

SOMMAIRE

PORTRAITS D'UN MEMBRE

2-3 Deux portraits

VU POUR VOUS

- 4- Comment les entreprises peuvent-elles traiter les cyber-attaques ?
- 5- Partage d'une réflexion sur les 8 megatrends.
- 6- Une Galette des Rois inspirante !
- 7- Lean Management ou la création de valeur

AUTOUR DE NOUS

- 8- Boostez l'expérience candidat dans votre entreprise !
- 9- Vers la fin des marques ?
- 10- Baromètre RSE 2022 : une accélération qui se fait attendre ?

LE RO SE MOBILISE

- 11- Course des Héros 11 juin 2023 : Engagez-vous !

12- BONNES PRATIQUES À VOS AGENDAS

Édito



ANNE COURTOIS

PRÉSIDENTE BÉNÉVOLE DU RÉSEAU OUDINOT
DIRECTRICE COMMUNICATION / DIGITAL / PRESSE
EN MANAGEMENT DE TRANSITION

Avoir un temps d'avance

La réforme des retraites ne peut se passer du sujet de la place des seniors et de la deuxième partie de carrière. Alors que les seniors – ces cadres expérimentés de plus de 50 ans – voire 45 ans - sont jugés sous le prisme de clichés bien tenaces par certains, au Réseau Oudinot nous sommes aux antipodes de ces idées reçues et nous le prouvons chaque jour. Nous nous réunissons en effet dans 20 commissions professionnelles, tous les soirs, plusieurs fois par soir même, pour booster nos carrières.

Parce que lorsque nous sommes en poste, il est important d'anticiper les tendances de nos secteurs, nos métiers pour avoir un temps d'avance. C'est aussi réfléchir au « next job » sur des marchés émergents ou prometteurs. C'est cette dynamique que nos membres s'apportent mutuellement lors de partages d'informations, d'expertises au cours de rencontres. C'est également l'opportunité de revoir son activité professionnelle sur le mode slasheur ou multi-activités. La flexibilité dont font preuve les membres du Réseau Oudinot ouvre le champ des possibles au-delà du CDI vers le Management de Transition, le Temps partagé - en CDI ou CDD - ou encore en prestation de services.

Pour en savoir plus sur les commissions professionnelles du Réseau Oudinot : [ici](#)



DERNIÈRE MINUTE

N'OUBLIEZ-PAS LA PROCHAINE MENSUELLE : NOUVEAU FORMAT

L'année démarre avec un nouveau format : le réseautage à grande échelle !

Inauguré lors de la galette des Rois et des Reines il nous permet de mieux nous connaître. Désormais, ce sera une animation différente à chaque Mensuelle.

Venez nombreux !

Vous pouvez [vous inscrire sur ce lien](#)

PORTRAIT D'UN MEMBRE



PAR ISABELLE JOUVE
RESPONSABLE PHILANTHROPIE
ET PARTENARIATS

 Cliquez ici !

Curieux, dynamique et souriant, **Kayvimol Houll** a intégré le **Réseau Oudinot** en **décembre 2021**. Très investi, il travaille en collaboration avec la Conseil d'administration sur la thématique de l'Engagement, car la notion d'entraide est importante pour lui. Profil atypique, Kayvimol a exercé des fonctions de DAF avant de se tourner vers les RH qu'il considère



SIMPLICITÉ ET EFFICACITÉ !

comme devant être – plus que jamais –, un partenaire pour le bien être, le développement et la performance : « *Ce qui m'anime, c'est le partage et l'épanouissement de l'humain au service de la performance. J'ai appris et compris que deux têtes, voire plus, valent mieux qu'une.* »

Il n'est donc pas étonnant que Kayvimol soit aussi bénévole à La Cravate Solidaire¹, mentor de jeunes start-uppeurs et passionné de cuisine. Le point commun de ses trois activités ? La solidarité en toute humilité : « *Ce qui m'intéresse, c'est de transformer le potentiel en opportunité. La diversité culturelle et sociale est une force quand elle va de pair avec l'inclusion. Les solutions se dévoilent quand on est prêt à accueillir des points de vue différents !* »

Kayvimol a un credo : More with less : « *La simplicité peut faire des miracles dans n'importe quel domaine. Parfois, il suffit juste d'ouvrir les yeux !* » Alors, suivons ses conseils et ouvrons tous grand les yeux pour que l'année 2023 soit passionnante et encore plus enrichissante ! 🍌

1- La Cravate Solidaire, réseau d'associations reconnu d'intérêt général, œuvre pour l'égalité des chances. Il a pour objectif la lutte contre les discriminations à l'embauche, notamment celles liées à l'apparence physique.

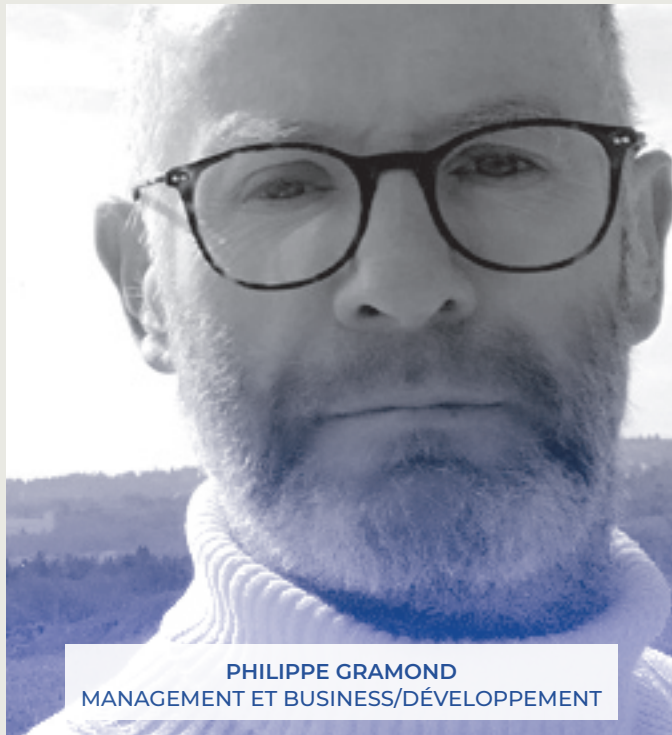
PORTRAIT D'UN MEMBRE



PAR ISABELLE JOUVE
RESPONSABLE PHILANTHROPIE
ET PARTENARIATS

 Cliquez ici !

Au Réseau Oudinot depuis une **quinzaine d'années**, **Philippe Gramond** est nouvellement membre du **Conseil d'administration**. Son investissement et sa volonté d'action l'ont même poussé à créer un atelier 1pRO qui ne désemplit pas : « *Plus jeune, je voulais être acteur de théâtre. J'ai d'ailleurs joué dans deux pièces au lycée.* » Issu du secteur des Services BtoB, Philippe Gramond a notamment travaillé dans le conseil en conduite du




PHILIPPE GRAMOND
MANAGEMENT ET BUSINESS/DÉVELOPPEMENT

UN DYNAMISME INTARRISSABLE !

changement. Il a aussi occupé le poste de Directeur associé au sein d'une start-up. Pourtant, il aurait adoré devenir enquêteur judiciaire, lui si curieux du genre humain et particulièrement intéressé par les serial killers : « *J'aimerais vraiment comprendre comment l'être humain peut basculer dans l'horreur, quel est le déclic qui le fait tomber du côté obscur...* »

Passionné de nature, il marche beaucoup avec une prédilection pour les plages du Cap Ferret ou la forêt de Brocéliande (près de laquelle il possède une maison). Très curieux, il a plusieurs hobbies dont l'astrophysique (il est fier de posséder une dédicace de Hubert Reeves¹ himself!), la cosmologie (l'origine et l'évolution de l'univers l'intrigue au plus haut point) et nouvellement le piano : « *Depuis toujours j'arrive facilement à reproduire ce que j'entends, mais d'une seule main. Il est grand temps que j'apprenne à jouer des deux mains !* »

Ce portrait serait incomplet si je n'abordais pas son sens de l'humour très British qui en fait un digne descendant des Monty Python. Sacré Philippe² ! 

1- Astrophysicien, vulgarisateur scientifique et écologiste
2- Référence au film Monty Python : Sacré Graal ! (1975)



VU POUR VOUS



PAR GRÉGOIRE JUY
SECRÉTAIRE GÉNÉRAL ET DRH
D'UNE SOCIÉTÉ DE SERVICES

 Cliquez ici !

Dans un contexte économique et géopolitique incertain (Covid, guerre en Ukraine, ...), **les cyber-attaques se développent** de plus en plus, touchant de nombreux acteurs du monde économique, sociétés de toutes tailles, mais aussi des administrations.

Lors de la commission numérique du 8 décembre dernier, après nous avoir redéfini la cybersécurité, son contexte et ses enjeux, Jean-Christophe Lasvergnas et François Hampartzoumian nous ont présenté toutes les démarches que doivent entreprendre les dirigeants d'entreprise et d'organisation pour comprendre, anticiper (si possible) et traiter ce type de risques.

De ce fait, la cyberdéfense s'organise, au niveau de l'État, mais aussi au niveau des entreprises, pour couvrir l'ensemble des zones pouvant être impactées par des cyber-attaques. Des Systèmes de Management de la Sécurité Informatique (SMSI) se mettent en place progressivement dans les sociétés pour couvrir ce risque.

COMMENT LES ENTREPRISES PEUVENT-ELLES TRAITER LES CYBER-ATTAQUES ?



Photo : © fly-d-9PivUW71lm4-unsplash

Des prestataires externes, centres de cybersécurité externalisés (« CyberSOC »), développent désormais des prestations mutualisées destinées aux entreprises, en leur permettant de garder une couverture permanente aux risques cyber. Tous les métiers sont impactés par ce dispositif. De nouvelles professions liées à la cyberdéfense se développent (expert bug bounty¹, Analyste Forensics², pentester³, ...) pour renforcer encore son efficacité.

Enfin, la cybersécurité doit aussi être déployée au niveau de chaque individu par des outils et des réflexes quotidiens. ▀

1- Programme de récompenses proposé par de nombreux sites web et développeurs de logiciel qui offre des récompenses aux personnes qui rapportent des bugs, surtout ceux associés à la sécurité et aux vulnérabilités.

2- Domaine scientifique souvent rattaché à divers crimes informatiques, dans lequel on cherche à récupérer et analyser des supports numériques potentiellement suspects.

3- Personne en charge de surveiller la sécurité d'un système informatique pour éviter qu'il ne soit piraté.



VU POUR VOUS



PAR KAYVIMOL HOULL
DIRECTEUR TRANSFORMATION

[in Cliquez ici !](#)

Le constat est que le monde d'avant et le monde d'après sont à la fois différents, mais restent très similaires. Les crises sont des révélateurs de phénomènes déjà présents, mais aussi des accélérateurs qui créent de nouvelles opportunités.

- #1 – Nouveaux modes coopératifs et solidaires : Recyclage, cycles courts...
- #2 – Autonomie et Souveraineté : La forte interdépendance des économies affaiblit les chaînes de valeur en cas de crise majeure. Les Etats veulent regagner en souveraineté et les entreprises en autonomie.
- #3 – Flexibilité et résilience : Le monde est VUCA et en multi crise permanente, seules les entreprises qui l'ont compris survivront !
- #4 – Nouvelle relation à l'espace : Les usages sont transformés, aussi bien dans nos déplacements professionnels et personnels qu'au sein des espaces de travail et des lieux de consommation.

PARTAGE D'UNE RÉFLEXION SUR LES 8 MEGATRENDS

POUR UNE SOCIÉTÉ EN 2050 AVEC +2 MRDS
DE PERSONNES SUPPLÉMENTAIRES



PHILIPPE MUTRICY
DIRECTEUR DES ÉTUDES
DE BPI FRANCE

- #5 – La Quête de sens : Cela s'accroît pour les individus et les entreprises dans leur consommation, leur impact sociétal et environnemental.
 - #6 – La Digitalisation à pas forcés : L'économie a survécu grâce au digital ! On a souvent tendance à penser outils, mais c'est avant tout une transformation en profondeur.
 - #7 – Respect du climat et de l'environnement : La prise de conscience accélère les actions mises en œuvre, aussi bien au niveau individuel qu'au niveau des entreprises.
 - #8 – Sécurité sanitaire et santé : C'est la seule tendance qui est vraiment nouvelle, on est désormais conscient qu'il faut en tenir compte.
- L'important dans ces mégatrends n'est pas leur nombre ! L'objectif de la BPI est de faire réfléchir et permettre aux entrepreneurs d'oser grandir pour servir l'avenir. 🍀

Photo : © Réseau Oudinot



VU POUR VOUS



PAR LÉTIZIA ANSART DE LESSAN
DIRECTRICE COMMERCIALE
(EN TRANSITION)

 Cliquez ici !

Pour démarrer l'année 2023 sous les meilleurs auspices, le nouveau Conseil d'administration du Réseau Oudinot, élu pour 3 ans, nous avait prévenu que cette Soirée Galette des Rois se déroulerait sous un nouveau format 100 % inédit, 100 % partage et 100 % en présentiel ! On nous promettait de la gourmandise et de la surprise tout en travaillant le networking en accord avec les valeurs du Réseau, parce que nous sommes **acteurs de notre devenir** (slogan qui accompagne le logo de notre association).

Ce fut en effet une soirée innovante et interactive : 80 participants se sont joyeusement prêtés au jeu. Dès notre arrivée, nous avons été répartis par tirage au sort (sympathique surprise !) en huit équipes de dix personnes. Cette organisation inattendue a permis à chacun d'entre nous de **faire connaissance au-delà de notre premier cercle**. Réseau quand tu nous tiens !

UNE GALETTE DES ROIS INSPIRANTE !



Photo : © Réseau Oudinot

Ces huit groupes de travail ont brainstormé dans la bonne humeur, l'écoute et le partage pour proposer des actions sur les thèmes suivants de **#Bienveillance #Partage #Engagement #Curiosité**, thèmes qui seront à déployer encore davantage en 2023 par chacun des ROistes au sein du Réseau. Une restitution de chacune des tables a ensuite eu lieu dans une ambiance conviviale et chaleureuse. Pour finir, nous avons tenu à faire monter sur scène et à applaudir la nouvelle équipe du Conseil d'administration, à savoir

Anne COURTOIS, Isabelle PISCOT, Christophe ETIENNE, Antoine HOSSEINI, Caroline BOURGEOIS-GACHES, Bernadette FULTON, Philippe GRAMOND, Isabelle JOUVE, Jean-Luc ROSSIGNOL, Jean-Roch SERGENT.

Un grand merci à tous les participants pour cette excellente soirée ! 🍷



VU POUR VOUS



PAR LOUIS RANOUX
DIRECTEUR COMMERCIAL

 Cliquez ici !

Cécile Roche, experte reconnue, membre du RO et DG de Lean Sensei Partners, a partagé le 16 janvier, avec brio et enthousiasme, sa vision du Lean Management¹. De nombreux exemples parlants sont venus illustrer la démarche.

« Dans un monde VUCA², les dirigeants devraient avoir une culture de l'incertitude ». C'est ainsi que Cécile Roche lance le sujet. Pour faire face à une situation complexe et inédite, il faut se placer dans **un paradigme créatif et non prédictif**, ce qui nécessite de créer une culture de l'apprentissage. L'entreprise doit donner une direction pour que les salariés comprennent pourquoi apprendre, en aient envie puis aient droit à « tester » des hypothèses.

Ce système est fondé sur **le développement continu des personnes** : donner les moyens de créer de la valeur et de s'améliorer en permanence pour procurer aux clients

LEAN MANAGEMENT OU LA CRÉATION DE VALEUR




Photo : © Réseau Oudinot

le bon produit (tenir la promesse de qualité) et sa disponibilité. La valeur client est au cœur de la démarche. On va donc développer flexibilité et agilité. On apprend à résoudre les problèmes en cherchant les causes, afin de détecter les signaux faibles. On travaille en flux.

Le Lean aide à résoudre le dilemme entre nécessité de créer de la valeur/nécessité de réduire les coûts et entre exécution/exploration. **La chaîne de contrôle devient une chaîne d'aide. On montre à chacun comment il participe à la création de**

valeur. Tout cela génère motivation, développement des compétences, empowerment et agilité dans un but d'efficacité. L'autonomie et la satisfaction des personnes au service de la satisfaction des clients sont au cœur du Lean.

Cécile Roche a écrit plusieurs ouvrages sur le sujet. 

1- Méthode de gestion et d'organisation du travail qui vise à améliorer les performances d'une entreprise.

2- VUCA : Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity.



AUTOUR DE NOUS



PAR OLIVIA MIKOL
DRH ET CO-ANIMATRICE
DE LA COMMISSION NEWSLETTER

Cliquez ici !

BOOSTEZ L'EXPÉRIENCE CANDIDAT DANS VOTRE ENTREPRISE !

Leo Bernard, Cofondateur de Bootcamp T-Shaped Recruiter, s'est mis dans la peau d'un candidat, et s'est intéressé aux annonces de job des entreprises en France : starts up, PME, grands groupes... La seule question qu'il s'est posée est : « *est-ce que j'arrive à me projeter dans le poste et dans cette entreprise en lisant cette annonce ?* ». La réponse est non ! Voici son retour d'expérience, et les éléments à prendre en considération lorsqu'on rédige une annonce, qui sont

- quel est le profil de l'équipe, du manager
- comment le candidat pourra grandir dans le poste, l'entreprise, qu'est-ce qu'il pourra apprendre tous les jours
- arrêtons les tabous : le package doit être communiqué, ainsi que les conditions de travail, et notamment de télétravail (respectivement seulement 10% et 7%¹ des annonces les communiquent) : il y a 80% de clics supplémentaires lorsque le salaire est indiqué !
- Les petits+ : qu'est-ce que mon entreprise a de plus à offrir qu'une autre ?

Et n'oublions pas la symétrie des attentions : l'employeur cherche le meilleur candidat, mais les meilleurs candidats cherchent la meilleure opportunité ! Par conséquent, dans l'annonce, il est important de voir un même nombre de lignes consacrées à l'entreprise, et au candidat. Enfin il faut savoir qu'aujourd'hui, la majorité des candidats ressentent des émotions négatives (peur, doute) ou neutres quand ils lisent une annonce. Alors, arrêtons les « bullet points », et posons-nous les bonnes questions avant de poster une annonce ! c'est une des premières vitrines de l'image employeur : soignons-la au mieux. 📌

Source : conférence WTTJ, 15/11/2022
1- Etude WTTJ 2022



Photo : © tim-gouuw-bwki71ap-y8-unsplash

malheureusement trop souvent manquants :

- le contexte du recrutement et des missions du poste
- les rituels, pratiques, outils utilisés dans le poste et dans l'entreprise



AUTOUR DE NOUS



PAR CYRIL BLADIER
DIRECTEUR MARKETING,
COMMERCIAL, DIGITAL
BUSINESS ON LINE

Cliquez ici !

VERS LA FIN DES MARQUES ?

Chaque année, les entreprises dépendent des milliards pour promouvoir leurs marques. Mais une tendance croissante du comportement des internautes vient changer la donne.

Croissance fulgurante des requêtes « non brandées » on line

Une étude récente indique que la croissance des recherches « non brandées » on line, c'est-à-dire des recherches faites sans nom de marque,

Cette tendance s'accélère : +31% en 2017 / +56% en 2018 et +113% en 2019. Dans certains secteurs on dépasse les 90%.

Peu de marques ont pris en compte ces évolutions de comportement : le trafic d'un site lié à la marque représente souvent plus de 90% du trafic hors publicité. Et ce dans tous les secteurs.

L'émergence du consommateur « brand-agnostic »

Cette tendance dans les recherches en ligne correspond à une évolution du consommateur qui devient « brand-agnostic ». Selon Havas « 77% des marques peuvent disparaître sans que cela ne préoccupe personne ». Chez les millennials (les consommateurs de demain), c'est pire encore : 7% seulement se disent fidèles à une marque.

Recherches « non brandées », consommateurs « brand-agnostic » : que faire ?

Plusieurs solutions existent, notamment en développant une stratégie digitale « customer centric », basée sur la data.

Le marketing pourra alors développer une approche digitale centrée sur le client (et non sur son offre), se démarquer de ses concurrents et développer une stratégie « océan bleu » (niches de marché à demande élevée et concurrence faible).

Sources à la base de cet article : Google, Ipsos, Nielsen, Havas, HBR, Forbes, Accenture, Financial Times, Business Insider, Statista... 📌



Photo : © charlesdeluvio-vKEwDELIFbg-unsplash

est en croissance de 113%.

Le consommateur ne cherche pas une marque ni une enseigne, il cherche un produit ou un service. Simplement, sans préciser davantage.



AUTOUR DE NOUS



PAR ANNE-MARIE BERTHIER

 MANAGER DE TRANSITION

 AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES

 Cliquez ici !

BAROMÈTRE RSE 2022 : UNE ACCÉLÉRATION QUI SE FAIT ATTENDRE ?

C'est le titre de la **2^{ème} édition de ce baromètre open-source initié par la startup sociale**, Vendredi, rejointe par 13 autres organisations de référence, qui mentionne des avancées mais pas de réelle accélération par rapport à 2021. Et encore s'appuie-t-il sur les réponses d'entreprises (790 de toutes tailles et de tous secteurs) plus matures sur ce sujet que la moyenne (avec, dans l'échantillon,

les dirigeants, 64% vs 55% en 2021).

- L'environnement est la thématique n°1 (sensibilisation des salariés dans 86% des entreprises ; 3 sur 4 ont mesuré leur empreinte carbone).

- La RSE est principalement motivée par des enjeux business (image de marque pour 93%, suivie par la marque employeur ; réponse aux enjeux sociaux et environnementaux, 86%).

- Les obligations légales ont un réel impact sur les pratiques (bilan carbone pour 100% des grands groupes ; mesure de l'égalité hommes / femmes pour 88% des répondants).

- Les entreprises s'engagent de plus en plus pour l'intérêt général (actions d'engagement sociétal ou de philanthropie pour 77% vs 69%) et sensibilisent massivement leurs salariés (86% des entreprises).

Mais des absences et des freins toujours importants :

- Manque de ressources (temps, frein principal pour 82%, qui se fait plus ressentir ; pas d'équipe allouée ni de budget, 1 entreprise sur 3), sans amélioration depuis 2021.

- Difficultés à mesurer l'impact des actions (70% vs 64%).

- Des salariés encore peu, voire très peu, impliqués dans les démarches (59% des entreprises ; moins de 5% des salariés pour 22%).

Gageons qu'avec la sensibilisation croissante de la société à ce sujet, il y aura, en 2023, une avancée significative ! 📈

15% des sociétés à mission et 10% des B Corp françaises) !

Les 5 points clés :

- La RSE s'impose aux plus hauts niveaux stratégiques et décisionnels (Comex, moteur ou favorable, pour 89% ; pas de difficulté à impliquer



Photo : © shane-rounce-DNkoNXQt3c-unsplash



LE RO SE MOBILISE



AXELLE MARNAT
COMMISSION MÉCÉNAT

 Cliquez ici !



Photo : © Réseau Oudinot

COURSE DES HÉROS 11 JUIN 2023 : ENGAGEZ-VOUS !

En 2022, 14 Héroïnes et Héros ont collecté **7718 euros** qui ont financé le film de présentation du réseau qui a permis de mieux nous faire connaître. Notre objectif est de poursuivre le développement de notre notoriété sur les réseaux et d'attirer de nouveaux membres. Pour cela, **une nouvelle participation à la Course des Héros le 11 juin 2023 au parc de St Cloud** est prévue. Nous recherchons 15 membres du réseau pour participer en courant ou marchant de 2 à 10 km après avoir collecté au minimum 250€ chacun auprès de leurs réseaux. Notre objectif en 2023 est d'atteindre 6 000 euros mais « *no limit* ». En effet 2022 a vu le record établi à 7718€. Record qui peut être challengé !

Pour quoi faire ?

Financer le Speed Networking et la fluidité de notre site.

Pourquoi participer ?

Nous réunir autour d'un projet commun dans la bonne humeur, la convivialité et l'esprit d'équipe et de compétition : une belle représentation des valeurs du RO !

La collecte directe auprès de vos réseaux devient une démarche concrète pour leur faire connaître nos actions et notre état d'esprit : c'est aussi un moyen de recruter.

Vous hésitez ?

Les participants 2022 furent : Antoine Hosseini, Christophe Etienne, Thibaud Dufossé, Carole Boinnot, Patrice Tiolet, Florence de La laurencie, Jean-

Marie Cazelles, Pierre Bodin, Jacques Berman, Anne-France Lamoril, Jacques Milcent, Xavier Gérardin et Axelle Marnat. Ils pourront vous témoigner de leur expérience et vous passer le relais en 2023.

Merci : le RO compte sur vous ! 🏃



BONNES PRATIQUES

Responsabiliser + Autonomie
= Déléguer

La délégation doit tenir compte de 2 choses:

LA MOTIVATION
+
LES COMPÉTENCES

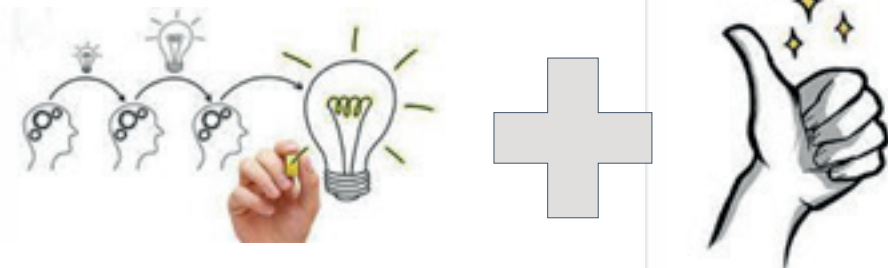


Photo : © Réseau Oudinot



À VOS AGENDAS

PROCHAINE MENSUELLE
MARDI 21 FÉVRIER À 19H30
35 RUE SÉVERINE
À ISSY-LES-MOULINEAUX

2
février
à 18h45

**THRILL & FRUSTRATIONS
OF MANAGING HUMANS
EN PRÉSENTIEL**
18 rue de Varenne
75007 Paris.

8
février
19h-22h

**EN ATTENTE DE CONFIRMATION
LA FRESQUE DU CLIMAT -
EN PRÉSENTIEL**
26 rue Boissonade
75014 Paris.

16
février
à 19h00

**EN CAS D'ANNULATION
REPLACER PAR :
L'ÉCONOMIE RÉELLE
REPREND LE DESSUS
EN 2023 !**
Comment rentabiliser
au mieux tous ses actifs
numériques, durablement
et légalement ?
FORMAT HYBRIDE
26 rue Boissonade
75014 Paris.

13
mars
à 19h30

**LE DÉVELOPPEMENT
DURABLE
DESIGNER & PRODUIRE
AUTREMENT**
Format et lieu à définir.

Directrice de la publication :
Isabelle Jouve.

Comité de rédaction et rédacteurs :
Olivia Mikol, Anne-Marie Berthier, Philippe
Gramond, Jean-Michel Hua et Isabelle Jouve.

Ont contribué à ce numéro : Grégoire Juy,
Philippe Mutricy, Létizia Ansart de Lessan,
Louis Ranoux, Cyril Bladier.

Design graphique :
CRÉASQUAD contact@crea-squad.fr
06 80 43 71 44 (Insta « agence_creasquad »).

Diffusion : Anne Courtois et Olivia Mikol.