plein droit :

- par la volonté de l'entreprise accompagnée ;
- par la mise en place d'un plan d'action et sa résolution ;
- par l'accompagnement vers le tribunal de commerce et l'ouverture d'une procédure amiable ou collective ;
- par décision du GPA 21 s'il constate un non-respect des obligations de chacune des parties, telles que définies par la charte.



GPA 21  
contact@gpa-21.fr  
Tél. : 09 71 05 73 39 / www.gpa-21.fr



ÉRIC SEUTET

# L'URGENTISTE !

Comme une personne physique qui peut tomber malade et est soignée par son médecin, une société peut connaître des hauts et des bas, et aura aussi besoin de soins ! Éric Seutet, avocat depuis plus de 30 ans, évoque son travail auprès des entreprises en difficulté.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Bruno Pradier

## **Décideur. Qu'est-ce que le traitement amiable des difficultés des entreprises ?**

La loi a mis en place la possibilité, même lorsque l'on est en état de cessation des paiements [ndlr : depuis moins de 45 jours], de solliciter la désignation d'un mandataire ad hoc ou d'un conciliateur pour rééchelonner ses dettes, en négociant avec les créanciers « autour de la table ». Depuis 1994, j'ai été l'un des premiers avocats en Bourgogne à développer ce mode de traitement des difficultés des entreprises. Une solution amiable est toujours préférable à un dépôt de bilan, pour tout le monde !

## **Cela veut-il dire que vous devez avoir une approche transversale et notamment financière ?**

C'est évident ! L'avocat doit être un stratège capable de choisir l'outil qui sera adapté à la situation spécifique de l'entreprise. Il doit maîtriser les questions liées au droit des affaires, à la fiscalité, mais également à la comptabilité et à la finance. Tout comme le corps humain a besoin d'oxygène pour alimenter les organes vitaux, l'entreprise va avoir besoin de canaliser sa trésorerie sur ses fournisseurs vitaux !

## **Vous n'intervenez que pour les entreprises en difficulté ?**

Non, nous accompagnons le chef d'entreprise, de la création de son entreprise à son développement ou à sa cession (conseil juridique et fiscal, rédaction contractuelle, baux commerciaux, secrétariat de sociétés, fusion-acquisition), avec une activité restructuring (traitement amiable ou judiciaire des difficultés des entreprises) et contentieux d'affaires à forte valeur ajoutée. Finalement, on gère la croissance... et la décroissance.

## **Mais alors, vous êtes un militant du droit des entreprises ?**

Je suis un fidèle adhérent de la CPME, je consacre aussi du temps à l'accompagnement des entreprises en difficulté, en amont au sein de GPA casques bleus ou en aval via l'association 60 000 rebonds, qui aide les chefs d'entreprises à rebondir après une liquidation judiciaire. Le cabinet que je dirige est constitué d'une dizaine de personnes dont cinq avocats et plusieurs juristes, dont mon fils, Antoine, actuellement élève-avocat. J'ai la chance d'avoir une équipe formidable. Il faut continuer à avoir envie ! Comme dirait un Dijonnais connu : « *Avoir toujours et encore l'audace d'entreprendre !* », le tout dans un climat de bienveillance.

## NOUS ACCOMPAGNONS LE CHEF D'ENTREPRISE, DE LA CRÉATION DE SON ENTREPRISE À SON DÉVELOPPEMENT OU À SA CESSION.

MAÎTRE ÉRIC SEUTET, AVOCAT, RESPONSABLE PÔLE PROFESSION LIBÉRALE À LA CPME 21 ET VICE-PRÉSIDENT DU RÉSEAU D'AVOCATS GESICA.

## **Que voulez-vous dire par trouver une solution « autour de la table » ?**

Nous allons mettre autour de la table les principaux partenaires, notamment bancaires, fiscaux et sociaux de l'entreprise, et, en fonction des capacités d'autofinancement et de redressement de celle-ci, renégocier, dans un premier temps un *stand-still* (gel des paiements, maintien des lignes), puis un rééchelonnement du passif.

## **C'est plus efficace qu'un traitement judiciaire des difficultés ?**

La sauvegarde et le redressement judiciaires sont des procédures plus lourdes et publiques, mais particulièrement efficaces si l'on sait en manier les spécificités : intervention du régime de garantie des salaires (AGS) pour avancer les salaires ou financer des licenciements, possibilité de résilier les contrats (baux commerciaux) non essentiels, période d'observation permettant un gel du passif et plan de continuation sur 10 ans dont les modalités peuvent être imposées par le tribunal aux créanciers...



### **Seutet & Avocats**

Maitre Eric Seutet - Maitre Pauline Richardot  
Maitre Emilie Brigand - Maitre Elise Sanchez  
Maitre Julie Finance  
35, rue Louis-de-Broglie à Dijon  
ericseutet@seutetavocat.fr / Tél. 03 80 60 93 44

FABIEN KOVAC

# À VOS MARQUES... PRÊTS ? PROTÉGEZ !

Dans chaque numéro de *Décideur*, Maître Kovac répond à nos questions juridiques. Pour ce dossier spécial luxe, il revient sur les étapes impératives à la création et à la protection d'une nouvelle marque.

Texte : Fabien Kovac / Photographie : Jonas Jacquelin



**O**n associe généralement le luxe à de grandes marques, françaises ou internationales. Juridiquement, la marque est un « signe » qui permet de distinguer précisément les produits et services d'une entreprise de ceux de ses concurrents. Pour vous prouver à quel point la marque est importante, voici un petit test. Savez-vous à quelle marque est associée une paire de baskets avec une virgule dessus ? C'est un exemple parmi d'autres et vous avez déjà sans doute joué sur vos smartphones à ce jeu qui vous demande d'identifier une marque, simplement en visualisant son logo. La marque peut être un mot, un nom, un slogan, des lettres, des chiffres, une image, une photo ou une vidéo. Elle peut être aussi la combinaison de ces différents éléments. Si la marque est

créée, et quelle que soit sa forme, il est important de vérifier si la raison sociale, le nom commercial ou la marque qu'elle souhaite choisir est disponible. À défaut, la société s'expose à des revendications judiciaires qui pourraient être formulées par le propriétaire légal de ladite marque, via l'action en contrefaçon. Il n'est pas rare qu'une entreprise mal conseillée initialement soit contrainte de changer toute sa signalétique et ses documents commerciaux à cause des démarches menées par le propriétaire légitime de la marque. Il faut donc nécessairement se renseigner, lors de la création d'une entreprise, ou ultérieurement lors du choix d'un nom commercial ou d'une marque, sur la disponibilité du nom envisagé. Cette recherche se fait par le biais du site de l'Institut national de la propriété intellectuelle (INPI). Il s'agit d'une recherche d'antériorité.

Une fois que l'entreprise choisit un nom ou une marque qui est libre, elle a intérêt à le protéger, ce qui passe par le dépôt de la marque, qui peut s'effectuer directement ou par l'intermédiaire d'un avocat ou d'un conseil en propriété intellectuelle. Car cette démarche est relativement technique. Une marque qui n'est pas bien déposée est une marque non protégée. Attention toutefois lors du choix de la marque, car toutes les marques ne sont pas autorisées ! Il en est ainsi notamment des marques qui seraient contraires à l'ordre public. Par exemple, une marque ne doit pas contenir des termes offensants ou discriminatoires. Un nom de domaine n'est qu'un moyen technique de localisation d'un site internet. Il n'est pas un droit de propriété intellectuelle. Il ne donne aucune protection à celui qui le choisit. Il faut donc toujours en parallèle déposer sa marque. Pas moins de 95 000 marques ont été déposées en 2022.

Les marques n'ont à présent plus de secret pour vous, alors si vous entreprenez... À vos marques... prêts... protégez !



## 95 000 MARQUES ONT ÉTÉ DÉPOSÉES EN 2022.

FABIEN KOVAC, AVOCAT AU BARREAU DE DIJON

importante pour le luxe, elle l'est également pour les entreprises de taille plus modeste et même si leur activité n'est que locale. Cela pour plusieurs raisons. Tout d'abord, chaque société a une raison sociale, c'est-à-dire un nom officiel. Chaque entrepreneur individuel, lui, choisit un nom commercial sous lequel il exercera. Le droit de la propriété intellectuelle protège la marque pour éviter qu'un concurrent puisse profiter de l'aura que son propriétaire a développée et pour laquelle il a investi du temps et de l'argent. La marque, c'est la renommée de l'entreprise. C'est la raison pour laquelle, quand une entreprise se



Fabien Kovac, avocat au barreau de Dijon  
Cabinet DGK Avocats Associés  
[www.cabinetdgk.com](http://www.cabinetdgk.com)



GRAND HOTEL  
LA CLOCHE



## À Dijon, cœur de ville.

Inscrit aux Monuments historiques, rattaché à la collection MGallery, le Grand Hôtel La Cloche, classé « 5 étoiles » est toujours apprécié de la clientèle d'affaires à la recherche d'un lieu d'exception.

*Un parking privé est à votre disposition sur place.*



LES  
JARDINS  
*by la Cloche*



LE  
BAR  
*by la Cloche*



LE  
SPA  
*by la Cloche*





# UNE ANNÉE AUDACIEUSE

”

L'ANNÉE 2023 ÉTAIT CELLE DES TRAVAUX ;  
2024 SERA CELLE DE L'AUDACE, DE L'ANIMATION ET DU PLAISIR.  
DENIS LIÉBÉ, COPROPRIÉTAIRE DU COUNTRY CLUB DE NORGES



La chance sourirait aux audacieux ? Ça tombe bien : Denis Liébé et Jean-Philippe Girard, copropriétaires du Country Club de Norges, le sont assurément, audacieux. Et redéfinissent le Trophée des Managers avec son nouveau partenaire titre, L'Audace d'Entreprendre.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquél, DR

**L**oin de rester cantonné à la simple image du golf, Norges se positionne comme un « Country Club ». « On vient ici, parce que c'est un lieu magique, à cinq minutes de Dijon, avance Denis Liébé, copropriétaire des lieux. On vient avant tout pour la qualité de son golf, mais aussi pour manger dans notre restaurant estampillé La Charme, pour nos brunchs du dimanche, pour nos salles de séminaire... Il y a aussi toutes nos autres activités comme le padel, que nous avons développé depuis six ans avec sept terrains intérieurs – c'est le plus grand centre de padel de Bourgogne-Franche-Comté. On retrouve aussi désormais une pailote, où nous organisons de nombreuses soirées, notamment l'été, des terrains de tennis et de badminton, une salle de gym et une piscine extérieure. »

#### L'AUDACE D'ENTREPRENDRE : NOUVEAU PARTENAIRE TITRE

« L'année 2023 était celle des travaux ; 2024 sera celle de l'audace, de l'animation et du plaisir. » Clair, précis, concis, comme à son habitude, Denis Liébé annonce la couleur. Cette nouvelle saison s'annonce prometteuse à de nombreux égards. Le 15<sup>e</sup> Open BNP Paribas de tennis féminin aura lieu du 10 au 16 juin, avec quasiment le tableau de Roland Garros junior. Le 27<sup>e</sup> Trophée des Grands Crus se jouera du 13 au 15 septembre, une compétition sur trois jours qui réunit des centaines de golfeurs de France et d'Europe ; placée sous le signe du terroir, la compétition allie sport et vin, les crus de Bourgogne étant mis en valeur tout au long du parcours. Enfin, les meilleurs joueurs français ▶



de la discipline se réuniront en septembre prochain dans le cadre d'un nouveau tournoi de padel P1000. Autre événement majeur, la 26<sup>e</sup> édition du Trophée des Managers se déroulera du 27 au 28 juin, et s'appellera désormais « Trophée des Managers : l'Audace d'Entreprendre ». Un nouveau nom pour un nouveau partenaire titre qui va permettre d'élargir la cible de l'événement. « Jusqu'à présent, l'événement attirait surtout les décideurs et les chefs d'entreprise en activité. Avec l'Audace d'Entreprendre, l'idée est de faire



La 26<sup>e</sup> édition du trophée des Managers se déroulera une nouvelle fois au Country Club de Norges, du 27 au 28 juin 2024.

venir de futurs chefs d'entreprise, de 10 à 70 ans, avec de nombreuses animations autour de la formation. » Le propre parcours de Denis Liébé pourrait symboliser cette fameuse « audace d'entreprendre ». Lui qui avait décidé de quitter l'éducation nationale et la Côte-d'Azur pour rejoindre une autre Côte (en Or celle-ci) et devenir tout d'abord professeur de tennis à Norges. « Les belles histoires sont souvent liées à des rencontres. Pour ma part, ça a été celle avec Jean-Philippe Girard, qui m'a tout d'abord proposé de prendre la direction du tennis. Quelques mois plus tard, le directeur du golf s'en allait et je devenais gérant en 1997 et copropriétaire des lieux en 2000. » Presque 25 ans plus tard, avec plus de 8 000 visiteurs par an, 600 membres pour le golf et 200 membres pour le tennis, le Country Club a bien évolué. Son directeur aussi. Denis Liébé avait déjà ajouté une nouvelle corde à sa raquette en 2017 avec la création d'un Trampoline Expérience à Ahuy. Cette année, il réitère le coup avec l'ouverture, le 12 avril prochain, d'un tout nouveau concept à Ahuy : Music'Quiz. Imaginez... Un plateau télé, des pupitres, des lumières, des jingles et une heure de quiz musicaux, de blind-tests et de défis. Une offre inédite dans la région, avec deux salles d'une capacité allant de 4 à 18 personnes.

#### **JEAN-PHILIPPE GIRARD : « CROIRE EN SOI, CROIRE EN SON PROJET, CROIRE EN LA FRANCE »**

##### **Décideur. Pouvez-vous nous parler de cette nouvelle association, l'Audace d'Entreprendre ?**

**Jean-Philippe Girard.** En janvier dernier, j'avais écrit une petite note à notre président de la République, comme je le fais régulièrement ; une note sur quelques inquiétudes par rapport aux entrepreneurs qui ont subi les gilets jaunes, la guerre en Ukraine, le conflit au Proche-Orient... Mon idée était de dire que, face à tous ces maux, il fallait remettre de l'audace d'entreprendre en France ; l'audace de créer une entreprise. Cette association, abritée par Réseau Entreprendre, se fonde sur trois piliers : la création, la reprise et le rebond après l'échec.

##### **À qui s'adresse-t-elle ?**

À toute personne, de 10 à 70 ans, qui souhaite entreprendre quelque chose ! Nous donnons rendez-vous à tout le monde le 14 mai prochain au Zénith de Dijon pour parler, pendant une journée, de cette audace, qu'elle soit entrepreneuriale, politique, administrative, sportive, artistique, universitaire, associative... De grands intervenants viendront nous parler de ces sujets-là. Pour chaque intervention, nous donnerons la parole à un entrepreneur de plus de 35 ans et à un autre qui a moins de 35 ans. L'idée, c'est de dire qu'on ne naît pas entrepreneur, mais qu'on le devient. Grâce à une plateforme que nous allons mettre en place, vous allez pouvoir découvrir quel type d'entrepreneur vous êtes.

##### **Cette association devient donc le nouveau partenaire titre du Trophée des Managers.**

##### **Qu'est-ce que cela va changer par rapport aux anciennes éditions ?**

L'idée est de toucher une nouvelle cible, un nouveau public lors de cet événement. Si on idéalise, j'aimerais beaucoup créer des séquences : je crée ma boîte à 10 ans ; je crée ma boîte à 20 ans ; je crée ma boîte à 30 ans... On va faire venir des jeunes, qui ont déjà créé leur entreprise, pour les faire témoigner devant les autres. Et puis, il y a deux sujets qui me passionnent. Le premier, c'est la reconnaissance, au même niveau, de l'intelligence de la main et de l'intelligence des études. Ce n'est pas parce que quelqu'un n'a pas fait de hautes études qu'il ne peut pas créer sa boîte et vice-versa. Le deuxième sujet qui me passionne et sur lequel je travaille depuis un an au niveau national, c'est le capitalisme responsable et la philanthropie.

##### **Si vous deviez définir l'audace d'entreprendre, qu'est-ce que vous diriez ?**

Tout simplement, je dirais que c'est croire en soi, croire en son projet, croire en la France.



Country Club Norges Golf Dijon Bourgogne  
Allée Jacques Laffite à Norges-la-Ville  
Tél. 03 80 35 71 10 / [www.golf-dijon.fr](http://www.golf-dijon.fr)

CLUB ENTREPRISES BFC 2024

# ENTREPRENEURS ET SPORTIFS MÊME COMBAT



Tisser des liens entre le monde sportif et celui de l'entreprise, tel est l'objectif du Club Entreprises BFC 2024. Rencontre avec les deux hommes à l'initiative de ce projet : Christophe Richardot et Pascal Bonnetain.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel



Christophe Richardot, directeur général de Dijon Céréales et de l'Alliance BFC, et Pascal Bonnetain, directeur du Creps BFC.



Une synergie évidente s'est créée entre Christophe Richardot, directeur général de Dijon Céréales et de l'Alliance BFC, et Pascal Bonnetain, directeur du Creps BFC, qui s'exprime dans leur passion commune pour le sport et l'entrepreneuriat. Le meilleur témoignage de cette convergence, c'est la création du Club Entreprises BFC 2024 en septembre dernier. Son credo ? Renforcer les liens entre les entreprises et les sportifs de la région Bourgogne-Franche-Comté, créant ainsi un pont entre ces deux univers. Les Jeux olympiques de Paris 2024 ont joué un rôle déclencheur, rendant plus pertinent que jamais le rapprochement des acteurs régionaux autour de cet événement mondial. Coaching, entraînement, santé physique et mentale, discipline, effort, persévérance, endurance, confiance... Ces termes, naturellement associés au monde sportif, trouvent également leur écho dans l'entreprise. « *Je manage personnellement par le sport*, souligne Christophe Richardot, qui préside le club. *Il y a un lien direct avec le monde de l'entrepreneuriat, car nous avons des valeurs communes de dépassement de soi et de collectif.*

*Nous souhaitons créer une unité pour valoriser le travail des athlètes en les faisant intervenir au sein des entreprises, tout en unissant leurs différentes compétences. Il y a plus de 300 sportifs de haut niveau en Bourgogne-Franche-Comté. Nous avons tellement à apprendre d'eux. De l'autre côté, nous pouvons aussi proposer des parcours d'intégration dans les entreprises pour les sportifs, qui ne deviennent pas tous professionnels.* » En témoigne la rencontre avec la jeune kayakiste Axelle Renard, devenue l'égérie de la biscuiterie Mistral, rachetée en 2023 par Dijon Céréales. « *Le lien ne se serait jamais créé si le club n'avait pas existé.*

### TRANSMISSION DE SAVOIR-FAIRE

Coupe du monde de rugby, préparation des JO 2024, passage du Tour de France en Bourgogne-Franche-Comté... Quelle meilleure année pour mettre en place un tel club ? Celui-ci a déjà séduit de nombreuses personnalités du monde économique de la région, à l'instar de Willy Bourgeois, président de la conférence régionale du sport BFC (CRDS), de Dorian Tabeau, directeur général des Cycles Lapière, de Pascal Gautheron, président de la CCI Métropole de Bourgogne, de Steeve Guenot, entraîneur et champion olympique de lutte 2008, de Benjamin Moreux, chargé de mission pour la ligue de rugby de Bourgogne-Franche-Comté, ou encore d'Olivier Meunier, directeur de Planète Communication. « *Le mot commun, c'est la performance. Aujourd'hui, les sportifs sont soutenus par les dirigeants, mais de façon encore trop rare. Les entreprises ont des savoir-faire incroyables, qui peuvent faire avancer les performances de ces athlètes. De l'autre côté, un sportif contribue parfois à apporter une visibilité supplémentaire à une marque* », explique Pascal Bonnetain.

**Infos et adhésion :**  
[souad.samade@creps-dijon.sports.gouv.fr](mailto:souad.samade@creps-dijon.sports.gouv.fr)



Les premiers adhérents du Club Entreprises BFC 2024.

### DE NOMBREUX RENDEZ-VOUS

Quatre événements majeurs pour le Club Entreprises BFC en 2023-2024 :

- La soirée du **21 septembre 2023** : les membres étaient d'abord réunis autour de la retransmission du match France-Namibie dans les locaux de Dijon Céréales. Pour l'occasion, la ligue de rugby de Bourgogne-Franche-Comté a aussi proposé une animation sur un terrain de rugby modulable, avec des démonstrations de jeunes du Rugby Club Dijonnais et du Stade Dijonnais (U8-U10-U12), ainsi que de l'académie Pôle Espoirs.
- Le deuxième événement aura lieu le **mardi 6 février 2024** au stade des Tuffes à Prémanon autour de la pratique du biathlon. « *L'objectif est aussi de montrer que nous avons l'un des meilleurs équipements mondiaux en Bourgogne-Franche-Comté* », explique Pascal Bonnetain.
- Le troisième rendez-vous le **mardi 21 mai 2024** mettra à l'honneur le vélo au Complexe d'Optimisation de la Performance Sportive (COPS) à Besançon, lieu de préparation de l'équipe Groupama-FDJ.
- La quatrième manifestation se déroulera le **mardi 30 juillet 2024** à Paris pour les Jeux olympiques de Paris avec l'organisation d'une journée de la Bourgogne-Franche-Comté.

# PARTENAIRES PARTICULIERS



Stephen Delcourt, *manager* chez FDJ-Suez,  
et Dorian Tabeau, directeur France des Cycles Lapiere.

C'est une affaire de réciprocité entre une marque toujours plus performante et une équipe qui l'est tout autant. Focus sur un partenariat gagnant-gagnant entre Lapiere et l'équipe féminine FDJ-Suez.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquell



La fin d'une ère, pour mieux en affirmer une autre. Pour Dorian Tabeau, directeur France des Cycles Lapierre, l'arrêt du partenariat historique de 22 ans avec Groupama-FDJ – équipe dans laquelle s'était illustrée la légende Thibaut Pinot – n'a eu aucune incidence sur les liens qui unissent le fabricant dijonnais à l'équipe FDJ-Suez. Plutôt que d'utiliser le terme de « risquée » pour parler de la décision de tout miser sur une équipe féminine, il préfère privilégier celui d'« audace ». « Nous voulons continuer de progresser ensemble, car nous croyons au cyclisme féminin. C'est un segment de marché qui va aussi évoluer. De ce fait, il était important pour nous de nous appuyer sur une équipe professionnelle pour faciliter la compréhension de la morphologie féminine et d'être au plus proche des besoins de cette clientèle. » De l'autre côté de la chaîne, Stephen Delcourt, manager chez FDJ-Suez, fait le constat d'une union fondée sur une multitude de valeurs fortes : « L'équipe a été créée en 2006. En 2017, FDJ nous a rejoint en tant que sponsor et nous a fait rencontrer la marque Lapierre. C'est un partenariat qui s'est construit sur une relation de confiance avec l'envie de faire mieux chaque année. Cela nous a permis de mener un travail de collaboration entre les équipes performance de Lapierre et celles de FDJ-Suez ». Les deux entités ont évolué, leur relation a débouché sur un partenariat gagnant-gagnant. « Ils nous ont accompagnés dans notre amélioration et notre structuration. Aujourd'hui, nous sommes dans un cercle vertueux, car nous les aidons à construire les vélos du futur, les vélos les plus performants. Et nous, nous avons la chance d'avoir une entreprise à nos côtés, qui comprend nos problématiques et qui met le cyclisme féminin en avant. Le gros avantage avec Lapierre, c'est qu'il s'agit d'une marque à taille humaine. Elle a cette flexibilité et cette agilité qui nous permettent de faire du quasi sur-mesure avec une complémentarité entre toutes les pièces. »



LE GROS AVANTAGE AVEC LAPIERRE, C'EST QU'IL S'AGIT D'UNE MARQUE À TAILLE HUMAINE. ELLE A CETTE FLEXIBILITÉ ET CETTE AGILITÉ QUI NOUS PERMETTENT DE FAIRE DU QUASI SUR-MESURE.

DORIAN TABEAU, DIRECTEUR FRANCE DES CYCLES LAPIERRE

#### PARMI LES PLUS GRANDES

Grâce à ses collaborations et à ses innovations, Lapierre est devenue une marque phare dans l'univers du vélo de route. Avec plus de 300 victoires professionnelles et le développement de vélos haute performance comme le Xelius SL, la marque a su se distinguer. En novembre dernier, les deux entités ont consolidé leur partenariat à l'occasion d'une rencontre avec l'équipe FDJ-Suez, organisée dans le Lapierre Experience Center de Dijon. Un lieu qui transpire la passion pour le vélo. Présentes à l'événement, Jade Wiel, championne de France sur route 2019, et Cecilie Uttrup Ludwig, quadruple championne du Danemark, ont fait part de leur enthousiasme de pouvoir rouler avec les produits du constructeur dijonnais. « C'est un vélo très confortable et polyvalent, autant apprécié par les sprinteuses que par les grimpeuses », a déclaré Jade Wiel. La leader danoise a, quant à elle, souligné « la solidité et l'aérodynamisme » de son Lapierre Xelius SL3.



La leader danoise de FDJ-Suez, Cecilie Uttrup Ludwig, dispose d'un Lapierre Xelius SL3 personnalisé magnifique.



Cycles Lapierre  
www.lapierrebikes.com

FDJ-Suez  
www.fdj-suez.fr

CIRCUIT DIJON-PRENOIS®

# LE VIRAGE ÉVÉNEMENTIEL

Le Circuit Dijon-Prenois®, c'est un tracé mythique, et 50 ans d'Histoire. Ce qu'on sait peut-être moins, c'est que c'est aussi un haut-lieu de l'événementiel dans la région. *Décideur* fait le point avec Yannick Morizot, président du Circuit Dijon-Prenois®, et Lionel Pereira, commercial.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel, Circuit Dijon-Prenois®



Yannick Morizot, président du Circuit Dijon-Prenois®  
et Lionel Pereira, commercial.



**Décideur.** Depuis quand peut-on réellement parler de tournant événementiel pour Prenoï ?

**Yannick Morizot.** En réalité, Prenoï a toujours fait un peu de réceptif. À l'époque, le circuit avait été conçu avec une quinzaine de loges qui pouvaient être louées aux entreprises. Notre objectif était de devenir un circuit beaucoup plus accueillant pour les gros organisateurs, plus performant, plus digitalisé, plus technique... Pour cela, d'importants travaux ont été menés. D'abord dans les années 2007-2008 : la piste a été re-sécurisée, les bacs élargis, et tous les bâtiments ont été revus de manière à pouvoir accueillir de grosses organisations – nous l'avons vécu avec le DTM en 2009 par exemple. Cela a demandé des investissements importants, qui nous autorisent à recevoir désormais des manifestations d'envergure internationale. La direction actuelle a insufflé un nouveau souffle pour revoir la partie accueil et événementiel. À partir de 2016, nous avons mené six tranches de travaux pour arriver à ce que nous connaissons aujourd'hui. Tout a été pensé dans cet état d'esprit pour emmener le circuit vers le grade 2, c'est-à-dire à la capacité d'accueillir tout type d'événement, sauf de la formule 1.

**S'il peut recevoir des événements sportifs majeurs, le circuit peut-il aussi accueillir des événements professionnels de grande ampleur ?**

**Lionel Pereira.** En effet, l'idée est de mettre toutes nos installations à disposition des entreprises. L'objectif est d'ancrer le circuit



## FAIRE UN ÉVÉNEMENT À PRENOIS, C'EST L'ASSURANCE DE SORTIR DES SENTIERS BATTUS ET DE PROPOSER DES EXPÉRIENCES INÉDITES ET HORS-NORMES À SES CONVIVES.

YANNICK MORIZOT, PRÉSIDENT DU CIRCUIT DIJON-PRENOIS®

dans l'univers local et régional. Nous proposons un grand nombre de salles, de lieux qui peuvent être utilisés pour des événements. Nous pouvons par exemple accueillir des plénières de plus de 350 personnes, des cocktails de plus de 400 personnes. Nous pouvons recevoir dans les *box*, au *speaker*, dans les salles de travail et de formation... Notre objectif est d'attirer davantage de rendez-vous nationaux.

**Autre élément majeur de ces espaces réceptifs : une grande partie restauration...**

**Y.M.** Nous fournissons à nos clients une liste de traiteurs référencés, et nous pouvons les accueillir dans notre propre restaurant, d'une capacité de près de 160 personnes. Cet établissement propose une restauration traditionnelle et de qualité, aux organisateurs, aux pilotes, aux clients du *karting* mais aussi au public extérieur sur réservation. Nous

pouvons organiser des repas insolites avec des collaborateurs ou des clients. Un point *snacking* est ouvert dans la cuvette du circuit pendant les grosses manifestations.

**Vous parlez du karting. L'idée est de toucher une autre cible avec cette activité ? L.P.** Ce *karting* de 1,1 kilomètre est unique dans la région. Nous proposons une flotte dédiée aux entreprises, une autre au grand public. C'est un petit peu l'antichambre de la piste auto et surtout un magnifique terrain de jeu pour les entreprises qui souhaitent s'affronter ou remobiliser leurs équipes dans le cadre d'un *team-building*.

**Les événements organisés ici sont donc extrêmement variés ?**

**Y.M.** Oui ! Une assemblée générale, une réunion de dix personnes, un salon, des forums, une soirée festive, un lancement de véhicule pour une concession... Nous accueillons par exemple le e-Day en avril prochain, qui va attirer plusieurs centaines de personnes autour de la mobilité électrique ; la piste sera utilisée pour des essais de véhicules électriques. Nous pouvons également recevoir des événements organisés par des particuliers. Le champ de nos propositions est extrêmement large. Du coup, nous faisons vraiment du sur-mesure. Organiser son événement à Prenoï, c'est l'assurance de sortir des sentiers battus et de proposer une expérience inédite et hors normes à ses convives. C'est un cadre magique pour les fans de sport auto et une découverte totale pour ceux qui ne connaissent pas forcément cet univers.



Circuit Dijon-Prenoï®  
Tél. 03 80 35 32 22  
accueil@circuit-dijon-prenoï.com  
www.circuit-dijon-prenoï.com

# E-DAY



## LES MOBILITÉS RÉINVENTÉES

C'est le plus grand événement dédié à la mobilité électrique en Bourgogne-Franche-Comté. L'association Bourgogne-Franche-Comté Mobilité Électrique (BFCME) organise la troisième édition du e-Day, le 9 avril 2024. Une journée entièrement dédiée aux décideurs et aux collectivités de la région avec au programme : conférences, ateliers, rencontres avec les exposants, essais de véhicules (légers et lourds) sur le mythique circuit Dijon-Prenois. À vos agendas !

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel, Yoan Jeudy, Nicolas Salin, DR

**P**endant longtemps considérée comme un sujet prospectif, souvent fantasmée, la mobilité électrique est aujourd'hui au cœur de nos vies. En France, les ventes de voitures hybrides ou 100 % électriques ne cessent de croître. Le secteur des transports, premier émetteur de gaz à effet de serre dans l'Hexagone et premier consommateur d'énergie, est contraint de se mobiliser face à l'urgence climatique.

La prise de conscience des décideurs est là, alors que, pour la première fois, la Cop 28 de Dubaï a acté que la transition se fera en dehors des énergies fossiles, et alors que le ministre de la Transition écologique, Christophe Béchu, a annoncé, lors de la Cop Bourgogne-Franche-Comté, que l'action locale en matière de transition énergétique est le premier maillon pour des résultats concrets à l'échelle nationale et internationale.



**UNE 3<sup>E</sup> ÉDITION PLUS LARGE**

Néanmoins, beaucoup d'interrogations subsistent, et la décarbonation de nos mobilités reste un sujet méconnu. Le e-Day, dont la troisième édition se tient le 9 avril au circuit Dijon-Prenois, a précisément pour objectif d'informer les décideurs publics et privés et de les accompagner vers la mobilité électrique. L'événement se déroule sur une journée entière, avec de nombreuses animations au programme : conférences thématiques d'experts nationaux et régionaux, tables rondes, rencontres avec les exposants, essais de véhicules sur le circuit Dijon-Prenois... Le principe est bien d'allier

la théorie et la pratique, l'utile et l'agréable. Il sera question de voitures bien sûr, mais cette journée offrira aussi l'occasion de découvrir la mobilité électrique des deux-roues, des poids lourds, des engins de travaux publics, agricoles et viticoles. Sans oublier les véhicules « rétrofités ». En octobre 2022, le succès fut au rendez-vous, avec plus de 600 visiteurs, 40 exposants dont 23 marques automobiles, 1 500 essais de voitures électriques et hybrides réalisés avec 60 véhicules. Cette année, pour la troisième édition, BFCME attend plus de 1 000 décideurs de la région. En ferez-vous partie ?

**LES PARTENAIRES PREMIUM**

Avere-France / Dreal BFC / EDF / Enedis / Région Bourgogne-Franche-Comté

**LES CONCESSIONNAIRES**

Berthier Trucks (Renault Trucks) – Car Avenue (BMW, Mini) – Groupe Chopard (Mercedes, Smart, Peugeot, Silence, Virage, La Recharge Chopard) – Groupe Cheli (Toyota, Lexus) – Groupe Guyot (Renault, MG)...

**LES EXPOSANTS**

AFCB Solaire – Caisse d'épargne Bourgogne-Franche-Comté – Eiffage Energie Systèmes – Elonroad – Eon Motors  
 Michaud - Mobilians – Relec (2122) – Skwatt – Sobem Scame – Spie Citynetworks – TotalEnergies — Objectif  
 Employeur Pro-Vélo (OEPV)...

**LES RÉSEAUX PROFESSIONNELS QUI SOUTIENNENT L'ÉVÉNEMENT**

MEDEF - CPME – FNAIM Bourgogne-Franche-Comté – Fédération régionale des travaux publics – Fédération nationale du transport routier Bourgogne – Sfen Bourgogne-Franche-Comté – AFCB Solaire – Association des maires de France —  
 Mobilians - Pôle Véhicule du futur...

**PROGRAMME DE LA JOURNÉE**

**Conférence plénière :**

« Électricité : les mobilités réinventées ! » avec la participation d'experts nationaux et régionaux (Avere-France, Dreal BFC, EDF, Enedis, Mobilians, Région BFC, Renault Trucks...).

**Ateliers / Conférences :**

5 ateliers débats pour aider à la compréhension de la mobilité électrique / 3 sessions d'information et de sensibilisation dans le cadre du programme Advenir.

**Formations :**

À destination des collectivités, des professionnels de l'immobilier et des étudiants.

**Toute la journée :**

Essais de véhicules électriques proposés par les concessionnaires (VL et VU) sur le circuit mythique de Dijon-Prenois !



Cette journée est réservée aux professionnels, uniquement sur invitation. Inscription obligatoire sur [site.imagina.com/eday](http://site.imagina.com/eday) ou en flashant ce QR Code.

# ÉCOSYSTÈME

Association régionale du réseau Avere-France, Bourgogne-Franche-Comté Mobilité Électrique (BFCME) contribue à fédérer tous les acteurs de la filière sur le territoire. À la tête de cet écosystème vertueux, Thierry Brossier et Thomas Fraioli s'engagent pour une meilleure transmission de l'information sur les enjeux liés à la mobilité électrique. Entretien.

**Décideur. Pourquoi développe-t-on la mobilité électrique ? Pourquoi est-ce si important ?**

**Thomas Fraioli.** Le premier objectif est celui de la décarbonation de l'économie et de la société. La part des transports est très importante dans les émissions de gaz à effet de serre. La solution passe donc par une électrification des usages. Comme l'usage majoritaire reste celui de la voiture individuelle, mécaniquement, il faut électrifier ces véhicules.



**L'OBJECTIF EST UNE RÉDUCTION DE 55 % DES ÉMISSIONS À L'HORIZON 2030.**

THIERRY BROSSIER, CO-PRÉSIDENT DE BFCME

**Thierry Brossier.** La décarbonation est aussi l'objectif de l'Europe dans le cadre du *Green Deal* (Pacte vert). L'objectif est de structurer une économie durable en Europe. Le transport représente 30 % des émissions de gaz à effet de serre en France et 20 % en Europe. L'objectif est une réduction de 55 % des émissions à l'horizon 2030. Le basculement vers la mobilité électrique entraîne de nombreux changements dans la société, il implique une autre manière de gérer les énergies et les flottes. Des questions se posent, dans le cadre de cette transition, notamment celle de la recharge. C'est notre rôle d'accompagner ces changements par la pédagogie.

**Quelle est la part de la voiture thermique dans les émissions de gaz à effet de serre ?**

**T.B.** Les voitures particulières représentent 53% et les véhicules utilitaires légers 15%. Tous ces véhicules sont donc responsables de près de 70% des émissions de GES dans le domaine des transports. L'électrification est un levier fort pour réduire cet impact sur l'environnement. L'Europe encourage donc fortement la voiture électrique, tout en programmant la fin de la vente des véhicules thermiques, prévue en 2035. Tous les constructeurs sont tournés vers l'électrique depuis 2019 environ et, aujourd'hui, on assiste même à une course à l'anticipation dans ce domaine.

**En quoi BFCME contribue-t-elle à ce développement ? Quelles sont ses principales missions ?**

**T.B.** Notre première mission, c'est d'abord la pédagogie auprès de tous les publics. Nous portons un programme de formation national, Advenir Formations, auprès des élus ou des professionnels de l'immobilier – ces derniers sont concernés dans la mesure où il faut répondre à l'enjeu de l'accès à la recharge en copropriété.

**T.F.** Nous travaillons sur trois axes : informer, rassurer et casser les idées reçues. Les conducteurs craignent de ne pas pouvoir se charger chez eux, de ne pas réussir à se brancher quand ils partent en vacances. Ils redoutent aussi le coût de l'installation d'une borne... Face à ces craintes, nous devons montrer toutes les avancées en matière de mobilité électrique. Par exemple, il faut équiper quelques 600 000 copropriétés en France. Nous avons des solutions sans reste à charge pour ces derniers. Il faut rassurer et expliquer ce sujet, complexe, régi par un grand nombre de lois et de décrets. Nos cibles sont tout à la fois les bailleurs, les syndicats, les professionnels de l'immobilier, les élus, le grand public, mais aussi les étudiants.

**Quels sont vos leviers d'action ?**

**T.F.** Ils peuvent être technologiques. Sur le plan financier, il existe des aides de l'État pour l'acquisition des véhicules. Des leviers réglementaires ont été déployés, par exemple la Lom (loi d'orientation des mobilités), qui impose l'électrique dans le renouvellement des flottes d'entreprise ou de collectivité pour atteindre 70 % d'ici à 2030. De plus en plus de villes passent aussi en zone à faibles émissions (ZFE), ce qui oblige les organisations à faire évoluer leur flotte.

**T.B.** BFCME doit être perçue comme un écosystème réunissant des donneurs d'ordre (la région, Dijon métropole...), des concessionnaires, des écoles d'ingénieurs, le Pôle Véhicule du futur, des fournisseurs d'énergie... Nous ne nous intéressons pas qu'aux véhicules, mais aussi à tout leur environnement. Nous favorisons la rencontre des acteurs de l'énergie et de la mobilité électrique. Chaque année, nous intégrons de nouveaux acteurs. Nous aimerions par exemple que le monde viticole et agricole se joigne à nous.



# VERTUEUX

## Les poids lourds investissent-ils également la mobilité électrique ?

**T.F.** Jusqu'à la fin de l'année dernière, nous pensions que l'univers poids lourd allait basculer plutôt vers l'hydrogène. Sauf que les solutions ne sont pas encore complètement matures. Les grands constructeurs comme Renault Trucks ont basculé une partie de leur production en électrique. Cela nécessite de revoir le réseau, car il s'agit de grosses batteries, autorisant une autonomie de plus de 300 kilomètres ; il faut envisager d'équiper le réseau autoroutier de stations de recharge tous les 60 kilomètres. Le secteur des travaux publics a également entamé sa décarbonation depuis quelque temps. Avantage immédiat : des chantiers silencieux en milieu urbain ! Pour vous donner un exemple, Enedis sous-traite chaque année une partie de ses chantiers, et cette année, les objectifs RSE sont désormais aussi importants que les objectifs financiers.

**T.B.** Quant à la commande publique, elle intègre de plus en plus de critères environnementaux. Les donneurs d'ordre publics sélectionnent leurs fournisseurs et intervenants en fonction de la qualité de leurs prestations, mais aussi de leur capacité à répondre à ces critères environnementaux.

## Récemment, s'est tenue une Cop (conférence des parties) régionale, marquée par la venue du ministre de la Transition écologique. Quel rôle la Bourgogne-Franche-Comté peut-elle jouer au niveau national ?

**T.B.** Le ministre a livré plusieurs informations. Tout d'abord, la région BFC représente 5 % de l'objectif national de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>. L'effort doit être réalisé par l'agriculture (1600 kg/t de CO<sub>2</sub>), le résidentiel (1235 kg/t de CO<sub>2</sub>), l'industrie (1763 kg/t de CO<sub>2</sub>) et le transport (2967 kg/t de CO<sub>2</sub>). Nous voyons bien que le transport représente un énorme levier et doit fournir un effort considérable.

## Le président de la République a annoncé un nouvel objectif de 400 000 points de recharge publics pour 2030. Est-ce réalisable selon vous ?

**T.F.** Nous sommes à 120 000 aujourd'hui. Oui, c'est réalisable, car tous les acteurs se mobilisent, à l'instar des opérateurs d'IRVE et les gestionnaires de réseaux comme Enedis, qui s'organisent pour faire face à cette montée en puissance. Nous serons au rendez-vous.

## Qu'attendez-vous de cette troisième édition du e-Day ?

**T.B.** J'espère que ce sera une journée utile pour tous les décideurs afin qu'ils s'engagent dans la mobilité électrique.

**T.F.** J'attends une prise de conscience des acteurs sur l'éventail des possibilités, mais aussi un réel déploiement de l'électrique pour des usages qui n'étaient pas forcément envisagés jusqu'à présent.



NOUS TRAVAILLONS SUR TROIS AXES :  
INFORMER, RASSURER  
ET CASSER LES IDÉES REÇUES.

THOMAS FRAIOLI, CO-PRÉSIDENT DE BFCME

# 2023, L'ANNÉE DE TOUS LES SUPERLATIFS POUR LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

L'année 2023 restera gravée dans les annales de la mobilité électrique en France, avec des chiffres exceptionnels et une croissance fulgurante. Selon les données de l'Avere-France, le cap des 100 000 bornes de recharge ouvertes au public a été franchi et le millionième véhicule électrique a été immatriculé dans l'Hexagone. Et en Bourgogne-Franche-Comté ?

**E**n 2023, pas moins de 491 866 véhicules électriques et hybrides rechargeables légers neufs ont été immatriculés, soit une augmentation de 22,83 % par rapport à 2022. Parmi eux, 328 512 étaient des véhicules électriques, soit une croissance spectaculaire de 49,5 % par rapport à 2022, tandis que 163 354 étaient des hybrides rechargeables (+ 28,5 %). Les voitures électriques particulières ont été les grandes gagnantes de cette évolution : l'électrique représente désormais 16,53 % du marché des voitures particulières, soit une augmentation substantielle par rapport aux années précédentes (18,3 % en 2022, 15 % en 2021, 9,5 % en 2020). Au total, la France comptait ainsi 1 594 841 véhicules électriques et hybrides rechargeables en circulation à la fin de l'année, dont 1 018 605 électriques et 576 236 hybrides rechargeables. Au classement des cinq véhicules électriques légers neufs les plus immatriculés en 2023, la Tesla Model Y est sur la première marche du podium (37 129 immatriculations), suivie de près par la Dacia Spring, la Peugeot e-208, la Tesla Model 3 et la Fiat 500e.

## DIVERSIFICATION DE LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

D'autres segments de la mobilité électrique que les voitures ont également connu une dynamique positive en 2023. Le nombre d'immatriculations de camions électriques a presque triplé, enregistrant une hausse remarquable de 273 % par rapport à 2022 avec 508 immatriculations. En revanche, les bus électriques ont connu une baisse de 25 %, avec 408 immatriculations. Les immatriculations de deux-roues motorisés électriques ont connu une baisse sensible : 25 134 modèles ont été mis à la route l'an passé, soit une baisse de 22 % par rapport à 2022.

## 118 009 POINTS DE RECHARGE OUVERTS AU PUBLIC FIN 2023

Le réseau de recharge a également connu une expansion significative, passant de 82 107 points de recharge ouverts au public en janvier 2023 à 118 009 à la fin de l'année, soit une augmentation impressionnante de 44 % en un an. Ces points de recharge sont répartis dans 40 000 stations à travers le territoire national : l'infrastructure cruciale au développement de la mobilité électrique en France voit le jour.



## LES CHIFFRES DE LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ (2023)

### NOUVELLES IMMATRICULATIONS - 100% ÉLECTRIQUE

	JANV.	FEV.	MARS	AVR.	MAI	JUIN	JUILL.	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	TOTAL
VÉHICULES PARTICULIERS	444	549	1081	570	699	1015	583	602	860	920	995	1160	9478
VÉHICULES UTILITAIRES	35	40	58	61	54	77	46	36	49	64	94	54	668
TOTAL	479	589	1139	631	753	1092	629	638	909	1409	1089	1214	10146
ÉVOLUTION → 2022	33,8 %	64,53 %	218,16 %	76,26 %	110,34 %	205,03 %	75,70 %	78,21 %	153,91 %	293,58 %	204,19 %	239,11 %	2734 %

### NOUVELLES IMMATRICULATIONS - HYBRIDE RECHARGEABLE

	JANV.	FEV.	MARS	AVR.	MAI	JUIN	JUILL.	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	TOTAL
TOUS VÉHICULES	300	337	438	302	324	496	324	295	453	453	467	463	4652

### NOUVEAUX POINTS DE CHARGE

	JANV.	FEV.	MARS	AVR.	MAI	JUIN	JUILL.	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.
POINTS DE CHARGES	3361	3801	3995	4122	4179	4110	4169	4169	4490	4490	4585	4700
STATIONS DE RECHARGE	1289	1386	1457	1500	1512	1542	1575	1616	1592	1597	1608	1650

SOURCE MENSUELLE D'AVÈRE FRANCE

### UN SCHÉMA RÉGIONAL DE COHÉRENCE DANS LE DÉPLOIEMENT DES INFRASTRUCTURES DE RECHARGE POUR VÉHICULES ÉLECTRIQUES (IRVE)

Fini les pompes : aujourd'hui, on parle d'infrastructures de recharge pour véhicules électriques (IRVE). Le schéma de cohérence dans le déploiement des bornes électriques piloté par la région Bourgogne France-Comté a été adopté lors de l'assemblée plénière des 29 et 30 juin 2023. Ce schéma a été co-construit entre juillet 2022 et avril 2023 avec l'État via la Dreal, les représentants des syndicats d'énergie de chaque département, Enedis, Bourgogne-Franche-Comté Mobilité Électrique, Mobilians... L'ambition de ce document est de dresser un diagnostic et des pistes d'action pour réussir la transition vers une mobilité décarbonée par la massification de l'électromobilité sur tout le territoire de la Bourgogne-Franche-Comté. L'évaluation des besoins en matière de développement d'infrastructure de recharge pour véhicules électriques (IRVE) est estimée sur trois échelles d'horizon temporel : une échéance opérationnelle (2025) ; une échéance de moyen terme (2030) ; une échéance de long terme (2035). La réflexion a été menée à l'échelle régionale afin d'accompagner les différents porteurs de projet compétents sur le territoire régional dans l'identification d'une volumétrie et d'une spatialisation pertinentes pour mailler efficacement le territoire. Ce schéma fait la prospective du nombre d'IRVE dans les prochaines années : 5 888 points de charge, dont 5 015 « normaux » et 873 « rapides » en 2025 ; 18 596 points de charge, dont 16 723 « normaux » et 1 873 « rapides » en 2030 ; et 34 239 points de charges, dont 31 075 « normaux » et 3 164 « rapides » en 2035.



Michel Neugnot, vice-président de la région Bourgogne-Franche-Comté.

# RELEVEZ LE DÉFI

Vous êtes un particulier et vous souhaitez installer une borne de recharge de véhicules électriques dans votre copropriété ? Vous êtes chef d'entreprise et vous vous interrogez sur la transition de votre flotte automobile ? On vous donne tous les détails.

## LA RECHARGE EN COPROPRIÉTÉ : ON VOUS EXPLIQUE !

La transition vers la mobilité électrique en France est en plein essor, avec plus de 1,5 million de véhicules électriques et hybrides rechargeables sur nos routes. Cependant, un défi majeur persiste : l'accessibilité à des bornes de recharge à domicile. Alors que près de la moitié des Français vivent en copropriété et que 90% des utilisateurs se branchent à domicile (ou dans leur entreprise), seul un nombre limité de résidences dispose actuellement de bornes. Dans cette quête pour encourager la mobilité électrique, le « droit à la prise » garantit à chaque propriétaire ou futur propriétaire de véhicule électrique ou hybride rechargeable le droit d'équiper son emplacement de stationnement d'une borne de recharge. Bien que ce droit soit fondamental, son application en copropriété nécessite une planification proactive. Une infrastructure

collective permet d'alimenter les premiers utilisateurs, offre l'évolutivité nécessaire pour accueillir les futurs besoins dans les meilleures conditions (délais, sécurité) et assure une mutualisation des coûts. L'étape centrale d'un projet d'infrastructure collective est le vote en assemblée générale. La copropriété doit anticiper ce vote en identifiant le besoin à court et à moyen termes et les possibilités techniques d'une infrastructure collective. Une ou des visites du site peuvent être préparées en amont, en présence d'un représentant du conseil syndical, du syndic de copropriété et du partenaire identifié, ainsi que du gestionnaire du réseau public de distribution d'électricité. L'établissement d'un ou de plusieurs devis contenant des critères communs permet à la copropriété de comparer les différentes solutions. BFCME met en place le programme Advenir Formations pour répondre au déficit d'informations fiables auquel se heurtent les acteurs. La formation est dédiée aux élus et aux acteurs locaux, mais aussi aux professionnels de l'immobilier et aux étudiants. Ce programme présente les différentes étapes de l'installation de bornes de recharge en copropriété. Il contient des informations sur la planification, l'évaluation des besoins, la comparaison des solutions et les démarches nécessaires pour obtenir le soutien de l'assemblée générale.

Si vous êtes intéressé par le programme Advenir Formations, n'hésitez pas à contacter Jean-Marc Jacques, chargé de développement (06 83 81 44 19 ou [contact@bfcme-asso.fr](mailto:contact@bfcme-asso.fr)).





# DE L'ÉLECTRIQUE



## RECHARGE EN ENTREPRISE ET CONVERSION DE FLOTTE

En raison de la croissance du nombre de véhicules électriques et hybrides rechargeables en circulation, les installations se multiplient au sein des entreprises. Les obligations des entreprises dans ce domaine sont renforcées par la loi d'orientation des mobilités (Lom). Les TPE et les PME bénéficient cependant d'une exonération. Pour les parkings des entreprises de plus de 10 places dont le permis de construire a été déposé après le 11 mars 2021, la Lom stipule qu'une place de stationnement sur cinq doit être pré-équipée. De plus, dès la fin des travaux, une place doit être équipée d'un point de recharge installé. Dans le cas de parkings de plus de 200 places, au moins deux d'entre elles doivent être équipées dès la fin du chantier. Un taux minimal de 5 % devra finalement être atteint. Outre la recharge, les entreprises possédant plus de 100 véhicules ont l'obligation de commander un minimum de véhicules électrifiés à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2022. Cette obligation ne s'applique pas aux flottes de moins de 100 véhicules, mais, à chaque remplacement, l'entreprise devra acquérir au moins 20 % de modèles électriques ou hybrides rechargeables (rejetant moins de 60 g/km de CO<sub>2</sub>). Ces pourcentages augmenteront progressivement : 40 % en 2027 et 70 % en 2030.

**Le programme Advenir propose une assistance financière pour l'installation de bornes de recharge, que ce soit dans les copropriétés ou au sein des entreprises.**

## QUE DIT LA LOM ?

La loi d'orientation des mobilités (Lom) de 2019, modifiée par la loi climat et résilience de 2021, impose aux flottes des quotas de véhicules à renouveler en véhicules à faibles émissions (VFE), soit des modèles qui émettent moins de 50 g/km de CO<sub>2</sub>, et en véhicules à très faibles émissions, donc des modèles alimentés à l'électricité ou à l'hydrogène.

## LES QUOTAS DE RENOUVELLEMENT EN VFE

	État et ses établissements	Collectivités territoriales, leurs groupements et entreprises nationales	Entreprises privées (application à l'échelle du groupe)
2022	50 %	30 %	10 %
2024	50 %	30 %	20 %
2025	50 %	40 %	20 %
2027	70 %	40 %	40 %
2030	70 %	70 %	70 %

# « LE SMART CHARGING », UNE RECHARGE PLUS INTELLIGENTE ET PERFORMANTE

Alors que les entreprises investissent de plus en plus dans les infrastructures de recharge, la maîtrise du coût et de la puissance devient un enjeu primordial. Les installations doivent donc être de plus en plus intelligentes. C'est ce qu'on appelle le « *smart charging* » : des solutions permettant de piloter la recharge des véhicules électriques de manière efficace et économique.



Robert Poggi, directeur à l'action régionale du groupe EDF.

Il faut distinguer deux types de technologies : la technologie pilotage dynamique (V1G) permet d'activer la charge des véhicules aux moments les plus opportuns pour le système électrique et le client, en fonction des prix de l'électricité et donc en dehors des pics de consommation, tout en assurant la disponibilité des véhicules. La technologie pilotage dynamique avancé (V2G) (« *vehicle to grid* ») permet d'utiliser les véhicules électriques comme moyen de stockage et de réinjection de l'électricité sur le réseau en cas de besoin, grâce à des bornes bidirectionnelles ; cette technologie contribue à l'équilibre en temps réel du système électrique puisqu'en 2022, le Réseau de transport d'électricité (RTE) la certifie comme solution de réglage de fréquence primaire activable en quelques millièmes de seconde. Dans son rapport Futurs énergétiques 2050, RTE place les flexibilités au cœur du système énergétique de demain. Dans cette perspective, le V2G servira le réseau et rencontrera son marché dès 2025. Cette certification a été rendue possible grâce à la technologie V2G développée par Dreev, une entreprise créée par EDF et Nuvve. En activant la charge et la décharge des batteries des véhicules électriques à grande échelle, Dreev contribue à l'équilibrage du système électrique français et européen. Cependant, le V2G restera associé à des cas d'usage favorables, tandis que le pilotage dynamique (V1G) et le pilotage tarifaire deviendront les principaux modes de recharge de masse à l'avenir. « À Dijon, nous expérimentons, sur le parking d'une résidence de Grand Dijon Habitat à la Fontaine d'Ouche, quatre bornes V2G, telles que celles du parking EDF où est prise la photo, explique Robert Poggi, directeur à l'action régionale du groupe EDF. Cette expérimentation avec Grand Dijon Habitat s'inscrit dans le cadre du projet européen Response dans la métropole de Dijon, conduit avec le groupe EDF. L'objectif est d'imaginer comment la mobilité électrique peut contribuer à soutenir le réseau public en cas de pic de consommation. Les véhicules électriques constituent en fait des batteries permettant le stockage d'électricité, qui seront déchargées aux heures de pointe, soit à la pause méridienne (11h-13h), soit le soir (19h-22h), de manière à soutenir la flexibilité de la capacité du réseau public d'électricité à alimenter ses clients. Les batteries des voitures seront ensuite rechargées pendant les heures creuses, la nuit, au moment où l'électricité coûte le moins cher. La borne de recharge devient donc smart, intelligente et bidirectionnelle : elle va participer activement au pilotage de la puissance de la charge des voitures électriques et à l'optimisation de la charge du réseau lors des pics de consommation. L'utilisateur du véhicule devient un consommateur éco-responsable de la transition écologique. »

## PASCAL LAUDE, DÉLÉGUÉ TRANSITION ÉCOLOGIQUE CHEZ ENEDIS BOURGOGNE : COMMENT LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE RÉVOLUTIONNE-T-ELLE LE RÉSEAU ?

« Nous sommes passés du balbutiement au stade industriel. Dans le cadre du plan de développement préliminaire du réseau de 2023, Enedis a fait l'hypothèse de 13 millions de VE en 2032 et 17 millions en 2035 sans compter la mobilité lourde. La part d'investissement liée à l'évolution de la mobilité électrique, raccordement, extension et renforcement du réseau pour assumer les appels de puissance pourrait représenter de l'ordre de 10% des investissements d'Enedis. Nous devons faire face à une accélération de nombre de points de charge sur les principaux axes routiers comme cela est précisé dans les principales exigences du règlement européen AFIR concernant les IRVE à savoir : des stations de recharge haute puissance tous les 60Km avant fin 2025 pour les véhicules légers et des stations de recharge haute puissance sur la moitié du réseau transeuropéen avant fin 2027 pour les poids lourds. Le réseau de distribution, en poursuivant sa modernisation, sera capable de gérer les pics de sollicitation. »

## LE PRIX DE LA RECHARGE, UN LEVIER INCITATIF !

Selon une étude menée par l'Avère-France, un conducteur typique (15 000 kilomètres par an) peut s'attendre à dépenser, en moyenne, entre 10,48 et 14,73 euros par mois pour se recharger sur les bornes ouvertes au public, selon qu'il aura souscrit ou non un abonnement de recharge. Un conducteur longue distance (30 000 kilomètres par an) pourrait déboursier environ 64 euros supplémentaires en moyenne. Ainsi, le budget carburant annuel d'un conducteur typique (85 % de recharge à domicile) peut donc être divisé par trois par rapport à un conducteur de véhicule thermique\*.

\* En moyenne, 539,50 euros pour un budget de recharge annuel (dont environ 150 euros de recharge publique) contre 1 526 euros (B7) ou 1 635 euros (E10) pour un budget carburant traditionnel.



# ELECTRA

GRUPE  
**CHOPARD**  
Laissez-vous transporter



## ⚡ GAGNEZ DU TEMPS

Vitesse de charge : 150kW de puissance minimum sur toutes les stations Electra ce qui permet de passer de 20 à 80% en moins de 30 min.

## ⚡ PROFITEZ D'UN DES TARIFS LES PLUS BAS DU MARCHÉ

Prix du kWh : 0,52€<sup>TTC</sup> sur l'ensemble des stations de notre réseau (hors autoroutes).

## ⚡ RETROUVEZ LE RÉSEAU ELECTRA OÙ QUE VOUS SOYEZ

Electra a adopté un positionnement urbain et périurbain et déploie son réseau dans les principales métropoles de France. 170 stations déjà ouvertes et plus de 250 stations d'ici fin 2024.



## ⚡ BÉNÉFICIEZ D'UN SERVICE SIMPLE D'UTILISATION

- Le taux de succès chez Electra est de 97% (vs 77% pour la moyenne du marché).
- Tous moyens de paiement acceptés.
- Utilisation des bornes facile.
- Réservation capacitaire et/ou à la demande.
- Avec Autocharge, il suffit désormais de se brancher directement pour que la voiture soit identifiée et que le processus de recharge démarre. La facturation se fait ensuite automatiquement dès que le connecteur est replacé sur la borne.



## ⚡ PILOTEZ VOS CONSOMMATIONS ET VOS UTILISATEURS

- Historique des charges, gestion des chauffeurs.
- Possibilité d'accéder facilement au détail de leurs charges et au suivi de leur consommation du mois en cours.

## ⚡ ABSENCE D'ENGAGEMENT ET DE FACTURATION MENSUELLE

Pas d'obligation de consommation ni d'engagement, facturation des kWh uniquement consommés.

### OUVERTES 24H/24 ET 7J/7 CHEZ

**PEUGEOT DIJON** : ZAE Cap Nord, Rue de Cracovie, 21850 Saint-Apollinaire

**PEUGEOT BESANÇON** : 8-10 Boulevard Président John Fitzgerald Kennedy, 25000 Besançon

# DE DEUX À DIX ROUES EN ÉLECTRIQUE

Cette année, le e-Day voit plus grand et invite toute la mobilité, au sens le plus large du terme. Du deux-roues au poids lourd, venez découvrir les acteurs de la transition !



Le scooter électrique Silence S02.

## SILENCE : LE DEUX-ROUES ÉLECTRIQUE QUI COMMENCE À FAIRE DU BRUIT

Contrairement à celles de l'automobile, les ventes de deux-roues neufs et d'occasion en France ont connu un fort ralentissement en 2023. Malgré ce retard, certains acteurs du marché commencent à faire de plus en plus de bruit. Symbole de l'accélération de ce mouvement, le groupe bourguignon-franc-comtois Chopard a inauguré, fin 2023, son tout nouveau *Flagship* Silence, place Darcy à Dijon. En créant ce nouvel espace, il s'ancre durablement sur le marché du scooter éco-responsable, suscitant l'enthousiasme des acteurs locaux. « *L'implantation de Silence au centre-ville de Dijon est un symbole fort de l'engagement du groupe Chopard, qui accompagne la ville dans sa démarche éco-citoyenne* », se réjouit Nadjoua Belhadef, adjointe au maire de Dijon déléguée au commerce et à l'artisanat. Des encouragements qui ne déplairont pas à Quentin Chopard, le vice-président du groupe éponyme, qui entend révolutionner les transports grâce aux technologies des véhicules Silence. « *La complémentarité des transports est la clé de l'avenir de la mobilité, estime-t-il. Par-delà leurs performances bluffantes et leur grande autonomie, ces scooters ont pour particularité unique au monde de disposer d'une batterie trolley que l'on peut extraire et brancher sur une prise domestique.* » Cette batterie révolutionnaire est aussi intégrée à la toute nouvelle nano-car de Silence : le Silence S04. Le confort, les finitions, les équipements (vitres électriques, climatisation, ABS...) n'ont pas manqué de surprendre les quelques 200 invités présents lors de l'inauguration de la boutique. Ses performances non plus, ce modèle pouvant dépasser les 90 km/h. À noter que ce véhicule est décliné sous une autre version, moins puissante, adaptée aux conducteurs sans permis, notamment aux jeunes conducteurs à partir 15 ans.

Pour plus d'informations, retrouvez la marque Silence lors du e-Day.

## DES POIDS LOURDS À L'ASSAUT DE L'ÉLECTRIQUE

En février 2023, la Commission européenne a décrété une réduction de 90 % des émissions de carbone des poids lourds d'ici à 2040. Dans un secteur du transport routier de marchandises très fortement dépendant (90 %) des carburants fossiles, les tensions d'approvisionnement liées à l'invasion russe en Ukraine et les impératifs climatiques ont fini de convaincre les entreprises qu'il fallait identifier des solutions alternatives. La loi de programmation sur l'énergie et le climat offre au gouvernement l'occasion de fixer des objectifs ambitieux, notamment en matière d'électrification du transport lourd, responsable de 7 % des émissions de CO<sub>2</sub> en France. L'électrification s'impose comme le principal vecteur de décarbonation : les camions électriques de 19 à 26 tonnes émettent 82 % de CO<sub>2</sub> de moins, sur l'ensemble de leur cycle de vie, que leurs équivalents thermiques, selon une étude de l'ICCT (*International Council on Clean Transportation*). Les constructeurs s'engagent à introduire au moins 50 % de camions neufs électriques à batterie d'ici à 2030, avec une autonomie attendue de 450 à 500 kilomètres dès 2025. L'électrification soulève des questions sur la recharge, nécessitant des investissements dans des réseaux de recharge adaptés aux longues distances. Des acteurs majeurs se mobilisent, à l'instar de Berthier Trucks en Bourgogne-Franche-Comté. L'entreprise, présente depuis plus de 100 ans sur le territoire, commercialise les véhicules électriques Renault Trucks (de 650 kg à 44 tonnes), marque française engagée, de son côté, dans la voie de l'électro-mobilité depuis plus de 10 ans. « *Au départ, nous faisons beaucoup de prospection auprès de nos clients. Désormais, nous sentons que le vent commence à tourner, avec un nombre grandissant de demandes d'électrification des flottes*, constate Thomas Colard, chef des ventes chez Berthier Trucks. *Les avantages à rouler électrique sont nombreux pour nos clients : parfois un coût de détention inférieur au thermique, des avantages en matière de Qualité Santé Environnement (QSE), une meilleure fidélisation des conducteurs... L'autonomie de certains camions Renault Trucks va atteindre près de 400 kilomètres. Ce développement de la flotte électrique nécessite de mettre en place des infrastructures de recharge de plus en plus importantes et performantes. Étant précurseurs, nous sommes leaders sur notre marché. Si je pouvais aujourd'hui m'affranchir de vendre des véhicules thermiques, cela m'irait parfaitement. Aujourd'hui, passer à l'électrique, c'est faire du sur-mesure en prenant en compte toutes les contraintes d'une entreprise.* » Malgré les avantages à long terme, le surcoût initial constitue encore le principal obstacle pour les transporteurs. Des aides publiques sont essentielles pour stimuler le marché, bien que des ajustements soient nécessaires au-delà de 2023.

Pour plus d'informations, retrouvez Berthier Trucks lors du e-Day.

La gamme Renault Truck commercialisée par Berthier Trucks.





# QUESTIONS DE PROSPECTIVE : EN ROUTE VERS DEMAIN

L'électrique se développe à un rythme très soutenu en France. Avec pour mission principale d'accélérer la transition vers une mobilité plus verte, l'Avere-France fédère les acteurs de la filière. Bernard Guillaume, vice-président de l'Avere-France, évoque pour *Décideur* les quatre défis à relever pour consolider la mobilité électrique au cœur de la transition écologique et énergétique.



Bernard Guillaume,  
vice-président de l'Avere-France.

« Nous faisons face à un changement de méthode et de mentalité vis-à-vis des transports. Regardez : rien que le covoiturage, c'est une révolution ! Nous pensons de moins en moins la voiture comme un objet individuel, mais bien comme collectif : à la fois dans son aspect mobilité et gestion d'énergie. Personnellement, je pense que le plus difficile à prévoir, c'est l'évaluation des besoins futurs. Techniquement, on arrivera à suivre l'évolution industrielle, mais cela dépendra de la demande. Mais force est de constater que beaucoup de personnes n'osaient pas passer le cap de l'électrique ; aujourd'hui, elles ne reviendraient au thermique pour rien au monde. Il y a quatre enjeux majeurs qui nous attendent : la souveraineté industrielle et énergétique, les besoins futurs, la décarbonation des flottes et le développement des infrastructures de recharge ». - Bernard Guillaume, vice-président de l'Avere-France.

## GARANTIR NOTRE SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET ÉNERGÉTIQUE

L'énergie représente un enjeu de souveraineté majeur. La mobilité électrique joue un rôle essentiel en la matière et, pour assurer son développement, il sera impératif de mieux maîtriser cette demande en énergie. L'Avere-France continuera, en ce sens, de se mobiliser sur le pilotage de la recharge, de vanter les opportunités permises par le *vehicle-to-everything* (V2X) et de porter les recommandations issues de son livre blanc publié en novembre 2023. Il est aussi question de souveraineté lors que le gouvernement instaure de nouvelles règles de calcul pour le bonus écologique, incitant les constructeurs à localiser leur production en France et en Europe. L'Avere-France poursuivra, avec ses adhérents, ses travaux sur ces questions pour définir de nouvelles recommandations afin d'atteindre l'objectif gouvernemental de deux millions de véhicules électriques produits en France d'ici à 2030. L'association lancera également un groupe de travail sur la vie de la batterie des véhicules électriques afin d'identifier les intérêts et les défis de la seconde vie, de la réparation et du recyclage.

## ANTICIPER LES BESOINS DE DEMAIN

Avec une part de marché de 25 % pour les véhicules légers électrifiés, une transition vers l'électrique en cours pour les véhicules lourds et plus de 118 000 points de charge ouverts au public déployés au 31 décembre 2023, dont 9 100 ultra-rapides, la France ne devra pas relâcher ses efforts en 2024. Selon les projections de l'étude *Hit The Road*, il faudra déployer plus de 300 000 points de charge d'ici à 2035, dont plus de 32 000 ultra-rapides, pour satisfaire les besoins de recharge en itinérance, notamment sur les autoroutes, de 12 millions de voitures électriques et de 110 000 poids lourds électriques. En parallèle, le règlement Afir (infrastructures pour carburant alternatif), adopté définitivement l'été dernier, offre un nouveau cadre au déploiement des bornes de recharge en Europe. Ce texte européen définit des objectifs de maillage du continent en infrastructures de recharge pour véhicules électriques (IRVE), particulièrement sur les grands axes routiers du réseau transeuropéen de transport (RTE-T). Il introduit également de nouvelles obligations, s'agissant notamment de la transparence du prix de la recharge ouverte et des moyens de paiement. Ces chantiers ambitieux devront s'appuyer nécessairement sur de nouvelles compétences et, surtout, des emplois. L'Avere-France entend lancer de nouvelles initiatives afin de mieux qualifier les besoins en installateurs et en mainteneurs IRVE.

## DÉCARBONER LES FLOTTES DE VÉHICULES

La décarbonation des flottes de véhicules légers comme de véhicules lourds sera l'un des principaux sujets de l'année pour l'association, un chantier débuté en 2022. L'Avere-France poursuivra ses travaux sur l'électrification des flottes de véhicules légers avec une réédition de son guide et de nouvelles propositions pour accélérer la conversion d'un parc qui alimente traditionnellement le marché de l'occasion, levier essentiel de la démocratisation des véhicules électriques. L'Avere-France portera, cette année encore, des propositions pour accompagner financièrement et opérationnellement la transition des véhicules lourds vers l'électrique (achat/location, aménagement des dépôts...).

## DÉVELOPPER DES SERVICES DE RECHARGE UTILES AUX UTILISATEURS

La massification des usages du véhicule électrique implique également une plus grande inter-opérabilité des solutions de recharge, par exemple grâce au développement de l'expérience utilisateur (intégration de la norme ISO 15118 qui simplifie les interactions entre les bornes de recharge et les véhicules, gestion des données...). Cela implique également l'accroissement des mesures de cybersécurité afin de protéger les interactions entre les différents membres de l'écosystème.





GROUPE CHOPARD x ELECTRA

LE COURANT

PASSE BIEN

Julien Belliato, cofondateur d'Electra  
et Laurent Charbois, directeur des marques Stellantis chez Chopard.



Acteur majeur de la distribution automobile en France, le Groupe Chopard a décidé de s'associer à la société Electra, spécialiste français de la recharge rapide de véhicules électriques, afin de proposer des bornes dans ses concessions. À l'instar de celles du Peugeot Dijon-Saint-Apollinaire, qui inaugurerait deux bornes super-chargeur le 8 décembre dernier.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Nicolas Salin

**C**'est désormais son nouveau fil conducteur. Dans le dernier numéro du magazine *Décideur*, Quentin Chopard annonçait déjà un « virage vert », amorcé par le groupe dont il est le vice-président. Bien dans son époque – les chiffres en attestent : 121 sites, 3 000 salariés, 1,6 milliard de chiffre d'affaires, 60 000 véhicules vendus par an –, le groupe Chopard mène désormais un réel développement dans le domaine des nouvelles mobilités. « Suite aux annonces sur la nouvelle orientation européenne et la fin du moteur thermique pour 2035, nous avons conduit une vraie réflexion sur le sujet. Nous sommes actuellement en pleine révolution : l'automobile de demain n'est plus le véhicule thermique quatre roues tel qu'on le connaît aujourd'hui », assure Laurent Charbois, directeur des marques Stellantis chez Chopard.

#### VISION D'AVENIR

C'est ainsi que, début décembre, deux nouvelles bornes super-chargeurs de la start-up française ont été inaugurées à la concession Peugeot Dijon-Saint-Apollinaire. Electra met à disposition sa solution de recharge ultra-rapide innovante, permettant aux utilisateurs de bénéficier d'une expérience la plus fluide possible. Elle se matérialise par une application qui permet d'orienter l'électromobiliste vers le hub de recharge le plus proche, de réserver sa borne à distance, de recharger son véhicule et de payer le plus simplement du monde grâce à l'application. À noter que les pass de recharge ou les cartes bancaires sont également acceptés. Le tout pour un prix compétitif de 0,52 euros TTC le kilowatt-heure. Les bornes Electra seront intégralement alimentées en énergie verte et accessibles à tous, qu'il s'agisse des



## BIEN PLUS QUE DE SIMPLES CONCESSIONS, NOUS DEVONS DEVENIR DES HUBS DE SERVICES À HAUTE VALEUR AJOUTÉE.

LAURENT CHARBOIS, DIRECTEUR DES MARQUES STELLANTIS CHEZ CHOPARD

Un engagement déjà visible à travers plusieurs projets menés de front. À l'instar de la commercialisation de Silence, marque espagnole de scooters et de *nano-cars* 100 % électriques – représentée par des *flagships* à Dijon et à Besançon –, ou du rachat de la société Virage qui conçoit des vélos à assistance électrique à Besançon. En parallèle, le groupe a conclu, en avril 2022, un partenariat en *joint-venture* avec Electra, le spécialiste français de la recharge rapide des véhicules électriques. Depuis, la *start-up* a parcouru un petit bout de chemin : « Quand nous avons initié notre partenariat avec le Groupe Chopard, nous inaugurons la deuxième station. Aujourd'hui, nous en sommes à la 142<sup>e</sup>, ce qui représente 850 points de charge. Notre ambition est de mettre en place 200 stations d'ici à fin 2023 et près de 2 500 en Europe d'ici à 2030, soit 14 500 points de charge », explique Julien Belliato, cofondateur d'Electra.

clients et des visiteurs des concessions Chopard, de particuliers en itinérance ou encore de flottes professionnelles (taxis, VTC, autopartage...). Des bornes de recharge Electra sont d'ores et déjà en place dans les concessions Chopard Mercedes-Benz Lyon-Saint-Fons et Mâcon, BYD Lyon-Écully, Peugeot Orange-Sérézin-du-Rhône. Celle de Peugeot Besançon sera elle aussi équipée prochainement. Un déploiement progressif qui va dans le sens d'une réduction des particules fines dans les zones densément peuplées, mais aussi d'une nouvelle stratégie de la part du groupe. « Bien plus que de simples concessions, nous devons devenir des hubs de services à haute valeur ajoutée », confirme Laurent Charbois.



Peugeot Dijon - Groupe Chopard  
Rue de Cracovie à Saint-Apollinaire  
[www.groupechopard.com](http://www.groupechopard.com)

DS STORE x MARIE SIMON

# LE LUXE À LA FRANÇAISE

La cheffe pâtissière beunoise Marie Simon se lance dans une toute nouvelle aventure professionnelle en proposant ses délicieuses créations sur-mesure pour l'événementiel. Ambassadrice du DS STORE de Beaune, elle revient avec nous sur cette belle route qui s'ouvre à elle.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Edgar Charchaude





**Q**ui de mieux qu'une cheffe d'exception pour être l'ambassadrice d'un véhicule d'exception ? Marie Simon a du goût, celui qu'on lui connaît – forcément – pour la pâtisserie, depuis sa consécration de championne du monde des arts sucrés en 2018. Mais, aussi celui qu'elle porte aux belles

Davy Tissot. « Avec une équipe comme ça, ça ne pouvait que fonctionner ! Quelle fierté d'avoir des personnes aussi talentueuses pour représenter notre beau pays. La France excelle dans la gastronomie, c'est aussi ce que DS fait dans l'automobile », avoue Michel Varziniac.

## C'EST UNE FIERTÉ D'ACCOMPAGNER MARIE DANS CE NOUVEAU PROJET.

MICHEL VARZINIAC, DIRECTEUR DU DS STORE DE BEAUNE

voitures. Au volant de sa DS4, elle revient sur l'histoire de sa rencontre avec Michel Varziniac, le directeur de la concession DS STORE de Beaune. « Michel est venu découvrir ma pâtisserie quand je l'ai ouverte en 2020. On a échangé sur nos univers respectifs et le courant est tout de suite passé, nous partageons les mêmes valeurs d'excellence. Il m'a tout de suite expliqué qu'il souhaitait faire de sa concession "le DS STORE de la gastronomie"! ». Quand on lui demande les points communs entre ces deux univers, la cheffe pâtissière évoque d'emblée la haute-couture, avec l'importance du « souci du détail » et de « la finition ». L'union devient encore plus belle en 2021 quand Michel Varziniac et Marie Simon partent en *road trip* à Lyon pour les fameux Bocuse d'Or, remportés cette année-là par la *team* France menée par

### RENOUVEAU

Le début d'année 2024 a été synonyme de renouveau pour Marie Simon, qui a vu sa carrière prendre un tournant : elle a quitté son poste de directrice de sa boutique éponyme à Beaune. « Il faut savoir que la boutique ne m'appartenait pas. J'étais simplement directrice et salariée de l'établissement. Quand la boutique a ouvert, je n'avais que 24 ans, donc être propriétaire était un trop gros poids pour mes épaules à l'époque. J'ai mis mon cœur et mon âme dans tout ce que j'ai pu entreprendre dans ce projet, comme si cette entreprise était la mienne. La réalité, c'est que je n'avais pas la possibilité de prendre mes propres décisions. J'ai donc décidé de partir, et d'emmener avec moi mon nom, mon identité et mes créations ! » Une nouvelle aventure commence alors, la jeune femme décide de se spécialiser dans l'événementiel, pour proposer des créations sur-mesure aux particuliers, aux professionnels et aux entreprises. « C'est une fierté d'accompagner Marie dans ce nouveau projet », assure Michel Varziniac. La route semble toute tracée pour la championne des arts sucrés, en phase désormais avec ses valeurs et qui compte bien encore ravir nos papilles pour de nombreuses années.



**DS STORE Beaune**  
42, rue du Faubourg Bretonnière à Beaune  
Tél. 03 80 20 96 50 / [www.groupechopard.com](http://www.groupechopard.com)

**Marie Simon**  
Instagram : [marie\\_simon\\_cheffe](https://www.instagram.com/marie_simon_cheffe)



Michel Varziniac, directeur du DS STORE Beaune, a proposé à Marie Simon, championne du monde des arts sucrés, de devenir ambassadrice du DS STORE Beaune en 2020.

MERCEDES

LES CHEMINS

QUI MÈNENT À

**MERCEDES**





En déjà vingt ans d'automobile, Alain Georges, directeur de la concession Étoile 90 à Belfort, a accompagné bien des parcours. Des récits de clients, qui trouvent un écho dans le sien. En gravissant petit à petit les échelons de la vente automobile, jusqu'à gagner la confiance du PDG du Groupe Chopard. Aujourd'hui à la tête de Mercedes-Benz Belfort, qui couvre également les zones limitrophes du Doubs et de la Haute-Saône, il continue de mettre au centre l'humain. Rencontre.

Texte : Alban Salmon / Photographie : Margot Christ

Lorsque nous arrivons à Denney, dans la couronne belfortaine, nous pouvons lire sur le visage d'Alain Georges une assurance bien installée. Cette assurance allègre, nous ne saurions pas dire si elle lui vient de son expérience, des preuves déjà faites, de son équipe ou des retours de ses clients. Passionné par l'automobile depuis le plus jeune âge, cet enfant d'Alsace n'a jamais quitté son domaine de prédilection. Après être passé par une alternance, un IUT puis par l'ISCAM, il entre dans l'automobile par le contact client, jusqu'à devenir chef des ventes.

#### ROULER POUR MERCEDES

Un jour d'été 2017, Alain Georges rejoint le groupe Chopard, recruté directement par Eric Chopard, PDG du groupe. « *De toute ma carrière, c'est la meilleure décision que j'ai pu prendre. J'ai la chance d'avoir un PDG qui ne soit pas déconnecté de la réalité du terrain, qui a connu le métier de vendeur. Il a été déterminant dans ma décision* », nous confie-t-il. Alain Georges en est sûr : pour intégrer un tel groupe, c'est l'humain qui fait la différence. Cette décision signe alors la rencontre de deux de ses passions : l'automobile et les relations clients et managériales. Conscient de ne pas correspondre au cliché du manager « obnubilé par le chiffre », le directeur d'Étoile 90 l'admet : « *ce qui me plaît, c'est l'épanouissement de mes collaborateurs* ». « *Au début de ma carrière, j'ai beaucoup écouté les clients, leurs craintes, leurs problématiques, et je tâche encore aujourd'hui de conserver ce lien avec eux* », nous glisse-t-il.

concession, aujourd'hui, c'est entendre nombre d'inquiétudes sur le budget, l'autonomie ou encore les sensations liées à la conduite d'un véhicule électrique. Mais Alain Georges se veut rassurant et pédagogue : avec une Mercedes, même électrique, on conserve une belle autonomie (entre 400 et 600 km, selon le modèle et le type de conduite) et une puissance à tous les étages, le tout sans nuisance sonore ou olfactive liée aux moteurs thermiques et à leurs carburants. Sans pour autant se faire philosophe, il semble bien qu'aujourd'hui, la véritable puissance s'exerce dans la tranquillité. « *En réalité, on le voit avec nos clients, essayer l'électrique, c'est bien souvent l'adopter* », analyse-t-il.

#### LA MARQUE D'UNE VIE

Monter en grade ou en gamme au fil des années, toujours revoir à la hausse ses exigences, c'est la dynamique qui lie le parcours d'Alain Georges et le rapport des clients du Groupe Chopard à Mercedes-Benz.

On commence par en rêver, puis on passe le pas. La première Mercedes d'une longue série, puisqu'on ne quitte pas facilement la marque à l'étoile. Avec des véhicules qui accompagnent les automobilistes à tous les âges de leur vie, au gré des évolutions de carrière ou d'une situation familiale. Alain Georges s'amuse même à rappeler que : « *Certains de mes anciens clients d'une autre marque n'osaient pas pousser nos portes, parce qu'ils avaient des freins, l'étoile faisait peur. Pourtant, des véhicules comme la Classe A (l'access de Mercedes, ndlr) ou le GLA parviennent à se situer en terme d'offre au niveau des marques dites "généralistes" !* » Le directeur évoque des premières mensualités à moins de 500 euros, tout en se différenciant par la qualité de ses véhicules, son image de marque et son positionnement. Pour aller bien sûr vers des véhicules qui vont jusqu'au luxe sur mesure. Étoile 90 a donc les moyens de répondre aux envies de clients *premium*, sans pour autant laisser sur la touche les clients aux budgets plus contraints.

## ON LE VOIT AVEC NOS CLIENTS, ESSAYER L'ÉLECTRIQUE, C'EST BIEN SOUVENT L'ADOPTER.

ALAIN GEORGES, DIRECTEUR DE LA CONCESSION ÉTOILE 90 À BELFORT

Un lien que Mercedes a su pérenniser en prenant le virage de l'électrique et en sortant progressivement de la prédominance du diesel. Certains ont d'ailleurs besoin d'être rassurés : il faut faire tomber les préjugés. Tendre l'oreille dans n'importe quelle



**Mercedes-Benz Belfort**  
29, avenue d'Alsace à Denney  
Tél. 03 84 46 60 70 / [www.groupechopard.com](http://www.groupechopard.com)

# DES MOMENTS D'EXCEPTION



Andréas Kovac,  
conseiller commercial chez Audi BYmyCAR Dijon.

Dans une quête constante d'offrir à leurs clients des moments d'exception, les concessions BYmyCAR ont décidé de placer la qualité au cœur de tout leur processus de vente. Chaque étape, du premier contact à la livraison soignée, est minutieusement conçue pour surpasser les attentes et créer des expériences mémorables.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquel





Andréas Brégand, *experience manager* chez Volkswagen BYmyCAR à Ahuy.

**P**arcours client, relation client, satisfaction client : les discours des constructeurs et des distributeurs ont désormais changé de cap. La concession n'est plus qu'un simple point de vente, elle est un lieu d'expérience ; une expérience client qui repose sur l'émotion, le ressenti avant, pendant et après l'achat d'un véhicule. Sur ce terrain-là, les



## NOUS CROYONS QUE CHAQUE EXPÉRIENCE DE CONDUITE DEVRAIT ÊTRE AUSSI UNIQUE QUE LE CONDUCTEUR LUI-MÊME.

ANDRÉAS BRÉGAND, *EXPERIENCE MANAGER* CHEZ VOLKSWAGEN BYmyCAR À AHUY

concessions BYmyCAR ont rapidement pris le virage du souci du détail. C'est d'abord tout un décorum, de plus en plus soigné,

accompagné d'un sens de l'accueil de la part des équipes du distributeur : l'excellence pour *leitmotiv*, Andréas à Ahuy, Alexandre à Beaune, Andréas et Nathalie à Chenôve, sont formés pour anticiper les besoins des clients, offrant une assistance proactive et des réponses rapides à leurs clients. « À chaque fois qu'une personne passe le seuil de notre porte, nous apprenons à la connaître le mieux possible. Le rôle d'un constructeur est de produire des véhicules ; le nôtre est de créer une valeur ajoutée lors de l'expérience client », explique Andréas Kovac, conseiller commercial chez Audi BYmyCAR Dijon.

### EXPÉRIENCE PREMIUM

Dans une époque où tout devient de plus en plus rapide, les consommateurs s'attendent à avoir constamment une réponse qui l'est tout autant, peu importe le domaine. Les acteurs de l'automobile n'y échappent pas et doivent offrir une expérience à la hauteur. Selon une étude menée par Google/TNS, avant d'acheter une voiture, 90% des clients effectuent une recherche en ligne. Si, avant les années 2000, les acheteurs avaient l'habitude de débiter leurs recherches chez un concessionnaire et y passaient 5 fois en moyenne, à partir des années 2020, les visites

en concession ne s'élèvent plus qu'à 1,8 fois en moyenne. Avec l'avènement d'Internet, les commerciaux font maintenant face à des clients de plus en plus informés et exigeants - à juste titre. On parle désormais de parcours « phygital » (mix de physique et digital). L'enjeu pour un constructeur ou un distributeur est de soigner autant sa présence en ligne que dans leurs concessions. Chez BYmyCAR, la personnalisation et l'adaptation restent les maîtres-mots. « Nous proposons un essai personnalisé où le client peut évaluer le véhicule en fonction de ses propres critères. Nous croyons que chaque expérience de conduite devrait être aussi unique que le conducteur lui-même », admet Andréas Brégand, *experience manager* chez Volkswagen BYmyCAR à Ahuy. Pour les clients optant pour une vente à distance, l'engagement envers la qualité ne fléchit pas non plus. Chaque étape de la procédure est méticuleusement orchestrée pour offrir le même niveau de service qu'en physique. « Nous nous assurons de fournir un maximum de détails et d'être le plus transparent possible avec le client. De la commande à la livraison, et de la livraison à la visite de l'atelier, nous gardons un lien fort avec nos clients. Nous maintenons un contact étroit ».

### LA PREUVE PAR L'EXEMPLE

« Cela fait plusieurs années que je suis dans le réseau BYmyCAR, je suis à ma septième voiture avec eux. C'est toujours une belle expérience, j'ai toujours été bien reçu. Tous les contrats, que ce soit leasing ou achat, se sont bien passés. Leur équipe est toujours à l'écoute : il y a même une fois où ils m'ont livré un véhicule en région parisienne. Pour la dernière voiture que je suis venu chercher, une ID.5, ils ont fait toutes les démarches en ce qui concerne les bonus écologiques. Comme il s'agit d'une voiture électrique, j'ai dû en faire d'autres pour installer une borne électrique à la maison. Je me suis retourné vers BYmyCAR et ils m'ont mis en relation avec l'un de leur réseau. Ce sont des détails importants, cela va bien au-delà d'une simple vente, il y a vraiment de l'humain ».

**Alex Fourreau, client BYmyCAR**



#### Volkswagen BYmyCAR

Ahuy : 2, rue des Ruchottes  
Tél. 03 80 59 22 22

Lardoix-Serrigny : 61, route de Beaune  
Tél. : 03 80 26 40 53

Châtillon-sur-Seine : avenue Noël-Navozat  
Tél. : 03 80 91 12 82



#### Audi BYmyCAR

5, rue des Frères Montgolfier à Chenôve  
Tél. 03 80 54 90 00

[www.bymycar.fr](http://www.bymycar.fr)

CAR AVENUE

# LE CHANGEMENT DANS LA CONTINUITÉ



Gilles Trescher, directeur de plaque chez Car Avenue.

La rumeur courait depuis l'an dernier. C'est désormais chose faite : le groupe de distribution Car Avenue vient d'acquérir les cinq concessions BMW-MINI et Motorrad de Chalon-sur-Saône, Beaune, Dijon, Chaumont et Troyes. Partisan d'un développement de proximité, Gilles Trescher, directeur de plaque, évoque avec nous ses orientations tournées vers la satisfaction client.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Nicolas Salin



**A**vant de discuter mobilité, Gilles Trescher, directeur de plaque depuis 2018 chez Car Avenue, parle d'humain. « *Ma première mission est déjà de faire en sorte que nos collaborateurs se sentent bien dans leur travail, pour qu'ils puissent servir au mieux les personnes qui viennent à leur rencontre.* » Avec la bienveillance et l'exigence pour piliers, l'homme préfère aller de l'avant plutôt que de regarder dans le rétroviseur. Fier de porter le maillot Car Avenue, il évoque l'histoire d'une marque plus que centenaire, qui a vu le jour en 1920 grâce à André Bailly, et qui a ouvert sa première concession à Metz en 1936.

”

**NOUS DEVONS AUSSI GARANTIR UNE UNIFORMITÉ DE TRAITEMENT ET DE FONCTIONNEMENT SANS PRIORISER UN TERRITOIRE OU UNE CONCESSION EN PARTICULIER.**

GILLES TRESCHER, DIRECTEUR DE PLAQUE CHEZ CAR AVENUE

Historiquement implanté en Lorraine, le groupe, qui porta d'abord le nom de son fondateur, densifie désormais son maillage territorial et diversifie ses activités, à partir de 2006, sous l'impulsion de Stéphane Bailly. Renommé Car Avenue en 2016, il compte désormais plus de 130 concessions en France, au Luxembourg, en Belgique et en Suisse. Classé 25<sup>e</sup> groupe européen et quatrième groupe français de distribution automobile, le leader sur le marché de la

grande région est devenu un mastodonte, spécialisé dans l'entretien, la réparation, la rénovation de jantes, la vente de véhicules neufs et d'occasion, la location de courte et longue durée, l'installation de bornes de recharge et la distribution de pièces de rechange avec sa plateforme Car Avenue Services basée à Lesménils, près de Nancy.

**LA SATISFACTION CLIENT POUR VOCATION**

Une forte expansion qui ne fait pas oublier à Gilles Trescher les valeurs fortes de la maison : l'esprit d'équipe dans le quotidien, la proximité avec les clients, l'excellence dans le travail et la qualité du savoir-faire. Avec l'acquisition des concessions BMW-MINI et Motorrad de Chalon-sur-Saône, Beaune, Dijon, Chaumont et Troyes, Car Avenue prend une nouvelle direction. « *La satisfaction client reste notre priorité. C'est pourquoi nous continuons de renforcer notre implantation et notre positionnement local. Nous devons aussi garantir une uniformité de traitement et de fonctionnement sans prioriser un territoire ou une concession en particulier. J'ai œuvré depuis 2018 pour harmoniser des entités qui ne fonctionnaient pas ensemble.* » Loin de parler de révolution par rapport à la gestion précédente des concessions BMW-MINI et Motorrad, Gilles Trescher préfère l'aborder sous le prisme du « *changement dans la continuité* ». Le groupe souhaite d'ailleurs renforcer son effectif dans les prochains mois pour continuer de se développer.

## CHIFFRES-CLÉS

**1,6**  
Md€

de chiffre d'affaires

**130+**

concessions dans 4 pays

**60 000**

véhicules vendus

**2 700**

collaborateurs



Car Avenue  
[www.caravenue.com](http://www.caravenue.com)

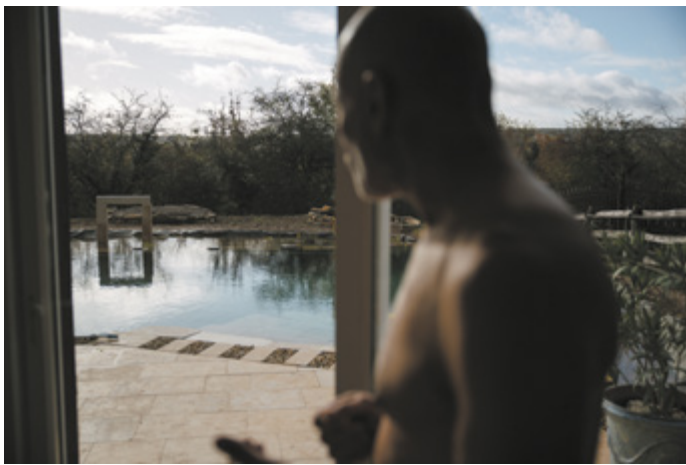


Car Avenue  
18, rue Antoine-Becquerel à Chenôve  
93 bis, route de Pommard à Beaune  
2, avenue de l'Automobile à Chalon-sur-Saône  
14 bis, Chemin du Curé à Rosières-près-Troyes  
9, route de Neuilly à Chaumont

# FORMER POUR LA VIE

Créée en 2008, l'association 4Life milite pour un meilleur apprentissage des gestes qui sauvent. Elle propose aussi d'apprendre à mieux gérer son stress. Rencontre avec Sébastien Gotte, son président.

Texte : Quentin Scavardo / Photographie : Jonas Jacquiel



L'équipe de Décideur se jette à l'eau avec Sébastien Gotte.

**D**u sang froid, il en a fallu à Sébastien Gotte au cours de sa carrière. Fraîchement retraité, l'homme a passé sa vie au service des autres en tant que CRS. Loin d'être frileux, il a aussi embrassé une carrière de maître nageur dans les Landes et en Méditerranée.

au plus grand nombre : une filière citoyenne avec formation de secourisme - comme les gestes qui sauvent, la prévention et secours civique (PSC1), les premiers secours en équipe (PSE1, PSE2), ainsi que la version continue de toutes ces formations ; une filière professionnelle destinée

à l'imagerie mentale, des techniques de respiration, de la cohérence cardiaque, les mécaniques et la gestion du stress ». Dans cette optique, Sébastien propose par exemple des immersions en eau froide (environ 5°C). Même si tous les bienfaits ne sont pas officiellement reconnus par la médecine, elles permettraient d'améliorer les capacités physiques, de solutionner certains problèmes psychologiques, et une meilleure gestion du stress. Plutôt partisans de l'adage « il faut le tester pour le croire », les équipes de Décideur se sont jetées à l'eau pour en avoir le cœur net. Après quelques secondes d'appréhension, force est de constater que le sentiment de bien-être est bien présent - même pour une équipe de frileux, c'est dire. Pendant l'exercice, Sébastien reste à nos côtés, nous aide à mieux appréhender le froid, à mieux gérer notre souffle. Une fois remonté à la surface, et après avoir réhabitué son corps à la température extérieure, on se sent tout de suite plus relâché ; une sensation d'apaisement qui persistera durant toute la journée. À toutes les personnes qui souhaitent lâcher prise : jetez-vous à l'eau avec 4Life. À bon entendre.



## NOUS PARTAGEONS NOS COMPÉTENCES ET NOTRE EXPÉRIENCE POUR LE BIEN-ÊTRE DES PERSONNES.

SÉBASTIEN GOTTE, PRÉSIDENT DE 4LIFE

Une double casquette qui le prédestinait à la création de l'association 4Life, en 2008. Son *leitmotiv* ? Promouvoir le secourisme, le sauvetage, la préparation mentale, l'optimisation de la performance, la gestion du stress et des conflits. « *Nous partageons nos compétences et notre expériences pour le bien-être des personnes et pour améliorer leur quotidien* ». Preuve par l'exemple, Sébastien invoque quelques chiffres : seulement 27 % de la population française a bénéficié d'une formation aux gestes de premiers secours. Si tous les Français étaient formés, cela pourrait sauver environ 20 000 vies chaque année. 4Life propose plusieurs formations certifiées Qualiopi, dédiées

au secourisme au travail - sauveteur secouriste du travail (SST programmé par l'INRS), avec la prévention des risques professionnels et la réduction des arrêts de travail et des maladies professionnelles.

**DÉCIDEUR SE JETTE À L'EAU : LA PREUVE PAR L'EXEMPLE**  
Autre versant de l'association, Sébastien et son équipe proposent aussi de la préparation mentale individuelle et collective et de la gestion de stress pour les entreprises. « *Le stress fait partie intégrante de la vie d'un entrepreneur. Il peut parfois être bénéfique, mais tout est une question d'équilibre entre le bore-out et le burn-out. De notre côté, nous travaillons sur de*



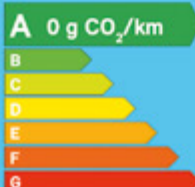
4Life  
4life.dijon@gmail.com



# NOUVEAU MINI COUNTRYMAN. COMMANDEZ-LE DÈS MAINTENANT.



NICE TO MEET YOU AGAIN.\*



**BIG LOVE.\*\***



Prenez le volant du Nouveau MINI Countryman Electric et préparez-vous à découvrir son esprit intrépide, aussi à l'aise dans vos trajets du quotidien que pour vos virées en week-end. Succombez à son élégance avec son tout nouveau design et profitez d'une expérience de conduite totalement immersive. N'attendez-plus et commandez-le dès maintenant dans votre MINI Store ou sur [MINI.fr](http://MINI.fr).

**Car Avenue Dijon**  
18, rue Antoine Becquerel  
21300 Chenôve  
03 80 54 07 07

**Car Avenue Beaune**  
93 bis route de Pommard  
21200 Beaune  
03 80 22 88 69

**Car Avenue Chalon**  
2 avenue de l'Automobile  
71100 Chalon-sur-Saône  
03 85 48 12 14

\*Ravis de vous revoir. \*\*Passionnément.

Consommation d'énergie électrique : 15,9 – 18,5 kWh/100 km. Autonomie électrique (WLTP combinée) : 395 – 462 km. Données d'autonomie et de consommation d'énergie électrique prévisionnelles sur la base de l'état de développement actuel de la voiture. Depuis le 01/09/2018, les véhicules légers neufs sont réceptionnés en Europe sur la base de la procédure d'essai harmonisée pour les véhicules légers (WLTP), procédure d'essai permettant de mesurer la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub>, plus réaliste que la procédure NEDC précédemment utilisée.

POUR LES TRAJETS COURTS, PRIVILÉGIEZ LA MARCHÉ OU LE VÉLO. #SEDÉPLACERMOMINS POLLUER



BERNARD MEUNIER

# LE LUXE EN QUESTION

Ex-négociateur au sein du GIGN, Bernard Meunier est devenu psychanalyste, sophrologue et conférencier. Aujourd'hui, il nous donne sa définition bien à lui du luxe.

Texte : Bernard Meunier / Photographie : Jonas Jacquél

« **M**ode de vie caractérisé par de grandes dépenses consacrées au superflu », pouvons-nous lire après avoir googlisé le mot « luxe ». C'est grâce à la pulsion de vie que l'on peut inventer, créer, fabriquer, construire, monter des sociétés, les élever et les transformer, avec la volonté de vouloir grandir, se raffermir pour enfin pénétrer un autre monde, donner de soi à l'autre, transmettre de l'énergie et de la vie dans un désir de développement, encore et encore. Vertu malsaine ? Mais pourquoi ? Faire du bien, c'est également s'en faire, on en retire toujours quelque chose. Être un sybarite et donc rechercher le luxe et le raffinement en matière de plaisirs de la vie, n'est pas un défaut tant qu'il n'est pas ostentatoire. Serait-ce se vautrer dans la luxure, ou simplement la toucher du doigt comme lors d'un préliminaire ? Alors à quel moment pense-t-on qu'il y a excès, que l'on s'écarte et que l'on part de travers, que l'on sort de la norme ? Après tout, c'est à chacun de voir. L'homme et la femme sont libres de goûter, de profiter, de dévier et d'être excessifs. Autant le faire dans le luxe, ce n'est pas la luxure non plus, mais on s'en rapproche.

de supériorité, positionnant l'individu au-dessus des autres, même de Dieu parfois, quel qu'il soit. Il est vrai que cela peut faire du bien à son ego tant que cela ne devient pas une névrose. Quant aux autres péchés, dit le pape Grégoire I<sup>er</sup> : « *Ils sont des traits communs à toute l'humanité* ». Nous en serions tous victimes, peu ou prou, un jour ou l'autre, de manière épisodique ou plus régulière. Un peu de Jalousie, qui ne l'a jamais ressentie. Un trait de Colère, c'est même plutôt conseillé parfois. Un soupçon de Gourmandise, que ça fait du bien. Une larme de Paresse, tant que ce n'est pas quotidien. Une dose d'Avarice, il nous faut bien mettre un peu de côté aussi. Quant à la Luxure, elle est d'abord un désir et tant qu'il n'est pas pervers, alors pourquoi pas. Celui du luxe est différent, il est dépendant des aléas de la vie, de notre business, de la conjoncture puis d'un peu de chance aussi. Y accéder, c'est le désirer et ce serait immoral ? Ce n'est qu'une question d'opinion personnelle voire de croyance. Soit le bonheur prend sa source dans la frustration, c'est-à-dire dans la maîtrise de ses désirs de luxe, soit il réside dans l'assouvissement nécessaire à la vie et à son bien-être. Je rejoins Freud qui symbolise les objets désirés en ce sens qu'ils parlent, qu'ils « véhiculent quelque chose », une « satisfaction antérieure ». Et le premier est déjà le sein maternel. Plaisir de la mère dont les terminaisons nerveuses envoient immédiatement un message à l'hypothalamus, libérant de l'ocytocine, l'hormone du plaisir. Quant au bébé, on ne peut que remarquer le plaisir qu'il prend dans ces moments-là en voyant ses mimiques, en entendant de petits bruits de plaisir, les doux grognements qu'il émet en sentant l'odeur de sa mère. Le goût du luxe commence donc très tôt. Il n'est alors pas étonnant que l'envie subsiste et que l'objet évolue et se transforme au gré de notre évolution personnelle. Il ne serait donc alors jamais satisfait et, ainsi, confronté à cette insatisfaction, il cherche à progresser dans cette quête de luxe à tout prix. Attention cependant à ce que la pulsion de mort, en embuscade, ne pointe pas son nez, car cette quête de jouissance extrême est sans fin.

RECHERCHER LE LUXE ET LE RAFFINEMENT  
EN MATIÈRE DE PLAISIR DE LA VIE, N'EST PAS UN DÉFAUT  
TANT QU'IL N'EST PAS OSTENTATOIRE.

BERNARD MEUNIER, PSYCHANALYSTE, SOPHROLOGUE ET CONFÉRENCIER

Le luxe, c'est bien, c'est classe, ça en jette et ça fait rêver en plus, mais en avoir un goût immodéré comme dans une recherche incessante de pratiques deviendrait peut-être immoral. Et encore, ce n'est même pas sûr si on le vit pleinement et que cela ne déborde pas du couple. Faudrait-il être vertueux et ne pas se laisser envahir par ce péché capital ? Pourtant, ce n'est pas le pire, il y a en première ligne celui de l'Orgueil, avec ce grave sentiment





ALÉSIA  
2024



# SPORT

DES JEUX  
POUR  
DES DIEUX

EXPOSITION ÉVÉNEMENT

DU 23 MARS AU  
30 NOVEMBRE 2024



ALESIA.COM

MuséoParc  
ALÉSIA

Côte  
d'Or  
LE DÉPARTEMENT



# NOUVEAU CLE COUPÉ

Découvrez-le chez  
GROUPE CHOPARD



Mercedes-Benz



GROUPE  
**CHOPARD**  
Laissez-vous transporter

Dijon	Chalon	Besançon	Belfort	Lons
03 80 59 64 64	03 85 99 15 30	03 81 47 70 70	03 84 46 60 70	03 84 86 47 10

[www.groupechopard.mercedes-benz.fr](http://www.groupechopard.mercedes-benz.fr)

Nouveau CLE Coupé | Consommations : 4,7-7,6 l/100 km (cycle combiné WLTP) ; Émissions de CO<sub>2</sub> : 123-173 g/km (cycle combiné WLTP). RCS Belfort 389 811 423



Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo. #SeDéplacerMoinsPolluer