

## éditorial

# L'accréditation AACSB, un événement majeur pour le Groupe ESCT

L'accréditation AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business) que le Groupe ESCT vient d'obtenir, est un événement majeur pour le Groupe et tous ses diplômés. Seules 15 % des Business Schools mondiales sont aujourd'hui accréditées. En outre, ce succès fait suite aux accréditations EQUIS et AMBA obtenues en 2001 et 2002, ce qui fait de nous l'une des 3 Ecoles françaises et l'une des 14 Ecoles européennes à avoir réussi ce grand chelem des accréditations internationales.

Ce résultat n'est évidemment pas le fruit du hasard. Il résulte de la stratégie définie il y a cinq ans et implémentée depuis avec détermination.

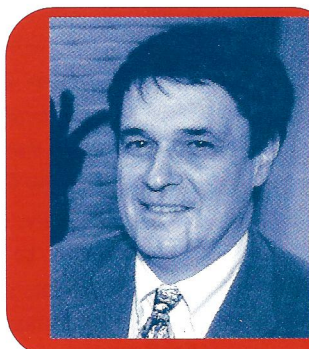
Nous sommes alors partis du constat que, quelle que soit l'excellence du système français des classes préparatoires et des Grandes Ecoles, cette seule référence nationale n'était plus suffisante dans un marché du travail de plus en plus international : il fallait apporter la preuve que nos formations correspondaient aux meilleurs standards mondiaux.

Cette démarche d'accréditation a été un fantastique levier de changement pour le Groupe, qui s'est transformé en profondeur, aussi bien quantitativement que qualitativement. Nous avons recruté un plus grand nombre d'élèves issus des classes préparatoires dans le programme Grande Ecole (200 en 1998, 320 en 2003), tout en augmentant la sélectivité. Nous avons élargi parallèlement notre portefeuille de formations, de façon à offrir tous les programmes habituellement proposés par une Business School.

Mais, en même temps, nous avons concentré nos efforts sur ce qui fait l'excellence d'un établissement d'enseignement supérieur, à savoir la qualité de son corps professoral. La proportion de professeurs titulaires d'un doctorat ou équivalent est passée de 47 à 64 % entre 1998 et 2003. En outre, dans l'enseignement supérieur, un professeur ne saurait être un "simple répétiteur d'un savoir conçu ailleurs" : il doit être à la pointe de la réflexion internationale dans sa discipline. Aujourd'hui, nos professeurs produisent plus d'une centaine de publications par an, certaines dans les meilleures revues internationales.

C'est ce parcours qui a été consacré par l'AACSB, au terme d'une procédure particulièrement exigeante.

**Hervé Passeron**  
Directeur du Groupe ESCT



## Sommaire

### vie des diplômés

- carnet de famille
- vient de paraître (Ph. Malaval)
- anniversaire de la promo 58
- reportage (L'Amphitryon)
- lu dans la presse (F. Dornbusch, E. Pena, C. Donat, H. Abou, M. Andignac)
- carte postale (F. Ceccaldi, E. Lantrua, V. Bepmale, I. Carne-Martin, R. Sedki, Th. Daniel)

### vie économique

- Anne et Valentin :  
une belle success story

### vie de l'association

- conférence du 26 février (J.-C. Bédos)
- conseil d'administration du 26 janvier
- visite du chantier de l'Hôtel St Jean
- surfez sur le site de l'Assoc' !

### vie de l'école

- Sup de Co en formation continue
- le Mastère le plus innovant est au Groupe ESCT

### Portrait

- Anne-Sophie Olivier-Avé (promo 91)

2  
à  
5

6

7  
à  
10

11

12

## nota bene

### ■ Une AG sous le signe de la convivialité.

A 18h à l'Ecole, cette AG annuelle est une occasion d'échanger entre diplômés sur l'avenir de l'Association, mais aussi de discuter de façon conviviale avec les uns et les autres lors du cocktail qui suit l'AG. Si vous ne pouvez pas participer à plus d'une manif' de l'Assoc' par an, alors choisissez celle-là ! Au fait, pas besoin d'être cotisant pour venir à l'AG...

14 juin 2004 :  
une date à bloquer  
sur votre agenda

20, bd lascrosses  
31000 Toulouse

secrétariat :  
**Renée Monzat**  
Permanence de 14h à 18h  
du lundi au vendredi  
Tél. 05 61 21 12 50  
fax 05 61 13 64 26  
site web :  
[www.anciensecst.com](http://www.anciensecst.com)  
e-mail:  
[info@anciensecst.com](mailto:info@anciensecst.com)

contact

## carnet de famille

### ils se sont mariés

- 24.05.03 : Emilie Drevet (promo 01) et Benjamin Allard (promo 00)
- 13.09.03 : Marie-Laure Dufour (promo 97) et Boris Garisma

### ils vont se marier

- 05.06.04 : Valérie Gimenez (promo 00) et Jean-Philippe Gonzalez (promo 01)
- 24.07.04 : Fabienne Buffet (promo 02) et Guillaume Poirier (promo 01)

### ils sont arrivés

- 18.08.03 : Carla, fille de Marilyne Lemerle-Grabot (promo 00)
- 20.09.03 : Pierre-Alexandre, fils de Florence Cathala-Cano (promo 94)
- 14.11.03 : Cyprien, fils de Tanguy Méjat (promo 94)
- 24.11.03 : Diane, fille de Géraldine Seurin (promo 95) et Pierre-Antoine Barreault (promo 95)
- 17.12.03 : Noëlle et Maud, filles de Luc Godin (promo 95)
- 05.01.04 : Mathilde, fille de Sophie Morlaes (promo 90) et David Lefebvre (promo 89)
- 07.01.04 : Antonin, fils de Gabrielle Denis-Fiorio (promo 96)
- 14.01.04 : Anatole, fils de Arnold Girard (promo 97)
- 29.01.04 : Anne, fille de Sarah Soudière (promo 94) et Eric Weiler (promo 94)
- 02.02.04 : Chloé, fille de Stéphane Chicorp (promo 95)
- 04.02.04 : Henri-Clément, fils de Isabelle Mérillou (promo 98) et Philip Pera (promo 98)
- 10.02.04 : Achille, fils de Thomas Parouty (promo 95)
- 13.02.04 : Marie, fille de Anne Gallois-Pujos (promo 96)

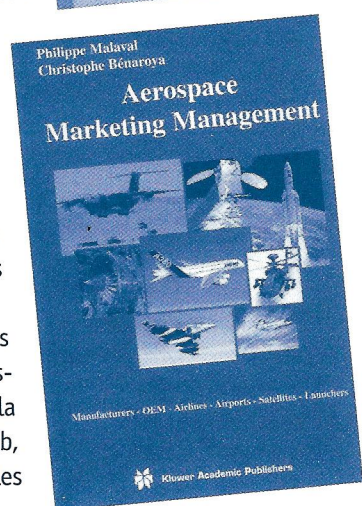
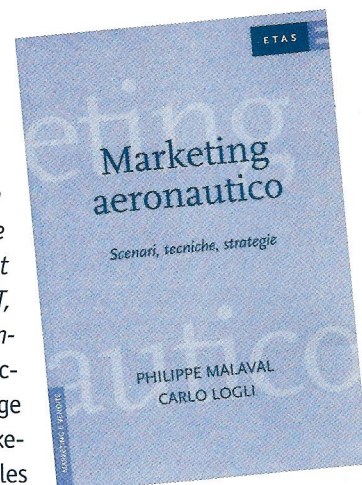
### ils nous ont quittés

- 27.12.03 : Ferdinand Larribeau (promo 32)
- Maurice Claud (promo 37)
- Yves Séguier (promo 43)
- Pierre Viguier (promo 44)

## vient de paraître

### Philippe Malaval (promo 78)

intervenant de longue date au Groupe ESCT, a une fois de plus frappé fort avec la sortie d'un ouvrage en simultané dans 2 pays (US & Italie) : "Marketing Aeronautico est mon 9<sup>e</sup> ouvrage. Cela me ferait plaisir qu'Agora se fasse l'écho de mes publications qui contribuent de façon majeure à la visibilité du groupe ESCT, en particulier dans les écoles de gestion parisiennes et dans les librairies FNAC"... Dédié aux secteurs de l'aéronautique et de l'espace, l'ouvrage offre une synthèse des fondamentaux du marketing B to B et du marketing B to C, depuis les concepts de base comme la segmentation, le positionnement jusqu'au plan marketing, en passant par la politique de produit, de prix, de distribution ou de communication. Il traite également des chapitres spécifiques comme le marketing de projet, la politique de marque, les outils de fidélisation comme la maintenance, la formation, les compensations et les stratégies d'alliances. Par ailleurs, il présente les modifications qu'Internet permet dans les techniques de gestion : l'e-procurement par la stratégie d'achat, la communication interactive grâce aux sites web, l'e-ticketing pour la vente de billets par les compagnies.



Contact : [p.malaval@esc-toulouse.fr](mailto:p.malaval@esc-toulouse.fr)

## en bref

Suite au coup de pouce dont il a bénéficié dans le précédent Agora (n°56, page 5), **Florent Ceccaldi (promo 03)** nous écrit :

"Je tenais à vous remercier pour l'article paru dans Agora. Le fond comme la forme m'ont vraiment fait très plaisir. Je tiens par la même occasion à saluer votre travail et celui de votre petit groupe de rédacteurs. Encore un grand merci pour ce coup de pouce qui m'a, comme le disait Brassens dans une de ses chansons, "chauffé le cœur"..."

## reportage

## MISSION : L'Amphitryon\*

**Face à face, en bout de piste à Blagnac : le Concorde et L'Amphitryon, un monde d'étoiles. Passé prestigieux pour l'un et envol prometteur pour l'autre. Au poste de commandes du renommé restaurant L'Amphitryon : Sandrine Batard (promo 98). L'équipe d'Agora ne pouvait pas rester insensible devant un tel succès : quelle en est la recette magique, d'où est partie cette vocation, quelles en ont été les motivations?...**

Notre jeune et charmante hôtesse nous a reçus par une belle journée de printemps. Originaire de Tarbes, Sandrine a suivi la prépa Saliège à Toulouse avant d'intégrer notre école. Attirée par les structures à taille humaine, elle a suivi la filière PME-PMI, un tremplin idéal pour affronter son quotidien de responsable d'une entreprise de 30 personnes : gestion du personnel, esprit d'initiative et anticipation, analyse et réactivité...

**Depuis 4 ans, L'Amphitryon collectionne les distinctions.** Durant ses études, Sandrine opte pour une année de césure au service Trade Marketing chez Kodak, puis effectue son stage de fin d'études dans l'industrie textile chez Siline Cie à HongKong, sous la direction d'une diplômée ESCT. A la sortie de l'École, elle rejoint L'Amphitryon, restaurant créé par son père et sa tante, ex-entrepreneurs dans l'aéronautique.

"Au départ, j'étais juste venue leur donner "un coup de main", précise-t-elle. Mais je me suis vite passionnée à mon tour pour les plaisirs de la table, la beauté de ce métier et le développement d'une entreprise en plein essor". Désormais, elle dirige L'Amphitryon en association avec Yannick Delpech, jeune Chef talentueux. La complémentarité et l'émulation qui règnent entre eux fait très vite progresser L'Amphitryon au niveau des étoiles : en 2000, Yannick est consacré le plus jeune Chef étoilé de France. En 2001, il est nommé "Espoir" de la cuisine française par le GaultMillau, et en 2003, L'Amphitryon est le seul restaurant de Midi-Pyrénées à être distingué d'un 2<sup>e</sup> macaron par le Pudlo. C'est "la maison qui vaut désormais le détour sur Toulouse, à noter sur votre carnet d'or" : en 2004, seules 65 tables en France sont honorées de cette notation, dont L'Amphitryon.

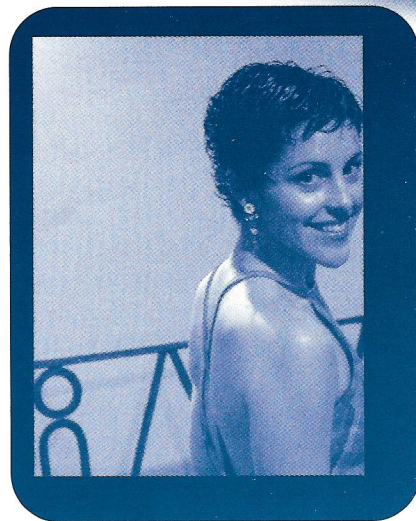
**Une histoire de passion devenue métier au plus haut niveau.** "Le monde culinaire est un combat quotidien pour sa propre reconnaissance, explique Sandrine, c'est un métier où il faut sans cesse inventer, se chercher et donner le meilleur de soi. La récompense de ces efforts, c'est la satisfaction du client, qui, elle, est immédiate". Outre la carte, L'Amphitryon propose également des formules à 22 et 30 € le midi, organise des séminaires et cocktails dinatoires, et bien sûr, toutes les fêtes et cérémonies. Toute l'année, une sélection de plats à emporter est également

proposée, pour ceux qui préfèrent recevoir chez eux et profiter de leurs convives sans être "bloqués" dans leur cuisine. Pour faire plaisir à un proche, vous pouvez aussi offrir L'Amphitryon en cadeau, ou un extrait de ses gourmandises, puisque L'Amphitryon commercialise foies gras et douceurs, comme ces délicieux macarons au Cachou Lajaunie, le célèbre bonbon de la Ville Rose.

**Lors de votre première visite,** faites-vous connaître dès la réservation, en précisant votre année de promo : une attention particulière vous sera offerte. Vous pouvez contacter Sandrine par téléphone (05 61 15 55 55) ou par e-mail (contact@lamphitryon.com).

**Francis Guitard (promo 67)  
& Anne-Marie Laharrague (promo 63)**

\* définition du Petit Larousse 2002 : "Amphitryon : personne chez qui l'on mange, hôte"



## COUPON-RÉPONSE


**TOUS à L'Amphitryon  
à la saint-Jean !**

- **Le jeudi 24 juin 2004**, jour de la St Jean, en hommage à l'Hôtel St Jean qui abrita tant de générations de futurs diplômés ESCT, Sandrine et l'équipe Agora ont décidé de créer l'événement en réservant le restaurant aux diplômés de l'École (accompagnés bien sûr de la personne de leur choix) pour un **dîner "inter-promo" d'exception**.
- **Jugez plutôt :** coupe de Champagne & amuse-doigts + mise en bouche + foie gras de canard mi-cuit, en trois modes, trois saveurs + Asperges vertes sautées à cru dans un consommé à l'anguille fumée, bouchée de mique grillée au chèvre frais + Pannequets croustillants de thon cru mariné à la citronnelle et piment d'Espelette, le filet en tranche fine comme un sushi + soufflé au chocolat blanc, marmelade de citron jaune, sur un macaron moelleux + vins, café & mignardises... Le tout pour 60 € seulement par convive !
- **Parlez-en à vos copains de promo et réservez (ferme) vos places avant le 6 juin** auprès de Sandrine par téléphone (05 61 15 55 55), par e-mail (contact@lamphitryon.com), ou en renvoyant ce coupon à : L'Amphitryon - chemin de gramont - 31770 Colomiers.

Nom ..... Prénom .....

Promo .....

Viendra accompagné de : ..... personne(s)

## Iu dans la presse

### Frédéric Dornbusch (promo 85) à la Brûlerie de Montmartre

Il y a fort à parier que les diplômés parisiens ou de passage à Paris ne vont pas tarder à en faire leur QG. Voilà en tout cas ce qu'en dit la presse locale : "Chaque dimanche entre 11 et 13h, la commerçante rue Damrémont résonne d'airs connus de Ferré, Fréhel ou Lapointe qui se mêlent au délicieux parfum de café torréfié. Par la volonté d'un homme de 38 ans, Frédéric Dornbusch, ex-cadre de l'industrie, qui a repris il y a un an la brûlerie du coin : "Sans quitter mon ancien travail, j'ai passé samedis et congés chez des confrères pour me former et m'assurer que ça me plaisait bien. Puis je me suis lancé avec une idée précise de ce que je voulais faire".

L'œil rieur rappelant celui du "fou chantant" Trenet, notre artisan ne se contente pas de torréfier et de moudre du grain. Il invite les passants à boire un petit noir en poussant la chansonnette, en écoutant de la musique, voire en assistant à un défilé de mode où Patricia, sa collègue, recycle les sacs de café. Le patron lui-même chante Brassens ou Souchon en s'accompagnant à la guitare.

Les riverains sont fans. Le quartier a comme un grain".

**Contact : Brûlerie de Montmartre, 66 rue de Damrémont (18<sup>e</sup>), tél : 01 42 54 26 29.**

## à l'affiche

### Emile Pena (promo 66) chante Toulouse!

La Dépêche du Midi nous apprend qu'en tant que "mélomane de toujours", Emile vient de sortir un premier CD qui met Toulouse en scène, ses rues et ses quartiers, et qu'il ne compte pas en rester là puisqu'il en a déjà un autre sur le feu sur le thème West Side Story... Fan de jazz et de crooners, il dirige aussi l'orchestre "Well Good" avec lequel il se produit souvent bénévolement dans les maisons de retraite, via l'association "Volontariat Soutien par l'Art".

Mais Emile a plus d'un tour dans son sac, puisqu'il est aussi un excellent auteur de bandes dessinées. Et pourquoi pas un prochain numéro d'Agora dont les articles seraient illustrés par Emile? Affaire à suivre...

# LA DÉPÊCHE

DU MIDI

## LE FIGARO

nous révèle, dans son supplément hebdo du 3 mars consacré aux étudiants, que **Carole Donat (promo 92)** a été récemment promue "directrice distribution joaillerie" chez Cartier. Après un parcours sans faute chez KPMG, Carole décide de faire un break et de s'offrir un tour du monde. Et c'est dans un avion qu'elle découvre par hasard que l'ESSEC propose le MBA "International Luxury Brand Management" : bon sang mais c'est bien sûr, c'est ça qu'il lui faut! Major de promo du MBA, elle se fait vite repérer par le Groupe Richemont qu'elle intègre d'abord sur un poste d'auditeur interne (sa compétence historique), avant de se voir proposer ce poste où elle manage tous les aspects distribution de la gamme Cartier dans le monde. Coup de chapeau pour cette reconversion magistrale!

D'autre part, sur son édition du 14 janvier dernier, Le Figaro Etudiants a consacré un reportage à **Hélène Abou (promo 03)** qui est "responsable univers" dans le magasin Décathlon de La Plaine Saint-Denis. Mais elle jure déjà qu'elle ne travaillera pas toute sa vie pour un patron et qu'elle souhaite ardemment créer un jour sa propre boîte.

En attendant, elle vit à fond sa passion pour l'équitation puisqu'elle est responsable du rayon... Equitation.

# Les Echos

LE QUOTIDIEN DE L'ECONOMIE

Dans l'édition du 15 mars, un entrefilet nous informe que **Michel Andignac (promo 85)** vient d'être nommé directeur financier du Groupe Generali France (8000 personnes) dont le tout nouveau siège n'est autre que le voisin immédiat du prestigieux Stade de France. Bravo !

## carte postale

## Eric Lantrua (promo 90)

démarre l'année 2004 sur les chapeaux de roue : "Un petit cocorico pour Sup de Co Toulouse. Mon livre "Boostez vos commerciaux" aux éditions Dunod dont vous aviez gentiment parlé dans l'Agora n°54 vient de recevoir la semaine dernière le prix du meilleur ouvrage économique et commercial 2003 par la fédération nationale des dirigeants commerciaux de France.

Je tenais non seulement à vous faire partager mon plaisir, mais aussi à vous dire que nous nous battons tous pour développer la réputation de Sup de Co Toulouse sur les scènes nationale et internationale. C'est aussi ça, un réseau de diplômés".

**Ndlr :** Eric, pour ces paroles d'or, tu mériterais 10 ans de cotisation gratuite à l'Assoc' !

## Valérie Bepmale (promo 90)

vient de créer Vivéo Services : "Fin 2003, j'ai créé avec un ami une société de services au domicile des particuliers : Vivéo Services. Nous sommes multi-services et nous proposons : ménage-repassage, cours particuliers, lavage de carreaux et baby-sitting. Nos prestations sont destinées à améliorer la qualité de vie de nos clients, en leur simplifiant la vie, tout en leur permettant de réduire leurs impôts. Nous sommes récemment passés sur TLT et nous avons obtenu un article dans le supplément économique de la Dépêche du Midi".

Bonne chance Valérie!

**Contact :** Vivéo Services, 52 boulevard Keonig, 31300 Toulouse, tél : 05 62 48 13 41/06 19 16 60 21.

## Isabelle Carme-Martin (promo 84)

a bien aimé notre coup de pouce dans le précédent Agora (n°56, page 4) : "C'est avec beaucoup de plaisir que j'ai reçu le dernier numéro d'Agora et que j'ai découvert le formidable coup de pouce que vous avez donné à mon article, et donc à mon action, en lui réservant une pleine page!!!".

Un peu de solidarité dans ce monde de brutes, ça ne fait pas de mal...

## EN BREF...

## Redouane sedki (promo 74)

informe ses potes de promo qu'il sera à Toulouse du 7 au 13 juillet 2004. En poste au Maroc au sein de la CNSS, Redouane aimerait bien, lors de ce pèlerinage toulousain, retrouver des diplômés de sa promo et profiter avec eux des festivités locales organisées pendant cette semaine. Redouane était même prêt à intervenir à l'Ecole pour parler de la CNSS, mais hélas, Redouane, à cette période de l'année, les étudiants prennent l'une des 2 options suivantes : farniente sur les plages de France ou d'ailleurs, ou stage d'été en entreprise...

Contact : [redouane.sedki@cnss.ma](mailto:redouane.sedki@cnss.ma)

## Thierry Daniel (promo 83)

a récemment pris la responsabilité, chez Procter & Gamble France, des activités de "Data Base Marketing" : en décodé, il s'agit de la stratégie de collaboration avec les distributeurs concernant l'exploitation de données consommateurs (données points de vente ou informations liées aux programmes de cartes de fidélité). Un sujet très chaud en ce moment, vu la rapidité des évolutions et l'ampleur du business en jeu.

Contact : [daniel.t@pg.com](mailto:daniel.t@pg.com)

## ANNIVERSAIRE DE PROMO



## Les retrouvailles de la promo 58

Ils se sont réunis le 27 septembre 2003 à l'Abbaye de Camon, près de Mirepoix dans l'Ariège, pour "célébrer le temps qui passe et les vendanges à venir", autour d'une bonne table. Étaient présents : Anne-Marie Batut-Crapez, François Fabre, Jean Gagnot, Duong Huynh, Jacqueline Lemoine-Allier, Marie-Anne Pous-Donnezan, Armand Pradier d'Agrain, Nicole Sentenac-Brusset, André Soulié, Daniel Ventelon et Jean Giralt.

pasbanal.com

# ANNE et valentin : une autre idée du luxe

**En une dizaine d'année, le lunetier toulousain "Anne et Valentin" a su trouver sa place dans la niche de la lunette de création artisanale en revenant aux sources du luxe.**

Quand on parle "Luxe", on pense immédiatement "Cartier" ou "Porsche" (cf. article ci-contre). Mais la success story des lunettes "Anne et Valentin" prouve qu'il est possible de réussir dans ce marché étroit sans être adossé à une marque puissante ni soutenu par des financiers. Anne et Valentin ont progressivement troqué leurs habits d'opticiens (ils ont démarré il y a plus de 20 ans rue des Tourneurs dans le centre historique de Toulouse) pour ceux de créateurs-artisans. Aujourd'hui, non seulement la PME réalise plus de 4 millions d'€ de CA (dont 70 % hors de l'hexagone), mais elle est également reconnue par le milieu comme l'une des dix plus créatives dans le monde!

## **Un objet de luxe est avant tout un objet d'exception.**

Pour parvenir à cette position enviée, les fondateurs se sont réappropriés le triptyque incontournable du luxe : création, exclusivité et qualité. Comme nous l'explique son DG **Jean-Luc Guiraud** (promo 74) : "Là où les grands noms du luxe (Chanel, Gucci,...) mettent en avant une marque qui sécurise et valorise le consommateur, nous mettons plutôt en avant le produit en tant qu'objet d'exception (design, matériaux...). Nous fabriquons de beaux objets pour des personnes libres de leur choix, pas pour des "fashion addict". Dans notre métier, la lunette, nous estimons que notre produit doit apporter quelque chose au visa-

*ge et à la personnalité du consommateur. Nous avons l'ambition d'apprendre aux gens à donner de l'importance à cet objet : à travers lui, ils peuvent véhiculer leurs styles de vie, et non pas celui associé à la marque d'un grand couturier".* Il ne s'agit pas ici d'inventer la vie qui va avec le produit, mais de trouver le produit exclusif qui va avec la vie qu'on s'est choisie!

## **Exister dans un monde très concurrentiel.**

"Il est donc possible d'exister à l'ombre des grandes marques, affirme Jean-Luc. Nous nous appuyons sur des caractéristiques différentes, et tout d'abord la créativité. Anne, la co-fondatrice de l'entreprise, dirige le design et propose 2 collections par an de 400 références chacune, renouvelées à 40 % chaque saison! Cet effort colossal, seule une PME réactive et ambitieuse peut se le permettre. Notre autre "marque de fabrique", c'est la qualité de nos productions. Nous choisissons les meilleures matières premières et nous contrôlons manuellement 100 % de nos articles". Enfin, comme il sied à tout produit de luxe, la Sté Anne et Valentin a développé une politique de distribution sélective, avec des revendeurs (opticiens) qui, plutôt que d'être des "vendeurs de prothèses oculaires", doivent partager la passion des artisans-créateurs pour le consommateur et pour le beau. D'ailleurs, Anne et Valentin investit beaucoup dans la fidélisation de son réseau (composé essentiellement d'indépendants) et, en contrepartie, n'hésite pas à leur assurer une exclusivité territoriale.

## **Une croissance à 2 chiffres.**

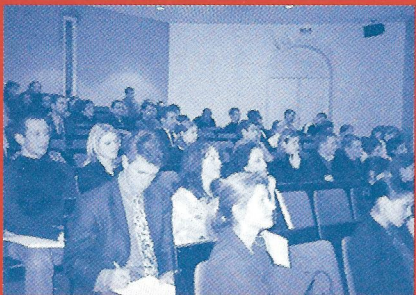
Voilà comment, en quelques années, la Sté "Anne et Valentin" est devenue une référence dans son domaine. Distribués aujourd'hui dans 1000 points de vente et 40 pays, dont les Etats-Unis (30 % du CA) et le Japon, ses produits disposent aussi d'un prestigieux écrin : la "boutique showroom" ouverte à Paris depuis 4 ans. Dernière originalité, et non des moindres, de cette PME en forte croissance : son mode d'organisation. Loin des canons enseignés dans nos écoles de commerce, le lunetier toulousain est organisé en véritable tribu (cf. site [www.anneetvalentin.com](http://www.anneetvalentin.com)) ayant ses rites, ses codes et son esprit "original". La trentaine de collaborateurs évolue ainsi dans une organisation horizontale et participative. Malgré le décès prématuré du fondateur, son mari, il y a un an, Anne Valentin compte bien perpétuer cet esprit et ce positionnement spécifiques : en choisissant Jean-Luc comme DG pour l'aider à diriger son affaire, elle a su identifier un dirigeant qui, tout en étant passé sur les bancs de notre ESC, a prouvé tout au long de sa belle carrière qu'il savait conjuguer lui aussi professionnalisme, humour et anti-conformisme.■

**Joël Echevarria** (promo 87)



conférence du 26 janvier

## savoir revenir aux fondamentaux : un leitmotiv pour les marques de luxe



Le cycle de conférences co-organisé par l'Association des Diplômés, la Direction de l'Ecole et la Bordelaise de CIC continue avec, le 26 février dernier à Toulouse, une remarquable intervention de Jean-Christophe Bédos (promo 87) qui n'est autre que le DG de Cartier France. "Jusqu'où aller dans la diffusion des marques de luxe ?" : telle est la question à laquelle il a répondu avec brio.

"Tout d'abord, je voudrais tordre le cou à 2 idées répandues à tort : les carrières dans les marques de luxe ne sont réservées ni aux diplômés des écoles parisiennes, ni aux fils à papa. J'en suis la preuve vivante!". Avec une telle introduction, Jean-Christophe était assuré d'attirer d'emblée les sympathies du public, essentiellement composé d'étudiants de l'Ecole et de diplômés.

Après avoir démontré que le luxe couvre un vaste champ de produits et services (champagne, voitures, hôtellerie, montres, bijoux, haute couture, cigares, parfums, hi-fi...), il a dévoilé les coulisses du marketing des marques de luxe : celles qui sont dans le "hard" (voitures, hi-fi...), celles qui sont dans le "soft"

(hôtellerie, champagne, parfum...), celles qui fabriquent à partir de matières premières précieuses (bijoux, montres, maroquinerie...) ou non précieuses (voitures, champagne, parfums...).

### La théâtralisation du lieu de vente et du produit.

Le point commun de toutes ces marques de luxe, c'est la manière de les piloter, en agissant à 3 niveaux : le concept (les voitures à vivre de Renault), l'expression (les fameux 4P : price, product, packaging and place) et la perception (ce que les clients perçoivent de la marque).

"En matière de stratégie de pilotage, les marques de luxe reviennent toujours aux fondamentaux, comme on dit au rugby : le triangle magique (créer les conditions de rencontre entre acheteurs, vendeurs et produits), la théâtralisation du magasin et du produit (terrain où les mégastores de luxe excellent) et le produit souverain (il est toujours sublime, et c'est ça le luxe)", commente-t-il.

### Marques de mode, marques de luxe ?

Est-ce la même chose ? Malheur ! Ne mélangeons pas torchons et serviettes... Encore que. Dans les années 80, les marques de mode comme YSL ou Ralph Lauren distribuait des licences à tout va et contrôlaient faiblement la distribution, contrairement aux marques de luxe très à cheval sur ces critères. Quelques dérapages incontrôlés plus tard, de nombreuses marques de mode (Gucci, Dior, Chanel, Vuitton...) ont mis de l'ordre dans leurs modes de fonctionnement, ce qui, vu du client, brouille sérieusement les pistes par rapport aux marques de luxe.

### Où achète-t-on aujourd'hui les produits de luxe ?

Dans les boutiques mono-marques, les grands magasins, les spécialistes, les espaces shopping, la grande distribution et les halls d'aéroport. Mais la grosse révolution de ces dernières années, c'est la montée en puissance des mégastores de luxe : plus de produits, plus de savoir-faire, plus d'espace... Bref, une théâtralisation que magnifient avec talent les plus grands architectes. "Aujourd'hui, les marques de luxe se livrent à une lutte frontale : dans chaque pays cible, c'est à qui décrochera le meilleur emplacement dans la meilleure rue de la meilleure ville... Le magasin devient un objet d'art en soi : c'est l'ultime expression de la marque".

Suite p8...

a chaud...

### Au lendemain de la conférence, Alexis Nory (étudiant ESCT) nous a

envoyé un mail encourageant : "Je tiens à vous féliciter pour l'organisation de cette conférence. C'est par ce type d'événements que nous pouvons faire vivre le réseau du Groupe ESCT, ainsi que les rencontres entre diplômés et futurs diplômés". En tant que membre de l'AIESEC, Alexis nous informe également que l'AIESEC organise également un cycle de conférences : après celle du 10 mars dernier consacrée à l'Amérique Latine, d'autres interventions sont à l'étude sur des sujets comme l'entrepreneuriat, la vente sur Internet ou encore le développement durable.

Contact : [anory@free.fr](mailto:anory@free.fr)

... Suite de la p7

Mais à 4 000 € le m<sup>2</sup> loué avenue Montaigne à Paris, où va-t-on, s'interroge-t-il? Qui a une idée alternative dans la salle? Le Web, bien sûr! Filiale de LVMH, le site e-luxury s'est par exemple engouffré dans la brèche, avec prudence toutefois.

### Mais attention danger.

Les marques de luxe risquent d'y perdre leur âme, car que deviennent avec le Web les conseils personnalisés du vendeur exclusif, la propriété intellectuelle, la protection du consommateur? C'est la porte ouverte aux contrefaçons, comme l'a démontré à plusieurs reprises l'actualité récente. "On peut triturer les enjeux dans tous les sens, mais une chose est sûre : l'industrie du luxe est condamnée à accompagner le produit. Jusqu'où aller? No limit. Toujours plus haut, toujours plus beau!", clame avec conviction Jean-Christophe, en rappelant au passage une phrase qui lui tient à cœur : "Plus vous regardez loin dans le passé, plus vous pouvez voir loin dans le futur". Signé : Winston Churchill. ■

**Hervé Magon de La Giclais**  
(promo 82)

*PS : des problèmes de routage (grève du tri postal à Toulouse ?) de la carte d'invitation à cette conférence n'ont pas permis d'en informer à temps une partie des diplômés. Même si ce désagrément fut indépendant de sa volonté, l'Association s'excuse auprès de ceux qui auraient ainsi été privés de cette manifestation. Par ailleurs, au lendemain de cette conférence du 26 février, une 2<sup>e</sup> édition, à Paris cette fois-ci, était envisagée pour les diplômés de la région parisienne : si cela se confirme, une action de communication spécifique sera organisée (mais peut-être qu'au moment où nous mettrons sous presse, tout sera déjà ficelé).*

## dernière minute

Un communiqué paru dans "Les Echos" le 1<sup>er</sup> avril dernier (non, non, ce n'est pas un poisson d'avril) nous informe que Jean-Christophe vient d'être nommé pédégé de Boucheron, la marque de joaillerie, montres et parfums du groupe Gucci. Jusqu'où ira-t-il?...



## photo de famille

# L'équipe AGORA s'étoffe



Récemment renforcée par 2 nouveaux arrivants [**Anne-Catherine Besques** (promo 03) et **Joël Echevarria** (promo 87)], l'équipe Agora, photographiée lors de la dernière réunion du comité de rédaction, est fermement décidée à continuer à vous informer efficacement. Elle vous invite à lui adresser régulièrement des textes, suggestions ou critiques. C'est grâce à vous que Agora restera une publication vivante et pleine de sens.

De gauche à droite sur la photo : **Luis Rofé**, **Francis Guitard**, **Hervé de La Giclais** (debout) **Anne-Catherine Besques**, **Anne-Marie Laharrague**, **Joël Echevarria** (debout), **Guy Bouzigues**, **Claude Souloumiac**.

Photographe du team, **Pierre Carrera** ne figure pas sur la photo, mais bien sûr, participe activement aux travaux du comité.



## COUP D'ŒIL dans le rétro

# AU pays des souvenirs, 15 diplômés visitent le chantier de l'Hotel saint-Jean



Visite des fouilles du cimetière sous la conduite de Francis Dieulafait

**Depuis de nombreuses années, les panneaux de chantier fleurissent sur le fronton du prestigieux Hôtel Saint-Jean qui abrita jusqu'en 1986 l'ESC Toulouse. Ces derniers temps, les choses se sont accélérées, ce qui a conduit une délégation de diplômés à se rendre sur place pour en savoir plus.**

Le 14 janvier dernier, à l'heureuse initiative d'Anne-Marie Mataly-Aramond (promo 51), une quinzaine de diplômés des promos 50/60 ont eu le privilège de visiter, sous la conduite remarquable de Francis Dieulafait [chargé de communication à la Direction Régionale des Affaires Culturelles (DRAC)], le chantier de réhabilitation des anciens locaux de Sup de Co Toulouse, ainsi que les fouilles archéologiques en cours. Ces dernières sont réalisées par l'Institut National de Recherches Archéologiques Préventives (INRAP) préalablement au creusement du futur parc de stationnement souterrain de la DRAC qui occupera les lieux en 2005.

Situé tout près de la Dalbade, ce corps de bâtiments avait été édifié sur les terrains

occupés, du 12<sup>e</sup> au 18<sup>e</sup> siècle, par l'Ordre des Hospitaliers de Saint-Jean-de-Jérusalem (Chevaliers de Malte) qui construisirent, outre la tour du trésor et des archives, un cloître, une chapelle, un hôpital et un cimetière attenant à l'église Saint-Jean (anciennement appelée Saint-Rémi). Bien après les Chevaliers de Malte (vers 1813), la tour, la chapelle et diverses annexes disparurent car, après diverses vicissitudes, la corporation des marchands-drapiers devenue propriétaire des lieux en modifia considérablement la configuration.

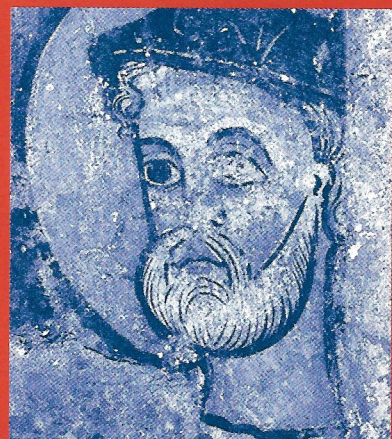
Quant à l'Hôtel Saint-Jean lui-même, il avait été édifié à partir de 1668 et bénéficie actuellement d'un sérieux lifting. Mais rassurez-vous, le fameux escalier qui rabota vos genoux est toujours là! Si vous les avez conservés, reportez-vous aux numéros 46 et 47 d'Agora (2001) où vous retrouverez de passionnants articles consacrés à l'Hôtel Saint-Jean.

Les fouilles en cours, qui mobilisent 30 archéologues jusqu'à fin mai, mettent au jour, sur environ 3,50 mètres de profondeur, plusieurs centaines de sépultures, dont un grand nombre de squelettes de jeunes

enfants (Saint Rémi étant leur protecteur). Ponctuellement, des vestiges plus anciens d'habitat gallo-romain commencent à apparaître. La Dépêche du Midi a d'ailleurs récemment publié un article sur les magnifiques peintures cachées près des enfeus découverts lors des travaux de 1997 (mur nord de l'ancienne église Saint-Jean, tout près de notre ancienne Cave) et que La Poste a popularisées par un timbre.

Bref, une visite passionnante pour les diplômés d'avant 86 réunis à cette occasion, car ils avaient tous vécu leur scolarité Sup de Co dans ces vénérables locaux. Un très grand merci à Anne-Marie Mataly-Aramond pour l'organisation de cette visite, ainsi qu'à Francis Dieulafait dont les explications très claires et précises (notamment sur les enfeus et les peintures) ont captivé l'attention des participants. ■

**Guy Bouzigues** (promo 51)



photos J.-F. Pené (DRAC Midi-Pyrénées)

## DU NOUVEAU sur le site des diplômés !

Tous deux issus de la promo 2000, Gérard Pucheux et Benoît Fargeot ont pris à bras le corps la gestion du site de l'Association des diplômés et proposent dès aujourd'hui des nouveautés attractives.

**Arrivée d'une jeune journaliste.** Elodie Touret a 23 ans. Licenciée en lettres modernes, étudiante en licence d'histoire et pigiste à La Dépêche, elle intervient sur le site depuis début mars. L'objectif fixé à cette nouvelle recrue est de dynamiser le site, en y apportant notamment un contenu rédactionnel régulièrement actualisé.

**Remaniement de la navigation du site.** Suite à vos suggestions et à celles d'Elodie, Benoît et Gérard vont très prochainement revoir la navigation du site qui s'en trouvera simplifiée et gagnera en convivialité.

**Malin : les "tuyaux emploi".** Il s'agit d'un système particulièrement intéressant puisqu'il vous permet d'avertir l'ensemble du réseau de la création ou de la libération d'un poste dans votre entreprise, et ce avant même que cette opportunité ne soit publiée dans les médias. Nous comptons sur vous pour jouer le jeu ! Pour mettre le réseau au courant d'une opportunité professionnelle à saisir, rendez-vous dans l'annuaire (rubrique *profil, fiche professionnelle* puis *informations*).

**Publicité.** Si vous souhaitez figurer sur le site des diplômés (bandeaux, pages promotionnelles), contactez Gérard Pucheux.

**La promo 2003 est dans l'annuaire en ligne !** Un courrier explicatif stipulant à chacun ses codes d'accès personnels a été envoyé à tous les nouveaux diplômés. Pour mémoire, vous pouvez consulter en ligne l'annuaire des diplômés et y mettre à jour vos informations personnelles et professionnelles (attention : les codes donnant accès au site de l'Association sont différents de ceux ouvrant l'accès au site Emploi géré par l'École).

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

### contacts utiles

**Benoît Fargeot** (promo 00)  
Aspect technique du site / annuaire / emploi  
[b.fargeot@maison-facile.com](mailto:b.fargeot@maison-facile.com)

**Gérard Pucheux** (promo 00)  
Organisation générale du site / publicité  
[gpucheux@anciensesct.com](mailto:gpucheux@anciensesct.com) / 06 70 48 16 95 (privilégiez le mail !)

**Elodie Touret**  
Contenu rédactionnel du site  
[touret.elodie@wanadoo.fr](mailto:touret.elodie@wanadoo.fr) / 06 61 24 96 92

**Rénée Monzat**  
Secrétariat  
[info@anciensesct.com](mailto:info@anciensesct.com) / 05 61 21 12 50

## conseil d'administration

### séance du 26.01.04 tout savoir sur les décisions ou projets en cours

#### COMMISSION "Relations avec les diplômés et les élèves"

- Concernant le cycle de conférences, 3 séances sont programmées en 2004, dont la 1<sup>re</sup> dès le 26 janvier (cf. compte-rendu).
- Pour lancer l'antenne parisienne de l'Assoc', un dîner-conférence est à l'étude fin avril. Quant aux antennes régionales, elles continueront à bénéficier de son soutien.
- Pour gagner l'adhésion des élèves de 3<sup>e</sup> année à la veille de quitter l'École, le pot annuel offert par l'Assoc' sera reconduit et un support de promotion (électronique ou papier) est également à l'étude pour mieux leur faire toucher du doigt les atouts de l'Assoc'.

#### COMMISSION "Emploi"

- Un projet "d'Info Job" est présenté, afin de favoriser la mise en ligne par les diplômés de postes à pourvoir dans leur entreprise.
- Autre projet : mettre en place un réseau de correspondants parmi les diplômés pour répondre aux questions que se posent les nouveaux diplômés sur le marché du travail.
- Enfin, dans plusieurs grandes villes, des "Journées Emploi" pourraient être organisées, conjointement avec des diplômés travaillant dans des cabinets de recrutement, pour conseiller les nouveaux diplômés ayant du mal à trouver un premier emploi.

#### COMMISSION "Agora"

- En 2004, 3 numéros de 12 pages seront publiés (dont 2 envoyés aux seuls cotisants).

#### COMMISSION "internet"

- Un effort sera réalisé en 2004 sur les rubriques "Annuaire" et "Agora" (mise en ligne plus rapide).
- Deux autres axes sont en cours d'étude : créer de nouvelles rubriques favorisant l'emploi et introduire des bandeaux publicitaires payants.

#### COMMISSION "budget"

- Grâce à la croissance lente mais régulière du nombre de cotisants (la barre historique des 1500 a été franchie!), les comptes 2003 présentent un excédent d'exploitation et le prévisionnel 2004 est bien parti pour être d'un cru similaire.

## le saviez-vous ?

# sup de co en formation continue... c'est possible !

Notre formation centenaire s'offre une cure de jouvence avec la première promotion du cycle "Sup de Co en formation continue". Zoom sur une nouvelle voie d'accès au diplôme ESCT tant convoité.

Le 28 janvier dernier, les 22 étudiants de la première promotion du "Sup de Co en formation continue" accueillaient leur parrain, Sylvain Breuzard, président national du Centre des Jeunes Dirigeants. Organisé par Capitolis, le département formation continue du Groupe ESC Toulouse, "Sup de Co en formation continue" a été lancé en 2001-2002. L'objectif était de proposer le programme ESC dans un format compatible avec la poursuite d'une activité professionnelle, afin d'y accueillir de jeunes actifs, forts de 3 ans d'expérience professionnelle probante minimum et ayant déjà suivi un 1<sup>er</sup> cycle universitaire (bac + 2).

**Sous la houlette de Pierre-Louis Eche** (professeur de stratégie du Groupe) et sous la supervision de la direction du programme ESC, les 22 premiers "étudiants" de ce cycle viennent de conclure leur marathon de 18 mois. L'échange avec Sylvain Breuzard fut l'occasion de faire le point sur leur formation et d'explorer les perspectives que ce parcours et le diplôme obtenu ouvrent à leurs carrières professionnelles.

**Un terme "marathon" employé à dessein.** Car là où la plupart d'entre nous se souviennent de leurs années "Dalbade" ou "Lascrosses" comme d'une période heureuse, où les joies de la vie étudiante toulousaine nous faisaient oublier les (quelques) difficultés de notre formation, il en a été tout autrement pour cette courageuse cohorte. Sans abandonner leur poste de travail (et sans que leur hiérarchie ne change son niveau d'exigence à leur égard) ni renoncer à leur vie de famille, nos 22 diplômés ont dû consacrer 60 week-end (vendredi + samedi) à suivre des cours (assurés par des profs du Groupe), ainsi que d'innombrables soirées, nuits et dimanches à préparer rapports, mémoires, examens et contrôles. Les exigences étaient en effet les mêmes que pour les étudiants "classiques" de Sup de Co, à l'instar du Grand Ecrit qu'ils ont dû passer comme les autres durant tout un froid samedi de décembre. Bref, pas le temps de faire un tour à la Cave, au Tamaris ou chez Tonton !

**Sylvain Breuzard** a conclu cette soirée mémorable en soulignant tous les bienfaits que les entreprises peuvent attendre des nouvelles dispositions légales relatives à la formation continue. Il a d'autre part invité les étudiants à prolonger tout au long de leur vie cet effort de remise en question, maintenant qu'ils ont appris à apprendre.

Joël Echevarria (promo 87)

## a l'affiche

# Le prix du "Mastère le plus innovant" pour le Groupe ESCT

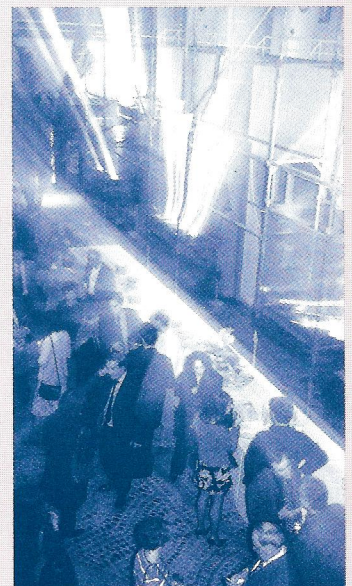
La Dépêche du Midi nous apprend que le Mastère "Gestion des institutions et activités sportives" créé en septembre 2003 s'est récemment vu attribuer le prix du Mastère le plus innovant. D'ailleurs, les grands noms du sport ne s'y sont pas trompés puisque plusieurs d'entre eux font régulièrement le déplacement dans la ville rose pour apporter leurs témoignages aux participants du Mastère : Jacques Santini, Jean-Marie Leblanc, Hervé Mathou (journaliste Canal +), Hugues Henry (directeur administratif du téfécé)...

## L'ÉVÈNEMENT

# Une accréditation AACSB, cela se fête !

Le 16 mars dernier, la foule des grands jours se pressait dans les "rues intra-muros" du Groupe ESCT boulevard Lascrosses à Toulouse : en présence du Président de la CCI de Toulouse Claude Terrazoni, un méga-cocktail a été organisé pour saluer l'obtention de cette accréditation (cf. texte éditorial à la UNE signé par Hervé Passeron).

Encore bravo à tous les contributeurs de cette réussite !



Anne-Sophie Olivier-Avé (promo 91)

# Ave Anne-sophie, les diplômés ESCT te saluent bien !



**Un tuyau de Renée Monzat me met sur la piste d'une Sup de Co Toulouse qui effectue son stage de 1<sup>re</sup> année à l'ENA en Préfecture d'Agen. L'originalité d'un tel parcours m'a conduit à la rencontrer pour en savoir un peu plus.**

Née à Fontainebleau, elle migre à l'âge de 6 ans à Bruxelles où son père devient directeur général de CBS (actuel Sony Musique). Puis retour à Paris 6 ans plus tard, marquée par ce séjour belge qui la fait dorénavant parler avec un drôle d'accent... Un "atavisme familial" (2 parents + 1 sœur Sup de Co) la conduit tout naturellement dans une prépa à Clermont-Ferrand. Admise à tous les concours présentés, elle choisit Toulouse "par caprice" pour retrouver une copine et goûter au Sud (présumé ensoleillé) : "Mais je m'y ennuyais... D'ailleurs, ma faible adhésion au profil Sup de Co m'a valu d'être convoquée par la psy de l'École"... Diplôme en poche, elle découvre l'Administration avec un grand A lors d'un CDD au Ministère de la Culture.

**Direction Bordeaux.** Elle suit son premier mari en Gironde et entre dans une société de formation professionnelle en informatique. Après un break suite à la naissance de son premier enfant, elle suit une formation "chef de projet multimédia", puis intègre une petite société informatique (Addeo) en forte croissance. Intéressée au chiffre d'affaires, elle explose rapidement les objectifs, mais cela ne suffit pas à son bonheur. Elle assume un temps la présidence de l'Association "Mensa" (QI supérieurs à 150) et celle de parents d'élèves, puis, aux côtés du maire

d'Eysines, elle est élue au conseil municipal en 2001 et prend en charge la délégation Jeunesse & NTIC. Cette fonction d'élue révèle son intérêt pour le service public : "Je pense qu'il y a une dimension plus noble à servir l'Etat et le public, qu'à exercer ses fonctions dans une entreprise".

### Elle se lance un défi : l'ENA.

Depuis 1980, on peut intégrer l'ENA par le biais d'un 3<sup>e</sup> concours destiné à ceux qui peuvent notamment se prévaloir d'un mandat. Première tentative fin 2001 alors qu'elle est toujours salariée d'Addeo : admissible à l'écrit, mais recalée à l'oral. Un debriefing avec le jury lui fait comprendre que sa préparation était insuffisante. Du coup, elle prend un congé individuel de formation, rejoint en février 2002 une classe prépa et "s'applique à tout réapprendre en quatre mois et demi : droit du travail, de la Sécurité Sociale, droit administratif et constitutionnel, finances publiques...". Admissible à l'écrit en septembre 2002, elle part en stage au Quai d'Orsay où elle rédige des notes politiques. Malgré l'hospitalisation de son mari la veille de l'oral, elle triomphe de l'obstacle en dissertant sur "La France et les Droits de l'Homme".

### Départ pour le Foreign office.

Ayant postulé pour un stage à l'étranger, elle est affectée au Foreign Office en pleine crise d'Irak : sacré challenge ! Ses notes de synthèse attirent l'attention de Denis Mac Shane, Ministre des Affaires Européennes, dont elle devient le "Special Adviser". Sous sa coupe, elle rédige d'ailleurs des notes pour Jack Straw et Tony Blair : "J'ai ressenti plus de pragmatisme chez les Anglais que chez les Français". En août 2003, elle rejoint Agen pour la 2<sup>e</sup> partie de son stage. Elle y conçoit notamment un projet de charte d'accueil du public dans lequel elle introduit, Sup de Co oblige, la mesure de la satisfaction du client. Elle a rang de Sous-Préfet et assume en cas de nécessité l'intérim du directeur de cabinet du Préfet. Et la suite ?

"J'aimerais aller vers des postes d'expansion économique, d'aide à l'implantation des entreprises, de représentation de la France à l'étranger... Mais tout dépendra de mes notes de stage !".

### La vie familiale, les loisirs...

Comment concilier des fonctions aussi exigeantes avec sa vie personnelle ? Elle habite Bordeaux et rentre tous les week-end. Chef de projet informatique chez Cofinoga, son mari l'épaule solidement pour la vie quotidienne de la maison et l'éducation des enfants (7 et 9 ans) : "Il faut bien ça, sinon rien ne serait possible". Elle trouve le temps de lire et, très anglophile, se rend souvent à Londres. A part ça, "Je mène la vie la plus normale du monde et je suis proche des réalités du terrain. J'assume ma part du ménage. J'aime la musique. Je suis une adepte de la gymnastique sportive". Elle a plaisir à retrouver amis d'enfance et de Sup de Co. A ce propos, que pensent d'elle ses camarades de promo ? "Sa réussite à l'ENA ne peut que forcer notre admiration, estime Michèle Faure (promo 91), d'autant plus qu'elle avait déjà été admissible l'année précédente : s'il peut y avoir le facteur chance une fois, c'est admirable de réussir deux fois l'écrit d'une école aussi prestigieuse et d'y être admise. Et je suis sûre que cela ne viendra en rien ternir nos relations amicales car on en revient toujours à ses 2 qualités principales : spontanéité et sens de l'accueil qui font d'elle une fille à la fois brillante et très simple". Tout est dit.

Claude Souloumiac (promo 61)

## agora

Journal de l'Association des diplômés de Sup de Co Toulouse  
20 boulevard Lascrosses - 31000 Toulouse

Directeur de la publication  
Claude Souloumiac (promo 61)

Rédacteur en chef délégué  
Hervé Magon de la Giclais (promo 82)

Comité de rédaction  
Guy Bouzigues (promo 51), Anne-Marie Laharrague (promo 63), Luis Rofe (promo 63), Anne-Catherine Besques (promo 03), Pierre Carrera (promo 64), Joël Echevarria (promo 87) et Francis Guitard (promo 67)

Mise en page et impression  
Pôle Impression - Castanet

N° ISSN : 0-991-3424