

la gazette



Entreprendre en Roumanie... le pari français !

La CCIFER comme point de départ...
Business France, une aide en amont
Les effets à long terme du soft-power français en Roumanie

Interview Laurent Couderc, Regard

Interview Laurent Pfeffer, Catleya

Interview Frédéric Lamy, Leroy Merlin

Interview Anne Thiery, Anna & Moi

Portrait Arnaud Dussaix, Sikaru

Portrait Nicolas Vernerey, Galli

Interview Gilles Antoine, L'Oréal

Interview David Maguet, M60

Portrait Guislain Moritz, Avincis

Interview Pascal Hegarty, Orange Services

Interview Hélène Cherel, Oney

Interview Christophe Benzimra, Plexirom

Interview Sébastien Delen, Ubisoft

Interview Philippe Dupré, Ici et Là

la gazette



Les partenaires de l'afb

GROUPE RENAULT

 **CRÉDIT AGRICOLE**



DENTAL FRANCE

 **Groupama**
Asigurări



Le magazine de l'accueil français & francophone de Bucarest

Ambassade de France - Strada Biserica Amzei - Bucuresti

Tél. 0748 174 876

Email : presidenteaafb@gmail.com

Site : www.bucarestaccueil.com

Directeur de la publication : AFB

Impression : Printex

Publicité : 0730 006 715

Photo de couverture : Mirela Momanu

Rédactrice en chef/coordinatrice : Stéphanie Jouan

Directrice artistique/PAO : Nathalie Gatien David

Rédactrices en chef adjointes : Marion Hegarty, Ileana Herling

Photographes : Benoit Cherel, Nathalie Gatien David, Mirela Momanu

Rédacteurs : Sylvain Audet, Nicolas Boitout, Nathalie Gatien David, Marion Hegarty, Ileana Herling, Stéphanie Jouan, Albane de Larminat, Cécile

Panny, Harmonie Patigniez, Jean-Claude Roger,

Relecture : Nathalie Gatien David, Stéphanie Jouan

La note d'Andréea



Chers membres,

Ce mois-ci, l'équipe de la Gazette AFB vous emmène à la découverte d'entrepreneurs français ayant tenté leur chance en Roumanie ! Venant d'horizons différents, ayant divers objets d'activités, ils ont un seul point commun, leur attachement à la Roumanie. Terre d'accueil de leurs projets personnels et professionnels, la Roumanie les a conquis. Ils nous font ainsi partager leur expérience.

Le 1er mai auront lieu les Pâques Orthodoxes. C'est une fête qui dans certaines régions est bien plus importante que Noël ! Découvrez les traditions roumaines, les œufs teints en rouge, les délicieux cozonaci, les mets à base d'agneau ... Mais surtout, rendez-vous à l'église de votre quartier pour la marche des lumières ! Un spectacle magnifique et empreint de solennité.

Enfin, nous vous accueillons lors du marché de Pâques où une vingtaine d'artisans vous attendent afin de vous proposer leur magnifiques créations.

Je vous souhaite un magnifique printemps ! Primavara fericita !

Andréea Popovici, présidente de l'afb

Le contenu

Infos

06

Culture

08

**Entreprendre
en Roumanie...
le pari français !**



11

10

Podcasts

60

Kids

Les Enfants de la Gazette.
Idées lecture, sortie, déco.

62

Lire

Femmes roumaines et littérature,
le choix de Kyralina.

66

Déco et sorties

Idées mode et déco et, les lieux à
découvrir.

68

Escapade

Coups de coeurs, dans deux
capitales voisines.

70

Cuisine

La recette du Cozonac,
avec Harmonie en cuisine.

72

La mini-gazette

Ce qu'on a fait en mars
Ce qu'on va faire en avril

La Rédaction



Stéphanie



Nathalie



Benoît



Marion



Ileana

L'ESPRIT D'ENTREPRISE...

Nous aurions beaucoup aimé que la Gazette Mag soit un magazine trimestriel, mais le manque de temps et de moyen humain nous obligent à ne vous proposer cette année que deux numéros spéciaux.

Le premier était consacré à la femme en Roumanie et le second aux entreprises françaises installées en Roumanie. Ce dossier fut extrêmement intéressant à traiter par la richesse des entretiens que nous avons pu avoir.

Nous avons senti le vent dynamique et stimulant de l'esprit d'entreprendre et avons pu constater que même si, bien entendu, le désir de créer et de s'installer ici était souvent la conséquence d'opportunités saisies avec enthousiasme (mais aussi parfois appréhension), le lien qui unit les entrepreneurs français et la Roumanie est très fort, amoureux presque.

Nous avons senti dans ce reportage beaucoup de bienveillance et d'entraide et c'est

de notre côté avec une grande admiration que nous avons abordé ces interviews.

Nous espérons éveiller votre intérêt, voire votre créativité à travers cette série de portraits.

Nous, nous en sommes sortis vivifiés ! L'envie d'entreprendre ne va pas s'éteindre tout de suite en Roumanie.

Stéphanie Jouan

L'ESSENTIEL DES NEWS

Eaux plates suspectées d'être dangereuses : la Roumanie ou la chasse aux problèmes sanitaires

L'ANPC ou autorité nationale pour la protection des consommateurs a réalisé des analyses sur un échantillon de dix-sept eaux plates que l'on trouve à Bucarest. Sur cinq d'entre elles, le seuil de tolérance en termes de quantité de bactéries a été largement dépassé : environ deux cents fois au dessus des limites normalement autorisées.

Ces résultats ont eu pour conséquence le retrait immédiat en magasin de ces eaux représentant environ cent cinquante litres mis en bouteilles ainsi que la distribution d'amendes pour les groupes concernés par la commercialisation de ces dernières.

Parmi les cibles touchées par la « contamination » de ces eaux plates, deux grandes chaînes de supermarchés, Métro et Cora, commercialisent les marques Aro (en bouteilles de 2L), Calipso (en bidons de 6L) et Winny (en bouteilles de 2L). D'autres marques ont également été pointées du doigt à savoir : Izvorul Zanelor (en bouteilles de 2L) et Aqua Quinn (en bidons de 5L).

En parallèle, l'ANPC a mis en place un plan de prélèvements microbiologiques afin de déterminer l'état des eaux commercialisées en début de mois.

Ryanair arrive à Bucarest : voyager plus et pas cher

Implantée uniquement à Timisoara jusqu'à présent, la célèbre compagnie aérienne Ryanair ouvre prochainement une seconde base cette fois-ci située dans la capitale roumaine.

La mise en place de cette dernière engendrerait un investissement estimé à près de 300 millions de dollars : trois Boeing 737-800 étant prévus à cet effet.

Deux liaisons devraient voir le jour : Athènes et Timisoara. La compagnie low cost envisage l'ouverture d'une dizaine de trajets reliant Bucarest à différentes capitales (capitales italienne, irlandaise, anglaise, espagnole...).

En Belgique (accessible pour de nombreux Français), Charleroi devrait voir la fréquence des liaisons avec Bucarest augmenter (neuf rotations par semaine).

Le CEO de la Ryanair considère ce changement comme une chance de développer le tourisme et de renforcer le trafic aérien pour les voyageurs en déplacements professionnels ou personnels. L'annonce de cette création a sans doute ravi Aegean Airlines et Tarom, premiers concurrents de la compagnie !

Ouverture au grand public de la villa de Ceausescu

Pendant un peu plus d'une vingtaine d'années entre 1965 et 1989, Nicolae Ceausescu, Elena et leurs enfants ont résidé dans une villa située au 50 boulevard Primaveraii. Cette dernière, réalisée sur demande par le couple, se compose de près de 80 pièces toutes ornées de miroirs, lustres etc. On y trouve une salle de cinéma, un bunker souterrain, une piscine d'intérieur ainsi que d'un jardin de près de 14 000 mètres carrés.

Considérée pendant longtemps comme inaccessible pour les Roumains, cette demeure qui accueillit les délégations officielles roumaine et étrangère ouvrira très bientôt ses portes au grand public. Le ministre des consultations publiques et du dialogue civique, monsieur Alexandru Violeta s'est notamment exprimé sur le sujet en annonçant que le Palais du printemps « doit être connu du public, il doit être ouvert au peuple roumain, qui doit faire la paix avec son Histoire et connaître son passé, sous toutes ses facettes ». Ce témoignage met en exergue la difficulté encore aujourd'hui pour certains d'évoquer le passé encore très ancré dans les esprits.

Onze millions d'euros prêts à être dépensés pour l'acquisition de « La Sagesse de la terre »

Cette sculpture réalisée en 1907 par Constantin Brancusi, sculpteur français d'origine roumaine, a connu un destin particulier. Initialement achetée par un collectionneur d'origine roumaine, cette œuvre fut ensuite confisquée par le parti communiste en 1957. Suite à la chute du communisme et après neuf années

de combats juridiques entre la famille du premier acquéreur et les autorités roumaines, la sculpture a finalement pu être restituée à son propriétaire en 2012.

Aujourd'hui, le gouvernement roumain, désireux d'acquérir cette statuette considérée comme un véritable patrimoine culturel pour la Roumanie, se propose de financer une partie du montant de l'œuvre soit cinq millions d'euros et fait appel à la générosité et à la mobilisation nationale pour participer au reste du financement, soit six millions d'euros. Le premier ministre Dacian Ciolos adopte la position suivante : « Nous sommes pauvres, mais pour cette œuvre d'art de Brancusi, qui a inspirée en profondeur l'âme du peuple roumain, c'est maintenant ou jamais », faisant référence au droit de préemption accordé à la Roumanie sur cet achat.

Vlad Alexandrescu partage l'opinion de son confrère et considère cet achat comme étant un « acte éducatif », vecteur de la richesse culturelle du pays : « Si cette collecte de fonds fonctionne, ce sera le signal que nos concitoyens souhaitent voir l'État agir quand il est question du capital culturel de la nation ». Le processus de souscription débutera très prochainement pour se clôturer le 30 septembre 2016.

Les relations franco-roumaines au coeur de l'actualité

En visite en France au courant du mois de janvier, le premier ministre roumain, Dacian Ciolos, a eu l'opportunité de s'entretenir avec le président français François Hollande. Dacian Ciolos a alors pu évoquer un certain nombre de sujets.

Dans un premier temps, ce dernier a exprimé la volonté du gouvernement roumain d'attirer de plus en plus de PME françaises en Roumanie en particulier dans le domaine de l'énergie, de l'agro-alimentaire, de l'informatique et de l'infrastructure. Pour cela, le premier ministre considère comme étant essentiel de faciliter la fiscalité à l'implantation. Dans un second temps, les deux hommes politiques ont échangé sur la possibilité pour la Roumanie d'intégrer l'espace Schengen. Dacian Ciolos a notamment pu mettre en exergue l'implication importante du gouvernement roumain dans la lutte contre la corruption qui jusqu'alors était considérée comme un véritable frein à l'entrée de la Roumanie dans cet espace de libre circulation des personnes.

Selon les dires de Dacian Ciolos lors d'un entretien avec l'Express : « Une première étape pourrait être l'ouverture de l'espace aérien Schengen à la Roumanie. J'ai demandé à François Hollande son appui, il m'a répondu que cette option était possible ».

Enfin, lors de cette même interview avec le journal, le premier ministre est revenu sur un sujet au coeur de l'actualité à savoir la question du système de répartition des migrants par quota auquel la Roumanie s'était clairement opposée.



Photo : D.R.



Le premier ministre a précisé : « Nous considérons simplement que ce système de répartition ne constitue pas une réponse au problème des réfugiés. Mais nous voulons toutefois être partie prenante dans la recherche d'une solution ».

La Roumanie s'est par ailleurs engagée à participer à l'effort européen concernant la crise migratoire en envoyant un renfort humain et matériel en Grèce. Sur le plan humain, ce sont 70 agents de police des frontières et experts de l'asile qui sont prévus. Quant au renfort matériel, le gouvernement roumain prévoit l'envoi de véhicules spéciaux et des embarcations de patrouille maritime.

Cécile Panny

Sources

<http://www.lexpress.fr>

<http://www.leparisien.fr>

<http://www.lemonde.fr>

<http://www.air-journal.fr>

<http://www.lepetitjournal.com>

L'AGENDA CULTUREL À ÉCOUTER, À VOIR...

Tzara dada, etc.

Cette exposition célèbre les 100 ans du dadaïsme. Venez découvrir la plus grande exposition des créations et publications de Tristan Tzara jamais encore organisée en Roumanie. Vous y retrouverez des œuvres des plus grands artistes tels que André Breton, Pablo Picasso, Henri Matisse, Joan Miró, Sonia Delaunay, Max Ernst, Alberto Giacometti, Yves Tanguy, Jean Arp et Marcel Iancu.

Quand ? Du 5 février au 26 avril, du lundi au dimanche de 14h00 à 22h00 à Arcub.

Sarmalele Reci Unplugged

Venez vous divertir à l'occasion de ce spectacle acoustique de rock, blues, jazz, balades faisant place à l'improvisation et offrant une forte interaction avec le public !

Quand ? Le 14 avril au Teatrul de pe Lipscani

Lara Fabian

Tout, Immortelle, Je t'aime... Qui n'a jamais fredonné ces chansons ou été saisi par cette voix incroyable mêlant coffre et douceur à la fois ?

Quand ? Le 22 avril à la Sala Palatului.

Enrique Iglesias

À l'occasion de la sortie de son nouvel album Sex & Love, la star espagnole reconnue mondialement se produit pour un concert qui s'annonce mémorable. Ne manquez pas cet événement !

Quand ? Le 12 mai à Romexpo Arena.

Xe compétition internationale de jazz à Bucarest

À l'occasion de ses 10 ans, l'Europafest regroupera des troupes et des musiciens de 26 pays différents qui s'affronteront lors de cette compétition reconnue mondialement.

Quand ? Du 14 au 21 mai au Teatrul Odeon.

André Rieu

Habitué des concerts à Bucarest, ce violoniste qu'on ne présente plus se produira une nouvelle fois dans la capitale roumaine pour un live exceptionnel.

Quand ? Le 11 juin à Piata Constitutiei.

Rihanna

La capitale roumaine va s'enflammer cet été avec la venue de la célèbre chanteuse Barbadienne. Accrochez-vous bien !

Quand ? Le 14 août à Piata Constitutiei.

Cécile Panny

Autres évènements

Festival international du Film de Bucarest

Quand ? Du 18 au 24 avril à la Institutul Francez (Sala "Elvire Popesco"), Muzeul Tăranului Roman și Clubul Tăranului

Salon de l'auto moto

Quand ? Du 20 au 24 avril à piata constitutiei

Kenny Garret Quintet

Jazz

Quand ? Le 21 avril à Sala Radio

Roberto Fonseca - Trio

Jazz

Quand ? Le 25 avril à Sala palatului

Interstellar & the dark knight

Masterpiece experience

Quand ? Le 27 avril à Sala palatului

Concert anniversaire

I love Mozart

Quand ? Le 5 mai à Sala Radio

Carla's dream

Concert

Quand ? Le 7 mai à Arenele romane

Paolo Fresu * Ralph Towner

Concert

Quand ? Le 14 mai à Sala radio

Erik Truffaz Quartet

Jazz électronique

Quand ? Le 16 mai à Teatrul National bucuresti

Circul Globus Bucuresti

Quand ? Le 22 mai à Aleea Circului nr.15

Ana Popovic

Quand ? Le 23 mai à Teatrul National bucuresti

Dr OZ

Take your life to the next level

Quand ? Le 25 mai à Sala palatului

Ara Mlikian

Concert

Quand ? Le 26 mai à Sala radio

Scott Bradlee's

Postmodern Juke box

Quand ? Le 29 mai à Sala palatului

Metalhead meeting 2016

Festival

Quand ? Du 3 au 5 juin à Arenele Romane

Emagic

Queen + Adam Lambert

Quand ? Le 21 juin à Piata Constitutiei

Podcasts

MA RADIO OÙ JE VEUX, QUAND JE VEUX !

Petite sélection d'émissions radiophoniques à ré-écouter live ou en podcast pour les amoureux du transistor !

Simone de Beauvoir

Philosophe, romancière, épistolière, essayiste, Simone de Beauvoir fut aussi la compagne très indépendante du philosophe Jean-Paul Sartre. En 1979, Simone de Beauvoir avait 71 ans. Paula Jacques était allée s'entretenir avec elle. Cette émission-archive exclusive propose des commentaires de Simone de Beauvoir sur sa vie, sur ses combats.

<http://www.franceculture.fr/emissions/les-nuits-de-france-culture/simone-de-beauvoir-ma-vie-ne-se-dedouble-plus-entre-bonheur-et?xtmc=simone&xtnp=1&xtr=3>

Marylin, dernières séances

de Michel Schneider

Création radiophonique en 10 épisodes sur l'histoire passionnelle de Marilyn Monroe et Robert Crinson, son psychanalyste... Trente mois durant, de janvier 1960 au 4 août 1962, ils formèrent le couple le plus improbable : la déesse du sexe et le psychanalyste freudien... !

<http://www.franceculture.fr/emissions/fictions-le-feuilleton/marilyn-dernieres-seances-de-michel-schneider-110-episode-un>

Répliques, d'Alain Finkelkraut

La France, l'orthographe et l'école
Analyse et débat sur les enjeux de la réforme qui a suscité une très vive polémique.
Invités : Michel Lussault, président du conseil supérieur des programmes et Anne-Sophie Letac, professeure en classes préparatoires. Émission du 26 mars 2016

<http://www.franceculture.fr/emissions/repliques/repliques-du-26-mars-2016-0>

Boomerang

Accès en ligne ou par l'appli Podcast de France Inter.

Du lundi au vendredi à 9h10, le charmant Augustin Trapenard propose un rendez-vous culturel, pop et piquant, qui puise dans l'actualité comme dans l'air du temps. 375 émissions en archives à réécouter !
De Fanny Ardant à Isabelle Huppert, en passant par William Sheller ou David Cronenberg...

<http://www.franceinter.fr/emission-boomerang>

Radio Romania International

Toutes les actualités roumaines en français, en live ou en différé !

Devenez incollables sur l'actu locale avec les journaux quotidiens de Radio Romania International !

L'émission de 13h00 est complétée par des actualités culturelles avec souvent des invités au micro d'Andrei Popov. Live à 8h00, 13h00, 18h00 et 23h00 sur :

http://www.rri.ro/fr_fr/pages/home/

Progresser et/ou entretenir son anglais avec des podcasts ? Abonnez-vous aux podcasts de la BBC !

Accès en ligne ou par l'appli Podcast de France Inter.

Du lundi au vendredi à 9h10, le charmant Augustin Trapenard propose un rendez-vous culturel, pop et piquant, qui puise dans l'actualité comme dans l'air du temps. 375 émissions en archives à réécouter !
De Fanny Ardant à Isabelle Huppert, en passant par William Sheller ou David Cronenberg...

<http://www.franceinter.fr/emission-boomerang>

Marion Hegarty



Entreprendre en Roumanie...
LE PARI FRANÇAIS !

Pour le dossier de ce nouveau numéro de la Gazette Mag, nous avons souhaité nous pencher sur les entreprises et les entrepreneurs français installés en Roumanie. En effet, lorsque l'on vit à Bucarest, on peut manger français, boire français, s'habiller français, lire en français, s'amuser en français. La Roumanie n'est pas, pour un expatrié, la destination la plus difficile. On a très vite l'impression d'être à la maison.

De cette constatation découle de nombreuses questions : La France est-elle le premier investisseur étranger en Roumanie ? Combien y a-t-il d'entreprises ou d'entrepreneurs français installés en Roumanie ? Qu'est-ce qui poussent les entreprises à s'implanter en Roumanie ? Est-ce l'attrait du low cost ? Des facilités en terme de fiscalité ? Une législation plus simple ? Quels sont les avantages et les inconvénients à travailler en Roumanie ?

De nombreuses questions auxquelles nous avons essayé de répondre à notre façon, avec notre regard. Pour cela, nous avons choisi de réaliser une série de portraits et d'interviews afin de mieux comprendre la réalité de l'entrepreneuriat français en Roumanie. Notre démarche a été de rencontrer en premier lieu les dirigeants de la CCIFER et de Business France et de nous faire une idée globale de la situation, mais aussi de comprendre la nature des liens qui unissent la Roumanie et la France (à travers l'article sur le softpower français). Puis nous avons choisi une quinzaine d'entreprises et d'entrepreneurs français en prenant soin de vous présenter un panel représentatif (en termes de secteur d'activités, mais aussi en termes de taille). Bien entendu, ce n'est qu'un échantillon d'entreprises, mais nous avons souhaité les rencontrer en particulier, car leur histoire faisait écho chez nous pour une raison ou une autre : une vision de l'entrepreneuriat, une évolution incroyable, un secteur d'activité original...

Ce dossier n'est pas un état des lieux ou une réflexion sur la notion d'entreprendre à l'étranger, cela ne se veut pas aussi poussé. Non, ce sont des histoires que nous avons voulu partager avec vous et qui nous l'espérons vous inspireront aussi et vous montreront le chemin pour entreprendre à votre tour !

Stéphanie Jouan

L'implantation française en Roumanie

*470 entreprises affiliées à la CCIFER
125 000 emplois générés
8 % de grandes entreprises et 76 % de petites entreprises
15 secteurs d'activité représentés (156 entreprises dans le domaine du service, 59 dans l'industrie, 48 dans la grande distribution...)
15 % du PIB roumain, c'est la part des entreprises françaises, portée en partie par Renault
3^e investisseur étranger en Roumanie derrière l'Autriche et l'Allemagne (on ne comptabilise pas les résultats des Pays-Bas et de Chypre, dont les régimes fiscaux en font des paradis de domiciliation qui faussent les pourcentages)
6 milliards d'euros, c'est la valeur des échanges bilatéraux entre la France et la Roumanie en 2014*



Interview Eric Faidy et Adriana Record

LA CCIFER, COMME POINT DE DÉPART

La CCIFER est bien entendu un des acteurs principaux de la présence économique française en Roumanie. Le rôle de la chambre de commerce est tout d'abord d'informer, de prospecter, d'accompagner et de promouvoir. Mais cela va plus loin, surtout à la CCIFER où les liens semblent forts entre l'organisme et les entreprises adhérentes. Il suffit de rencontrer Eric Faidy, Président de la CCIFER élu depuis deux ans (Directeur Général de Michelin Europe Centrale) et Adriana Record, Directrice exécutive, pour s'en convaincre. Lorsqu'ils évoquent les entreprises de la CCIFER, ils le font avec beaucoup d'admiration pour les histoires personnelles souvent passionnantes à l'origine d'une implantation en Roumanie.

Ils nous ont donc reçus dans leurs très agréables nouveaux locaux de la Calea Floreasca avec beaucoup de

ses membres en relation les uns avec les autres dans un but commercial, d'informer, de prospecter, d'aider, de promouvoir, mais aussi de former.

Nous considérons que notre mission va au-delà de l'animation de la communauté. Il y a deux ans, le Conseil d'administration a réfléchi à cette question et a conclu que la mission de la CCIFER était de contribuer au développement à long terme de la Roumanie et de ses entreprises. Pour cela, nous mettons en place des ponts entre la CCIFER et son environnement afin de développer des liens d'affaire durables. Nous avons aussi vocation à prendre position publiquement sur certains sujets et organisons des groupes de travail en conséquence, qui ont par exemple abouti à la rédaction du Livre blanc de la compétitivité, en mai 2015, qui recense une série de propositions dans divers domaines (infrastructures, innovations, agriculture...).

Photo : M. Hegarty



gentillesse et avec l'envie de nous montrer la diversité des sociétés qui composent la CCIFER. Cette rencontre était l'occasion pour nous de nous faire une vision globale de la situation.

La Gazette : *Quel est le rôle de la CCIFER ? Quelle est sa vocation ?*

Eric Faidy : Le rôle naturel de la chambre est d'animer la communauté des entreprises françaises, de mettre

Le but était de donner des idées pour aider l'économie roumaine dans son développement, et dans ce sens, nous avons préféré proposer des mesures modestes, mais concrètes et réalisables facilement. Dans un autre domaine qui a trait au développement, lors d'une rencontre récente avec le Premier Ministre, nous avons fait quelques suggestions sur la préparation du centenaire de la grande Roumanie.



Photo : M. Hegarty

La Gazette : Quelles sont les particularités des entreprises qui adhèrent à la CCIFER ?

Eric Faidy : La CCIFER est composée de tous types d'entreprises, allant des entreprises du CAC 40 (Elles sont 38 en Roumanie) à des filiales de PME françaises. Parmi nos adhérents, nous avons également de nombreux entrepreneurs français qui se sont installés ici durablement. Jérôme France, qui dirige EMI international, Christophe Benzimra avec Plexirom ou Christophe Deverloy avec Arta Graphica sont de belles réussites.

Dans un autre registre, Gilles Vieilly, après une carrière en France durant laquelle il a construit un groupe industriel de renom, ce sexagénaire a décidé d'investir le domaine de l'agriculture en Roumanie. Son entreprise est, je crois, numéro 2 de la production de riz !

La Gazette : Les entreprises membres de la CCIFER ont choisi soit d'implanter leur filiale en Roumanie, soit de créer leur société directement ici. Pourquoi le choix de ce pays ?

Eric Faidy : Au départ, bien entendu, l'attrait du pays était celui d'un pays « low cost », mais les entreprises ont découvert sur place d'autres atouts, comme par exemple la maîtrise du français, l'ouverture culturelle, le dynamisme. Je souligne que si le low cost a permis à la Roumanie de lancer son développement économique, le pays doit développer d'autres facteurs de compétitivité afin de continuer à attirer les investisseurs étrangers. C'est l'un des messages forts du Livre Blanc sur la compétitivité du pays. A la course au low cost, un pays comme la Roumanie ne gagnera

pas dans la durée et a bien d'autres atouts à faire valoir. Ensuite du point de vue des aides aux investissements et de la fiscalité, le pays est intéressant. Il fait partie des zones de développement prioritaires de l'Europe, ce qui permet d'avoir accès à des subventions spécifiques, qui peuvent aller jusqu'à 50 % du financement d'un projet (en contrepartie, le montage du dossier est assez complexe et non exempt de lourdeurs administratives).

La Gazette : Quels sont les secteurs porteurs ?

Eric Faidy : Il existe des opportunités dans de nombreux secteurs, bien au-delà de l'automobile auquel nous pensons spontanément du fait du poids du Groupe Dacia Renault qui est la première entreprise du pays. Regardez, 38 des entreprises du CAC 40 sont en Roumanie, de nombreuses PME ont des filiales et les entrepreneurs français réussissent ici.

La Gazette : Parlons de la main d'œuvre : n'a-t-elle qu'un attrait quantitatif ?

Eric Faidy : Il y a beaucoup de talents dans le pays et de très bonnes formations universitaires. C'est la formation pratique qui manque. Pour l'instant, il est difficile de trouver une main d'œuvre très qualifiée dans les domaines techniques et manuels. Les formations aux métiers de l'entreprise, performantes durant l'époque communiste n'existent plus, et il est nécessaire d'améliorer cette situation. Nous avons fait des propositions dans ce sens.

La Gazette : Est-il facile de s'implanter en Roumanie ?

Adriana Record : Il y a déjà beaucoup d'investisseurs étrangers installés en Roumanie. Il faut donc avoir l'esprit ouvert et savoir s'adapter. Globalement, l'implantation est facile : le régime fiscal, le cadre juridique sont assez similaires. On est en Europe et même si la réglementation n'est pas totalement stabilisée, cela reste très semblable. On peut par exemple s'installer en tant que société à responsabilité limitée.

La Gazette : Un dernier mot ?

Eric Faidy : Je vous suggère de visionner sur notre site web une série de reportages très intéressants sur le monde de l'entreprise en Roumanie. Ils s'agit de portraits d'entrepreneurs membres de la CCIFER qui parlent de leur histoire dans ce pays. (<http://www.ccifer.ro/fr/membres/groupe-de-travail/le-club-de-l'entrepreneuriat/>)

*Propos recueillis par
Stéphanie Jouan*

Interview Yann Frollo de Kerlivio

BUSINESS FRANCE

UNE AIDE EN AMONT...

Dans le cadre de notre dossier sur les entreprises françaises installées en Roumanie, nous avons souhaité rencontrer Yann Frollo de Kerlivio, directeur de Business France, afin de mieux comprendre le marché local et sa conjoncture.

Business France est une agence de l'État français (EPIC), sous tutelle des ministères des Affaires étrangères, de l'Economie et de l'Aménagement du territoire. En France, l'agence possède deux sites : l'un à Paris et l'autre à Marseille.

Avant 2000, les missions aujourd'hui dévolues à l'agence étaient assurées par les services d'expansion économique au sein des ambassades de France à l'étranger. Ayant pris le nom d'Ubifrance au début des années 2000, l'agence a été renommée l'an dernier sous l'impulsion notamment de Laurent Fabius, alors ministre des Affaires étrangères, en Business France. Elle est aujourd'hui présente dans plus de 70 pays. L'un de ses principaux objectifs est d'amener les entreprises françaises, tout particulièrement les Petites et Moyennes Entreprises (PME) et les Entreprises de Taille Intermédiaire (ETI - moins de 5000 salariés), à exporter.

La Gazette : Quelles sont les missions de l'agence ?

Yann Frollo de Kerlivio : Business France a deux missions principales: d'une part être un appui pour les entreprises françaises qui souhaitent exporter, et d'autre part aider les entreprises étrangères

qui cherchent à investir en France. Cette dernière mission était assurée au préalable par l'agence Invest in France. Les deux agences ont fusionné en 2015.

Les missions du Service économique de l'ambassade et les missions du bureau Business France, également membre du réseau diplomatique français, sont complémentaires. Le service économique s'occupe de veille macro-économique et financière, des grands contrats (participation d'entreprises françaises à des grands projets d'infrastructures par exemple), du suivi des investissements français en Roumanie, des problématiques d'accès aux marchés (douane, fiscalité...) et de la coordination

des acteurs français locaux dans le domaine économique. Le rôle de Business France est d'aider au développement des entreprises françaises et de leurs exportations. L'agence organise des événements sectoriels (par exemple dans les domaines pétrolier, automobile, agricole, de la santé ou encore des nouvelles technologies...) et accompagne les entreprises sur des salons professionnels en Roumanie, comme par exemple sur INDAGRA pour l'agro-alimentaire et les machines agricoles. Outre la participation à ce type d'événements, Business France propose aussi aux entreprises des prestations sur mesure dans le cadre d'une approche individuelle pour trouver des débouchés export à leurs produits ou services.

Le bureau Business France de Bucarest publie également, chaque année, un « Guide des affaires en Roumanie » (aussi proposé sur les autres pays couverts par l'agence) qui vise à servir de fil directeur et à donner les outils pour approcher ce marché : secteurs porteurs, démarches et réglementation, environnement juridique et bien sûr, contacts clefs

En ce qui concerne l'approche sectorielle, l'organisation de Business France est la même dans tous les pays et se décompose en quatre filières :



Photo : B. Chereil

- Industrie et Cleantech (infrastructures, transports, environnement),
- Agrotech (industrie agricole et agro-alimentaire),
- Art de vivre et santé (décoration, mode, cosmétique, pharmacie),
- Technologies et services (nouvelles technologies, banques, assurances).

Les résultats de l'agence sont mesurés régulièrement par l'Institut IPSOS, qui contacte systématiquement les entreprises françaises accompagnées, 6 mois après la prestation délivrée par Business France puis à nouveau au bout de deux ans, pour évaluer le taux de transformation de celles-ci (y a-t-il un contrat conclu/signé ou en négociation ?). En 2015, Business France Roumanie a accompagné plus de 80 entreprises sur des opérations collectives (salons, évènements) et 70 de façon individuelle (études de marché, veille sectorielle, accompagnement personnalisé, mission de prospection etc.).

Depuis 2015, l'agence promeut également l'attractivité et l'image économique de la France auprès des relais d'opinion à l'étranger.

La Gazette : Quels moyens d'aide sont proposés aux entreprises ?

Yann Frollo de Kerlivio : Business France intervient dans l'aide à l'export, voire dans la phase amont d'une implantation (par exemple étude de benchmark sur plusieurs pays d'accueil cibles), l'implantation en elle-même étant plus du ressort de la chambre de commerce et d'industrie française

en Roumanie (CCIFER). Les aides proposées aux entreprises par l'agence concernent des études de marché, veilles et mise en relation avec les acteurs (partenaires, importateurs, distributeurs, clients finaux) et experts incontournables (juristes, financiers,...). Si Business France Roumanie ne démarche pas directement les entreprises en France, au niveau individuel, elle organise, souvent en lien avec des partenaires (chambres de commerce, fédérations professionnelles, etc.) des journées de promotion du marché roumain. Lorsque nous sentons une réelle opportunité dans un domaine particulier, nous proposons aux entreprises du secteur de se rendre collectivement en Roumanie et leur organisons des rencontres avec les professionnels locaux du secteur concerné. A noter que Business France, en tant que service de l'État, ne traite pas les dossiers de sourcing, sous-traitance, voire délocalisation. Pour ce type de demande, les entreprises se tournent vers la CCIFER ou d'autres acteurs privés.

Un autre service important fourni par Business France est la solution des VIE, gérée par le Siège parisien de l'Agence, en termes de ressources humaines.

La Gazette : Qu'est-ce que le VIE ?

C'est un volontaire international en entreprise. Un contrat public est passé entre l'État et un jeune de 18 à 28 ans pour une mission de 6 mois à 2 ans. Concrètement, la maison-mère de l'entreprise (en France) et le jeune passent chacun un contrat avec Business France, opérateur de l'Etat dans la gestion de la procédure VIE : il n'y a pas de

lien contractuel entre l'entreprise et le jeune qui est ainsi sous statut public. Cela offre deux avantages* : l'indemnité forfaitaire versée au VIE (via Business France) par l'entreprise est exonérée de charges sociales en France, et non imposable pour le VIE. Par ailleurs, Business France prend en charge une grande partie de la gestion administrative du VIE (formalités juridiques liées à la mise en place du dispositif, versements des indemnités). Pour un jeune, c'est une réelle opportunité, d'autant plus que le VIE est un vivier de candidats à l'excellence : cela lui permet de continuer sa formation en vivant une expérience professionnelle à l'étranger et de se perfectionner dans une langue étrangère. Le VIE n'est pas obligatoirement de nationalité française, il peut être originaire de n'importe quel pays de l'Espace économique européen. Actuellement, on compte quelques 65 VIE en Roumanie.

***à noter également que le coût supporté dans le cadre du VIE est éligible au crédit d'impôt export (pour les PME) ; l'assurance prospection Coface permet, quant à elle, de se faire rembourser les indemnités versées dans le cadre du VIE en cas d'échec commercial.**

La Gazette : Donc, suivant leurs besoins, les entreprises françaises peuvent se tourner vers différents organismes en Roumanie ?

Pour les entreprises françaises désireuses de se développer en Roumanie, il existe différents soutiens et aides. Business France ainsi que le Service économique de l'ambassade de France et la Chambre de commerce et d'industrie française en Roumanie conseillent et proposent tout un panel de services à disposition des entrepreneurs français, afin qu'ils puissent développer leurs activités dans le pays, et ce dans des conditions optimales.

La Gazette : Quelles sont les raisons qui poussent les entreprises françaises à s'implanter en Roumanie ?

La Roumanie est un pays de l'Union européenne, ce qui facilite les démarches et limite les coûts pour les entreprises désireuses d'y exporter ou de s'y implanter.

Autre atout, sur la zone d'Europe centrale, la Roumanie est le deuxième marché économique avec environ 20 M d'habitants (derrière la Pologne). De plus, étant un pays en phase de rattrapage économique par rapport à la moyenne des pays de l'Union européenne, le potentiel d'évolution y est particulièrement important (industrie, agriculture, infrastructures...). Par exemple, aujourd'hui, le pays exporte beaucoup de céréales, fruits et légumes, mais encore relativement peu de produits transformés. Avantage supplémentaire : la législation et les procédures suivent le cadre communautaire et le coût de la masse salariale demeure compétitif.

Même si le pouvoir d'achat de la population reste encore modeste comparé aux pays d'Europe occidentale, la progression est à souligner : en parité de pouvoir d'achat, le PIB/hab. de la Roumanie était à 30% de la moyenne de l'Union européenne en 2007 et approche aujourd'hui les 60%.

Depuis 2011, la Roumanie a renoué avec le dynamisme économique avec, depuis trois ans, des taux de croissance de 3% et plus, soit parmi les niveaux les plus élevés au sein de l'Union européenne.

Malgré tout, et sans renier toutes ces bonnes raisons qui encouragent le développement des entreprises en Roumanie, il faut naturellement être conscient de certaines contraintes lorsque l'on se projette dans ce pays. Par exemple, prendre en compte le retard relatif du pays en termes d'infrastructures - routières notamment - ou encore, la longueur et la complexité des démarches administratives en ce qui concerne les marchés publics : les délais sont extrêmement longs même si la législation devrait prochainement évoluer pour y répondre.

Aussi, la Roumanie ne peut que progresser dans tous ces domaines ; la question qui se pose est « dans quel délai et à quel rythme ? ». Il est bien sûr difficile d'avoir une réponse tranchée mais, lorsque l'on regarde ces dernières années, et malgré quelques soubresauts, il est indéniable que le pays progresse, avance : il semble aujourd'hui sur la bonne voie et présente de toute façon, d'ores et déjà, d'énormes atouts pour les entreprises désireuses de s'y développer.

*Propos recueillis par
Nathalie Gatién David*

Les entreprises françaises en Roumanie

La France est le 5ème investisseur en Roumanie, derrière les Pays-Bas, l'Autriche, l'Allemagne et Chypre.

Y sont présentes plus de 3 500 sociétés locales à capitaux français avec des leaders dans tous les secteurs d'activité (industrie mécanique, BTP, agriculture, informatique, énergie, services de grande distribution, banques, assurances, télécom, santé...).

LES EFFETS À LONG-TERME DU SOFT POWER FRANÇAIS EN ROUMANIE

Bucarest, c'est loin de la France, mais pourtant, fraîchement débarqué de l'aéroport, on sent comme une familiarité. Et cela va plus loin que les nouvelles Renault-Dacia que l'on s'est habitué à voir en France...

On est frappés lorsque l'on arrive en Roumanie par les grandes enseignes françaises dans les malls (Carrefour, Auchan), les grandes avenues, l'arc de Triomphe, le bâtiment historique de la caisse d'épargne (CEC), les enseignes publicitaires dont on comprend les messages même sans connaître le roumain. Pour peu que quelques mots français y figurent aussi - parce que c'est chic - et on découvre alors une relation méconnue, un lien spécial entre nos deux pays.

Quelques chiffres

Les sociétés françaises auraient-elles trouvé un terreau particulièrement favorable en Roumanie ? Elles semblent omniprésentes : conduire une Renault-Dacia, aller chez Carrefour ou Auchan, payer son gaz chez Engie (EDF Suez), avoir un compte en banque chez BRD/Société Générale, se doucher avec l'eau Apa Nova/Veolia...

Les chiffres de la CCIFER sont sans équivoque : la chambre de commerce franco-roumaine dénombre au moins 3500 sociétés avec du capital français sur le territoire. Ses 400 membres génèrent près de 20 Mds de chiffre d'affaire (CA) et 14% du PIB roumain.

Le fleuron de cette implantation française, Renault-Dacia depuis 1999, avec 17000 employés (5 Mds d'euro de CA, 130 000 emplois dérivés avec 1 500 fournisseurs locaux) représente à lui seul déjà 3% du PIB roumain.

Pour autant, certains chiffres nous ramènent « dans la moyenne » : le commerce bilatéral s'établit autour de 7 Mds d'Euro, loin derrière l'Allemagne ou l'Italie, et les investissements directs (IDE) français, entre 4 et 5 Mds d'Euro selon les années, nous placent loin derrière les Pays-Bas (et donc les multinationales américaines), l'Allemagne, l'Autriche et en ligne avec...Chypre (Russie, etc.).

Rien d'exceptionnel donc dans nos investissements en « dur », en matériel, en capital sur le territoire, ou sur Bucarest/Ilfov (qui concentre 60% des IDE). La relation spéciale est ailleurs.

Influence diffuse

Elle est diffuse. On s'étonne parfois de voir les Roumains parler correctement le français.

Certes les Roumains sont doués en langue (il fallait bien survivre), ils nous ont d'ailleurs dépassé dans les classements de fluence en anglais.

Certes le français, tout comme le roumain, est une langue latine, mais bon je doute que la Rome antique disposait déjà de « tablou electric », pour seul exemple. Au delà, le droit français, l'organisation politique française ont été abondamment copiés ici.

En relation internationale, on parle dans ce cas de soft power qui est la capacité d'un pays d'en influencer un autre via des canaux diffus non-contrainants : le rayonnement intellectuel, culturel ou encore diplomatique.

La création de la Roumanie moderne au XIXe siècle a été concomitante avec le climax du rayonnement de la France en Europe et dans le monde. Ce rayonnement a eu un impact sur la Roumanie que l'on perçoit encore aujourd'hui. Le sentiment patriotique roumain implique presque naturellement d'être francophile voire francophone et d'avoir une attirance (qui date de 150 ans au moins) pour Paris.

Contexte historique

En effet, depuis les années 1830/40, l'émergence de la Roumanie en tant qu'État moderne s'est largement mise en place depuis Paris, avec de nombreux étudiants roumains venant de Valachie ou de Moldavie pour se former et penser le nouvel État roumain.

On retrouve parmi eux d'éminentes personnalités comme Mihai Kogalniceanu (qui deviendra premier ministre) et Nicolae Balcescu.

Paris comptera aussi comme résident, le prince Alexandru Ioan Cuza (Alexandre Jean Cuza) qui fut Hospodar (souverain) du proto-État roumain créé par l'union des principautés de Valachie et de Moldavie. Il sera destitué en 1866 par un coup d'État. Carol 1er, de la maison germano-belge de Hohenzollern, qui prend sa place, est néanmoins largement soutenu par Napoléon III. Il entre dans Bucarest par Baneasa en 1866 et prête allégeance... en français.

La contribution de la France à la constitution de la Roumanie moderne va encore se renforcer avec l'encadrement et la structuration de l'armée roumaine par 2000 officiers et sous-officiers français entre 1916 et 1918. C'est la mission Berthelot.

La Roumanie disposera désormais d'une armée en mesure de défendre ses frontières. Le Traité de Versailles (Juin 1919) entérine le démantèlement de la Grande Hongrie, et le rattachement de la Transylvanie à la Roumanie. Elle entre définitivement sous l'influence de Bucarest et de sa classe dirigeante largement acquise à la diplomatie française.

Incidence artistique et culturelle

Le tableau du soft power ne serait pas complet sans ses volets artistiques et intellectuels.

Dès 1850, l'élite aristocratique et artistique roumaine, comme la famille Bibescu avec Anna de Noailles, va s'investir activement dans la vie culturelle parisienne. En 1895, le jeune violoniste George Enescu s'installe à Paris. Il y composera des pièces majeures de la musique roumaine comme Poema Romana (1898) et Rapsodia Romana (1902).

Plus tard, d'autres artistes (naturalisés français) s'installeront aussi à Paris : Brancusi, Tristan Tzara, Elvire Popesco... par exemple.

Par ailleurs, Henri Coanda fera décoller le premier avion à réaction à Issy-les-Moulineaux en 1910. Alors qu'un autre Henri roumain, Negresco, fondera le célèbre hôtel éponyme de la promenade des Anglais, à Nice, en 1912.

Pendant la période communiste, d'autres intellectuels roumains vont à leur tour influencer la littérature française : Emil Cioran, Eugène Ionesco entre autres.

Sans que cela soit toujours visible depuis l'Hexagone, la Roumanie a donc cultivé sa francophilie. Sous Ceaucescu, on enseigne le français ou le russe dans les écoles roumaines. Peu ou point d'anglais. Les instituts culturels français resteront ouverts (bibliothèques incluses) sous le communisme. Naturellement, après la révolution de 1989, la Roumanie adhère rapidement à l'organisation de la francophonie (1991).

Rayonnement à double sens

Difficile à la lecture de cette liste pourtant très partielle de ne pas voir que réciproquement, l'élite roumaine a largement contribué au rayonnement culturel français. Aujourd'hui, lors des recrutements RH, on trouve fréquemment la mention «vous parlez français». Avec cet enthousiasme qui les honore, les Roumains y répondent souvent favorablement. En effet, pour paraphraser Jefferson, « les Roumains ont deux patries : la leur et la France ».

Nicolas Boitout

Portrait Laurent Couderc

REGARD, UN JOURNALISME EXIGEANT

Laurent Couderc, souriant et détendu, nous accueille dans ce qu'il appelle son deuxième bureau, un petit salon de thé du centre de Bucarest, lieu atypique et agréable.

Laurent est rédacteur en chef du magazine Regard, bien connu des francophones de Roumanie.

Montpelliérain d'origine, il quitte la France à 18 ans et après des études de journalisme en Angleterre, s'envole pour l'Espagne et travaille pour une agence de presse à Madrid. Son employeur madrilène lui demande en 2004 de venir en Roumanie et il choisit finalement de s'y installer. Il y avait peu de correspondants à l'époque, la Roumanie ne faisant pas partie de l'Union Européenne.

Il décide de frapper à la porte du magazine l'Express et est immédiatement recruté. Il devient rapidement le correspondant, outre de l'Express, de La Croix, de Radio Canada et de RFI.

Laurent Couderc croit au vrai journalisme, objectif et analytique. Pour lui, un journaliste est un « ouvrier de l'information », il doit rester humble.

Concernant son histoire avec Regard, Laurent commence à faire des piges pour le magazine dès 2004. Sa création en 2003, à l'initiative du ministère des Affaires étrangères, est pilotée par l'ambassade de France avec l'appui de quelques investisseurs. La Roumanie étant le plus francophone des pays de l'Est, le projet, ici, a du sens.

En parallèle de son travail pour Regard, Laurent monte en 2006 la franchise du petitjournal.com en Roumanie. Il collabore, toujours à cette époque, à l'AFP pour encore quelques mois.

En 2008, Laurent devient rédacteur en chef de Regard en contrat local. C'est à cette période que l'ambassade de France s'investit un peu moins dans le projet et que la revue devient indépendante, soutenue par l'institut français de Bucarest, l'organisation internationale de la francophonie et le consulat de Madagascar. Regard est financé par de grands groupes français.

Laurent est aux manettes du magazine pour l'éditorial et le commercial. Il a maintenant passé la main sur le petitjournal.com et les piges et se consacre entièrement à Regard. Et même s'il n'est pas simple aujourd'hui de faire vivre un média papier, il croit fermement au journalisme d'agence et à l'avenir des articles de fond.





Photo : D.R.

Il nous parle de son équipe avec passion, conscient que leur travail va à contre-courant de la plupart des médias actuels. Ils travaillent avec les meilleurs experts, sont objectifs et, surtout, ne donnent jamais leur opinion.

L'équipe a récemment lancé un magazine gratuit, nommé également Regard et qui s'adresse aux non-francophones de Roumanie.

Le magazine principal est actuellement tiré à 4000 exemplaires, le gratuit à 1200. Regard est distribué à 600 exemplaires dans les alliances et instituts français, ainsi que dans les collèges et lycées du pays, gratuitement. Des professeurs l'utilisent pour leurs cours. La version roumaine est diffusée dans six universités bucarestois.

Regard est un beau produit, qui propose des articles de qualité. Comment faire en sorte que ce type de média continue d'intéresser ? Que les jeunes aient envie de prendre le temps de lire des articles longs ? Ces questions préoccupent Laurent, au même titre que celle sur l'avenir d'une presse d'investigation objective. Gageons que tant que le contenu éditorial sera dirigé avec un tel engagement, le magazine sera professionnel et fournira un contenu de valeur.

Quand on lui demande ce qui l'attire et lui plaît à Bucarest, Laurent nous répond que pour lui, méditerranéen, la capitale roumaine est une évidence. « C'est LA capitale latine de l'Europe de l'Est. Ce pays souffre d'idées préconçues, mais est passionnant. Il existe en Roumanie, une certaine fluidité dans les relations humaines. Un autre avantage : le pays est facilement accessible depuis le sud de la France, ce qui lui permet d'entretenir ses relations avec ses amis européens.

En conclusion de notre entretien, Laurent nous précise qu'il restera à Bucarest, tant qu'on lui laissera la possibilité de s'exprimer comme il l'entend. Une référence supplémentaire à son investissement et à son indépendance. Souhaitons lui, ainsi qu'aux deux magazines, une réussite à long terme, pour le plus grand plaisir des lecteurs de Regard.

Nathalie Gatien David

Regard

Site officiel : regard.ro

Facebook : facebook.com/Revue-Regard-242081945847803/?ref=br_tf

Adresse : Commercialisation chez Kyralina, dans les kiosques Relay Inmedio et centres et instituts culturels francophones de Roumanie

Tel : +40 742 204 402

Email : catalina@regard.ro

CATLEYA, UNE HISTOIRE VITICOLE ET LITTÉRAIRE



Photo : Mircea Restea

Lorsque Laurent Pfeffer raconte l'histoire de Catleya, son domaine viticole, il le fait avec beaucoup de retenue et de délicatesse. Arrivé en Roumanie en 2007, il a pendant ses dix dernières années élaboré avec patience un vin raffiné et riche ; développant son domaine, le faisant connaître, tout en travaillant d'un autre côté à la croissance du domaine Roy & Damboviceanu à Corcova, où il est directeur technique. Deux vins, mais un seul homme : heureux d'entreprendre l'aventure viticole en Roumanie.

La gazette : Laurent, comment es-tu arrivé en Roumanie ?

Quel est ton parcours ?

Laurent Pfeffer : On va dire que c'est le hasard du destin !

En fait, j'ai découvert la Roumanie lors d'un stage de fin d'études en 2003 effectué à Tirgu Bujor. Versaillais d'origine, j'ai fait des études d'ingénieur agronome à l'Enita de Bordeaux. En dernière année, j'ai fait la spécialisation viticulture-œnologie. La région Aquitaine avait à ce moment-là un programme de coopération avec la région de Galati, en particulier dans le domaine de la médecine et de la viticulture. Il y avait des échanges de stagiaires et j'ai fait parti du programme.

Je suis donc parti 6 mois en Roumanie. J'ai adoré et je me suis très bien entendu avec le responsable du vignoble, chez qui j'étais.

La gazette : Et après le stage ?

Laurent Pfeffer : Je reviens à

Bordeaux, où un collègue plus âgé, en formation continue, Frédéric Vauthier, propriétaire du domaine Château Lucas à Lussac-Saint-Émilion, me demande s'il y a des opportunités en Roumanie.

Mon frère semble lui aussi intéressé. Et on se met à y penser. Pendant ce temps, je pars travailler dans le sud de la France, dans la vallée du Rhône.

La gazette : Et donc quand reviens-tu en Roumanie ?

Laurent Pfeffer : En 2007, avec l'idée de chercher des terres vers Tirgu Bujor pour y établir notre vignoble avec Frédéric et mon frère, mais cela s'avère plus difficile que ce que j'imaginai. Nous nous mettons donc à chercher dans toute la Roumanie. Frédéric venait souvent et un des fournisseurs avec



qui il était en contact lui dit connaître quelqu'un à Corcova qui cherche un responsable « Vignes et Vins ». On prend donc un week-end pour lui rendre visite.

C'est comme cela que j'ai rencontré Serban Damboviceanu. Il cherchait un responsable technique et moi de l'aide pour acheter des terres. Nous avons donc débuter une collaboration, qui se poursuit encore aujourd'hui et qui nous a permis d'acheter et planter de 2010 à 2015, 14.5 ha de vignes.

La gazette : Tu t'occupes donc de deux domaines parallèlement, le tien et celui de Serban. Comment fais-tu ?

Laurent Pfeffer : Pour tout ce qui est main d'oeuvre et matériel, je gère l'ensemble comme une seule unité. La vinification pour les deux domaines se fait pour l'instant dans la cave Roy & Damboviceanu, mais les vins sont vinifiés séparément.

La gazette : Combien de personnes travaillent dans les deux domaines ?

Laurent Pfeffer : Il y a 30 employés chez Corcova. Et nous sommes juste 3 pour Catleya.

La gazette : Les choix sont-ils les mêmes pour les deux domaines ?

Laurent Pfeffer : Pas en totalité. Les assemblages sont différents ainsi que certaines méthodes de vinification. Pour les vins Catleya, nous utilisons trois cépages français (Cabernet sauvignon, Merlot, Sauvignon blanc) et nous avons choisi une fermentation spontanée assurée par des levures indigènes.

Chez Catleya, nous avons une seule gamme, Freamat, qui comprend un blanc, un rosé et un rouge. Mais nous travaillons sur une nouvelle gamme de rouge premium : Épopée. Et nous avons planté deux nouveaux cépages français (Syrah, et Cabernet Franc) et trois nouveaux cépages roumains (Feteasca Neagra, Feteasca Alba et Feteasca Regala) qui commenceront à produire en 2018.

La gazette : D'où vient le nom du domaine ?

Laurent Pfeffer : De Proust ! Proust était très ami avec le prince roumain Bibesco, qui a agrandi le vignoble de Corcova et qui par son réseau littéraire parisien (il est le fils d'Elena Bibescu ou Hélène Bibesco) a aidé à la publication de la Recherche. On trouve dans la correspondance de Proust des références à Corcova, et son souhait d'y venir en séjour, mais finalement, sa maladie l'empêchera d'entreprendre cette épopée.

Et dans Un amour de Swann, Odette tient à la main un bouquet de catleyas (type d'orchidée) qu'elle a aussi mis dans ses cheveux et dans son décolleté. Un jeu s'installe entre Swann et Odette à propos de ces fleurs, si bien que l'expression « faire catleyas » prend pour eux le sens de faire l'amour, de prendre du plaisir. Et en appelant le domaine Catleya, nous associons ainsi tous les éléments qui nous tenaient à coeur : les liens de ce terroir roumain avec la France, la notion de plaisir et de partage que procurent la dégustation d'un bon vin. C'est faire un clin d'oeil à l'expérience synesthésique vécue par Proust avec la madeleine.

La Gazette : Combien produisez-vous de bouteilles ?

Laurent Pfeffer : Catleya, c'est environ 35 000 bouteilles par an. À terme, en 2018 lorsque toute la vigne sera en production, on devrait atteindre les 100 000 bouteilles.

La Gazette : Quel vin vendez-vous le plus ?

Laurent Pfeffer: Le rouge en premier, puis le rosé et enfin le blanc. Déjà, car le terroir est plus propice au rouge et le rouge se vend habituellement bien. Il est très difficile de définir la clientèle. Il y a toujours les personnes plus âgées qui ont gardé les mêmes comportements de consommation et puis il y a les jeunes qui ont un comportement plus proche de celui des Français, qui fréquentent les bars à vin, comme à Cluj.

La Gazette : Vous exportez ?

Laurent Pfeffer: Oui un tiers de notre production. En France, à Versailles, du fait de mes origines

et dans quelques lieux (restaurants, bars) dont le nom est lié à Proust. Mais c'est un peu compliqué, car la Roumanie n'a pas très bonne presse en France. Donc les vins roumains...

La Gazette : La suite, ce sera l'achat de nouveaux terrains ?

Laurent Pfeffer: Non, mais en revanche, nous avons acheté un bâtiment désaffecté pour y baser notre propre cave. Cela suit une logique assez naturelle. Puis, nous pouvons prétendre à une subvention européenne pour investir dans du matériel vinicole, mais pour cela, il faut d'abord être en possession d'un bâtiment.

La Gazette : Une envie de revenir en France ?

Laurent Pfeffer : En tout cas, aucune envie de revendre notre vignoble en Roumanie !

*Propos recueillis par
Stéphanie Jouan*

Catleya

Site officiel : catleya.ro
Facebook : facebook.com/catleyawines
Twitter : twitter.com/catleyawines
Google Plus : plus.google.com/u/0/107903894770157898030/posts
Adresse du domaine : SC Severinesti Viticola, strada Principala, 293, 227 125 Corcova, Mehedinti
Tel : +40 252 383 541
Email : contact@catleyawines.com

Photos : Mircea Restea





Interview Frédéric Lamy

À LA RENCONTRE DE LEROY MERLIN, UNE ENTREPRISE RÉSOLEMENT HUMAINE

Tout Français, ayant eu à un moment dans sa vie un marteau en main, connaît l'enseigne de bricolage reconnaissable à son triangle vert.

Nombreux sont ceux capables de vous raconter une anecdote sur un de ces dimanches passés à choisir la peinture parfaite pour les murs du salon, à errer dans le fabuleux rayon « bricolage » où de multitudes de petits compartiments accueillent boulons, vis, clous, chevilles, etc. En bref, on a tous passé un moment de notre vie avec Leroy Merlin.

Ce que l'on sait moins, c'est que l'entreprise française fait partie, en 2015 (mais surtout depuis 2006) des meilleures « Great Place to Work », puisqu'elle se classe 2e du classement auquel participent 170 entreprises. Et cette information nous a donné grandement envie de rencontrer son directeur général en Roumanie, Frédéric Lamy. Réponses franches et spontanées, bonne humeur, gentillesse sont les mots clefs de cette rencontre au sein de la galaxie Adeo.

Vérification du bien-fondé du classement lors d'une conversation au fil de l'eau...

La Gazette : Frédéric, quand es-tu arrivé en Roumanie ?

Frédéric Lamy : En mai 2014 ! Je fêterai bientôt mon 2e anniversaire en Roumanie ! Je venais précédemment de la Turquie, où j'avais passé 3 ans avec ma famille. D'Istanbul, j'étais venu en Roumanie une première fois en 2012 pour une synergie internationale et j'avais déjà trouvé ce pays intéressant. À l'époque, Leroy Merlin avait ouvert un premier magasin en septembre 2011. J'avais comme tout un chacun des a priori sur le pays, et qui ont été vite « faussés » en quelques jours de séjour ici. Quand mon prédécesseur est parti à la retraite et que l'on m'a proposé de reprendre la DG de la Roumanie, je n'ai pas hésité une seconde...

La Gazette : Combien y avait-il de magasins à l'époque ?

Frédéric Lamy : Un seul. Nous sommes arrivés en 2009 et, pendant 2 ans, une équipe a analysé le marché roumain, a essayé de comprendre les habitants et vivaient les Roumains. Puis, nous avons travaillé sur notre concept marchand. Nous sommes une entreprise dotée d'une identité forte, mais on ne fait pas de copier-coller d'un pays à l'autre, c'est à dire que quand vous allez dans un magasin Leroy Merlin en Roumanie ou un magasin en Pologne, ce n'est pas du tout les mêmes produits qu'en France. On va retrouver des « mondes » communs, un merchandising commun, une identité commune, mais on ne va pas forcément retrouver les mêmes produits, les mêmes prix, parce qu'à chaque fois, nous prenons en compte la situation locale. C'est une de nos grandes forces. Plutôt que de pousser des produits vers le client, nous préférons connaître le client en amont et être capable de lui proposer des solutions adéquates pour sa maison.

Un seul magasin en 2014 mais nous avions néanmoins une volonté de notre groupe de développer le pays, car nous avons un concept qui marchait plutôt bien. Lors de ma venue en 2014, il y avait deux projets de magasins dans les cartons, l'un à Craiova, ouvert en septembre 2014 et un autre au sud de Bucarest. On savait que, de toute façon, pour se développer sur ce grand territoire qu'est la Roumanie, il nous fallait une couverture nationale notamment sur les grandes villes où nos concurrents étaient là depuis quasiment 10 ou 15 ans... Donc pour combler notre retard, nous avons envisagé dès le départ la reprise d'un concurrent, si le marché venait à se consolider. Et ce fut le cas ! Quelques semaines après mon arrivée ici, un dossier d'acquisition s'est présenté à nous : c'est ainsi que nous avons racheté la société Baumax, enseigne autrichienne disposant d'un beau parc de 15 magasins répartis sur toute la Roumanie et qui nous permettait de couvrir en très peu de temps



Photo : B. chereil

toutes les villes de plus de 150 000 habitants. L'élément clef a été de se dire qu'en transformant ces 15 magasins Baumax en Leroy Merlin, nous serions en position de servir n'importe quel Roumain à moins de 100 km. Tout cela a été très rapide : on pensait mettre un an à finaliser la reprise de notre cible et cela a pris 6 mois.

La Gazette : Et tout a ouvert du coup ?

Frédéric Lamy: Non, tout n'a pas ouvert d'un seul coup. Nous avons repris la société le 18 novembre 2014. Au départ, Leroy Merlin, d'un côté, était une équipe constituée de 300 collaborateurs avec 1 magasin et de l'autre, nous avions 15 magasins et 1000 collaborateurs. Plusieurs problématiques sont arrivées en même temps : deux systèmes d'informations complètement différents, deux cultures d'entreprise diamétralement opposées : une culture Leroy Merlin plutôt décentralisée où on responsabilise nos managers et une culture Baumax ultra centralisée avec une structure très pyramidale, très hiérarchique. Il a fallu travailler

sur un projet d'intégration des équipes. Ça a été un véritable projet humain. Et nous avons une vraie contrainte de temps : seulement 18 mois impartis intégrant la durée d'exploitation de la marque Baumax.

Mais aussi de belles surprises sont arrivées : les collaborateurs Baumax avaient envie d'apprendre et de travailler avec nos équipes, ce qui nous a grandement facilité la tâche !

En 2015, nous avons ouvert 6 magasins sous pavillon Leroy Merlin (Ploiesti, Brasov, Cluj, Sibiu et deux magasins à Bucarest) et cette année, en 2016, nous terminons ce programme avec les réouvertures de Constanta, Cluj, Targu Mures, Suceava, Bacau, Iasi et Timisoara. À la fin de l'été 2016, tous nos magasins auront été transformés en Leroy Merlin.

Nous avons aussi fait le choix courageux de fermer trois magasins sur le parc repris, car il y avait des sites qui n'étaient pas forcément très bons, puis un des magasins était à côté de notre site historique. Ça a été une période d'une intensité incroyable, nous avons fait venir une grosse équipe d'expatriés. Ils

sont aujourd'hui une trentaine. Nous avons voulu insuffler du « sang vert » dans ce projet d'expansion. Nous n'avions pas du tout la même façon de travailler. Baumax faisait venir ses produits d'Autriche, tout était très centralisé, les produits n'étaient pas les mêmes, les concepts marchands très différents. En fait, après le rachat de Baumax, nous avons refondé collectivement une entreprise.

¹ <http://business.lesechos.fr/directions-ressources-humaines/les-entreprises-ou-il-fait-bon-travailler-111873.php>

² Adeo est la maison-mère de l'enseigne Leroy Merlin, qui fait partie de l'association familiale Mulliez.

La Gazette : Et donc résultat sur les magasins qui ont ouvert ?

Frédéric Lamy: Sur les magasins qui ont ouvert, ça a été un vrai succès. On avait pris un engagement en nous promettant de doubler le trafic client et le chiffre d'affaires. On y est parvenu, on a même triplé le nombre de clients sur les magasins repris. C'est un vrai succès : c'est le fruit d'un travail collectif. Mais il reste encore beaucoup à faire !

La Gazette : Quels sont les secteurs qui attirent le plus les clients dans les magasins ?

Frédéric Lamy: Question large. Nous sommes sur un marché de l'habitat en Roumanie de 3 à 4 milliards d'euros. Pour faire simple, deux réseaux s'affrontent : le réseau traditionnel, comme la petite boutique de quartier, et la distribution moderne, avec des enseignes locales, germaniques et Leroy Merlin. Aujourd'hui, la répartition entre les deux est à peu près égale, même si la distribution moderne prend le pas sur le réseau traditionnel. Nous sommes sur un pays en construction et en reconstruction, donc par rapport à un magasin en France, c'est différent. En France, on vend beaucoup de « projets ». Les gens viennent souvent chez Leroy Merlin pour refaire leur cuisine, leur salle de bain, leur décoration... Ici, le « mix produits » est différent, on vend beaucoup de produits de construction, de rénovation... mais attention la Roumanie va vite et va vite combler son retard par rapport à l'Europe de l'Ouest !

La Gazette : Plutôt adressés aux entreprises ?

Frédéric Lamy: Il y a plusieurs types de clients : les petits artisans, les entreprises plus établies et une importante clientèle de particuliers. Les Roumains, n'ayant pas beaucoup de pouvoir d'achat, bricolent. C'est un peuple de bricoleurs. Caractéristique forte : ils sont quasiment tous propriétaires de leur logement (à 95 %) et pour eux, la maison est importante. Donc ils vont essayer de l'aménager du mieux qu'ils peuvent. Ils ont envie de la rendre agréable. Pour nous, c'est vraiment une opportunité. Le marché de la construction en Roumanie est un marché qui progresse de quasiment 10 % par an depuis 10 ans. C'est énorme. On ne se pose pas du coup la question de savoir si on va progresser, mais plutôt à quel rythme. Et si on va réussir à répondre aux attentes « produits » du marché. C'est un marché intéressant et attrayant, car c'est un marché qui bouge vite. Les Roumains apprennent vite. On donne des cours de bricolage et on voit que les gens ont une appétence pour cette activité. On voit aussi que les femmes s'intéressent de plus en plus à la décoration.

Dernier élément très local : l'importance du jardin. Nous sommes dans un pays rural. Il y a un vrai intérêt pour le jardinage. Et finalement, peu d'enseignes sont allées aussi loin que nous dans ce domaine. Même dans Bucarest, vous voyez souvent sur les balcons une petite fleur. Les Roumains vont à la campagne le week-end, où ils ont un petit lopin de terre. Il y a un amour de la terre ici. C'est une réalité. Ils ont souvent un petit potager. Nous faisons des scores incroyables sur toutes ces niches.

C'est donc un marché qui bouge, qui n'est pas mature, sur lequel il y a encore beaucoup à faire. On est dans un pays qui ressemble de près au marché polonais il y a une trentaine d'années. Et quand on va à Varsovie maintenant, on voit une ville hyper moderne. J'ai la conviction que les Roumains ont la capacité d'avancer vite. C'est vrai qu'on a un niveau de salaire qui est encore bas, mais ça va bouger, c'est en train de bouger et donc ça va dans le sens d'une forte croissance de la consommation... en tout cas dans le domaine qui nous concerne. Nous sommes plutôt optimistes, même s'il y a encore beaucoup de travail et des progrès à faire. Nous sommes animés par cette envie de progresser. Avec notre expansion, nous sommes rapidement devenus le numéro 2 sur le secteur du bricolage.

La Gazette : Qui est le premier ?

Frédéric Lamy: C'est une entreprise locale roumaine familiale. Ils font bien leur métier, j'ai beaucoup de respect pour eux. Nous avons du boulot ! Nous avons réussi la première phase en fondant les bases d'une première entreprise qui soit pérenne sur un plan commercial. Actuellement, nous posons les bases au niveau du marché. Et la 3e étape sera de progresser sur notre offre « produits » afin de devenir le choix numéro 1 du consommateur roumain. Il faut que Leroy Merlin devienne une marque coup de cœur pour les Roumains, ce que nous arrivons à faire à travers nos campagnes de pub par exemple. On crée un affect lié à la marque. Pour l'instant, nous avons à un concept de « Every Day Low Price », nous sommes les moins chers du marché, mais au-delà du prix et du choix qu'on propose au client, nous allons essayer de construire une relation sincère et authentique avec le client. Ce n'est pas qu'un discours marketing, c'est quelque chose qui nous habite.

Tous les trimestres, nous vérifions, à travers des baromètres clients, ce que pensent les clients roumains de nous. Nous souhaitons accueillir le client un peu comme si c'était quelqu'un de notre famille. « Chaque client qui entre chez nous doit ressortir du magasin avec une expérience qui lui laissera un bon souvenir. »

Notre DG Groupe chez Adeo dit toujours : « Traite ton client, comme tu aimerais être traité en tant que client » et si on va plus loin, c'est « Traite tes collaborateurs, comme tu aimerais être traité par ton propre boss ». Ça change quand même le paradigme ! Leroy Merlin se veut avant tout une entreprise humaine. Nous ne sommes pas les rois du reporting, nous ne travaillons pas à l'anglo-saxonne. Nous travaillons par conviction, par enthousiasme, par énergie et on essaye d'insuffler cela. Et ça, les Roumains adorent. C'est génial.

Une anecdote amusante pour illustrer mon propos : nous avons créé une page facebook en mode fermé pour les salariés sur laquelle les gens partagent leurs expériences en magasin : ouverture de magasin, anniversaires... Au départ, on avait fait un panneau d'information classique et ça avait été l'encéphalogramme plat. Alors que là, tout le monde poste, commente, partage ses victoires... Les Roumains, et ce n'est pas péjoratif quand je dis ça, ont un côté « grand enfant », ils fonctionnent à l'affectif et aiment qu'on les embarque sur un projet.

Et comme ce sont des gens courageux, quand vous arrivez à les emmener, à les motiver, ça marche, la sauce prend ! C'est ce que nous essayons de construire : une entreprise simple dotée d'une culture d'entreprise qui nous ressemble.

La Gazette : *Donc vous êtes passés de 300 à 1500 collaborateurs. Des expatriés arrivent pour insuffler la culture d'entreprise, mais qu'utilisez-vous d'autres comme moyen ? Vous avez un système de formation ?*

Frédéric Lamy: Nous avons effectivement 30 expatriés qui sont arrivés. Nous avons également recours ponctuellement à des Task Force, donc des équipes qui viennent de différents pays pour aider à la finalisation des magasins. Et puis bien sûr, nous dispensons beaucoup de formation : en 2015, nous avons consacré près de 45 000 heures sur le sujet. Cette année, nous visons encore que chaque collaborateur en magasin reçoive une formation sur son métier, une formation sur la relation « clients » et une formation sur le produit. Parce nous voulons aussi avoir des gens passionnés par le produit.

La Gazette : *Le niveau linguistique des expatriés français de Leroy Merlin est assez impressionnant. Est-ce un atout clef ?*

Frédéric Lamy: C'est vrai. Pour nous, c'est un élément essentiel, surtout pour les équipes en magasin. Ça ne veut pas dire que de temps en temps, il n'y ait pas d'incompréhensions, surtout parce que la culture est différente. Mais en tout cas, on fait l'effort. Personnellement, je ne parle pas très bien roumain, mais je fais l'effort. Quand je vais en magasin, mes collaborateurs sont roumains, donc je parle roumain. Parfois, je dois faire des contresens... mais ce n'est pas grave, ils apprécient, car cela correspond à toutes les valeurs de proximité que nous essayons de promouvoir dans l'entreprise.

La Gazette : *Et pour revenir à la main d'œuvre Leroy Merlin roumaine, est-ce que vous souffrez quand même du Turn over ?*

Frédéric Lamy: Malheureusement oui ! On a encore, comme beaucoup de sociétés roumaines et françaises, un Turn over qui, de mon point de vue, est trop élevé. Et qui ne tient pas je pense à notre mode de management, mais qui tient plus à la réalité du pays, où le taux de chômage reste faible et des villes où il est parfois impossible de recruter. C'est assez complexe comme phénomène. Beaucoup de Roumains partent travailler à l'étranger de manière saisonnière, d'autres partent pour s'occuper de leur famille...c'est un vrai défi pour nous !

La Gazette : *Et vous visitez les habitants chez eux avec des agences spécialisées ?*

Frédéric Lamy: Non, nous le faisons par nous-mêmes. C'est quelque chose de spécifique à notre entreprise. Pour comprendre le marché d'un pays, on va chez l'habitant, parfois nos clients ou des gens que l'on connaît, en déterminant un échantillon représentatif et on se fixe un objectif par visite. Par exemple, on va faire une quinzaine de visites autour de la salle de bain à Suceava ! On va aller voir tous les types de population et on va essayer d'en tirer des caractéristiques.

Pour que nos chefs de produits travaillent sur l'amélioration de notre offre. C'est ce qui fait notre force. Nous sommes les seuls à faire ça dans le monde. Chaque collaborateur fait au minimum 1 à 2 visites « habitant » par an. C'est culturel. Cela permet de bien comprendre ce qu'on va vendre.

La Gazette : *La formation va-t-elle être un des facteurs de rétention du Turn over ? Avec la rémunération ?*

Frédéric Lamy: Oui, nous pensons que c'est un beau levier. Mais bien sûr, il ne faut pas être déconnecté sur la partie salariale, il faut suivre les tendances du marché. Il faut être un peu précurseur et innovant ! Dans notre groupe, nous avons une particularité, c'est le partage des résultats. Tous les 3 mois, il y a une prime d'intéressement sur la base des performances. Et on va la mettre en place ici. Et un dernier aspect, qui est spécifique à notre culture d'entreprise, on veut que tous nos collaborateurs deviennent, d'ici 2 ans, actionnaires de l'entreprise, ce qui se fait déjà en France et un peu partout dans le monde. Donc pourquoi ne pas le faire en Roumanie ? Nous serons les seuls à le faire. Et là, ça change le regard que chaque collaborateur porte sur l'entreprise. Il en devient associé à part entière.

La Gazette : *Et avec la Turquie, quelles sont les grandes différences ?*

Frédéric Lamy: En terme de culture, c'est très différent. Ici, nous sommes sur une culture latine, les gens ont des émotions et les montrent. En Turquie, c'est une culture asiatique, c'est quelque part un autre continent. La différence, même si le pouvoir d'achat en Turquie n'est pas très élevé, c'est qu'en Roumanie, on est encore sur une structure d'habitat où on est dans la survie. En Turquie, on montre ce que l'on a. Du coup, il y a plus d'appétence pour la décoration. Professionnellement, c'est plus simple de travailler en Roumanie car les réglementations sont proches des normes européennes. En Turquie, il y a une barrière à l'entrée énorme et c'est un pays très traditionnel. Nous sommes à 50 minutes en avion, mais ce sont deux mondes différents.

La Gazette : *Depuis quand Leroy Merlin est installé à l'étranger ?*

Frédéric Lamy: Depuis le début des années 90. Le premier pays à avoir ouvert à l'international était l'Espagne, puis l'Italie, le Portugal... Nous sommes leaders en Europe.

³ Il s'agit de réduire ses prix de façon permanente tout en limitant le recours aux promotions ponctuelles.

La Gazette : Le choix de la Roumanie s'est fait comment ?

Frédéric Lamy: Nous choisissons nos pays en fonction de beaucoup de critères. Souvent avec une population à minima à hauteur de 20 millions d'habitants. La Roumanie est un pays que nous regardions depuis un moment. Des enseignes « cousines » comme Auchan ou Décathlon étaient présentes, et il y avait de la confiance dans le pays. C'est un pays très stable : une monnaie stable, des institutions qui fonctionnent, un pays en croissance, un taux de chômage faible... Même s'il y a encore beaucoup de choses à régler, c'est un pays qui a beaucoup d'atouts.

La Gazette : Donc pour terminer, quelles sont les valeurs à retenir ?

Frédéric Lamy: La simplicité, la proximité managériale, l'engagement (la valeur travail est essentielle) et le fun. Nous avons une conception de l'entreprise comme un lieu où il faut savoir fêter les victoires. Et aussi parler à la première personne du pluriel et pas du singulier. Le reste, c'est du savoir-être. Finalement, le savoir-être prime sur le savoir-faire, sans arrogance. Il faut rester humble, car nous sommes dans un pays que l'on ne maîtrise pas finalement, en s'appuyant sur un axiome : Nous avons des convictions pour nos clients et nos équipes, mais nous n'avons pas de certitudes...

*Propos recueillis par
Stéphanie Jouan*

Leroy Merlin

Site officiel : leroymerlin.ro

*Facebook : [facebook.com/
LeroyMerlinRomania](https://facebook.com/LeroyMerlinRomania)*

*Adresse siège : Strada Icoanei, 11-13, Sector
2, 020451, Bucuresti*

Tel : +40 374 133 000

Email : voceaclientului@leroymerlin.ro



Interview Anne Thiery

ANNA ET MOI

L'ÉLÉGANCE COMME ART DE VIVRE

Rencontrer Anne Thiery est une expérience apaisante et revigorante. Vous ressortez systématiquement d'un entretien avec elle, le sourire aux lèvres et le cœur léger. Anne possède cette capacité à imposer le calme et la douceur.

Nous l'avons rencontré pour deux raisons : son talent d'illustratrice et sa nouvelle activité de styliste. En effet, depuis quelques mois, Anne crée de sublimes étoiles douces et soyeuses qui mêlent avec beaucoup de délicatesse son univers floral aux motifs traditionnels roumains. Tradition et modernité pour ces étoiles chatoyantes et enveloppantes, comme pour la créatrice.

Car Anne est une femme de goût : au style classique, mais toujours twisté par un bijou original, un accessoire incroyable, une minaudière vintage... Elle est l'incarnation de l'élégance et du raffinement naturels (rare de nos jours). Mais même si sa voix est d'une douceur incroyable (le jour où nous l'avons rencontré, elle était en plus quasi aphone), Anne est une femme qui sait ce qu'elle veut et qui l'obtient... toujours avec humour et bienveillance.

Récit d'un parcours passionnant !

La Gazette : Anne, depuis quand es-tu Roumaine ?

Anne Thiery : Cela fait maintenant 3 ans, mais j'ai déjà vécu une première fois en Roumanie en 1996 pour effectuer un stage dans le cadre de mes études. Mais ma toute première visite en Roumanie remonte à juillet 1990, soit 6 mois après la chute du communisme.

Nous étions venus rendre visite avec ma famille à une Roumaine avec qui nous avions tissé des liens lorsqu'elle travaillait en France juste à côté de chez nous. Il faut imaginer cette première visite : les 8 heures d'attente à la frontière, le nettoyage des pneus pour entrer dans le pays, le manque de tout, la difficulté à trouver de la nourriture. Mais on y a vu un pays avec un potentiel extraordinaire. Et quand j'ai choisi mon stage, j'ai choisi la Roumanie et je me suis retrouvée 2 mois à TVR1, la chaîne de télévision roumaine pour faire du montage. Un an après, je revenais pour faire un autre stage au sein de BBDO, l'agence de publicité américaine qui s'installait à Bucarest. Ils m'ont embauchée et je suis restée un an. C'était assez intéressant, car il y avait beaucoup à faire, la culture de l'image n'étant pas très développée. Mais au bout d'un moment, il s'agissait surtout de faire de la réadaptation de publicités américaines, ce n'était plus si créatif. Du coup, comme parallèlement, je dessinais beaucoup, je me suis retrouvée engagée au magazine Elle (qui était arrivé en 1997) pour illustrer les horoscopes, des articles...

La Gazette : Puis tu es rentrée en France ?

Anne Thiery : Oui, je suis rentrée à Troyes où j'ai fini mon cursus aux Beaux-Arts.

La Gazette : Tu dessines depuis toujours ?

Anne Thiery : Oui, toute petite déjà, j'adorais ça. Un jour, j'avais 13 ans, ma mère a voulu faire encadrer un des mes dessins, l'encadreur a tellement aimé, qu'il m'a commandé plusieurs aquarelles qu'il a encadrées et vendues dans son magasin.

La Gazette : Quelle fierté pour une petite fille. Donc tu rentres en France en 1998 ?

Anne Thiery : Oui, je rentre pour y rester pendant 15 ans. Je fais beaucoup d'illustrations pour la publicité (parfum, mode) et pour la presse. Pendant mes études, à Troyes, je travaille beaucoup pour Divas, le magazine féminin africain.

Puis ensuite, avec mon compagnon, nous partons habiter Reims pendant 2 ans, où il travaille pour une agence de publicité et moi comme free lance. Et ensuite, Toulouse pendant 7 ans. Mais je continue toujours à dessiner pour la presse, via mes agents à Paris et à New-York.

La Gazette : Ton style très reconnaissable t'est venu rapidement ?

Anne Thiery : J'ai eu beaucoup de commandes dans le domaine du parfum, et assez naturellement je me suis spécialisée dans l'esthétique florale. Dans l'illustration, à un moment donné, il faut se spécialiser et cet univers floral m'attirait.

Cela reste de l'illustration imaginaire, il ne s'agit pas d'un travail d'étude. Je dessine des fleurs qui n'existent pas, dans des coloris inhabituels. Ce sont des motifs légers, oniriques.

La Gazette : *Puis il y a 3 ans vous décidez de vous installer vraiment en Roumanie. Pourquoi ?*

Anne Thiery : Pendant ces années en France, nous sommes souvent venus passer quelques jours en Roumanie, nous avons vu l'évolution du pays. La vie nous y semblait calme. Nous avons eu un enfant et l'envie de nous installer ailleurs en restant en Europe. Le fait de travailler en free lance nous permet de travailler de n'importe où, nous avons donc choisi la Roumanie.

La Gazette : *Vous avez été obligé de changer de structure professionnelle ?*

Anne Thiery : Oui, nous avions obligation de monter une structure roumaine. Nous avons donc décidé de nous installer en PFA (Persoana Fizica Autorizata). Cela correspond plus ou moins à un statut d'auto-entrepreneur en France.

La Gazette : *Cela a-t-il été compliqué ? Plus compliqué qu'en France ?*

Anne Thiery : Non. En revanche, ce qui était nouveau pour nous, c'est que lorsque, en tant qu'étranger, tu t'installes en Roumanie, tu dois prouver que le domaine d'activité que tu veux exercer est bien celui dans lequel tu évoluais avant. Pour cela, tu dois faire apostiller tes diplômes pour les faire authentifier au ministère de l'éducation nationale roumain. Et là, alors que cela devait prendre 3 semaines, cela a pris 6 mois...





La Gazette : *Donc maintenant, tu es un auto-entrepreneur roumain ? Mais tu travailles principalement pour tes anciens clients ?*

Anne Thiery : Oui, je travaille toujours pour des clients basés en France ou aux États-Unis.

La Gazette : *Puis il y a environ un an tu décides de créer une marque d'étoles ?*

Anne Thiery : Oui, j'avais envie de travailler sur un grand format. J'avais déjà créé des motifs pour des marques de vêtements japonaises ou américaines. Et j'ai eu envie de le faire pour moi et de créer ma marque : Anna et moi. J'ai choisi de faire des accessoires, des étoles, car cela me plaisait de travailler ce format plat. Puis j'y ai vu une certaine facilité de production et de stockage. J'avais déjà des contraintes en terme de matière première et d'usine. Au début, j'aurais aimé une production totalement artisanale, mais c'était beaucoup trop lourd à gérer. Quoiqu'il arrive, je souhaitais des matières naturelles (soie, laine) et un mode de production éthique et écologique (en terme de conditions salariales, en terme de gestion des eaux...). Et cela n'a pas été facile à trouver, surtout lorsque l'on souhaite produire en petites quantités. Au final, j'ai trouvé ce que je voulais en Italie, dans la région de Milan.

La Gazette : *D'un point de vue esthétique, qu'est ce qui a guidé tes choix ?*

Anne Thiery : J'ai décidé pour cette première collection de créer 8 modèles. Je souhaitais que ce soit une collection variée, mais cohérente. Cette marque est très dichotomique : Anna et moi, les motifs roumains et l'esthétique floral, la tradition et la modernité... Tout est parti de mes fleurs. Mais j'avais envie d'y ajouter quelque chose. Puis j'avais le sentiment qu'il était difficile, même si la mode roumaine est en plein renouveau, de trouver un accessoire de style roumain à porter facilement. De là est venue l'idée des motifs roumains.

Anna et Moi

Site officiel : annaetmoi.com

Facebook : facebook.com/Anna-et-Moi-1572825009668415/timeline/?ref=hl

Instagram : instagram.com/anna.et.moi/

Pinterest : pinterest.com/annaetmoi/

Tel : +40 726 684 811

Email : contact@annaetmoi.com

La Gazette : *D'où viennent-ils ?*

Anne Thiery : De livres souvent. Je les ai reproduits en frise ou je les ai déstructurés en fonction de l'étoile.

La Gazette : *Où trouve-t-on tes étoles ?*

Anne Thiery : J'ai décidé pour cette première collection de créer Pour l'instant sur mon site internet : annaetmoi.com. Mais, nous sommes en discussion avec différents points de vente. C'est la prochaine étape.

La Gazette : *La marque est très jeune, moins d'un d'existence. La suite ?*

Anne Thiery : Je souhaite faire une collection par an, pour la saison automne-hiver. Puis j'aimerais bien faire des étoles en maille. J'y réfléchis.

*Propos recueillis par
Stéphanie Jouan*

Portrait Arnaud Dussaix

SIKARU

OU LA PREMIÈRE GORGÉE DE BIÈRE

Quelque part, perdu dans une rue banale du secteur 6 de Bucarest, se cache un trésor pour les amoureux de la bière artisanale : la brasserie Sikaru ; Sikaru, du nom de l'une des premières bières consommées par les

Sumériens il y a 5000 ans. C'est dire la filiation authentique qu'Arnaud Dussaix, le fondateur de la marque, souhaitait établir pour son breuvage des plus sympathiques.

La bière Sikaru est réalisée dans la plus pure tradition des brasseries artisanales, remises au goût du jour dans les années 70 au États-Unis¹. Les règles établies par la loi de la pureté germanique² sont respectées à la lettre lors du processus de fabrication. Et les bières Sikaru, de type ale*, ne sont ni filtrées ni pasteurisées. On est bien loin de la fabrication d'une bière industrielle.

Arnaud Dussaix vit à Bucarest depuis une vingtaine d'années. Arrivé pour effectuer son service civil à un poste d'expansion économique au sein de l'ambassade de France, cet ingénieur agronome n'a plus voulu repartir et participera à l'implantation de Carrefour en terres roumaines. Lorsque cette mission prend fin il y a environ 2 ans, Arnaud, amateur de bières et conscient du potentiel du marché⁴, décide d'investir dans une brasserie et de produire une bière qui corresponde à ses critères artisanaux et gustatifs.

Chez Sikaru, pour fabriquer les 4 bières de la marque, on utilise 9 types de malt (d'orge) différents afin de donner le goût et la couleur à chaque bière. Les malts viennent de Belgique, la Roumanie ne cultivant qu'un seul type de malt. Et le procédé de fabrication ici étant 100% naturel (donc sans ajout de caramel ou de sucre), il est important d'utiliser plusieurs malts pour varier les arômes.

Photos : B. Chereil



Quand Arnaud Dussaix explique la fabrication de sa bière, cela semble d'une simplicité évidente : du malt d'orge, de l'eau, du houblon et de la levure. Pourtant, on sent que cette illusion de simplicité est plus le résultat d'une véritable maîtrise du sujet que d'une réelle facilité à produire de la bière...

Le bâtiment qui abrite la brasserie est petit, et pourtant... 100 000 bouteilles (toutes embouteillées à la main) sont déjà sorties de ces murs depuis la création de la marque en mai 2015. Et même s'il n'est pas facile de s'implanter et de se faire remarquer, les débuts sont prometteurs pour cette bière que l'on trouve déjà dans de nombreux restaurants tendance de Bucarest, Cluj ou Brasov, mais aussi chez Carrefour ou Mega Image.

Au top des ventes, la blonde de type golden ale américaine et la rousse de type India pale ale (cette bière artisanale par excellence est plus amère), puis viennent les deux autres bières de la marque, la blanche de style belge et la brune, stout, type Guinness. On peut dire qu'il y en a pour tous les goûts !

La réussite de ce démarrage est aussi le fruit d'un vrai travail graphique, comme en attestent les très belles étiquettes créées par Laurentiu Midvichi, un artiste roumain.

L'objectif de Sikaru est de continuer à renforcer sa présence sur le territoire roumain. La brasserie, même si elle a été fondée par un entrepreneur français, se ressent et se vit comme une entreprise roumaine. Toute la communication de la marque se fait dans la langue

du pays... Aucune trace ici de culture française. On fabrique de la bière artisanale roumaine !

Donc pas trop question d'exporter pour l'instant... ce qui reste de toute manière complexe pour une bière artisanale dont la durée de vie est d'environ 4 mois... Mais cette péremption courte n'est pas un souci, car il y a en effet peu de chance pour que votre bouteille soit oubliée au fond du réfrigérateur...

Stéphanie Jouan

¹<http://geographica.net/2012/12/les-bieres-une-nouvelle-revolution-americaine/>

²La « loi sur la pureté de la bière » (Reinheitsgebot) est un texte juridique promulgué en 1516 par le duc Guillaume IV de Bavière. Ce document stipulait que le brassage de la bière devait être réalisé uniquement avec de l'orge, de l'eau, du houblon. <http://www.biere-experience.fr/la-biere-en-questions/la-loi-sur-la-purete-de-la-biere-was-ist-das>

³Petit article simple et clair : <http://www.beertime.fr/les-news/ale-ou-lager-les-deux-font-la-biere>

⁴La Roumanie est le 10° plus gros consommateur de bière au monde avec 80 L/pers./an. À titre de comparaison, la France est 41° avec 30 L/pers./an. <http://www.bonial.fr/info/bierarchie/>

* Globalement, dans le monde, on compte deux grands types de bière : la lager (comme la pils) et la ale (comme la brown ale)³. Elles se différencient principalement par leur procédé de fermentation : à température haute pour la ale (entre 18 et 22°) et basse pour la lager (entre 9 et 11°).

Les bières industrielles sont plutôt des lager et les bières artisanales des ales. On trouve majoritairement des bières de type ale en Angleterre et en Belgique.

Sikaru

Site officiel : sikaru.ro

Facebook : facebook.com/Bere-artizanal-Sikaru-714664928647652/

Adresse siège : Strada Volga, 10 A, Sector 1, Bucuresti

Email : beresikaru@gmail.com

Portrait Nicolas Vernerey

LA JEUNESSE ENTREPRENANTE

Quand on connaît l'histoire de Nicolas Vernerey, il est difficile d'imaginer qu'il n'a pas 30 ans. À l'âge où certains se cherchent encore et ne savent pas forcément ce qu'ils souhaitent faire de leur vie, Nicolas vient de créer sa deuxième entreprise.

Heuroux fondateur du restaurant Voilà, qu'il a revendu il y a un an, le jeune restaurateur vient d'ouvrir une élégante rôtisserie, nommée Galli, à deux pas de la piata Amzei.

Pour compléter ce portrait de jeune homme énergique et talentueux, il faut en plus savoir que Nicolas est à Bucarest depuis moins de 4 ans ! En effet, Nicolas est arrivé à l'été 2012 et est tombé amoureux de la Roumanie. Lui qui au départ était responsable commercial dans l'édition, mais aussi grand fan de cuisine, se voit bien ouvrir un petit restaurant à son arrivée ici. Par hasard, au cours de ses balades, il tombe sur la maison qui accueillera Voilà en février 2013, il est sous le charme de cet endroit et se dit qu'il y a quelque chose à faire. Il décide alors de s'associer avec Stefan, rencontré à Paris par l'intermédiaire de son frère, qui, à côté du restaurant, ouvrira un magasin de meubles vintage de style scandinave, Eclectico. Une sympathique association qui va fonctionner parfaitement dès l'ouverture des lieux en avril 2013. De nombreux magazines lui consacrent des articles, on pourra même voir Nicolas dans un petit reportage diffusé au journal de 20h00 de France 2. Le concept marche, les clients affluent entre jeunes Français en quête d'esprit « bistrot parisien » et Roumains d'une quarantaine d'années venus profiter de la jolie terrasse ombragée. Voilà devient un rendez-vous incontournable pour de nombreux Bucarestois. Tout va bien, surtout qu'après plusieurs essais, Nicolas a enfin trouvé le cuisinier qui saura correspondre au style de la maison. L'aventure est en marche.

Mais au printemps 2015, alors que son restaurant est au top, Nicolas a envie d'entreprendre autre chose, il a envie d'horaires plus souples aussi. Et il décide de vendre, avec déjà une idée précise de ce qu'il souhaite faire, une idée qui lui est venue en travaillant chez Voilà. En cuisine, il fait face à la difficulté de trouver du poulet de qualité et sans OGM. Lorsqu'il en discute avec des clients, il constate qu'ils ont les mêmes problèmes en tant que particulier et qu'ils aimeraient trouver une alternative. L'idée fait son chemin : pourquoi ne pas créer une rôtisserie ?





Nicolas se met alors à la recherche de producteurs soucieux de qualité et respectueux d'une certaine éthique. Mais lui qui imaginait cela comme une belle balade dans la campagne roumaine est malheureusement vite déçu. Il ne peut acheter directement auprès des petits producteurs. C'est donc auprès de coopératives qu'il fera affaire pour ses poulets roumains, les poulets français venant eux directement de Rungis.

Quant au lieu, il a été facilement trouvé. L'envie était de se situer dans le quartier de l'ambassade de France, non loin de la jolie librairie Kyralina et du café design M60. Et c'est au numéro 8 de la Strada Christian Tell que la seule rôtisserie de Bucarest ouvre ses portes en novembre 2015. Là aussi, le succès est immédiat, porté par des critiques très positives et la bonne humeur de Nicolas.

La clientèle est plutôt roumaine en semaine et française le week-end... Sûrement une résurgence du sacro-saint poulet rôti du dimanche !

Vu le parcours de Nicolas, on est curieux de connaître la suite du programme. Ce sera des livraisons à domicile et peut-être une autre adresse dans le futur... C'est tout ce qu'on lui souhaite, enfin c'est tout ce qu'on nous souhaite !

Stéphanie Jouan

Galli

Facebook : [facebook.com/rotonnerieGalli/](https://www.facebook.com/rotonnerieGalli/)

*Adresse : Strada General Christian Tell, 6,
Bucuresti*

Tel : +40 213 138 230

L'ORÉAL, LE MARIAGE DU BUSINESS ET DE L'ÉTHIQUE



Photo : B. Cherel

Lorsque nous avons décidé de réaliser cette série de portraits et interviews et que nous avons choisi les personnes ou entreprises qui formeraient ce dossier, le nom de L'Oréal est assez vite paru évident. En effet, dans un pays comme la Roumanie, où l'apparence est synonyme de respect d'autrui et où s'apprêter est quasi une religion, nous ne pouvions passer à côté de ce groupe industriel de produits cosmétiques, fleuron de l'économie française. Gilles Antoine, son directeur général, nous a donc reçus avec beaucoup de bienveillance et une véritable volonté de nous en apprendre un peu plus sur ce groupe, symbole du glamour français.

La gazette : Quand êtes-vous arrivé en Roumanie ?

Gilles Antoine : Je suis arrivé en janvier 2012, après dix années passées en Amérique du Sud (Mexique, Brésil, Venezuela) et un petit retour en France de 3 ans.

La gazette : L'Oréal est présent depuis ici ?

Gilles Antoine : La filiale a été créée en 1997. Mais l'organisation de L'Oréal Roumanie est « complète » depuis 2013, c'est-à-dire que nous sommes dans une organisation où nos 4 divisions sont représentées. Chaque division a sa propre logique de marques dédiées à chaque circuit de distribution.

Nous avons une division « Produits Grand Public » (Elseve, Ultra-Doux, Color Naturals, Maybelline) qui commercialise nos marques en

grande distribution ; une division « Dermato-Cosmétiques » (Vichy, La Roche-Posay) orientée sur les pharmacies ; une division « Produits Professionnels » (L'Oréal Professionnel, Kerastase) qui s'adresse aux salons de coiffure et enfin une division « Luxe » (Lancôme, Biotherm, Giorgio Armani, Yves Saint-Laurent, Urban Decay) pour les parfumeries sélectives. Depuis peu, nous avons aussi ouvert une activité « Retail » avec notre marque Kiehl's, présente à Baneasa et Afi Cotroceni.

La gazette : Cela représente combien de salariés ?

Gilles Antoine : Nous sommes 185 en Roumanie. Il n'y a pas d'unité de production, nous faisons principalement du marketing et de la vente. Les unités de production sont organisées par type de produits et sont, elles, réparties dans le monde.



La gazette : *Comme dans les autres entreprises, connaissez-vous aussi des rotations salariales importantes ?*

Gilles Antoine : Oui, nous avons aussi un turn over assez important, que l'on peut expliquer de deux façons chez nous. Tout d'abord, il y a un aspect générationnel. Lorsqu'il s'agit d'un premier emploi, les jeunes Roumains le considèrent plus comme un complément de formation qui leur permet de peaufiner leur apprentissage. Et ensuite, certains partent pour s'essayer à autre chose.

Puis, nous avons constaté une autre forme de turn over qui concerne les cadres et qui est liée à des responsabilités importantes, confiées dans certains cas, trop tôt. La volonté de progresser est très forte en Roumanie, mais lorsque la promotion est proposée, certains prennent peur devant l'obligation de résultats qui accompagne la responsabilité. Nous avons perdu des salariés performants de cette façon. La volonté de progresser doit s'accompagner de patience et d'expérience.

La gazette : *Vous avez beaucoup d'expatriés ?*

Gilles Antoine : Nous sommes 4 expatriés en Roumanie. Et les quatre directeurs généraux de nos divisions ne sont

pas Français ; il y a deux Roumains, une Bulgare et une Turque.

La gazette : *Quelles sont les valeurs véhiculées par L'Oréal ?*

Gilles Antoine : Au-delà de la performance économique de l'entreprise, dont les fondements sont la recherche et l'innovation, 4 valeurs sont très ancrées dans notre culture d'entreprise : Respect. Courage. Intégrité. Transparence ; ces valeurs définissent notre vision de l'éthique, qui est un sujet capital dans notre façon de concevoir le Business ; nous avons une tolérance 0 face à la corruption. Nous sommes très vigilants sur la façon de manager les équipes, nous avons une vision long terme sur la responsabilité sociétale de notre entreprise qui incorpore le respect de l'environnement, le partage de la croissance avec les communautés qui nous entourent, etc.

Concrètement, nous veillons à la réduction de l'utilisation de l'eau, à la gestion et au recyclage des déchets ; nous sous-traitons à des entreprises qui travaillent avec des personnes handicapées et sommes extrêmement attentifs à ce qu'aucun de nos partenaires n'emploie des enfants. Nos employés ont des formations sur l'éthique de l'entreprise ; c'est un motif de fierté pour chacun d'entre nous.

La gazette : *Vous avez des exemples localement ?*

Gilles Antoine : Oui, en Roumanie, nous avons ce qu'on appelle le « Citizen Day ». Une fois par an, tous les salariés consacrent une journée au bénévolat. Depuis 3 ans, nous nous mobilisons pour aider un hôpital pour enfants, nous avons aidé à la rénovation et au nettoyage de l'établissement. Lorsque plus de 160 personnes travaillent toute une journée sur un site, des résultats spectaculaires sont obtenus. Cette journée a en plus un effet de cohésion sur l'équipe qui trouve du sens dans cette action.

La gazette : *Quel est votre grand challenge en Roumanie ?*

Gilles Antoine : C'est de devenir numéro 1. Pour l'instant, nous sommes derrière l'américain Avon, dont la méthode « porte-à-porte » fonctionne bien dans un pays encore très rural comme la Roumanie. Pour cela, notre challenge se situe à plusieurs niveaux : affiner notre offre produits, établir des schémas de distribution novateurs, développer notre business on-line. Tout cela passe par des équipes de qualité. Notre grande fierté est de voir des salariés roumains qui partent en expatriation dans d'autres pays.

La Gazette : Quelles sont les difficultés que vous rencontrez au quotidien ?

Gilles Antoine : Notre difficulté est de réussir à nous projeter sur le long terme. Il est important, bien entendu, d'être flexible, mais aussi de tenir une trajectoire. Il faut parfois lutter contre la tentation de « l'excès de créativité » qui nous fait trop souvent changer les décisions au quotidien.

La Gazette : Comment faites-vous pour vous positionner dans un pays ?

Gilles Antoine : Tout d'abord, nous investissons beaucoup dans la connaissance de nos consommatrices. Nous effectuons des visites à domicile (environ 4 vagues sur une période de 18 mois) pour mieux comprendre nos clients. Nous testons nos films publicitaires. Bien entendu, notre positionnement diffère en fonction de nos marques et nos stratégies en matière de publicité aussi. Par exemple, pour la marque L'Oréal, nous accentuons le côté glamour et luxe avec des égéries internationales, alors que pour Garnier, qui a une image plus « nature » et plus proche des gens, nous choisissons souvent des égéries locales. En Roumanie, l'image de notre marque Garnier Color Naturals est promue par la chanteuse Andra.

La Gazette : Quelles sont les habitudes des consommatrices roumaines en matière de beauté ?

Gilles Antoine : Les femmes roumaines font très attention à leur apparence. Elles sont dans une relation de séduction aux autres. Donc le maquillage revêt une grande importance. Nous avons étudié leur routine de maquillage : elles se maquillent 4 à 6 fois par semaine et sont très réceptives à la nouveauté.

Le panier moyen consacre à l'Hygiène Beauté est ici d'environ 40/ 50 euros par an, alors qu'il est en moyenne de 130 euros en Europe de l'Ouest. Le potentiel de développement est donc très intéressant.

La difficulté est générationnelle entre, d'une part, des classes d'âge (+ 50 ans) ou l'utilisation de produits cosmétiques est assez sous-dimensionnée (par exemple, la pénétration de produits Anti-Rides n'est que de 11 %) et d'autre part, les jeunes générations, qui sont extrêmement attirées par les marques, se renseignent et achètent sur Internet ; cette génération est très connectée, ce qui nous amène à avoir un développement très rapide de notre stratégie Digital.

La Gazette : Comment voyez-vous la suite ?

Gilles Antoine : Développer le e-commerce et préparer la relève !

La Gazette : Si vous étiez le journaliste dans cet entretien, quelle question auriez-vous posée ?

Gilles Antoine : Je pense que j'aurais demandé : « Dans notre monde où l'immédiateté est devenue la règle avec les réseaux sociaux, Internet, les emails, etc, comment dirige-t-on une entreprise en étant dans un mode de transformation permanente ? ». Le fameux cinquième P du marketing mix est en réalité un D, celui du Digital... On était focalisés sur le produit, sur le prix, sur la

place et la promotion. Aujourd'hui, nos stratégies sont désormais modifiées en profondeur par la dimension du digital. Il ne s'agit pas que du E-commerce. Le digital modifie notre gestion des ressources humaines, de la logistique, de l'engagement avec les consommateurs, de la publicité, de la communication de crise...

C'est l'émergence de nouveaux métiers, de nouveaux départements et le travail sur le « patrimoine digital » de chaque marque est devenu un axe central de notre travail quotidien.

Notre challenge est de faire passer notre modèle de développement d'un schéma de BEAUTY FOR ALL à un schéma de BEAUTY FOR EACH. Cela requière une transformation majeure de l'entreprise et de son fonctionnement.

*Propos recueillis par
Stéphanie Jouan*

L'Oréal Roumanie

Site officiel : loreal.ro

Facebook : facebook.com/beautyforallbyloreal

Twitter : twitter.com/@loreal

Linkedin : linkedin.com/company/1662?trk=tyah

Adresse siège : Calea Floreasca, 169 A, Cladirea A, Etaj 6, Sector 1, 014430, Bucuresti

Tel (relation consommateurs) : +40 212 040 000

Email (relation consommateurs) : contact@ro.loreal.com



Interview David Maguet

UN RESTAURATEUR FOU DE MATHS ET DE DESIGN

Si vous n'êtes jamais allés boire un verre au M60, courez-y sans tarder ! C'est un des restaurants-bars les plus tentants de Bucarest : à connaître absolument ! L'endroit est chaleureux et hautement sympathique et bénéficie d'une véritable identité : préférence aux petits producteurs roumains, menu tendance bio, atmosphère branchée...

La décoration est aussi pour beaucoup dans la sensation d'être comme chez soi. On sent chez David Maguet l'amoureux du design pointu entre ambiance fifties et meubles scandinaves. Tout à fait dans l'air du temps ! Et lorsque l'on se penche sur le parcours de David, on comprend mieux pourquoi de son restaurant émane autant d'âme, car David est un homme fin, discret, élégant, curieux et à l'écoute. Comme son restaurant qui est l'un des premiers à avoir proposé aux Roumains une alternative aux lieux bling-bling et sans âmes.

La Gazette : Comment es-tu arrivé en Roumanie ?

David Maguet : J'ai déjà vécu une première fois en Roumanie en 2007. Je travaillais à l'époque pour le ministère de l'Éducation nationale roumain. Ma mission concernait la mise en place des programmes franco-roumains pour la vingtaine de lycées proposant une filière bilingue.

La Gazette : Donc à la base, aucun rapport avec la restauration ?

David Maguet : Non, j'ai fait des études de maths, j'ai été professeur au début de ma carrière (NDLR : comme actuellement, David est aussi professeur de mathématiques au lycée français). Puis lorsque la question du service militaire s'est posée, je suis parti en coopération en Australie. Ensuite, j'ai été envoyé à Prague. Et puis je suis rentré à Paris où j'ai fait un master multimédia aux Beaux-Arts. J'ai ensuite travaillé au ministère des Affaires étrangères qui m'a envoyé en Hongrie, et ensuite donc à Bucarest en 2007 où je suis resté 4 ans, avant de partir pour Helsinki pendant 3 ans.

La Gazette : C'est à ce moment-là que tu es revenu à Bucarest ?

David Maguet : Oui. C'était l'année de mes 40 ans. Et je me suis demandé ce que j'avais envie de faire et surtout si j'avais encore envie de travailler 80 heures par semaine et si mon travail me plaisait encore. Si je voulais changer, c'était à ce moment-là. L'idée d'ouvrir une sorte de concept-store me trottait dans la tête depuis un moment. Mais où ? Et Bucarest s'est imposé. C'était aussi l'occasion de rejoindre Razvan, qui allait devenir mon associé. C'était en 2013.

La Gazette : Et c'est ainsi que débute l'histoire du M60 ?

David Maguet : Pas tout à fait. Nous avons mis presque un an et demi avant de trouver l'endroit qui nous convenait. Du coup, pour moi qui étais habitué à travailler beaucoup, cette période était un peu étrange et je commençais à m'ennuyer, la recherche d'un lieu n'occupant pas tout mon temps. J'ai donc eu l'idée de revenir à mes premiers amours et de postuler au Lycée français comme professeur de mathématiques. Le hasard a fait qu'un poste venait de se libérer, ce qui arrive rarement. J'ai donc renoué avec l'enseignement et redécouvert le plaisir d'être en classe. Nos élèves à Bucarest ont tous des origines et des parcours différents, j'adore ça, c'est très enrichissant !

Mais revenons au M60 ! À la base, nous souhaitions ouvrir un concept restaurant-magasin, type Merci à Paris. Mais il nous fallait un grand espace, mais c'était impossible à trouver : soit trop excentré, soit trop de travaux à prévoir, soit le loyer était beaucoup trop élevé. Et en passant dans le quartier de la piata Amzei, j'avais repéré cet endroit qui allait devenir le M60, mais nous le trouvions trop petit même si nous adorions l'idée des grandes fenêtres.

La Gazette : Et au final vous vous êtes laissés tenter ?

David Maguet : Oui, ne trouvant pas le lieu idéal, nous avons changé nos projets et avons décidé de n'ouvrir qu'un café.



Photo : B. chereil

L'espace de la strada Mendeleev nous a alors semblé idéal. En six semaines, les travaux étaient faits et nous avons ouvert en décembre 2014. Et après coup, nous nous sommes dits que nous avons eu raison de commencer par un café, je ne sais pas si les Roumains auraient adhéré au concept-store promouvant des petits créateurs de gamme intermédiaire.

La Gazette : Est-il facile d'ouvrir un café-restaurant en Roumanie ?

David Maguet : Pas toujours, car les normes en termes d'hygiène et de sécurité ne sont pas très définies. Nous avons donc du faire appel à des consultants pour être sûrs d'avoir une cuisine « nickel », mais même comme cela parfois, les experts se contredisaient... Constituer l'équipe n'a pas toujours été facile non plus. Il n'y a pas vraiment de formations dans ces domaines, il n'existe qu'un seul lycée hôtelier en Roumanie. Mais maintenant, notre équipe est au complet, nous sommes 12 au total, dont 3 en cuisine. Nous sommes ouverts de 8h00 du matin jusque 01h00 du matin, nous devons donc être nombreux. L'équipe est stable, car nous essayons de proposer des salaires corrects, des

primes sur bénéfiques et puis il y a les pourboires, et enfin nous faisons évoluer certains à des postes de manager. Et ça fonctionne.

La Gazette : L'ambiance du M60 est très sympathique. L'endroit ressemble à ce que tu voulais ?

David Maguet : Nous voulions décorer l'endroit à la manière scandinave. Sûrement mes années passées à Helsinki ! Et surtout, nous voulions proposer un maximum de produits roumains en tablant sur la qualité. Nous refusons l'utilisation de produits surgelés ou trop industriels. Bien entendu, les prix s'en ressentent et sont plus élevés que dans un bar standard, mais cela n'a rien de prohibitif.

La Gazette : Le succès a été immédiat ?

David Maguet : Oui, et cela a été un mystère, car nous n'avions fait aucun plan de communication, juste un peu sur Facebook. Le premier mois, nous avons attiré les hipsters de Bucarest, qui représentent maintenant 5 % de notre clientèle. Le bouche à oreille est parti de là, nous avons eu des articles dans des magazines branchés dont

récemment dans le magazine anglais Monocle. L'ambiance cosy et le fait que ce soit l'un des premiers lieux non-fumeurs nous ont aidés à nous faire connaître. Notre clientèle est maintenant composée de Roumains d'une quarantaine d'années ayant bossé à l'étranger pour la plupart et quelques Français le week-end. On se rend compte que quand on fait quelque chose qui tient la route, ça marche !

La Gazette : C'est quoi la suite ?

David Maguet : C'est l'ouverture d'un Gradina M60 pour cet été. C'est en cours de négociations !

On attend donc avec impatience de siroter un cocktail dans un fauteuil en rotin scandinave à l'ombre d'une jolie guirlande lumineuse ! Je nous y vois très bien !

*Propos recueillis par
Stéphanie Jouan*

M60

Facebook : facebook.com/m60cafeamzei/
Instagram : instagram.com/m60_cafe/
Adresse : Strada Mendeleev, 2, Bucuresti
Email : hello@m60cafe.com

Portrait Ghislain Moritz

DEVIN EN VIN



Photos : D.R.

« Entre-prendre » son destin

« Prendre entre » ses mains sa trajectoire et réaliser un rêve.

C'est le choix de Ghislain Moritz qui, il y a 5 ans, a pris la décision de venir s'installer en Roumanie, plus précisément à Dragasani, au coeur du Judetul Valcea. Récit.

Certains trajectoires ne sont pas issues du hasard, il faut insuffler une énergie pour donner vie à ses envies et... « ce qui doit arriver arrive »...

Août 2009. Ghislain a 25 ans, la vie devant lui et déjà quelques expériences au compteur.

Après son baccalauréat à 18 ans, et parce que les voyages forment la jeunesse, il part au bout du monde, vers des destinations « Nature », en Australie et Nouvelle-Zélande où il bourlingue certes, mais il travaille aussi, dans le milieu agricole et surtout - surtout, dans les vignes.

En rentrant de ses aventures, il revient fort de deux grandes révélations.

La première est qu'il souhaite travailler dans le domaine du vin, car c'est un concentré de tout ce qui l'attire : la nature, un produit « social, festif, gastronomique » et bien sûr le lien patrimonial car Ghislain veut partager ses racines. La seconde est qu'il aimerait vivre sa vie comme un voyage: partir, rencontrer, travailler ailleurs, mais... moins loin que l'Océanie, car pour cet Alsacien d'origine, la famille et les amis sont essentiels aussi, et il faut pouvoir « rentrer » aisément. Ainsi, ni une ni deux, il suit un cursus d'oenologie en alternance et apprend le métier d'oenologue en Bourgogne pendant 5 ans. Puis, il sent que c'est le moment pour lui de passer à l'étape suivante, de prendre un nouveau

train en explorant d'autres terres. Il décide donc de contacter des domaines viticoles en Roumanie. Pourquoi ce pays en ligne de mire? Car il cherche une aventure de proximité et l'Europe de l'Est lui paraît idéale : à la fois proche de Paris et des siens tout en incarnant une aventure potentiellement « Bohème » et francophile. Il démarre alors des recherches principalement via Internet et multiplie des emails tous azimuts...Mais le temps passe et il ne collecte aucune réponse. Chou blanc.

Quelques mois plus tard, ayant finalement suivi une opportunité au Portugal, notre jeune oenologue reçoit un coup de fil et la Roumanie va revenir au galop. Il est contacté par le domaine de Prince Stirbey



(domaine viticole roumain de Dragasani) qui lui indique qu'ils ont bien reçu son CV, mais qu'ils ne recherchent personne. Par contre, ils ont un voisin qui monte un projet de rénovation de vignoble et qui constitue son équipe... C'est ainsi que Ghislain sera mis en relation avec Valeriu et Cristiana Stoica, heureux propriétaires du domaine Avincis en grand projet de renaissance. Et comble du hasard... Ils sont à Lisbonne pour les vacances. Trois jours plus tard, Ghislain et ses futurs patrons font connaissance en terrasse place du Commerce à Lisbonne. À ce moment-là, il ne sait pas encore que sa vie va changer et qu'il rejoindra bel et bien les terres de l'est.

Après un voyage de reconnaissance en novembre 2009, sous la pluie, dans le brouillard, dans un automne humide et brumeux, Ghislain découvre le domaine Avincis en travaux, les ouvriers au travail dans la boue...

Mais c'est un moment décisif : il est frappé par la beauté du projet sur les plans de l'architecte. Ainsi, c'est en avril 2010 qu'il vient s'installer dans la campagne roumaine, au poste d'oenologue pour le domaine, du haut de ses 26 ans. Quelques mois plus tard, Angela, l'élue de son cœur restée à Paris, veut elle aussi le suivre dans cette aventure et elle rejoindra l'équipe d'Avincis en tant que responsable marketing en 2011. Le contexte est idyllique pour construire le projet, le développer, et travailler sur les nouveaux vins.

Bien sûr, l'adaptation demande quelques efforts face à l'isolement et à l'immersion culturelle mais en quelques mois Ghislain et Angela ont compris les modes de fonctionnements des habitants de la région, ils deviennent bilingues rapidement et répandent leur bonne humeur. Nos amoureux de nature et d'aventure exercent leur métier sur le développement du projet au cœur d'une équipe de 15 personnes répartie entre les vignes, la cave, les bureaux, et la partie gîte.

Pour Ghislain, les missions sont intenses entre le conseil sur le choix des cépages, la surveillance du vignoble (sols, feuillages, floraison), la supervision des vendanges, les étapes de la vinification, puis la commercialisation, la promotion, la présence sur les salons, la réception des clients professionnels, les dégustation « techniques »...

Son quotidien varie au rythme des saisons bien entendu. Pendant la maturité, le contrôle est quotidien en août et septembre. Pendant la vinification, dans les caves, il faut contrôler les cuves, les températures, combler la part des anges dans les barils...

Un autre défi important pour Ghislain a été de comprendre le marché, un marché qui évolue, avec une clientèle qui change en Roumanie : une clientèle qui s'ouvre, se sophistique, s'éduque. Les modes de consommation évoluent, les jeunes Roumains s'intéressent de plus en plus au vin qui est aujourd'hui davantage apprécié en tant que tel et moins sous forme de Spritz comme leurs aïeuls. C'est un travail de longue haleine aussi pour ne pas faire du vin un produit snob mais un produit abordable, festif, social. La dégustation est de plus en plus en vogue dans les restaurants ou bars urbains. Il faut aussi proposer des produits qui correspondent aux différents pouvoirs d'achat.

Avincis produit en moyenne 135 000 bouteilles par an depuis 2010 et exporte 15 % de sa production, vers la Chine, les Etats-Unis, le Japon, le Royaume-Uni et la Belgique.

Onze cépages (blancs et rouges), treize vins différents... Lorsque Ghislain parle de ses coups de coeur et des best-sellers d'Avincis, on rêverait de déguster un verre en même temps ! À commencer par le tout dernier rouge « Negru de Dragasani » qui est pour lui le plus intéressant et celui que les étrangers importent. Il n'existe que 15ha de ce cépage en Roumanie et Avincis en a 3. Ou encore leur vin blanc « Cramposie Selectionata », cépage local de Dragasani, une curiosité avec une très belle acidité et une minéralité surprenante. À marier avec des fruits de mers, poissons, salades... Enfin leur « Cuvée Petit Sauvignon Blanc » est un incontournable, en mode plus classique comme un vin du bordelais ou du nord de l'Italie. Un vin pour plats plus gastronomiques, crémeux, goûteux... Sans oublier le « Feteasca Regala », cet assemblage unique fait à partir d'un cépage local et d'un cépage occidental (30 % Feteasca Regala - 70 % Pinot Gris). Un de leurs meilleurs vins qui se déguste avec des plats plus élaborés : viandes blanches en sauces crémeuses, risotto aux truffes, fromages...

Bien que l'image de la Roumanie puisse être parfois ressentie comme « abimée », Avincis est un ambassadeur formidable qui renverse cette tendance et brise également l'ancienne réputation des vins roumains de basse qualité. C'est visible sur les salons où Avincis expose en Europe (Allemagne, Royaume-Uni, Pologne, Lituanie...) : l'intérêt des distributeurs grandit et ceux qui ont la curiosité de s'arrêter pour déguster repartent l'esprit plus ouvert et les bouteilles dans leur panier.

Pour Ghislain, c'est en cela que réside son plus grand succès : la reconnaissance de son travail, les compliments et encouragements des professionnels du milieu, qu'ils soient sommeliers, restaurateurs, importateurs ou distributeurs.

La préoccupation du moment pour l'oenologue d'Avincis, c'est de continuer la promotion, surtout au printemps, qui est la période dédiée à la communication pour le milieu viticole. C'est en ce moment qu'ont lieu les salons. Bientôt aussi vont commencer les embouteillages des récoltes 2015 et ce jusqu'au mois d'août. Ensuite, un nouveau cycle de la vie du vin recommencera avec les prochaines vendanges de fin d'été.

Ghislain est heureux en Roumanie : il apprécie son style de vie à la campagne, avec quelques escapades bucarestaises certains week-ends pour voir les amis.

Il apprécie la douceur, la paisibilité. Jeune papa depuis quelques mois, il est agréable de commencer à élever son fils au milieu des vignes. De plus le rapport amical, voir familial construit avec le couple Stoica est un confort essentiel. La confiance qui lui est portée est aussi un grand atout depuis le départ de l'aventure et au quotidien. Quand Ghislain conte sa passion, nous sommes sous le charme d'un jeune homme entreprenant, passionné, qui partage avec élégance et simplicité son amour du vin et de la vigne.

Le destin est bel et bien en marche.

Marion Hegarty

Tous les vins et les adresses pour les trouver sur <http://www.avincis.ro/>

Un week-end à Avincis ?

Le gîte offre 14 chambres, une capacité d'accueil de 28 personnes qui attire des événements dégustations, familiaux, des team buildings. Des installations sportives complètent l'aspect viticole, ainsi que des balades dans la région avec visite de monastère du XVI^e siècle.

Toutes les offres de dégustation sont en ligne sur le site et pour les offres avec hébergement, les prix sont entre 60 et 150 euros /jour/personne en fonction des options choisies.

Avincis

Adresse Siège : Str. Dr. Grigore Romniceanu nr. 15, sector 5, 050574 București, România

Mobile : (+4)0751 199 415

Email : avincis.vinuri@avincis.ro

Interview Pascal Hegarty

ORANGE SERVICES

LA GÉNÉRATION Y, MOTEUR DE L'INNOVATION

Avec 10 millions d'abonnés, Orange est le leader aujourd'hui en Roumanie sur le marché du mobile face à Telekom (opérateur historique) et Vodafone.

Le secteur Telecom en Roumanie fait preuve d'un développement exemplaire : très importante capacité des réseaux (excellente couverture de la population en 4G), fort taux d'équipement en smartphones, appétit de la population pour le digital. La consommation de data est exponentielle et la Roumanie est un marché nettement comparable avec d'autres pays d'Europe.

Pascal Hegarty s'est installé à Bucarest il y a deux ans en tant que directeur d'une filiale détenue à 100 % par Orange Roumanie : Orange Services. Entretien avec le patron d'une entité jeune et innovante du groupe.

La Gazette : Quel est votre rôle et que fait exactement Orange Services ?

Pascal Hegarty : Je dirige la filiale Orange Services, filiale qui fournit des services Telecom et Informatiques aux autres entités du groupe Orange.

La raison d'être de cette entité, créée il y a deux ans, relève du contexte roumain qui, au fil du temps, s'est fortement développé dans les domaines de l'informatique, de l'IT, des services telecoms, jusqu'à être devenu aujourd'hui un des hubs principaux européens voire même globaux dans ces domaines-là.

La Roumanie a eu des atouts majeurs pour le secteur ces 15 dernières années : une population jeune, éduquée avec de très bons

curus scientifiques, multilingue et de surcroît dotée d'un esprit d'entreprise très développé et une compatibilité culturelle naturelle avec une bonne partie de l'Europe de l'Ouest de part ces origines latines. Ainsi, de plus en plus d'entreprises se sont intéressées à la Roumanie et aujourd'hui, les principales enseignes du secteur sont installées de manière très significative comme les éditeurs informatiques (Microsoft, Oracle, Ubisoft, ...), les intégrateurs informatiques incontournables (Capgemini, Accenture...) et même maintenant les équipementiers télécoms comme Ericsson ou Huawei qui desservent toute l'Europe voire plus à partir de la Roumanie.

Aujourd'hui, le secteur est non seulement très important au niveau européen, mais au niveau roumain, il est stratégique puisque la croissance de ce secteur est à 2 chiffres en Roumanie depuis 10 ans et représente entre 5 et 10 % du PIB.

Attiré par ce contexte, le groupe Orange a commencé petit à petit à s'appuyer sur la Roumanie pour la partie « services informatiques », et il y a deux ans, on a décidé de structurer cette activité avec la création d'Orange Services qui aujourd'hui compte 450 employés dans des domaines très variés comme le développement informatique, l'analyse de données, la supervision de plateformes. Les équipes fournissent leurs services pour le groupe Orange dans le monde entier.

La Gazette : Cette dynamique de secteur pose-t-elle des challenges dans la gestion de la filiale ?

Pascal Hegarty : Absolument, et précisément dans le secteur des ressources humaines. L'explosion du secteur fait que les certains profils sont maintenant très courus. Cela nous met la pression en tant qu'employeurs pour séduire les meilleurs talents. Trouver les bonnes personnes, les garder, les développer et assurer une continuité dans le service qu'on propose, tout en assurant une croissance... Dans ces conditions, le principal défi est de passer d'un mode low cost à coût faible comme il y a 10 ans à un mode « qualité ». De ce point de vue, le niveau que je constate en Roumanie est déjà très bon. Mais il ne suffit plus aujourd'hui d'être un très bon ingénieur : ce qui fait maintenant la différence, et c'est là qu'est notre défi humain et managérial, est de travailler mieux, de livrer mieux, avec innovation, et de rester à la pointe de ce côté-là, car ce n'est plus sur le coût que nous pourrions nous différencier dans les offres que l'on propose.

La Gazette : Quelle est la compétence clé pour l'employeur alors ?

Pascal Hegarty : Réussir à entraîner des équipes sur des choses nouvelles, au delà d'un horizon non-expérimenté jusqu'alors. Pour entraîner dans un pays différent du sien, il faut une capacité d'adaptation très forte pour comprendre les équipes et les embarquer.

Culturellement, il n'y a pas de difficulté majeure, car il y a une interaction humaine et professionnelle très simple et très appréciée entre les équipes à l'étranger et celles en Roumanie.

La Gazette : La rétention des talents est donc un des défis les plus importants ?

Pascal Hegarty : Oui et au delà de la rétention, le développement managérial.

Avec la croissance importante et la population très jeune, le premier challenge est le recrutement. Ensuite se pose la question de comment accompagner et mettre en place des nouvelles manières de fonctionner pour travailler de manière innovante, de manière transverse, agile et rapide, avec des populations très jeunes : voilà le vrai challenge.

La génération Y n'a pas forcément les mêmes rapports au temps et à l'employeur que notre génération pouvait avoir. Nos salariés sont de la génération Y et ont un rapport tout particulier à l'employeur, et dans leur mode de vie. Les développeurs informatiques travaillent en baskets et peuvent se détendre avec des jeux vidéo entre deux sessions de codages. On est très loin des structures classiques.

On est sur des métiers nouveaux, donc la rétention se fait différemment, en proposant un nouveau « cocktail » professionnel intégrant l'environnement de travail, la puissance de la marque et la qualité des projets.

Concernant l'environnement de travail, notre site à Bucarest est particulièrement attirant et innovant, il est essentiellement constitué d'open spaces, mais avec une multitude d'endroits « privatifs » et de détente, des accès à des consoles de jeux, des murs végétaux, une cantine hyper moderne...

Cet aspect est fondamental, car les jeunes doivent se sentir bien sur leur lieu de travail et s'y projeter. La moyenne d'âge de notre branche est de 29 ans !

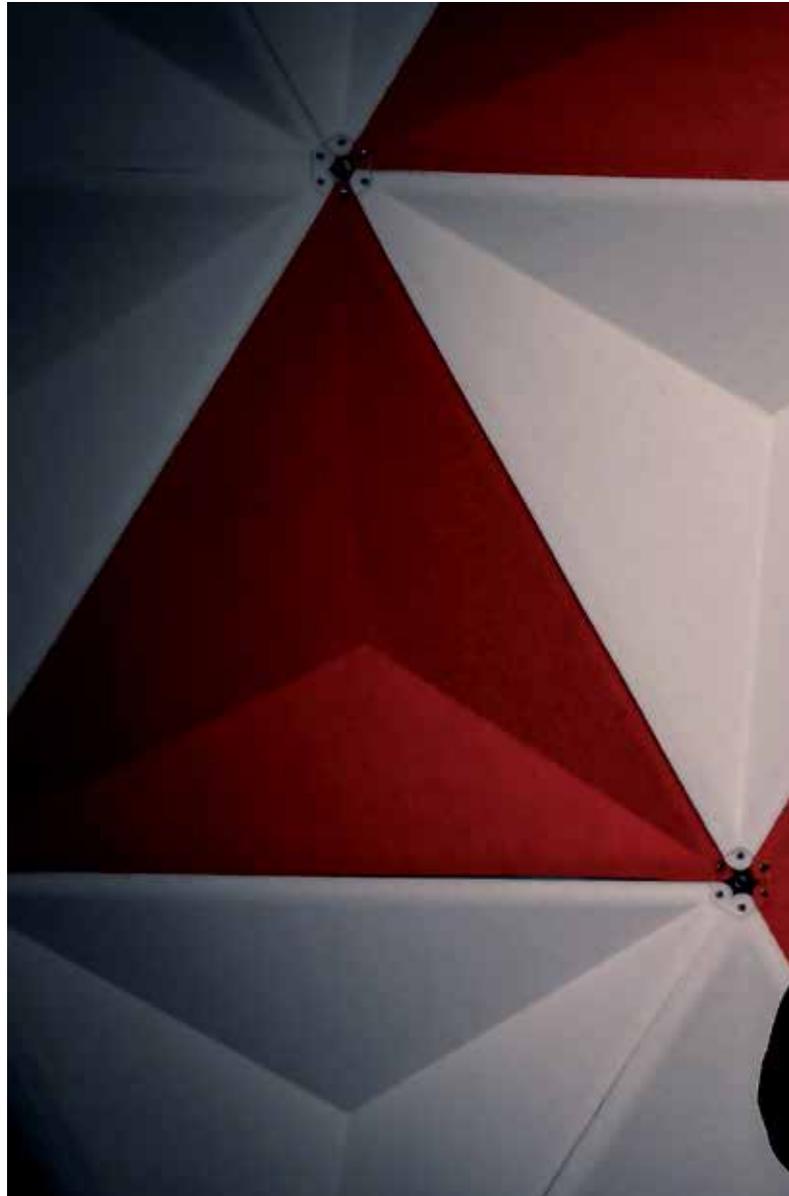
L'environnement de travail doit être en phase avec l'image de la marque et Orange est un levier qui attire beaucoup.

Le troisième paramètre, c'est la qualité des projets : il faut qu'ils soient intéressants et stimulants. Le fait de proposer des projets internationaux, de mélanger des sujets complètement innovants comme les objets connectés, le Bigdata... Voilà comment attirer des talents et les garder.

Je pense qu'on retient les gens par leur envie de rester, leur développement personnel. Ensuite, il faut qu'on accompagne, qu'on forme...

Ce qui est particulièrement appréciable et apprécié, et ce qui me donne beaucoup de plaisir, c'est qu'humainement en Roumanie, le domaine

Photo : B. Chereel



des possibles est toujours ouvert : nos équipes sont orientées « solutions » avec de la bonne volonté.

Après dans la durée, il faut que la Roumanie garde cette dynamique. Il faut continuer de développer la formation, y compris dans les domaines du management, se donner les moyens de garder les meilleurs talents en Roumanie et permettre aux entreprises de monter en valeur.

La Gazette : La part du digital est tout aussi développée j'imagine dans la communication interne ?

Pascal Hegarty : Les outils digitaux sont essentiels. Ils sont plus efficaces, plus personnalisés et évidemment plus interactifs. Nous digitalisons tous les supports, nous avons par exemple un réseau social interne, une sorte de Facebook à nous, qui permet de communiquer de manière interactive et immédiate. Ce mode de communication et d'interaction est essentiel pour des moins de 30 ans.

La Gazette : Vous étiez au Moyen-Orient précédemment, quelles sont les différences interculturelles ?

Pascal Hegarty : Ici, je n'ai pas l'impression d'être dans un défi interculturel quotidien très fort comme j'ai pu le vivre dans le golfe. En très forte compatibilité avec l'Europe, les Roumains voyagent



très bien et interagissent parfaitement avec les pays où nous opérons y compris en Afrique. Donc il y a encore beaucoup d'opportunités à saisir pour la Roumanie en améliorant continuellement la valeur des prestations.

La Gazette : On parle quelles langues chez Orange Services ?

Pascal Hegarty : La langue de travail au quotidien est l'anglais, mais toutes nos équipes sont en partie francophones et certaines le sont complètement. On a des professeurs à plein temps qui forment les collaborateurs. Même si les jeunes ne parlent pas forcément français en entrant chez Orange Services, ils l'apprennent très vite et tout le monde suit les cours. Le français « business » est clairement déployé pour pouvoir travailler avec toutes les zones francophones. Les niveaux sont bons et que ce soit avec l'Afrique francophone ou la France, c'est un élément différenciateur très important et nous cherchons en permanence des francophones. D'ailleurs, la communauté française et francophone nous intéresse, car il y a forcément des parcours et des compétences qui peuvent nous intéresser !

À bon entendre !

*Propos recueillis par
Marion Hegarty*

Orange

Site officiel : orange.ro

Facebook : facebook.com/orangeromania

Twitter : twitter.com/orangeromania

Youtube : youtube.com/user/orangeromania

Instagram : instagram.com/orangeromania/

Adresse sièges : Bd. Lascar Catargiu, 47-53 ou Strada Gara Herastrau, 4, Skanska Green Court, Cladirea A, Parter, Bucuresti

Interview Hélène Cherel

ONEY LE CRÉDIT HUMAIN

Hélène Cherel est la directrice de Oney Banque Accord Roumanie, une entité du groupe Auchan, spécialisée dans le crédit à la consommation, la monétique, la gestion des moyens de paiement et la connaissance client.

Oney est donc un des éléments de la galaxie Mulliez et cela se voit. La même philosophie de l'entreprise que dans les autres filiales du groupe se fait sentir : ici, l'intérêt du client est primordial... et même si l'on parle de produits bancaires. Hélène nous le démontre en répondant à nos questions avec générosité et franchise.

La Gazette : *Comment Oney est arrivé en Roumanie ?*

Hélène Cherel : Oney étant une filiale d'Auchan, nous sommes arrivés en même temps qu'Auchan en 2007. Lorsque Oney arrive dans un pays étranger, il y a deux stratégies d'implantation : soit nous associons à une banque qui a pignon sur rue et qui s'occupe de notre back office (moteur financier, call center, comptabilité, juridique) et nous gardons la relation client ; soit nous sommes totalement indépendants, comme en France, en Espagne et au Portugal.

La Gazette : *Qui est votre partenaire ici ?*

Hélène Cherel : Nous travaillons avec Cetelem, comme c'est le cas dans d'autres pays. Nous avons des pratiques assez proches.

La Gazette : *Avec quelles enseignes travaillez-vous en Roumanie ?*

Hélène Cherel : Auchan bien sûr, mais aussi Leroy Merlin et Norauto, qui sont des filiales du groupe Mulliez. Nous proposons des crédits et des cartes « magasins » sous la forme d'une carte Mastercard. Nous proposons aussi des services d'assurances auto et maison et des extensions de garantie. Dans chaque magasin, nous avons un petit bureau. Cela représente une centaine de salariés dont 90 % sont sur le terrain.

La Gazette : *Quelles sont les particularités d'un pays comme la Roumanie dans votre domaine ?*

Hélène Cherel : Déjà, nous sommes dépendants de la politique d'implantation d'Auchan. Ici l'enseigne a fait le choix de s'installer dans des quartiers populaires. Ils pratiquent la politique du Every Day Low Price. Notre clientèle est donc modelée par ces choix. Il s'agit plutôt de personnes de plus de 40 ans au revenu faible et n'ayant pas fait d'études universitaires.

La Gazette : *Quels sont les produits bancaires qui fonctionnent le mieux ?*

Hélène Cherel : Principalement les crédits à la consommation. Les assurances ne fonctionnent pas très bien. Les Roumains se disent que « ça ne peut pas arriver », donc ça ne sert rien. Mais le crédit à la consommation est très encadré en Roumanie, plus qu'en France. Il faut bien sûr une pièce d'identité, mais aussi une copie de fiche de salaire revêtue d'une apostille, puis nous vérifions si le client a contracté d'autres crédits, nous calculons l'endettement et enfin si tous les voyants sont positifs, nous ouvrons une ligne de crédit.





La Gazette : *Vous arrive-t'il de refuser des crédits ?*

Hélène Cherel : Oui souvent. Notre philosophie est d'aider les gens à avoir une qualité de vie supérieure. Le but est qu'ils améliorent leur vie au quotidien, pas qu'ils s'endettent. Nous refusons donc systématiquement les crédits quand nous jugeons que le client n'a pas la capacité de rembourser. Lorsque nous refusons, c'est dans l'intérêt du client. Nous proposons aussi du 3 fois sans frais à taux 0 sur un certain nombre de produits. La durée d'un crédit peut aller jusqu'à 60 mois, mais c'est très rare que les clients souscrivent ce type de crédits, le plus souvent, nous proposons des crédits sur 12 mois.

La Gazette : *C'est rare d'entendre un tel discours ?*

Hélène Cherel : Déjà, c'est la politique de notre entreprise, et puis personnellement, j'ai travaillé au service recouvrement dans ma carrière et cela m'a permis de comprendre comment quelqu'un peut tomber dans une spirale dramatique. Je suis très sensible à cela. Mais de toute façon, avec la crise de 2008, les sociétés financières ont été obligées de se repenser autrement.

La Gazette : *Quelle est la suite ?*

Hélène Cherel : Avec le rachat de Baumax par Leroy Merlin, nous nous retrouvons avec un parc de magasins plus important. Donc il va falloir accroître nos effectifs.

La Gazette : *Vous formez vos équipes ?*

Hélène Cherel : Déjà, nous ne recrutons que des personnes ayant au minimum un niveau bac, qui seront ensuite formées en interne. Les formations concernent nos produits financiers, mais aussi l'histoire d'Auchan. Nous avons en France une équipe de formateurs, la Oney University, qui se déplacent dans les divers pays du groupe pour former les équipes.

La Gazette : *Est-ce que vous rencontrez des difficultés avec la rotation salariale ?*

Hélène Cherel : Le Turn Over s'est beaucoup réduit. Notre souci est plutôt le recrutement, nous avons ouvert de nombreux magasins en même temps et il faut donc trouver les bonnes personnes. Nous avons fait évoluer des gens en interne.

La Gazette : *Et pour terminer cet entretien, c'est comment de travailler en Roumanie ?*

Hélène Cherel : C'est très enrichissant. On a une équipe constituée de beaucoup de jeunes qui sont très attachants et très impliqués. On les sent amoureux de leur pays, ils ont envie que la Roumanie avance. L'ambiance est conviviale dans l'équipe, nous fêtons les anniversaires, les dates importantes, comme Martisor, le 8 mars... C'est un vrai état d'esprit.

*Propos recueillis par
Stéphanie Jouan*

Oney Banque Accord Roumanie

Site officiel : auchan.ro/node/354 - Facebook : [facebook.com/AuchanRO](https://www.facebook.com/AuchanRO)

Twitter : twitter.com/auchanromania

Youtube : [youtube.com/channel/UCwdItoBh8R3FvEuLwKOYxA](https://www.youtube.com/channel/UCwdItoBh8R3FvEuLwKOYxA)

Adresse siège : Bd. 1 Decembrie 1918, 33 A, 11351

Bucuresti - Tel : +40 214 080 109

Interview Christophe Benzimra

PLEXIROM, UNE HISTOIRE INCROYABLE

Fondé en 1995, Plexirom est devenu en l'espace de 20 ans le leader européen dans la fabrication de produits et accessoires en plexiglass. Au centre de ce succès entrepreneurial se trouve le directeur général de la société Christophe Benzimra, un vrai self-made man impressionnant de modestie et de gentillesse.



Photo : B. Chereil

Né sur la Côte-d'Azur, à Nice, il se laisse tenter, au début des années 90, par le goût de l'aventure.
Destination : la Roumanie.

La gazette : *Cela fait 22 ans maintenant que vous vous êtes établi en Roumanie. Pourquoi avoir choisi ce pays parmi les autres ?*

Christophe Benzimra : On m'a parlé de la Roumanie à l'époque où je dirigeais l'entreprise familiale d'enseignes lumineuses, dans le Sud de la France. C'est en cherchant des partenaires commerciaux que mon assistante m'a parlé de la Roumanie, pays dont je connaissais très peu de choses. Nous avons organisé un court voyage au cours duquel j'ai découvert qu'il y avait un seul importateur de matières

premières pour mes produits. Alors, j'ai eu l'idée de commencer à importer et distribuer ces matières en sachant que ma compagnie en France éprouvait des difficultés et que c'était peut-être l'occasion de passer à autre chose.

La gazette : *Comment ont été les débuts de votre entreprise ici ?*

Christophe Benzimra : Ça a été une expérience assez difficile. J'ai commencé de façon très basique, sans argent. J'ai loué un petit local de 100 m² et je me suis lancé avec deux employés en fabriquant nos propres machines. J'ai commencé petitement en important des plaques de plexi que je vendais à des enseignants locaux. Rapidement, la vente de plaques m'a ennuyée et j'ai décidé de fabriquer des objets en plexi. Mon premier client a été le Sofitel

de Bucarest qui m'avait commandé 250 supports télécommandés. Nous avons passé 15 jours pour réaliser cette commande. Aujourd'hui, nous produisons plus de 50 000 pièces par jour qui sont distribuées dans divers réseaux de magasins tels que Retif, Metro ... À l'époque, nous avons diversifié la gamme de produits avec du mobilier pour les studios de télévision. Il n'y avait aucune autre entreprise capable d'offrir ce service. Ça a été le point de départ pour la compagnie.

La gazette : *Quelles ont été les difficultés auxquelles vous avez dû faire face ici en Roumanie ?*

Christophe Benzimra : Quand je suis arrivé, il y avait une grande pénurie de monnaies étrangères. Payer les fournisseurs à l'étranger était très compliqué.



Aujourd'hui, grâce à la naissance de mon fils Sacha qui a eu un an le 1er avril, j'ai retrouvé de nouvelles ambitions. Nous avons racheté une nouvelle usine de 7000 m², nous avons mis sur pied un nouveau site internet. J'ai également recruté un directeur international pour former un réseau d'agents commerciaux dans les différents pays européens. Nous participons à un grand nombre de salons en Europe. Nous cherchons à nous améliorer constamment en investissant dans des nouvelles machines, en améliorant nos packaging, en cherchant des nouveaux collaborateurs et en ouvrant de nouveaux pays.

La gazette : *Vous n'avez pas envie de retourner en France ?*

Christophe Benzimra : La France reste mon port d'attache. Cependant, je trouve que j'ai une belle qualité de vie ici en Roumanie. Le pays est très sympathique et je me suis fait de nombreux amis. J'y trouve une chaleur et une joie de vivre extraordinaires. Mes quatre enfants sont tous nés ici. C'est également un pays où la main d'œuvre reste abordable, où la fiscalité est avantageuse, où il n'y a pas d'insécurité et où l'on peut continuer à faire des affaires. Tout cela me pousse à dire que je ne suis pas près de quitter ce pays.

*Propos recueillis par
Ileana Herling*

On pouvait attendre des semaines voire des mois avant de pouvoir faire l'échange de nos LEI en devises. Mais mes partenaires m'ont toujours fait confiance et j'ai bénéficié de leur appui tout au long de cette période. En même temps, il fallait faire face à la dévaluation de la monnaie locale. L'attente nécessaire pour avoir accès aux devises se traduisait par des pertes considérables pour l'entreprise. La solution, nous l'avons trouvée dans l'exportation. L'entreprise a véritablement pris son envol à partir de là. Et maintenant, nous sommes numéro 1 en Europe, nous sommes installés dans une usine de 5000 m² et nous employons une centaine de personnes.

La gazette : *Vous avez réussi à vous tailler une place de choix dans l'industrie. Comment voyez-vous l'avenir de Plexirom ?*

Christophe Benzimra : Sur le marché européen, il y a actuellement plus de 2 000 entreprises qui œuvrent dans notre secteur d'activité, mais elles sont pour la majorité de petite taille. C'est pour cela qu'il n'a pas été si difficile de s'imposer comme un leader après quelques années, tout cela en maintenant une croissance contrôlée et sans faire la course au chiffre d'affaires.

Plexirom

Site officiel : plexirom.ro

*Adresse siège : Strada Rodnei, 66, 032918,
Bucuresti*

Tel : + 40 21 256 02 73

Mobil: +40 741 090 002

Email: export@plexirom.ro ou office@plexirom.ro

*Adresse usine : Strada Industriilor, 5, 915300
Lehliu-Gara, jud. Calarasi*

Interview Sébastien Delen

UBISOFT, LE JEU COMME CŒUR DE MÉTIER

Ubisoft Roumanie est un studio de développement de jeux vidéo fondé en 1992 et appartenant entièrement à Ubisoft, entreprise française, troisième plus grande au monde dans le domaine des jeux vidéo.

Le premier studio Ubisoft hors de France, Ubisoft Roumanie, peut se vanter de produire des jeux vidéo exceptionnels comme Silent Hunter, Blazing Angels ou H.A.W.X de Tom Clancy. Sa mission : fournir des jeux vidéo de haute qualité, à la pointe de la technologie. Au cœur de cette réussite se trouve Sébastien Delen, directeur général de la filiale roumaine.

La Gazette : Comment Ubisoft s'est installé en Roumanie ?

Sébastien Delen : Tout a commencé par une balade en train. Michel Guillemot, un des pères fondateurs de la compagnie, était en voyage touristique en Roumanie et s'est lié d'amitié avec des jeunes programmeurs voyageant dans le même wagon. Cette rencontre l'a convaincu d'ouvrir le tout premier studio Ubisoft à l'extérieur de la France, avec une dizaine de programmeurs.

La Gazette : En l'espace de 20 ans, le studio a pris de l'ampleur. Maintenant, Ubisoft emploie 1500 personnes en Roumanie. Qu'est-ce qui explique cette croissance ?

Sébastien Delen : Au début, nous avons commencé modestement. Durant les années 90, une quarantaine de programmeurs étrangers se sont joints à l'équipe. Cette situation était due en partie à des problèmes de communication. Il y avait des gens talentueux à Bucarest, mais qui avaient du mal à comprendre la vision de l'entreprise et à travailler en collaboration avec l'équipe de Paris. En 1998, afin de pallier ces difficultés, nous avons dû faire une restructuration. Depuis, Ubisoft est en forte croissance en Roumanie. Actuellement, le studio est derrière plusieurs jeux vidéo reconnus, notamment notre plus grand succès en date : Tom Clancy Division.

Ce jeu a réussi à battre tous les records de vente établis jusqu'à maintenant et nous sommes fiers de dire que notre studio a grandement contribué à sa réalisation.

La Gazette : Quels ont été les défis auxquels l'entreprise a du faire face durant les années ?

Sébastien Delen : En Roumanie, on trouve une expertise technique assez exceptionnelle. Par contre, dans l'industrie du jeu vidéo, le côté artistique et le côté créatif sont tout aussi importants. Ici, il y a de très bonnes écoles techniques, mais peu d'institutions offrent une formation en design. Pour ce qui est des métiers artistiques, ils sont très peu orientés vers le multimédia. Cela complique et allonge le temps de formation et d'adaptation pour avoir, en fin de compte, un artiste capable de travailler pour nous tout en restant compétitif.

La Gazette : Que réalise-t-on principalement au studio de Bucarest ?

Sébastien Delen : On a démarré en faisant de la création de jeux vidéo en collaboration avec le studio de Paris et celui de Montréal ainsi que d'autres studios se trouvant en Asie. Mais faire un jeu vidéo, ce n'est pas uniquement la création de contenu, il faut également le tester. Ce travail se fait à 85% au studio de Bucarest. C'est le gros de notre activité. Le studio emploie 800 personnes dans sa division de tests de jeux et nous voulons amener ce nombre à 1 000 dans les prochains mois. Ce processus nous permet, en outre, d'identifier de jeunes étudiants talentueux qui potentiellement pourront devenir les futurs designers, développeurs et programmeurs d'Ubisoft.



La Gazette : *Quels sont les facteurs qui font que la Roumanie reste pertinente ?*

Sébastien Delen : La concurrence est très présente dans notre domaine d'activité. Les modes évoluent très vite. Un succès ne garantit pas le succès futur. Il faut savoir se remettre continuellement en question. Aujourd'hui, si nous sommes à Bucarest, c'est parce qu'on peut y trouver des gens talentueux, capables de fournir un niveau de qualité qui soit à la hauteur des meilleurs studios dans le monde. C'est la seule condition pour continuer de recevoir des mandats et des budgets pour des projets supplémentaires. De plus, nous avons la chance de travailler avec des gens extrêmement motivés et impliqués dans les projets. Nous avons démarré à Bucarest, mais nous avons ouvert d'autres filiales en région, notamment à Sofia et Kiev, ce qui fait que nous sommes bien implantés en Europe de l'Est.

La Gazette : *Vous êtes arrivé en Roumanie en 1998. Comment avez-vous trouvé le pays ?*

Sébastien Delen : Dès le début, nous avons été très bien reçus. Le courant est bien passé tout de suite. Au bout de trois ans, on m'a proposé la direction d'Ubisoft Roumanie et nous avons décidé de rester. Nous nous plaisons ici, nous y avons beaucoup d'amis. Le pays est très agréable et la qualité de vie est bonne. Tous les ingrédients sont réunis pour entrevoir un avenir intéressant pour nous en Roumanie.

*Propos recueillis par
Ileana Herling*

Ubisoft

Site officiel : ubisoft.com

Facebook : facebook.com/UbisoftRomania/

Adresse siège : Bd Expozitiei, 2, 012103, Bucaresti

Tel : +40 310 403 000

Email : prromania@ubisoft.com



ICI ET LÀ, ITINÉRAIRE D'UN RESTAURATEUR VOYAGEUR

Situé au cœur de Bucarest, le restaurant de Philippe Dupré, Ici et Là, vient de déménager dans un nouveau lieu, depuis peu. Il occupe désormais le dernier étage de l'Hôtel Cismigiu.

Présent dans le paysage gastronomique de la ville depuis huit ans, il offre une des meilleures tables de Bucarest.

La Gazette : *Comment êtes-vous arrivé en Roumanie ?*

Philippe Dupré : J'ai toujours eu envie de voyager. Cette passion a fini par m'amener à Bucarest, où cette idée d'ouvrir un restaurant s'est imposée très vite. Je me suis rendu compte qu'il n'y avait pas d'autre établissement du genre dans la ville. À ce moment-là, j'y ai trouvé à la fois une belle atmosphère, et un bon potentiel d'affaires. Par ailleurs, j'ai choisi la Roumanie pour sa grande proximité avec la France, où je me rends régulièrement en famille.

La Gazette : *Vous aimez voyager dans le monde. Avez-vous pensé vous établir ailleurs qu'en Roumanie ?*

Philippe Dupré : J'ai en effet, un parcours de voyageur ! J'ai appris mon métier (entre-autres dans un restaurant étoilé au Michelin), j'ai ensuite voyagé, d'abord aux Antilles à Saint-Barthélemy, puis en Grande-Bretagne ou j'ai travaillé, dans le nord du Pays de Galle, dans les cuisines d'un grand hôtel. J'ai ensuite ouvert mon propre restaurant en France. Ça a été une belle expérience mais au bout d'un moment, nous avons décidé de plier bagage encore une fois, pour venir à Bucarest.

La Gazette : *Qu'est-ce qui vous a séduit ici ?*

Philippe Dupré : Je retrouve une certaine liberté qui me manque ailleurs. Cela, malgré une bureaucratie très lourde et un cadre légal qui nous oblige à faire face à des changements impromptus. D'autre part, j'apprécie la flexibilité des personnes qui travaillent avec nous, qualité que l'on rencontre de moins en moins. Nous faisons beaucoup d'heures dans ce métier, ce qui nous oblige à nous entourer de personnel très impliqué,

Interview Philippe Dupré



Photo : B. Cherel

plus que dans d'autres domaines. Nous avons réussi à créer une belle équipe qui travaille bien et cela bien plus facilement qu'ailleurs.

La Gazette : Comment avez-vous vécu cette aventure en famille ?

Philippe Dupré : Mes deux enfants sont nés en France, mais ils ont vécu la majeure partie de leur enfance, ici, à Bucarest. Nous avons gardé avec la France un lien important et les enfants y retournent souvent. Ils s'y sentent très bien entourés par leur famille, mais ils sont également très bien en Roumanie. Je les vois, comme moi, plutôt mobiles et non pas attachés à un pays en particulier.

La Gazette : Quelles ont été les difficultés auxquelles vous avez du faire face ?

Philippe Dupré : Dans un premier temps, nous avons du jongler avec des changements inattendus. La hausse de la TVA à 24 % en l'espace de quelques semaines en constitue un bon exemple. La quantité de procédures pour faire fonctionner

l'entreprise est un autre aspect sur lequel nous avons du passer beaucoup de temps.

Par ailleurs, nous avons du vraiment concentrer nos efforts dans le recrutement et la formation de personnes capables de fournir un produit à un haut niveau de qualité. Il n'est pas facile de trouver du personnel bien formé à l'art de la cuisine en Roumanie.

La Gazette : Des projets d'avenir ?

Philippe Dupré : Pour l'instant, nous venons de déménager dans ce nouveau lieu. Je compte bien continuer sur cette lancée. Nous sommes bien ici, en Roumanie, et nous comptons y rester pour le moment.

*Propos recueillis par
Ileana Herling*

Ici et Là

Site officiel : icietla.ro

Facebook : facebook.com/IcietLa.Restaurant.Francez

Adresse : Bl Regina Elisabeta, 38, Hotel Cismigiu (etajul 6)

Tel : +40 731 453 608

Email : contact@icietla.ro

Portrait Sidonie Mélaize

KYRALINA, LA CRÉATION D'UNE LIBRAIRE ÉCLAIRÉE

Sidonie Mézaize (un nom parfait pour un personnage de roman) a le livre dans le sang. L'amour qu'elle porte au papier est flagrant...

Kyralina est une librairie avec de vrais libraires, capables de vous embarquer dans leurs choix, de vous orienter, de vous aiguiller. On y vient en sachant que l'on trouvera son bonheur, même s'il n'est pas celui qu'on imaginait au début.

On sent ici une envie de vous porter vers le haut et de vous faire découvrir des auteurs plus confidentiels. C'est une chance d'avoir une librairie française lorsque l'on habite à l'étranger, mais en avoir une de qualité, c'est presque un miracle...

Sidonie, après une expérience dans l'édition en Allemagne, est arrivée en Roumanie en 2009, pour travailler en tant que VIE, au service « Livre » de l'institut français de Bucarest, où son travail consistait à promouvoir la littérature française et à créer des liens entre éditeurs et auteurs ; Roumains et Français.

En 2011, sa mission prend fin, mais Sidonie a déjà une idée de ce qu'elle souhaite entreprendre. Au cours de ses deux années au bureau du livre, et même si à l'époque il existe une annexe de Carturesti dans l'enceinte de l'institut, elle se rend compte que les francophones sont demandeurs d'une véritable librairie française, qu'il y a un manque. Cela fait écho chez Sidonie qui décide de se lancer avec un associé. Mais attention, sous certaines conditions ! Elle a conscience que sans un solide financement, ils ne pourront rien faire, et c'est à ce moment-là qu'elle entend parler des bourses de la fondation Lagardère. Pendant deux mois, elle se consacre entièrement au montage du dossier financier et à la rédaction du projet pour postuler au printemps 2011.

Pendant l'été, ils sont 6 à être sélectionnés et à l'automne 2011, elle apprend qu'ils ont été choisis. La bourse est pour eux.

Commence alors une période intense entre ouverture d'un compte bancaire, recherche d'un local, formation au métier de libraire, négociation avec les distributeurs, choix de la ligne éditoriale, recrutement des équipes. C'est donc une étape riche où nombreux sont les gens qui croient en eux et les aident : libraires, institut français... Le but est de garder de bons prix et des délais cohérents. Cela demande de s'investir intensément, mais Sidonie a envie de satisfaire cette demande qu'elle sent pressante.

En novembre 2012, Kyralina ouvre ses portes strada Enescu, dans le quartier de la piata Amzei. Sidonie, secondée par Faustine et Alexandru, accueille ses clients dans cette jolie maison où l'on se croirait justement comme chez soi, et où il fait bon s'asseoir dans la cour aux beaux jours. La clientèle, poussée par un « bouche à oreille » très efficace, est tout de suite réceptive à la belle sélection, autant en littérature qu'en jeunesse, choisie par la librairie.

Le lancement est donc un succès. Mais voilà, tout n'est jamais aussi simple. En 2015, quelques difficultés paraissent, puisque la librairie subit un cambriolage qui les oblige à changer de logiciel de gestion des stocks, puis des différends avec le propriétaire les décident à chercher un nouveau lieu, et enfin Sidonie souhaite rentrer en France. Mais elle ne veut pas pour autant abandonner sa librairie, elle se met donc à la recherche d'une gérante. Ce sera Valentine Gigaudaut qui vient de poser ses valises à Bucarest et qui saura faire perdurer l'esprit Kyralina tout en y apposant sa patte.



Photo : D.R.

L'équipe va dans le même temps et pour des raisons de coïncidence être totalement remplacée. Andreea et Elena arrivent elles-aussi à la librairie et proposent de nouvelles orientations, comme le développement d'un rayon « cuisine ». Sidonie peut être rassurée, même loin d'elle, sa librairie continue sur sa lancée entre rencontres d'auteurs, ateliers d'écriture, ateliers pour enfant et ce toujours dans une atmosphère chaleureuse.

C'est certain, l'envie de venir découvrir de beaux livres animera pour longtemps la communauté francophone de Bucarest. Merci Sidonie !

Stéphanie Jouan

¹ Attribuées depuis 1990, les bourses de la Fondation Jean-Luc Lagardère soutiennent des jeunes professionnels de la culture et des médias de moins de 30 ans (moins de 35 ans pour les libraires, les photographes et les scénaristes TV) dans la réalisation de leur projet. Les lauréats doivent présenter un projet original et innovant dans les catégories suivantes :

*Auteur de documentaire,
Auteur de film d'animation,
Créateur numérique, Écrivain,
Journaliste de presse
écrite, Libraire, Musicien,
Photographe, Producteur
cinéma et Scénariste TV.*

Bien plus qu'une aide financière, ces bourses sont un véritable tremplin pour la suite de leur carrière.

<http://www.fondation-jeanluclagardere.com/bourses/presentation>

LES ENFANTS DE LA GAZETTE



Photo : D.R.

Magasin

Boribon, une boutique féérique

Si vous adorez les produits de la marque Djeco, c'est le magasin à connaître. Un peu perdu au milieu de nulle part, ce superbe mais petit magasin se mérite. Mais cela vaut vraiment le coup ! En plus de trouver la quasi totalité du catalogue Djeco, vous pourrez aussi découvrir des merveilles, comme les magnifiques xylophones de la marque allemande Mercurius ou les jeux de sociétés hyper poétiques de l'espagnole Londji. Ce magasin est une mine d'or ! À vous de le trouver !

Boribon

Strada Viitorului, 21, sector 2 (à côté de la piata Gemeni)

00 40 212 111 063

00 40 727 315 551

Horaires : du lundi au vendredi de 10h00 à 19h00 et le samedi de 10h00 à 15h00

Pour tout renseignement ou pour commander en ligne : contact@boribon.ro ou www.boribon.ro

Jouet écolo

La ferme en carton de Foldo

La marque roumaine Foldo est spécialisée dans le carton : ils proposent meubles, lampes, objets de décoration uniquement réalisés à partir de ce matériel basique. Mais ce qui nous intéresse chez eux, ce sont leurs jouets en carton et en particulier leur petite ferme en carton, si jolie que l'on a limite envie de l'exposer plutôt que de laisser les enfants jouer avec !

Foldo

Sos. Morarilor, 1, sector 2, Bucuresti - 00 40 765 232 284

Pour tout renseignement : foldo.ro ou contact@foldo.ro



Sortie

Les ateliers pour enfant de l'opéra de Bucarest

L'opéra de Bucarest organise des ateliers pour enfants autour des spectacles qui sont proposés aux adultes. Le but de ces ateliers est de sensibiliser les enfants aux ballets et aux opéras, mais aussi de permettre une meilleure compréhension de l'histoire et de stimuler l'intérêt sur la durée. Ces ateliers sont proposés les samedis ou dimanches en fin de journée. L'opéra propose aussi des spectacles spécialement destinés aux enfants. Une vraie initiation à l'opéra !

Opéra de Bucarest

Blvd Mihail Kogalniceanu 70-72, sector 5 - 00 40 213 146 980

operanb.ro - Pour toutes informations relatives aux ateliers ou activités à destination des enfants, contactez Maria Popa, coordinatrice du projet, du lundi au vendredi de 10h00 à 17h00 : 00 40 743.277.254 ou popa.maria@operanb.ro ou consultez la page operanb.ro/en/proiecte/children-studio





Idée lecture

Histoires de mes 10 ans

Écrits d'après les histoires vraies d'Esther A.*, *Les Cahiers d'Esther* nous plongent dans le quotidien d'une fillette de 10 ans qui adore son papa, la chanteuse Tal et la pizza quatre fromages de chez Pizza Pino. Esther est en CM2, a un grand frère nommé Antoine (« un con ») et se rend tous les matins dans une école privée parce que son père ne veut pas la mettre dans le public (« trop dangereux »).

Esther existe vraiment, raconte Riad Sattouf dans le *Nouvel Obs* : « Un soir, un couple d'amis est venu dîner à la maison avec leur fille de 10 ans. Elle s'est mise à me raconter des histoires sur ses amies, les jeux dans la cour, les lois de l'attraction entre les élèves, ses groupes préférés, ce qu'elle aime, ce qu'elle déteste, sa vision de la société... J'ai tout de suite eu envie d'en faire une BD. En tant qu'auteur, cela m'apportait énormément d'essayer d'avoir un autre point de vue que le mien sur la jeunesse, celui d'un jeune justement », souligne le dessinateur, pour qui la jeunesse est un des thèmes favoris.

Par la grâce de cette brunette au regard aussi pointu que son nez, on découvre comment les préados français, gavés de culture pop et suréquipés en technologie, voient le monde depuis leur cour de récré. C'est drôle, acide et d'une imparable vérité.

Les parents rient, les enfants partagent. Un très bon moment de lecture pour toutes les générations.

Histoires de mes 10 ans

« *Les Cahiers d'Esther* », Riad Sattouf, Allary Éditions.

Prix : 85 lei

Stéphanie Jouan



Photo : D.R.



Photo : D.R.

LES CHOIX DE KYRALINA

À la librairie française Kyralina, quelques pépites vous attendent. Parmi les dizaines de nouveautés littéraires que nous mettons chaque semaine en rayon, nous avons pris de le temps de sélectionner des romans ayant une résonance particulière pour vous, lecteurs de Roumanie.

Kidnapping

de Gaspard Koenig

En débarquant à Londres, Ruxandra est devenue « Roxy », une nanny roumaine parmi des milliers d'autres, au service exclusif du petit George, deux ans.

Tout semble séparer David, le père, angoissé par sa carrière à la City, et cette jeune femme qui observe le mode de vie de ses employeurs avec un mélange de convoitise et de mépris. Jusqu'au jour où un important projet d'autoroute transeuropéenne met la Roumanie au cœur des préoccupations de David. Et si Roxy détenait désormais la clé de ses ambitions ?

L'Est et l'Ouest, le village et la mégalopole, la tradition et la raison : qui finira par kidnapper l'autre ?

Des beaux quartiers londoniens aux monastères des Carpates en passant par les bureaux de Bruxelles et le détroit de Gibraltar, Gaspard Koenig nous offre un roman trépidant, une satire lucide et documentée des rêves européens. Un roman où la Roumanie devient la scène d'une comédie acide, alimentée par les contradictions de notre continent.

Kidnapping, Gaspard Koenig, Grasset. Prix : 95 lei

Monsieur Optimiste

d'Alain Berenboom

« Il faut être optimiste, se dire que la haine est périssable. Les pessimistes ont fini à Hollywood et les optimistes à Auschwitz. » Charlotte de David Foenkinos.

Monsieur Optimiste, père de famille et pharmacien de quartier sans histoire est peut-être l'exception à cette sombre sentence. À la mort de ses parents, Alain Berenboom décide de ranger les archives familiales. Au fil des découvertes, se dessine le portrait de son père, Don Quichotte original et aventureux. Ses parents ont surmonté beaucoup d'épreuves, de leur voyage de noces sous les bombardements, à une amitié imprudente avec un Allemand, qui se

révèle espion du IIIe Reich. Ils pensent avoir tué à tout jamais la perte de la sœur cadette dans le ghetto de Varsovie et leur vie d'avant.

Dans ce spectacle, tantôt burlesque, tantôt poignant et nostalgique, c'est bien sûr l'Histoire du XXe siècle qui se dessine en filigranes. Un roman drôle et fort, où l'auteur questionne la fragilité de nos héritages culturels et religieux.

Monsieur Optimiste, Alain Berenboom, Genèse Éditions. Prix : 113 lei

KYRALINA



Liliana Lazar



Gaspard Koenig

Photos : D.R.

Enfants du diable

de Liliana Lazar

« Un pays fort et un pays peuplé » scande la dictature communiste de Ceaucescu. De 1965 à 1989, la contraception est interdite aux femmes ayant moins de quatre enfants. Les familles les plus pauvres abandonnent leurs enfants et les avortements clandestins se multiplient.

En cette fin des années 70, Elena Cosma, une sage-femme de 35 ans, est en mal d'enfant. Ne faisant pas le deuil d'une maternité impossible, elle propose à une de ses patientes de prendre en charge son enfant à la naissance. Le petit Damian, à la chevelure flamboyante, deviendra dès lors son fils chéri, qu'elle surprotègera.

Son secret devenant trop lourd à cacher à Bucarest, Elena accepte une mutation à Prigor, petit village près de Lasi. Elle découvre le monde glaçant des orphelinats roumains où les « enfants du diable », ces orphelins délaissés, subissent mauvais traitements, famine et froid. L'Histoire passe au dessus de ces enfants condamnés à l'immobilité : la catastrophe de Tchernobyl et ses nuages radioactifs, la fuite en avant de la dictature roumaine, la chute du mur

et l'arrivée des premiers convois humanitaires venus de France, pas toujours motivés par un altruisme gratuit.

Après le succès de son premier roman, *Terre des affranchis*, Liliana Lazar traite ici d'un sujet fort, au cœur de l'Histoire roumaine. Un roman aux images percutantes, qui restent présentes bien après avoir refermé le livre.

Enfants du diable, Liliana Lazar,
Édition du Seuil. Prix : 90 lei

Librairie Kyralina

Strada Biserica Amzei, 10

0040 213 672 867

Du lundi au samedi,

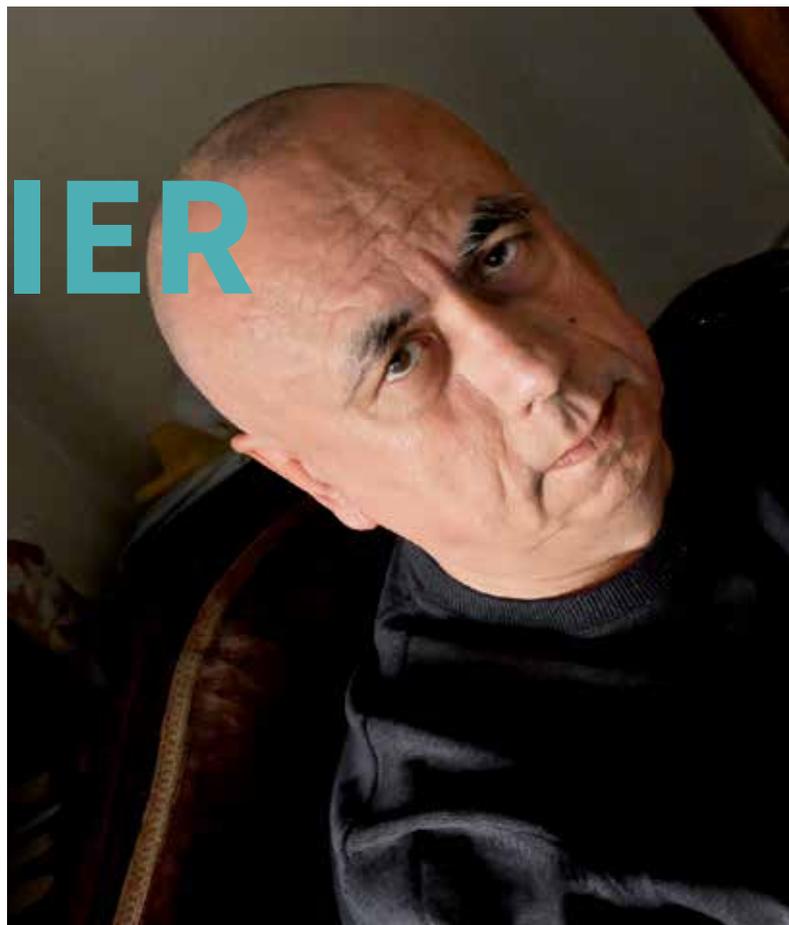
de 10h00 à 20h00

Le dimanche, de 12h00 à 18h00

George Arion

LE PIONNIER DU POLAR ROUMAIN

Lorsqu'il écrivit en 1983 *Qui veut la peau d'Andreï Mladin ?*, George Arion se doutait-il qu'il allait devenir un jour la figure de proue du polar roumain ? Pourtant, ce premier roman est encore aujourd'hui la référence du genre dans son pays.



Écrit en plein cœur du totalitarisme, ce polar riche en rebondissements, humour et autodérision, plaît et étonne toujours autant par l'ironie et l'esprit critique qui le traverse. Comment un tel roman a-t-il pu glisser entre les mailles de la censure de l'époque ? Et quelle est la situation du polar roumain aujourd'hui ?

Voici autant de questions auxquelles George Arion a répondu pour les lecteurs de *La Gazette* (propos recueillis par Anne-Marie Ducorney et Richard Contin).

Quel a été l'élément déclencheur qui vous a fait écrire "Qui veut la peau d'Andreï Mladin ?" en 1983 ?

Lorsque j'ai écrit ce premier roman, j'étais révolté contre les romans policiers qui paraissaient à cette époque et qui vantaient les coups d'éclat de miliciens vertueux.

Il s'agissait d'une littérature de propagande. J'ai donc voulu mettre sur le devant de la scène un jeune homme ordinaire, confronté à des problèmes graves et dangereux et qu'il résout avec courage et humour. Un type à la fois charmant et non-conformiste qui refuse le mensonge ambiant. C'est sans doute pour toutes ces raisons que beaucoup de jeunes des années 1980 – mais pas seulement – l'ont tout de suite adopté.

Comment avez-vous contourné la censure et les sanctions ?

Si mon style avait été plus véhément, le roman n'aurait jamais paru. L'humour que j'ai employé a permis de détourner la vigilance de la censure. Si j'avais abordé autrement mon récit, je n'aurais jamais réussi à y parler de l'absence d'eau chaude, de la pénurie d'aliments, d'essence, d'électricité, des écoutes téléphoniques, des émissions mensongères diffusées à

la télévision, de la surveillance des citoyens et de toutes les autres tares de cette époque.

Nous changeons complètement d'univers en comparaison avec Cible Royale votre premier roman paru en France. Nous passons d'un roman d'espionnage à un polar humoristique. Pouvez-vous nous expliquer ce changement de cap ?

J'ai commencé ma carrière avec les romans d'Andreï Mladin – il en existe cinq en tout – et *Cible royale* a été écrit bien plus tard, après la chute du régime totalitaire. Lorsque j'ai pu écrire dans un climat de liberté, j'ai tout simplement ressenti le besoin de créer d'autres héros, confrontés à des problèmes avec lesquels un personnage comme Andreï Mladin n'était plus compatible.

Parlez-nous un peu de ce très attachant personnage.



Photos : D.R.

Vous n'imaginez pas comme cela me fait plaisir que vous le qualifiez ainsi. Car « Andrei Mladin, c'est moi ». Il s'agit d'un homme épris de liberté, un journaliste qui ne veut pas mentir pour gagner sa vie et qui ne supporte pas l'injustice. Il ne peut cependant pas sortir dans la rue et se mettre à protester en criant qu'il vit dans une société carcérale. Il serait tout de suite réduit au silence. Afin de résister à ce climat oppressif, il a donc recours à la plus terrible des armes : l'humour. Il rit des emblèmes du totalitarisme et des hommes qui sont à son service. Il défie aussi la morale communiste : par son goût des conquêtes amoureuses, son penchant sporadique pour l'alcool, sa défiance à l'égard des autorités et sa volonté de faire justice lui-même. De telles choses étaient inadmissibles dans une société se prétendant parfaite.

Avez-vous une anecdote sur ce roman à partager avec nous ?

J'ai écrit ce roman avant tout pour m'amuser, pour moi. Je ne pensais même pas qu'il allait un jour être publié. Il était bien trop insolite dans le contexte de la littérature roumaine de l'époque. Cela explique sans doute pourquoi il est imprégné d'une telle désinvolture et présente un tel manque d'inhibition narrative. Une anecdote ? Un réalisateur a désiré l'adapter pour le cinéma en 1986.

La censure s'y est opposée et le film n'a été réalisé qu'en 1992.

Retrouverons-nous bientôt d'autres aventures d'Andrei Mladin ? Et faites-vous évoluer votre personnage par rapport à l'évolution de l'Histoire de votre pays ?

Comme je vous le disais, ce personnage apparaît dans cinq romans. Et chacun se déroule dans un cadre historique différent. Leur publication en français dépendra de ma remarquable éditrice Danielle Nees (Genèse Édition) et du désir de la part du public francophone de découvrir la suite de la série. Et bien entendu de mon enthousiaste traducteur, Sylvain Audet. Je n'aurais jamais imaginé qu'un jour, j'allais rencontrer une personne aussi compétente pour donner vie à mes romans en français.

Serez-vous traduit dans d'autres langues ?

Avant 1990, une nouvelle avec Andrei Mladin a été traduite en russe. En 2011, les éditions Profusion de Londres ont publié Qui veut la peau d'Andrei Mladin ? Sous le titre Attack in the library. Quelqu'un a commencé à traduire ce roman en italien et nous sommes en train de négocier avec un traducteur espagnol. Bref, les choses commencent à bouger !

Qu'en est-il du roman policier roumain aujourd'hui ? En quoi est-il spécifique ?

Un seul auteur roumain figure dans l'extraordinaire ouvrage de Claude Mesplède, Dictionnaire des littératures policières. Il s'agit de Liviu Rebreanu. Un romancier certes remarquable mais qui de toute sa carrière n'a écrit qu'un seul polar, traduit d'ailleurs en français sous le titre Deux d'un coup. J'espère que dans une prochaine édition, mon nom figurera aux côtés d'autres de mes confrères.

Pour répondre à votre seconde question, les meilleurs romans policiers roumains se nourrissent de la réalité du pays dans lequel ils sont écrits, avec ses lumières et ses ombres. À l'instar de tous les excellents polars contemporains qui s'écrivent à travers le monde ! Selon moi, nous n'avons vraiment pas à rougir de notre littérature policière !

Sylvain Audet

*Œuvres en français de George Arion, disponibles dans toute bonne librairie, telle que Kyralina :
Qui veut la peau d'Andrei Mladin ?, Genèse Édition, 2015
Cible royale, Genèse Édition, 2014*

LA ROUMANIE

DESIGN

Combic, la fraîcheur du style scandinave au cœur de Bucarest

Ce concept store chaleureux a été ouvert récemment par une architecte d'intérieur roumaine. Lampes, vases, objets de décoration ou mobilier, la sélection inspirée et de qualité en fait une adresse idéale pour donner une touche contemporaine à son intérieur ou pour un joli cadeau.

68 bd Dacia (12-19h du lundi au vendredi et 11-18h les samedis et dimanches).



Magasin en ligne: combic.ro
Et page Facebook [combic.ro](https://www.facebook.com/combic.ro)



Tapis de laine « Dare to Rug »

Dare to Rug est la première marque roumaine de tapis de laine noués à la main. Les matériaux choisis et le design inspiré des motifs traditionnels roumains en font des pièces uniques.

Pour se lancer, la marque propose des tarifs préférentiels à ses premiers clients.

RDV sur la plateforme de crowdfunding : <http://www.wearehere.ro/eng/p/dare-to-rug>

LES ENDROITS QUE NOUS AIMONS À BUCAREST

Illustris, chaleur et géométrie roumaine

La lampe illustris allie la chaleur du bois à la simplicité géométrique des éléments architecturaux traditionnels roumains. Conçue par Traian Tuta, originaire de Ramnicu-Valcea et diplômé de la faculté d'Art et d'Architecture de Brighton, elle se décline en deux versions : bois pur (270 lei en 25 cm / 340 lei en 45 cm) et bois et ciment (290 lei).

Les commandes se font directement en contactant le créateur sur la page facebook <https://www.facebook.com/illustrisislit/?fref=ts>



Simbio

Le soleil s'installe enfin sur notre doux Bucarest...Et donc rien de mieux que le joli jardin de chez Simbio pour prendre un petit apéro. Si les nuits sont encore trop fraîches pour vous, n'hésitez pas à réserver à l'intérieur de ce resto à la déco hype et minimaliste et au repas simple, mais agréablement bon.

Possibilité de réserver le grenier aménagé pour anniversaires, événements divers et autres shooting... si vous voulez être la star d'un soir !

Strada Negustori, 26
00 40 213 102 700
simbiokb.ro

Norma

Après votre petit Spritz printanier, n'oubliez pas de commander votre taxi direction Norma, un sympathique restaurant caché dans une des très belles maisons de Dorobanti. Vous goûterez la cuisine de Sidi Sissoko, lauréat de Masterchef Roumanie. Recettes fraîches et colorées aux inspirations roumaines, françaises et guinéennes.

Strada Theodor Iliescu, 33
00 40 212 339 079
norma-fine-dining.ro

Shoteria

Et maintenant quoi de mieux pour terminer un repas qu'un petit digestif ? Si vous ajoutez à cela la dextérité des barmans préparant les shots (un véritable show pyrotechnique), vous ne résisterez pas à l'envie de « tout » goûter et votre matelas sera votre meilleur ami... à moins que ce ne soit la cuvette de vos toilettes ! Pour vous rassurer (si besoin), mon matelas a suffi ;-)

Strada Şelari, 17
00 40 735 400 505
facebook.com/shoteria.bucuresti

Jean-Claude Roger

BORDEAUX, OU LE RÉVEIL DE BURDIGALA

Bordeaux, la belle endormie ? Non, ça c'était...avant ! La charmante girondine est devenue, sous l'impulsion d'Alain Juppé, Maire de la ville et grâce aux talents des meilleurs urbanistes, architectes et paysagistes, une ville moderne, dynamique, respectueuse de son passé historique, mais tournée vers la modernité, créative et atypique. Elle est inscrite depuis 2007 sur la Liste du Patrimoine Mondial de l'UNESCO ! D'ailleurs, elle est devenue en peu de temps la coqueluche des parisiens et des étrangers !

Les endroits à voir sont pléthore à Bordeaux. Il y a bien sûr l'esplanade des Quinconces et son incontournable Statue aux Girondins, le pont de Pierre, le centre historique, de Saint-Pierre à Saint-Michel, et ses ruelles bordées de trésors du Moyen-âge, ses portes majestueuses, ses cafés et petits commerces. Il y a aussi, le quartier des Chartrons et ses chais restaurés, certains aménagés en magnifiques lofts, et ses antiquaires. A moins de vouloir faire du shopping, vous ne vous éterniserez pas dans la bouillonnante rue Sainte-Catherine et ses voisines. Par contre, ne manquez pas de faire un saut place Pey-Berland, la cathédrale et sa tour valent le détour. Ca, c'est pour le passé.

Le présent est le résultat de travaux titanesques, engagés depuis 1997, dans le cadre de la mise en place du nouveau tramway de Bordeaux. Depuis cette date, réaménagée, rénovée, la ville a changé de visage.

Je commencerais par une promenade sur les quais. Rive gauche d'abord, du pont de Pierre au pont Ba-Ba (Bacalan-Bastide ; appelé ainsi par les bordelais, parce qu'il relie les deux quartiers éponymes, le pont se nomme en réalité Jacques Chaban-Delmas), récent ouvrage d'art résolument futuriste. La promenade, à pied ou à vélo, entièrement aménagée en bord de Garonne est bordée de jardins. Vous pourrez faire un stop plein de fraîcheur au miroir d'eau, situé face à la place de la Bourse (cette œuvre spectaculaire, due au paysagiste Michel Corajoud, alterne des effets extraordinaires de miroir et de brouillard) et poursuivre vers les anciens hangars réaménagés en magasins, salles d'expositions et galeries, jusqu'au Bassin à Flot, quartier en mutation, chouchou des investisseurs !

Vous pourrez aussi vous arrêter, si vous êtes féru d'art contemporain, au CAPC qui propose "l'une des plus riches collections contemporaines de France, dans un lieu unique, l'entrepôt Lainé, indissociable de l'histoire de la ville et de son port".

Une pause déjeuner s'impose dans un des nombreux restaurants de la ville, où vous pourrez vous régaler de gastronomie du Sud-Ouest, accompagnée d'un des bijoux régionaux, que l'on nomme Pessac-Léognan, Saint-Émilion, Médoc ou Pomerol... A moins que vous ne préfériez une bouteille d'Abatilles. De l'autre côté du fleuve, le jardin botanique et les pelouses bordant les quais vous offriront un écrin de verdure pour une balade ou une sieste digestive.



Pont Ba-Ba (Bacalan-Bastide). Appelé ainsi par les bordelais, parce qu'il relie les deux quartiers éponymes.

Photos : D.R.

Une autre façon très agréable de visiter la ville, c'est le tramway : de grandes baies vitrées permettent de profiter du panorama, sans se fatiguer. Au départ des quinconces, plusieurs destinations s'offrent à vous.

Et si vous vous laissez mener en bateau, le temps d'une promenade sur la Garonne ? Il suffit d'embarquer à bord d'un navire de croisière, sur l'un des pontons situés au cœur de la ville, pour descendre le fleuve jusqu'à l'estuaire et profiter de Bordeaux et des rives de la Garonne, depuis le fleuve.

Pour les noctambules, les soirées ne sont pas en reste ! Vous trouverez dans différents quartiers, des cafés, bars et boîtes de nuit, il y en a pour tous les goûts.



Le miroir d'eau face à la place de la Bourse et le tramway de Bordeaux



Mais attention, “the place to be” du moment, c’est le Bassin à Flot et ses bateaux bars et restaurants, cœur de la vie nocturne bordelaise.

Preuve du dynamisme de cette cité, le futur n’a rien à envier à l’existant ! Deux beaux projets sont en cours, ouverture prévue en 2016 et 2017. D’abord, la Cité du vin : “vaste tour de verre implantée à l’entrée de Bordeaux, sur les rives de la Garonne, dans le quartier des Bassins à Flot, La Cité du Vin, avec ses formes arrondies prêtant à de multiples interprétations, proposera une découverte des civilisations du vin. Les visiteurs pourront ainsi remonter de l’antiquité à nos jours.”

L’autre projet, tout aussi impressionnant, est La MECA, maison de l’économie créative et de la culture en aquitaine. Le futur bâtiment accueillera en 2017 le Frac Aquitaine, les agences culturelles régionales OARA dédiée au spectacle vivant et ECLA dédiée aux industries culturelles. La MECA sera implantée sur le site emblématique des anciens abattoirs, au cœur du futur quartier de la création de Bordeaux Euratlantique.

Je ne peux fermer cette page, sans vous inviter à prévoir du temps pour faire la Route des châteaux et explorer ses jolis villages et,

bien sûr, pour visiter le bassin d’Arcachon, perle de nos côtes, à la lumière si particulière.

Nathalie Gatién David

Pour toute information pratique, n’hésitez pas à me contacter :
nathaliegatiendavid@gmail.com

Tél : 0752 922 359

Source

<http://www.bordeaux-tourisme.com/Decouvrir-Bordeaux>



Le saviez vous ?

Le papanasi est le dessert emblématique de la Roumanie. Mais ce serait l'Empire romain qui aurait fait découvrir les beignets aux Roumains. Le mot papanasi viendrait d'ailleurs du latin papa ou pappa qui est un mot d'enfant pour désigner la nourriture. Le mot latin pappa a donné le verbe italien pappare qui signifie dévorer. Et ce verbe semble très bien choisi lorsqu'il s'agit des papanasi !

LES PAPANASI PAR HARMONIE

Préparation

Mélangez d'un côté le fromage blanc avec les œufs, le zeste et le sel. Mélangez d'un autre côté la farine, la semoule de blé dur, le bicarbonate et le sucre.

Incorporez le second mélange au premier. Il faut obtenir une pâte molle, mais pas trop collante pour pouvoir être rompue. Si besoin ajoutez de la farine.

Laissez reposer une bonne heure au réfrigérateur.

Faite chauffer l'huile dans une friteuse ou une grande casserole (à environ 140-160°) Formez 4 grosses boules et 4 petites (de la taille d'une noix), faite un trou au milieu des grandes avec le doigt.

Quand l'huile est chaude plongez les papanasi dans l'huile 2 par 2 et laissez cuire en les retournant régulièrement jusqu'à obtenir une belle couleur dorée assez foncée.

Présentez en mettant de la crème et de la confiture sur la grosse boule puis ajouter la petite et enfin saupoudrer de sucre glace !

Ingrédients

250 gr de fromage blanc (type fromage frais épais roumain, branza grassa de vaca, ou type faisselle bien égouttée)

100 gr de farine

2 cuillères à soupe de semoule de blé dur (griş)

2 bonnes cuillères à soupe de sucre semoule

1 œuf

Le zeste d'un citron

Une pincée de sel

Une pointe de couteau de bicarbonate de sodium

Huile pour le bain de friture

Pour la présentation

Du sucre glace

De la crème fraîche épaisse

De la confiture (fruits rouges de préférence)



Photo : B. ChereI



Si vous n'avez pas le courage de préparer vous-même vos papanasi, pas d'inquiétude, vous pourrez en déguster dans la plupart des restaurants roumains. Attention, les papanasi sont servis par deux et sont souvent extrêmement copieux, il est donc conseillé de ne commander qu'une petite soupe, afin de vraiment profiter de ce fabuleux dessert !

Voici nos adresses préférées :

- **Caru cu bere**, strada Stavropoleos. Venez goûter les superbes papanasi de cette institution roumaine sise dans le vieux centre. Vous ne serez pas déçus ! (carucubere.ro / 00 40 213 137 560)
- **Mon chéri**, strada Tudor Stefan. Beaucoup disent que l'on trouve dans ce petit bistrot, qui ne paye pas de mine, les meilleurs papanasi de Bucarest. À vous de tester ! (bistromoncheri.ro / 00 40 212 310 908)
- **Casa Doina**, avenue Kisseleff. L'un des restos roumains les plus chics de Bucarest. Question nourriture, il n'est pas dans le haut de notre classement, mais les papanasi sont très bien et surtout la terrasse, l'été et en soirée, vaut le déplacement. (casadoina.ro / 00 40 212 226 717)

Petit regret : que le meilleur restaurant roumain de Bucarest, le Zexe, ne serve pas de desserts roumains ! Un comble. Après ciorba et sarmale, les pâtisseries françaises sont un peu décevantes.

JOURNÉE DES DROITS DES FEMMES À L'AMBASSADE DE FRANCE !

MARDI 8 MARS

À l'occasion de la journée internationale des droits des femmes, l'ambassade de France, sur une initiative d'Irène Didelet, adhérente de l'afb, avait organisé une matinée « débats » suivie d'un très agréable buffet. Irène fut aidée dans la préparation de l'événement, qui conviait 80 femmes de l'afb, par Patricia Pichavant et Jessica Rey du côté de l'association et par Daniela Constantin et son équipe du côté de l'ambassade. Les invitées ont pu écouter, après un discours de Son Excellence Monsieur l'Ambassadeur, la conférence de Victoria Popescu, ancienne ambassadrice de Roumanie en Suède, sur le thème de La Femme dans la diplomatie, puis celle de Ionela Baluta, professeur à l'université francophone de sciences politiques de Bucarest, spécialiste du genre, sur le thème de L'origine de la journée des droits des femmes.

Cette journée, qui a parfois dérivé dans les pays occidentaux vers une célébration commerciale, était l'occasion de comprendre l'importance d'un tel événement pour des millions de femmes bafouées et maltraitées dans le monde, mais aussi de rappeler que même si les femmes sont plurielles, différentes et uniques, ce n'est pas pour cela qu'elles ne doivent pas être unies dans le combat pour l'égalité : une égalité salariale et sociale, mais aussi conjugale et familiale. Et si dans la journée, nous avons pu parfois entendre : Mais pourquoi n'existe-t-il pas de journée de l'homme (par ailleurs, cette journée existe bel et bien, elle a lieu le 19 novembre et ce depuis 1997) ou pourquoi cette journée n'est pas fêtée ? Il suffit de lire les journaux pour comprendre que la lutte pour l'égalité est pour l'instant surtout à gagner dans un seul sens. Mais cette journée était aussi une belle fête, un moment pour se retrouver entre femmes et se dire combien il est agréable de vivre dans un pays libre.

Les organisatrices avaient prévu le visionnage d'un court métrage très intéressant d'Éléonore Pourriat, Majorité opprimée, qui n'a pu avoir lieu pour des raisons techniques.

Nous vous proposons donc le lien si vous souhaitez le regarder : <https://www.youtube.com/watch?v=kpfaza-Mw4I>

Ainsi que le lien d'une publicité très intéressante de la marque Always sur l'image de la femme, Comme une fille : <https://www.youtube.com/watch?v=uRjXDixe15A>



ÉVÈNEMENT



La mini-gazette de l'afb

Nous avons souhaité interroger les participantes de cet événement sur ce que représente cette journée pour elles. Leur citation est illustrée par leur très joli portrait pris par Benoit Cherel lors de cette journée. Une preuve de la belle diversité des femmes !



IRÈNE : « C'EST UNE JOURNÉE QUI NE DEVRAIT PAS AVOIR À EXISTER, JE PENSE. SI UNE JOURNÉE DE LA FEMME EXISTE, IL FAUT SE DIRE QUE C'EST CAR DES INÉGALITÉS EXISTENT ! »



PATRICIA : « JE TROUVE PLAISANT L'IDÉE D'UNE JOURNÉE DE LA FEMME, C'EST L'OCCASION DE REMETTRE LA FEMME AU CENTRE, DE LA REPLACER AU NIVEAU QU'ELLE MÉRITE. »



SANDRA : « MOI, JE TROUVE QU'ON DEVRAIT FÊTER LES FEMMES TOUS LES JOURS ! »



EVA : « NOUS AVONS LA CHANCE DE VIVRE DANS UN PAYS OÙ LES DROITS DES FEMMES SONT RESPECTÉS. IL Y A BEAUCOUP DE FEMMES QUI SOUFFRENT DANS LE MONDE, ET C'EST IMPORTANT D'EN PARLER. »



DANIELA : « C'EST VRAIMENT UNE JOURNÉE TRÈS SPÉCIALE POUR MOI EN TANT QU'ORGANISATRICE. J'AI DE NOMBREUX SOUVENIRS DE CES JOURNÉES DU 8 MARS, DES SOUVENIRS EXTRAORDINAIRES, VARIÉS, ENSOLEILLÉS OU ENNEIGÉS. EN ROUMANIE, C'EST VRAIMENT L'ÉVÉNEMENT QUI MARQUE À LA FOIS LE DÉBUT DU PRINTEMPS ET LA CÉLÉBRATION DE LA FEMME. »



JESSICA : « POUR MOI, CE N'EST PAS UNE JOURNÉE PARTICULIÈRE. »



AUORE : « CE MATIN, EN SORTANT, J'AI VU TOUTES CES FEMMES SOURIANTES AVEC UNE PETITE FLEUR À LA MAIN, ET JE ME SUIS DIT : MERCI, MON MARI NE M'A PAS OFFERT DE FLEURS ! »

VÉRONIQUE : « C'EST UNE BELLE JOURNÉE ENSOLEILLÉE. »



ELENA : « C'EST DU CYNISME DE LA PART DE LA SOCIÉTÉ. ON DEVRAIT SE SENTIR FEMME 365 JOURS PAR AN ! »



COLOMBE : « C'EST LA JOURNÉE DES JAMBES ET DES DÉCOLLETÉS ! PLUS SÉRIEUSEMENT, POUR MOI, C'EST LE MOMENT OÙ IL FAUT INSISTER AUSSI SUR LES DIFFÉRENCES ENTRE LES HOMMES ET LES FEMMES ET SUR LA NOTION D'ÉQUITÉ PLUS QUE D'ÉGALITÉ. »



DENISA : « C'EST UNE JOURNÉE GAIE, OÙ ON SE SENT BIEN, OÙ ON SE SENT FEMME ! »



CARMEN : « POUR MOI, C'EST UNE JOURNÉE REMPLIE DE FLEURS ! »



MANDANA : « C'EST UNE JOURNÉE MERVEILLEUSE, UNE JOURNÉE "GIRLS' DAY OUT", UNE JOURNÉE AMUSANTE ET INTELLIGENTE, CAR LES FEMMES SONT INTELLIGENTES ! »



STEFFI : « POUR MOI, C'EST UN SOUVENIR, UN DÉFILÉ DE FEMMES MAGNIFIQUES EN AFRIQUE TOUTES HABILLÉES DE MANIÈRE IDENTIQUE AVEC LE PAGNE DE LA JOURNÉE DE LA FEMME. »



VALÉRIE : « POURQUOI UNE SEULE JOURNÉE ? »



La mini-gazette de l'afb



HARMONIE : « C'EST UNE JOURNÉE POUR SE RAPPELER QU'IL EXISTE ENCORE BEAUCOUP (TROP) D'INÉGALITÉS FEMMES-HOMMES. ET LE JOUR OÙ CETTE JOURNÉE N'EXISTERA PLUS, PEUT-ÊTRE QUE QUELQUE CHOSE AURA ENFIN VRAIMENT CHANGÉ ! »



STÉPHANIE : « POUR METTRE EN LUMIÈRE LA PERSISTANCE DES INÉGALITÉS. »



SANDRINE : « C'EST LA JOURNÉE OÙ L'ON CÉLÈBRE TOUTES CELLES QUI FONT TANT POUR TOUS, EN RESTANT DANS L'OMBRE. »



DANA : « CELA REPRÉSENTE POUR NOUS, EN ROUMANIE, UNE JOURNÉE OÙ NOUS SOMMES ENSEMBLE, HEUREUSES ET BELLES. »



MARIAN : « C'EST UNE GRANDE INCONNUE, QUE JE VIENS DE DÉCOUVRIR ! »



CLOTHILDE : « C'EST UNE JOURNÉE UN PEU COMMERCIALE À MON SENS. »



CATHERINE : « JE SUIS LA SEULE FEMME DE LA MAISON AVEC QUATRE HOMMES ! ALORS... C'EST UNE BONNE CHOSE DE METTRE LE DOIGT SUR LES DIFFICULTÉS DES FEMMES À L'OCCASION DE CETTE JOURNÉE. »



MICAELA : « CELA FAIT BIEN LONGTEMPS QUE JE NE L'AVAIS PAS FÊTÉE. »

La mini-gazette de l'afb

ANNE-FRANCE : « C'EST 365 JOURS PAR AN, LA JOURNÉE DE LA FEMME. »



ANNE : « C'EST UN JOUR OÙ LES FEMMES SONT À L'HONNEUR. NOUS, ON EST TROIS FEMMES À LA MAISON... DONC. »



MARIE : « ÇA MARQUE QUE LA FEMME S'EST LIBÉRÉE DE TOUTES LES CONTRAINTES DEPUIS DES SIÈCLES ET QU'IL FAUT CONTINUER SUR CETTE VOIE. »



LILI : « C'EST PLUS SYMBOLIQUE MAINTENANT. AVANT, DANS LES PAYS COMMUNISTES, C'ÉTAIT UNE FÊTE TRÈS IMPORTANTE AVEC BEAUCOUP DE SIGNIFICATION. »



CRISTELLE : « C'EST POUR SE SOUVENIR DE L'ATTENTION QUE L'ON PORTE AUX FEMMES. »



ELISABETH : «LIBERTÉ, ÉGALITÉ POUR LES FEMMES COMME POUR LES HOMMES !»



CAMELIA : « C'EST UNE JOURNÉE OÙ L'ON EST GÂTÉE, C'EST UN BON MOMENT À PARTAGER AVEC LES FEMMES QUI T'ENTOURENT. »



Avec l'afb, en avril, on va faire...

APÉRO DU MOIS À L'HÔTEL MERCURE

VENDREDI 15 AVRIL À 19H30

L'afb vous propose un « apéro du mois » sympathique dans le cadre agréable de l'hôtel Mercure. Au menu, crostini et tapenade, accras de morue, quiche lorraine, rouleaux de printemps, choux à la vanille, petits muffins aux fruits des bois et pour accompagner cela, vous pourrez déguster un verre de vin blanc ou rouge et des boissons sans alcool.

Nous vous attendons nombreux pour fêter le début des beaux jours !

INFOS PRATIQUES

Prix : 60 ron par personne

Adresse : Strada George Enescu, 15-17-17A

Inscription lors du café mensuel ou grâce au lien que vous recevrez par mail avant l'événement.

SOIRÉE ŒNOLOGIE

VENDREDI 22 AVRIL À 20H00

La traditionnelle soirée « œnologie » de l'afb ! Ce mois-ci, Jean-Francois Paly vous fera découvrir les mono-cépages (Merlot, Cabernet sauvignon, Syrah, Feteasca Neagra, Pinot, Sauvignon blanc...).

INFOS PRATIQUES

Prix : 60 ron par personne

Adresse : Ici et Là, Bdul Regina Elisabeta, 38, Hôtel Cismigiu

Inscription lors du café mensuel ou grâce au lien que vous recevrez par mail avant l'événement. **Nombre de places limité : 25 personnes**

CONFÉRENCE-DÉGUSTATION LA CULTURE BIO

JEUDI 21 AVRIL À 19H45

Les thèmes de la conférence seront les suivants : « Le bio, une mode éphémère ou un phénomène durable ? » et « La permaculture : un début de réponse ou une utopie ? » Pour animer ces débats, nous aurons la chance de recevoir monsieur Renaud Molina, spécialiste en sciences végétales et monsieur Denis Thomas, producteur de vin bio en Bourgogne et en Roumanie.

INFOS PRATIQUES

Prix : 100 ron/pers. (dégustation et diner compris)

Adresse : Grand Boutique Hôtel, strada Negustori, 1 B, sector 3

Inscription lors du café mensuel ou grâce au lien que vous recevrez par mail avant l'événement.

RENCONTRE-ATELIER JEUNE MAMAN

MERCREDI 13 AVRIL À 09H30 (JUSQUE 14H00)

Event baby in the city Bucarest propose aux futures et jeunes mamans, adhérentes de l'afb, de participer à des ateliers animés par des professionnels de la maternité et de la petite enfance. Le premier atelier aura lieu le mercredi 13 avril. Ce sera l'occasion d'échanger et de partager des infos avec d'autres futures et jeunes mamans. Un petit moment rien que pour soi !

INFOS PRATIQUES

Plus de détails sur le site web : eventbabyinthecitybuca.wordpress.com

Demandez le programme via le mail : babyinthecitybuca@gmail.com

CONFÉRENCE D'AVRIL

**MARDI 12 AVRIL À 9H15 À L'IFB (JUSQUE 11H15)
40 RON**

Nicolae Grigorescu (1838-1907)

Dans la peinture roumaine, il y a un « avant » et un « après » Grigorescu.

Avant : la peinture religieuse de tradition byzantine et les efforts de quelques académistes pour ouvrir de nouveaux horizons thématiques et stylistiques.

Après : la liberté du regard de se poser sur une grande diversité de sujets, d'interroger le mouvement des nuages dans le ciel, le reflet du soleil dans l'onde, de percer le voile de poussière relevée derrière un attelage de bœufs sur un chemin de campagne ou de suggérer le son de la flûte d'un jeune berger.

Cette dernière conférence de la saison de Marina vous propose de retracer le parcours d'un artiste de génie qui, bien qu'issu d'un village blotti entre les collines boisées de Roumanie, n'a découvert sa vocation de peintre naturaliste que dans la forêt de Fontainebleau aux côtés des impressionnistes.

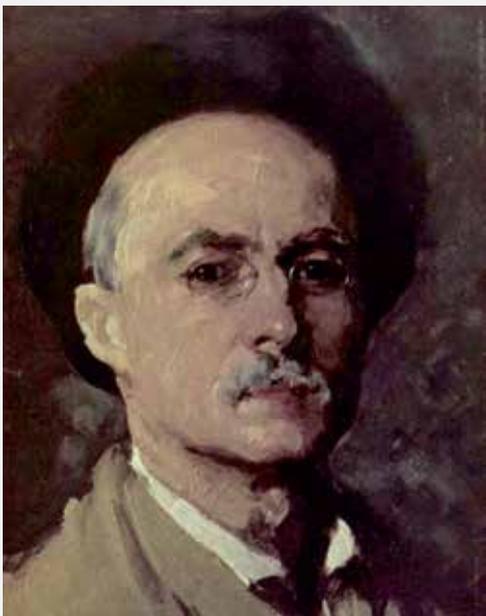


Photo : D.R.

VISITES D'AVRIL

VENDREDI 15 AVRIL

PROMENADE DANS LE QUARTIER ARMÉNIEN

Avec l'arrivée des beaux jours, nous vous proposons de partir à la découverte des différents quartiers de Bucarest en suivant notre guide Mariana. Autour de la strada Armeneasca et de l'église arménienne, partons explorer les petites rues calmes aux belles façades ouvragées des riches commerçants qui rivalisèrent d'inventivité au XIXe s. pour en faire un des plus beaux quartiers de la capitale.

Lieu et heure de rendez-vous : devant l'église arménienne, bd Carol 1er, 43 à 10h15

Durée : 1h30 - Prix : 40 lei

MARDI 19 AVRIL

LA ROUMANIE EN MINIATURE

Conférence en plein air au musée du village.

Un nouveau format de visite avec Alina, conférencière francophone, qui nous mènera à la découverte des richesses architecturales des différentes régions de la Roumanie et nous expliquera les traditions du monde paysan au gré des allées de ce musée.

Lieu et heure de rendez-vous : devant l'entrée du musée, strada Kiseleff, 28-30 à 10h00

Durée : 2h00 - Prix : 40 lei

JEUDI 12 MAI

LE CIMETIÈRE BELLU

Vaste jardin à l'origine, propriété du baron Barbu Bellu qui en fit don à la municipalité, c'est en 1859 que le cimetière est créé. Ici reposent d'illustres Roumains : Mihail Eminescu, Theodor Pallady, Ion Luca Caragiale, Ion Mincu. D'allées en allées, tombeaux et mausolées rivalisent de fantaisie.

Lieu et heure de rendez-vous : Sur place, Calea Serban Voda, 249, à 10h00

Durée : 2h00 - Prix : 40 lei





www.studiofloarevietii.ro

Studio Ozana Barabancea & Denisa Parjol

021/352.64.13; 0766. 609.243; 0762.215.803; studiofloarevietii@gmail.com
Str. I. Ghe. Duca, Nr. 16 A, Otopeni,



Les inscriptions au "Studio La Fleur de la Vie" ont commencé.

Nous sommes heureux de partager le fruit de notre richesse scientifique et artistique, accumulée après plusieurs années de travail. Les grands acteurs et les grands metteurs en scène, musiciens expérimentés et respectés vont guider vos premiers pas vers vos rêves.

Voici les disciplines que nous proposons:

Théâtre roumain et français, comédie musicale roumain et français, régie de film, musique chorale, bonnes manières (savoir vivre), canto musique roumaine traditionnelle, canto musique pop, jazz, canto classique, saxophone, guitare classique, guitare jazz. Modules pour enfants et adultes.

Au "Studio La Fleur de la Vie", tu te découvres et tu explores tes propres talents.



Adriana Trandafir



Maria Buza



Magda Catone



Tania Popa



Andrei Duban



Bebe Cotimanis



Ovidiu Cuncea



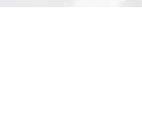
Victor Yila
THÉÂTRE FRANÇAIS



Rona Hartner
COMÉDIE MUSICALE
FRANÇAISE



Serban Copot
COMÉDIE MUSICALE



Catalin Bugean
RÉGIE FILM-TV



Ozana Barabancea
CANTO



Catalin Milea
JAZZ



Loredana Streche
CANTO TRADITIONNELLE



Oana Croitoru
BONNES MANIÈRES

Théâtre, comédie musicale, régie, jazz: 250 Ron/séance 2h.
Canto traditionnelle, bonnes manières: 150 Ron/séance 1h.
Canto: 200 Ron/séance 1h.

Le paiement se fait par module de 12 séances, en deux tranches.

Maître Iurie Florea
ENSEMBLE VOCAL
CHEF D'ORCHESTRE



sponsor officiel

STICKER INTERNATIONAL MEDIA SRL
PRODUCTEUR D'ÉTIQUETTES AUTOCOLLANTES EN ROULEAU
office@stickergroup.com
www.stickergroup.com