

RESTAURATION

Jules & John s'implante à Manosque

Un restaurant "burgers gourmets" Jules & John, dirigé par Julien Moreau, ouvre ses portes aujourd'hui à Manosque. L'enseigne est issue du groupe de restauration Crescendo que préside Christopher Shafroth (photo). Fondé en 1992, il était jusqu'en 2014 spécialisé dans les cafétérias "mais comme j'ai toujours aimé la cuisine du marché, je n'ai voulu que des produits frais et des menus changeant tous les jours", indique le Franco-Américain à la tête de 66 enseignes et 2200 salariés. Le groupe se diversifie avec ce concept liant France (Jules) et USA (John), misant sur du fait maison, des produits frais et des sandwiches et salades préparés devant le client. /PHOTO E.F.



JUSTICE

Pollution marine: Surfrider à la barre?

Plus de trois semaines après la collision de deux navires au large du Cap Corse, qui a engendré une pollution marine et terrestre importante, l'association environnementale Surfrider foundation a annoncé son intention de porter plainte pour "faire valoir le préjudice écologique engendré par cette pollution aux hydrocarbures devant les tribunaux". Arguant d'une situation rendue plus "dévastatrice" encore par le fioul choisi par l'armateur du Virginia, mais aussi d'un probable "manque de vigilance de l'équipage" du cargo Ulysse, la fondation, qui s'est portée partie civile dans le passé lors de catastrophes écologiques, a précisé attendre les conclusions de l'enquête avant de s'engager dans la voie judiciaire. /PH MARINE NATIONALE



DOCUMENT

22 "Regards de leaders" pour en devenir un

Victoire Dégez, à la tête d'un cabinet de conseil en formation et communication, mais aussi consultante en orientation et ressources humaines, ne se contente pas d'accompagner ceux qui s'adressent à elle. De ses expertises, du vécu, des réussites et des échecs que rapportent ses interlocuteurs, elle rédige des témoignages qui deviennent livres. Trois déjà ont été écrits, dont le dernier "Regards de leaders" (Pierre Téqui éditeur, 19,9 euros), préfacé par Laurent Bataille, Pdg de Poclair et président des Entrepreneurs et dirigeants chrétiens. Un 4^e est en route.



Victoire Dégez présente son dernier ouvrage. /PHOTO J.-L.C.

Vos ouvrages ont en commun cette trame: les relations humaines, la communication, qui sont au cœur de l'entreprise. Y a-t-il un manque?

Oui, souvent c'est le cas. Les relations humaines, la communication, permettent de créer de la confiance. Or c'est là qu'est le frein: dans l'entreprise on ne communique pas assez. Il faut créer un écosystème qui donne confiance, crée du lien et suscite l'envie de s'impliquer, de s'engager. Et cela manque, oui. Il faut bien voir que l'implication est une forme de liberté pour chaque individu, qui va bien au-delà du poste occupé.

L'entreprise reconnaît-elle cette implication?

L'entreprise demande souvent que ses collaborateurs s'impliquent. Mais c'est sa volonté. Et c'est à ce niveau que surgit souvent une incohérence, un problème de confiance. Encore une fois il faut donner l'envie, être un leader.

C'est quoi être un leader?

C'est une personne qui se retrouve en situation d'autorité ou d'influence, parfois alors que sa fonction, son poste, ne la prédestine pas à cela. C'est quelqu'un qui sait susciter une adhésion, faire grandir avec son cœur et sa tête, son engagement et son expertise pour le bien commun. Dans cette démarche, la qualité de

la communication est essentielle. C'est tout cela qui nourrit la confiance.

C'est donc les regards de ces leaders venus d'horizons différents que vous proposez dans votre livre, 22 au total. Mais quels ont été vos critères de sélection?

D'abord ils ont accepté de se livrer, de raconter leurs parcours. Ils ont en commun d'avoir fait leurs preuves. Ils parlent de choses positives, ils ont tiré les leçons de leurs difficultés, de leurs échecs. Ils sont tous exemplaires et inspirants.

Quel regard porte la professionnelle que vous êtes sur le lien entre l'entreprise et le salarié?

Il est contrasté. Il y a un attachement viscéral à l'entreprise et elle participe à la construction personnelle, c'est indéniable. Mais il y a aussi de la souffrance et le mal-être peut être terrible du fait de cette relation. J'en reviens à la communication: je pense qu'il faut toujours dire pourquoi on veut faire avant de produire. Mais cela n'est pas simple. Il faut faire l'effort et se donner les moyens de bâtir. Il faut une vision, l'exprimer et la faire partager à son écosystème. Agir ainsi est un investissement de long terme.

Propos recueillis par Jean-Luc CROZEL

LE CHIFFRE

6

Le nombre d'Agences de l'eau du territoire français, qui participeront à un colloque national à Lyon le 15 novembre sur le thème "Eau et changement climatique". Il sera notamment question d'investissement responsable.

ÉCHOS D'ÉCO

AMÉNAGEMENT

La Fédération des industries nautiques sur le pont

L'aménagement du territoire maritime, c'est le thème de la conférence organisée par la Fédération des industries nautiques (Fin) demain, à Paris. À l'occasion de cette rencontre, organisée en collaboration avec le président du groupe d'étude "Mer et littoral" du Sénat, la structure dévoilera notamment une étude européenne sur cette thématique, permettant de situer la France parmi ses voisins. Annick Girardin, ministre des Outre-Mer, conclura les échanges.

TRANSPORT

CMA CGM, un pas de plus en Asie

Le transporteur maritime marseillais sera présent du 5 au 10 novembre prochains à la première édition de la China International Import Expo (CIIE) à Shanghai. Un salon organisé afin de promouvoir des produits de l'étranger auprès des consommateurs chinois, répondant à une forte demande de leur part.

FIGURE DE PROUE



Une chercheuse pour soutenir les leaders écologistes

Ancienne directrice de l'Institut écologie et environnement du CNRS, Françoise Gaill coordonne actuellement le conseil scientifique de l'Ocean & Climate platform. La chercheuse, également conseillère de la Cop 23, a accepté de soutenir le programme de formation de 14 futures leaders féminines écologistes "Earthship sisters" lancé à Marseille le 10 octobre dernier.

→ Plus d'informations: earthship-sisters.fr

Smart'N'Go veut alléger l'impact des bateaux

La start-up marseillaise travaille sur trois outils pour optimiser la route des navires et leur empreinte carbone



Améliorer le routage maritime pour économiser du carburant, c'est l'idée de Smart'N'Go. /PH R. COLINET

Manta, kraken, cachalot... On se croirait tout droit sorti d'un conte fantastique ou d'une légende de pirates. Mais l'audacieux entrepreneur de la start-up Smart'N'Go et son équipage ne sont ni forbans ni conteurs. Pragmatique développeur web, passé par une grande compagnie maritime, Mehdi Halitim, le capitaine de cette (jeune) entreprise a un objectif: "aider les transporteurs maritimes à se digitaliser".

"Le milieu maritime a 20 ans de retard au niveau technologique, estime-t-il. Alors que 90% des biens transportés le sont par la mer, que 20% du chiffre d'affaires des armateurs part en fioul et que le secteur représente 5% des émissions polluantes du monde." Ce qui existe manque cruellement d'ergonomie, plaide-t-il encore, et ne parvient pas à susciter l'adhésion des équipages, premiers usagers.

Sa réponse? "Une sorte de "Waze" (GPS participatif, Ndlr) du maritime, avec une forte dimension participative, afin que les commandants se l'approprient." Leur plateforme de service sur internet, se divise donc en trois outils aux noms fantastiques. La mission du "Manta": proposer un itinéraire optimal, en fonction des vents, courants (il s'appuie sur les données de l'Agence spatiale européenne), de la charge du navire, de ses contraintes. Économisant ainsi le carburant, son coût financier et écologique.

Son voisin, le "Kraken", aide les navires à estimer précisément leur heure d'arrivée (ETA). Et permet ainsi un calibrage plus fin des opérations de chargement et déchargement. Enfin,

charge au "Cachalot", qui complète le trio, de peser le navire, afin de faire rentrer cette information capitale dans les calculs de routage et d'ETA.

Premier des trois achevés, le "Manta" devrait être mis en service d'ici quelques mois. "La phase de développement est terminée, désormais nous cherchons un partenaire transporteur pour une phase de tests avec les commandants", résume l'entrepreneur. Ainsi qu'un fonds d'amorçage pour accompagner la mise sur le marché de la start-up. "Il y a un vrai business dans l'écologie. Il faut trouver une solution gagnant-gagnant, et celle-ci peut avoir un impact important", conclut Mehdi Halitim.

M.DG.

REPÈRES

L'entreprise, créée en juillet 2017, compte un directeur général, un associé, un salarié et un consultant. Elle vise la rentabilité autour de mars 2020.

À TOULON

Elles perpétuent l'Élégance Marine

Magasin totalement atypique au point de figurer en bonne place dans le Guide du Routard, Élégance Marine est unique en son genre sur la façade méditerranéenne française. Installée depuis plus d'un siècle au 20 rue Anatole-France, dans le centre de Toulon dont elle doit être la doyenne des commerces, cette enseigne située au plus près de la base navale, fournit en effet tous les militaires de la région - à commencer bien sûr par les marins - en matériel, uniformes, tenues, couvre-chefs, galons et décorations.

Comme l'explique Valérie Mette qui dirige l'établissement depuis 31 ans, entourée d'une équipe de trois couturières et brodeuses d'expérience, "nous fabriquons tous les produits que nos clients ne trouvent plus sur le marché ou qu'ils souhaitent faire réaliser selon les techniques de l'époque, avec des matériaux nobles et non pas importés en grande série de Chine ou d'Asie du Sud Est".

Agérée par l'Armée de Terre, l'Armée de l'Air, la Marine et la Gendarmerie nationales, Élégance Marine est ainsi en mesure de concevoir, à la demande, une vaste gamme de cabans, pulls, casquettes et autres épaulettes, principalement destinés aux militaires mais dont la belle facture sé-



duit de plus en plus de civils. Avec une activité broderie en fort développement qui permet de personnaliser tee-shirts, casquettes, polos, manteaux et autres vestes de travail. Et de préciser: "Nous réparons des tenues patrimoniales abîmées par le temps et travaillons également avec des historiens de la Marine pour reconstituer des uniformes disparus. Nous intervenons lors de la Bravade de Saint-Tropez, mais aussi au profit de musées maritimes, de théâtres et même de grandes productions cinématographiques".

PH.G.

POINT DE VUE

L'éolien, un scandale économique et écologique?

Posée par Pierre Dumont et Denis de Kergolay - le premier est chef d'entreprise, le second est un acteur du monde associatif -, la question est au cœur d'un livre qui ne fait pas mystère du scepticisme des auteurs. Bref, la pose d'éolienne pour exploiter nos gisements de vent serait une fausse bonne idée et le plan de développement voulu par le gouvernement, un naufrage annoncé. Pourquoi? "Parce que ce choix énergétique répond essentiellement à des considérations politiques". Les éoliennes, "destructrices de patrimoine et du potentiel touristique", "n'obéissent à aucune logique climatique ou économique, mais à des montages financiers souvent opaques". → Editions François Bourin, 16 euros.

