

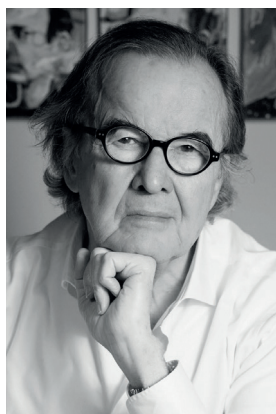


VALEURS d'EXCELLENCE®

NEWSLETTER

07

AVRIL
2026



ÉDITO

RENFORCER

l'attractivité des métiers d'excellence

Dans un monde où les modes de production tendent à s'uniformiser, les métiers de l'artisanat d'excellence rappellent que la valeur naît du savoir-faire, de la création, de l'attention portée à la matière et à la capacité de créer de la désirabilité. Ils montrent aussi que l'excellence n'est jamais un hasard, mais le fruit d'années d'apprentissage, de transmission et d'exigence.

Essentiels et captivants, ces métiers restent pourtant fragiles. Ils souffrent d'un déficit d'attractivité qui menace leur renouvellement. Non parce qu'ils manquent de sens — ils en ont à revendre — mais parce qu'ils manquent de visibilité. Trop de jeunes, trop de familles, trop d'acteurs de l'orientation ignorent encore les perspectives qu'ils offrent*.

À nous de « *change the script* », comme disent les Anglo-Saxons. À nous - VALEURS d'EXCELLENCE et tous ceux qui croient en ces savoir-faire - de montrer que l'artisanat d'excellence n'est pas un refuge nostalgique, mais un espace d'innovation, de création et de durabilité. Un univers où l'on peut bâtir une vie professionnelle riche, reconnue, valorisante. Et créer de ses mains des œuvres parfois uniques.

Développer l'attractivité de ces métiers, c'est soutenir celles et ceux qui façonnent la qualité, la beauté et l'identité de nos territoires, de notre pays. C'est offrir aux nouvelles générations des voies d'avenir originales et défendre un patrimoine plus vivant que jamais. Nous nous y employons.

Alain Caradeuc
Président de VALEURS d'EXCELLENCE

* Comme le montre l'étude IPSOS BVA ci-après.



Métiers d'art et savoir-faire d'exception, l'âme du luxe français, entre fascination et méconnaissance

Dans l'imaginaire collectif, les métiers d'art incarnent une forme d'excellence rare. Ils évoquent la patience du geste, la noblesse des matières et l'intelligence de la main. Ils sont aussi l'un des fondements les plus précieux de l'écosystème du luxe français.

Une **étude récente menée par Ipsos** révèle pourtant un paradoxe : si ces métiers suscitent une admiration quasi unanime, ils demeurent encore largement méconnus du grand public.

UNE IMAGE D'EXCELLENCE UNANIMEMENT RECONNUE

Les savoir-faire d'exception bénéficient d'un capital symbolique exceptionnel. Une immense majorité de Français leur associe une image positive, les reliant spontanément à des valeurs telles que la qualité, la créativité ou la transmission.

Dans l'imaginaire collectif, ces professions incarnent avant tout le patrimoine vivant. Elles sont perçues comme les héritières d'une tradition artisanale séculaire, où le geste précis et la maîtrise du temps deviennent les conditions de l'excellence.





Cette perception nourrit également le prestige du luxe français. Derrière chaque pièce d'exception — qu'il s'agisse d'une maroquinerie façonnée à la main, d'une pièce de haute joaillerie ou d'un décor sculpté — se déploie un savoir-faire dont la valeur dépasse largement l'objet lui-même. Le produit devient alors la manifestation tangible d'une culture du détail et de la perfection.

LE PARADOXE D'UNE ADMIRATION SANS CONNAISSANCE

Cependant, cette aura prestigieuse dissimule une réalité plus complexe. Si les métiers d'art fascinent, ils restent souvent mal identifiés. Une large majorité de Français reconnaît ne pas réellement connaître ces professions, leurs formations ou les opportunités qu'elles offrent.

Cette distance entre perception et compréhension crée un décalage. Les métiers d'art sont célébrés comme un symbole de l'excellence française, mais leurs réalités quotidiennes — les parcours de formation, les ateliers, les trajectoires professionnelles — demeurent largement invisibles.

Le résultat est paradoxal : un patrimoine admiré mais encore insuffisamment exploré.

DES REPRÉSENTATIONS QUI FREINENT LES VOCATIONS

Cette méconnaissance nourrit également certaines idées reçues. Beaucoup imaginent ces professions comme physiquement exigeantes, difficiles d'accès ou réservées à un cercle restreint d'initiés.

Dans un contexte où l'orientation scolaire privilégie encore largement les filières académiques, les métiers d'art apparaissent parfois comme une voie marginale, alors même qu'ils constituent l'un des piliers de nombreuses industries créatives — mode, accessoires, horlogerie, joaillerie, parfumerie, décoration etc...

Or ces métiers exigent bien davantage qu'une simple maîtrise technique. Ils mobilisent une sensibilité artistique, une capacité d'innovation et une compréhension intime de la matière. Ils sont, au fond, l'expression d'une intelligence hybride, où se rencontrent création, culture et précision.



UN PATRIMOINE VIVANT À TRANSMETTRE

L'enjeu dépasse la seule question de l'emploi. Les métiers d'art constituent un patrimoine vivant, au cœur de l'identité culturelle française.

Chaque atelier, chaque geste transmis, chaque technique préservée participe à la continuité d'un héritage collectif. Dans un monde dominé par la standardisation industrielle, ces savoir-faire rappellent la valeur du temps long, de la singularité et du travail bien fait.

Renforcer leur visibilité, favoriser les rencontres avec les artisans, ouvrir les ateliers et multiplier les expériences immersives apparaît aujourd'hui comme une nécessité. Car l'avenir de ces métiers repose sur leur capacité à susciter de nouvelles vocations.

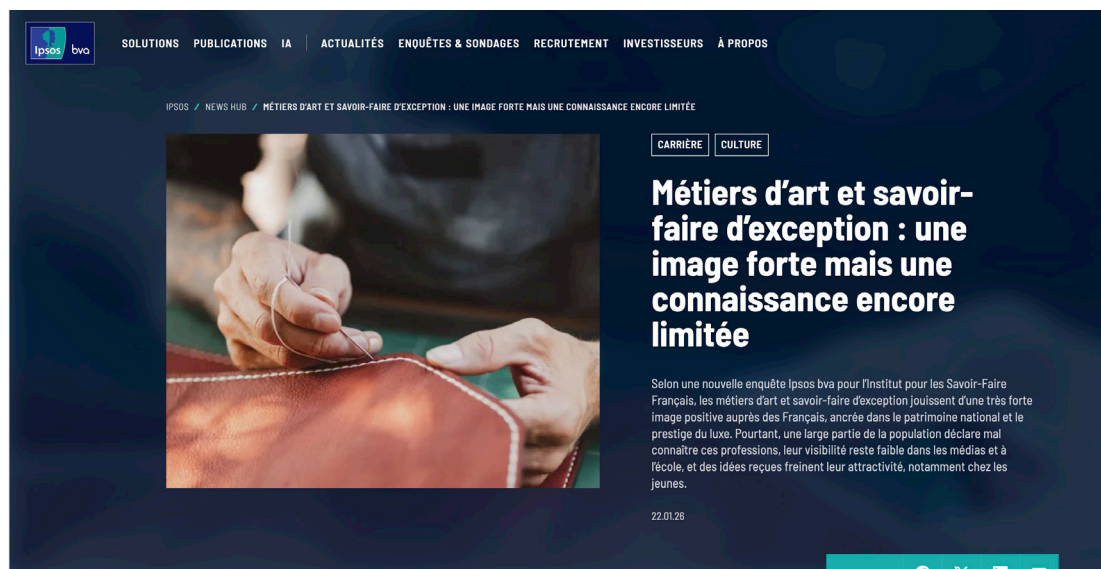
VALEURS D'EXCELLENCE, LE CLUB DE L'ARTISANAT FRANÇAIS D'EXCEPTION

Les métiers d'art ne sont pas les vestiges d'un passé révolu. Ils sont, au contraire, l'un des territoires les plus fertiles pour penser le futur du luxe. À l'heure où les maisons recherchent authenticité, durabilité et sens, les savoir-faire d'exception incarnent une réponse évidente. Ils rappellent que l'innovation ne naît pas toujours de la rupture technologique, mais souvent de la rencontre entre tradition, création et transmission. Dans cette alliance subtile entre héritage et modernité se dessine l'avenir même du luxe français.

C'est pour répondre à ces enjeux que VALEURS d'EXCELLENCE a été créé. Porteur d'un label synonyme de qualité, d'authenticité et de savoir-faire d'excellence, le club mobilise un réseau influent d'acteurs des savoir-faire d'exception, de fournisseurs et de partenaires institutionnels pour accroître la visibilité de l'artisanat d'exception et accompagner leur croissance en France et à l'international. Favorisant la fertilisation croisée entre pairs, VALEURS d'EXCELLENCE œuvre activement à la pérennisation des métiers de savoir-faire d'excellence notamment par leur attractivité auprès des jeunes générations. ■

CLIQUEZ ICI

Pour savoir plus
sur l'étude IPSOS



The screenshot shows a dark-themed website layout. At the top, there is a navigation bar with the Ipsos bva logo and menu items: SOLUTIONS, PUBLICATIONS, IA, ACTUALITÉS, ENQUÊTES & SONDAGES, RECRUTEMENT, INVESTISSEURS, À PROPOS. Below the navigation, a breadcrumb trail reads: IPSOS / NEWS HUB / MÉTIERS D'ART ET SAVOIR-FAIRE D'EXCEPTION : UNE IMAGE FORTE MAIS UNE CONNAISSANCE ENCORE LIMITÉE. The main content area features a large image of hands stitching a piece of red leather. To the right of the image, there are two tabs: 'CARRIÈRE' and 'CULTURE'. The article title is 'Métiers d'art et savoir-faire d'exception : une image forte mais une connaissance encore limitée'. Below the title, a short paragraph of text is visible, followed by the date '22.01.28'. At the bottom right, there is a 'PARTAGER' button and social media icons for Facebook, X, LinkedIn, and Email.



PILATEX
TISSER UN AVENIR DURABLE

Façonner avec Excellence

les pièces des Maisons les plus exigeantes.
Placer l'humain au coeur du geste.

DÉCOUVREZ NOS SAVOIR-FAIRE

VALEURS d'EXCELLENCE donne la parole à Maxime Alart, directeur général de Capmad, partenaire en Europe de Pilatex, nouveau membre de VALEURS d'EXCELLENCE. L'entreprise Pilatex est spécialisée dans la confection d'accessoires textiles haut de gamme pour la mode, l'art de la table et la maison. Maxime Alart a répondu à nos questions pour vous faire découvrir une entreprise pas comme les autres.



Maxime Alart, directeur général de Capmad et son père, Christian Alart, fondateur de Pilatex.



VdE. Pilatex, plus qu'une entreprise, une aventure humaine aux valeurs familiales ?

MA. « *Pilatex est un espace de transmission et d'émancipation à travers le travail* » disait mon père Christian Alart -fondateur de Pilatex- qui aimait rappeler qu'il était « né avec un morceau de tissu dans les mains ». Le fait d'avoir grandi au milieu des soies et des échantillons que sa famille manipulait à longueur de journée a façonné très tôt son goût du beau, de l'exigence et de l'humain.

VdE. Il y eut ce monde de la couleur, de la soierie, de la nuance, et puis... Madagascar. Pourquoi ?

MA. Après une carrière dans le commerce textile international, mon père a ressenti l'envie -et sans doute le besoin- de revenir à quelque chose de plus humain, de plus créatif, de très qualitatif. En 1990, il crée Pilatex avec une idée simple : produire autrement. En privilégiant le sens, le sérieux, le respect. Sa découverte du talent, du savoir-faire, de l'implication, des « doigts de fées » malgaches agit comme une révélation. Les artisanes malgaches ont effectivement une sensibilité, une précision, une patience rares. Installer Pilatex dans la « Grande Île » fut un choix à la fois intuitif et visionnaire ; aujourd'hui, Madagascar est devenue un véritable pôle d'excellence textile reconnu par les grandes



maisons internationales Aujourd'hui Pilatex réunit plus de 1000 collaborateurs, dont 700 femmes. Maxime a développé en France et en Italie des savoir-faire similaires.

VdE. Vous explorez de nouveaux territoires artisanaux, notamment avec Gazy Rug Pourquoi ce choix ?

MA. Gazy Rug fabrique des tapis décoratifs en sisal et en raphia, perpétuant un savoir-faire ancestral et ouvrant de nouveaux horizons à notre démarche. Cette activité de tissage, d'une grande minutie, est portée par 25 artisans à la dextérité remarquable, même si la production ne dépasse pas 300 m² de tapisserie par an.



C'est un nouveau territoire pour Pilatex : celui de la décoration, où la matière naturelle, la main et la créativité se rencontrent pour donner naissance à des pièces uniques.

VdE. L'esprit de Pilatex en une phrase ?

MA. La qualité naît du respect : respect des matières, des gestes, et des femmes et des hommes qui les portent.

VdE. Pilatex, c'est un projet incroyable, au sein duquel les lettres RSE revêtent une résonance particulière ?

MA. Pilatex consacre près de 30 % des résultats du groupe à différentes actions RSE ; pas moins de quatre personnes y travaillent à temps plein. Longtemps, Pilatex est resté discret sur cet engagement. Désormais Pilatex souhaite au contraire associer ses clients à la conduite de projets porteurs de sens. En fait, tout a commencé par des gestes simples. Au début des années 2000, Pilatex avait mis en place des sessions de planning familial : droits des femmes, grossesse, violences domestiques. Ces premières actions ont ouvert la voie à un accompagnement plus large, centré sur la dignité, l'autonomie et la sécurité. Informées, écoutées et soutenues, les femmes de l'entreprise ont pu retrouver prise sur leur quotidien. Leur autonomie s'en est trouvée profondément transformée.

VdE. Pilatex développe de nombreuses actions sociétales, pouvez-vous nous en partager quelques-unes ?

MA. Effectivement Pilatex a cherché comment améliorer concrètement la vie de ses équipes. La première étape a concerné la rémunération : chez Pilatex, les salaires sont aujourd'hui 40 à 60 % plus élevés que dans les autres entreprises locales. Un geste fort s'il en est. Puis d'autres actions, tout aussi tangibles, ont suivi. Par exemple, distribuer des kits solaires portables, offrant quelques heures de lumière en plus, de quoi permettre aux enfants d'étudier et aux familles de partager un repas le soir, autour de la table. Pilatex a également financé des fours économes en charbon, réduisant de 80 % les fumées dans les habitations, améliorant ainsi la santé de nombreuses familles. Au total, ces initiatives touchent près de 3 000 personnes. ►►

VdE. Vous êtes aussi très investi dans l'éducation ?

MA. Si à Madagascar le nombre d'enfants par famille diminue, le problème de la scolarisation, lui, reste entier. Ainsi, Pilatex s'est interrogé sur les solutions à apporter, sachant que les écoles sont mal équipées et qu'il est difficile de fidéliser les enseignants. Plutôt que de créer nos propres écoles, Pilatex a choisi de soutenir celles qui existent. Des conventions incluant divers critères de qualité ont été signées avec plusieurs établissements. Désormais, chaque année, Pilatex accompagne quelque 700 jeunes, du primaire à l'université.

VdE. Les valeurs que vous portez entrent en résonance avec celles de VALEURS d'EXCELLENCE ?

MA. C'est vrai, Pilatex partage de nombreuses valeurs avec l'association. Et la rencontre avec son président Alain Caradeuc fut un véritable déclencheur. Nous nous sommes retrouvés sur des terrains essentiels : la valorisation des métiers d'artisanat d'excellence, la manière de les pérenniser, et la nécessité de créer des passerelles entre les technologies d'aujourd'hui et les gestes de toujours. Avec, au cœur, une même conviction : rechercher des moyens de transmettre les savoir-faire ; on ne peut plus compter uniquement sur la transmission intergénérationnelle. Si l'on veut attirer des jeunes, leur donner envie, il faut aller plus loin. Nous sommes des façonniers : notre rôle est de faire vivre les techniques, les perfectionner, les transmettre. C'est une responsabilité immense – et un engagement que nous assumons pleinement.

VdE. Pourquoi avez-vous rejoint VALEURS d'EXCELLENCE ?

MA. Nous avons rejoint VALEURS d'EXCELLENCE pour pouvoir échanger des idées avec les autres membres, confronter nos visions, réfléchir ensemble à nos différentes missions. On pourrait très bien imaginer un espace de réflexion partagé afin d'identifier ce que nous pourrions co-développer et bâtir collectivement pour favoriser l'avenir de nos métiers. ■



www.pilatex-madagascar.com



resperfuma
marketing solutions



Virginie Gervason,
fondatrice de Resperfuma :
« *porter un nouveau regard
sur le marketing des métiers
de la parfumerie* »

Dédiée aux univers de la parfumerie, du goût et du luxe, Resperfuma — *Res*, la chose, *Perfuma*, le parfum — est une agence marketing et communication qui offre une approche repensée du marketing appliqué à des secteurs particulièrement exigeants.

“*Ressentir, partager...
de l’émotion à la matière,
de la science à la communication,
nous cherchons à incarner cette
dualité complémentaire, une
vision créative associée à une
conscience scientifique.*”

explique Virginie Gervason, fondatrice de l’agence Resperfuma, créée en 2022 implantée à Paris et à Grasse, au cœur de deux des plus grands « réacteurs » de la parfumerie ». ►►



“*Nous aimons explorer une grande diversité de terrains de jeu et relever les défis.*”

LA VOCATION DE VOTRE AGENCE, EN QUELQUES MOTS ?

Nous accompagnons les marques, les maisons de composition et les producteurs de matières premières aux quatre coins de la planète. Notre ambition est d'apporter un regard neuf sur l'ensemble de cette merveilleuse chaîne de valeur. Avec mon équipe, nous aimons explorer une grande diversité de terrains de jeu et relever les défis que nous lancent nos clients. Ce qui nous pousse à imaginer des solutions toujours plus innovantes, créatives et affirmées.

QU'EST CE QUI DIFFÉRENCIE VOTRE AGENCE ?

Notre singularité tient d'abord à notre positionnement. Nous connaissons le métier de nos clients et le métier de leurs fournisseurs. Le sur-mesure, toujours, est notre marque de fabrique. Nous cherchons, chez chacun de nos clients, les éléments qui les distinguent réellement, afin de guider des conceptions de projet correspondant étroitement à leur identité.

Nous cultivons aussi une vision très ouverte. Notre créativité et notre agilité se nourrissent d'univers variés. « *Nous aimons croiser les inspirations d'art, les notions scientifiques, les gestes précis. Nous aimons faire intervenir des savoir-faire d'autres métiers dans nos réflexions et nos productions. C'est aussi l'un de nos éléments différenciants* ».

UN AUTRE DE VOS ATOUTS ?

Nous connaissons intimement les métiers de nos clients : le fonctionnement de leurs usines, leurs outils, leurs fournisseurs, la fabrication de leurs matières premières, leurs clients. Nous savons comment travaille un parfumeur, ce dont il a besoin, ce que recherchent les marques et ce qu'attendent les consommateurs en matière d'offre, d'expérience ou de storytelling.





“L’alchimiste
de la créativité
de nos clients.”

Nous sommes souvent en interaction directe avec la presse et l’influence. Cette immersion nous permet de proposer un marketing pragmatique, vrai, profondément ancré dans les savoir-faire.

VOS CLIENTS, QUI SONT-ILS ?

Ils proviennent à 95% du secteur du parfum, mais nous collaborons également avec d’autres acteurs du luxe avec la même passion et les mêmes exigences propres à ces métiers. De la stratégie au branding, du design à la photo, du storytelling à la production d’événements, de scénographies ou de stands, nous intervenons à 360°. Et l’une de nos forces réside dans la diversité des tailles d’entreprises que nous accompagnons : de très petites structures aux grands noms de l’industrie.

VOTRE PROMESSE CRÉATIVE, ELLE AUSSI, EST ORIGINALE !

C’est vrai, nous nous définissons comme « l’alchimiste de la créativité de nos clients », une formule qui résume bien notre ambition : transformer une idée en expérience, mêler sensorialité, stratégie et narration, proposer une créativité maîtrisée et différenciante. Une approche qui s’accorde naturellement avec l’univers du parfum, où science et magie sont étroitement liés.

VOTRE PARCOURS ILLUSTRÉ PARFAITEMENT CETTE VISION !

Trente ans d’expérience dans des métiers scientifiques, opérationnels, business et marketing, dix ans à la direction globale du marketing et de la communication de la division ingrédients d’une des plus grandes maisons de composition, m’ont permis d’avoir une vision solide et structurée du secteur. Puis, le besoin de retrouver davantage de liberté et d’agilité s’est imposé. Avec Resperfuma, j’ai la volonté d’apporter un regard renouvelé sur l’approche marketing appliquée à l’univers du parfum.

ET VOUS AVEZ REJOINT VALEURS D’EXCELLENCE ?

Oui et je suis très fière que Resperfuma fasse partie du « premier cercle » du Club ! Pour moi valeur et excellence sont deux mots aussi importants l’un que l’autre. Le fait de les associer crée une exigence qui fait la différence. Et puis il y a cette ambiance de club à l’anglaise autour des métiers d’art, en plus de la passion de l’entrepreneuriat qui caractérise l’ensemble des membres, ce qui n’est pas si fréquent !

LE MOT DE LA FIN

Notre métier, NOS métiers consistent à mettre nos savoirs faire d’excellence au service du rêve, de la séduction, du plaisir. Aussi, je souhaite que cette belle association, VALEURS d’EXCELLENCE, porte haut et longtemps les messages du beau, de la qualité, du vrai luxe qu’est l’artisanat d’art. ■

www.resperfuma.com



Marie Seignolle, directrice du développement VALEURS d'EXCELLENCE

Dans un monde du luxe en profonde mutation, où l'excellence artisanale devient un marqueur stratégique autant qu'un enjeu de transmission, VALEURS d'EXCELLENCE franchit une nouvelle étape décisive de son développement. Un an après son lancement, le club dédié aux savoir-faire d'exception renforce sa structure en nommant Marie Seignolle comme directrice du développement. L'objectif est d'affirmer une vision et une ambition claire : **fédérer, faire rayonner et accélérer la croissance des meilleures entreprises artisanales au service du luxe, en France comme à l'international.**

STRUCTURER LA CROISSANCE D'UN CLUB DEVENU RÉFÉRENCE

Fondé au printemps 2024 par **Alain Caradec, Pierre Ballet et Olivier Boileau Descamps**, VALEURS d'EXCELLENCE s'est rapidement imposé comme un **label de qualité et un catalyseur de synergies** entre les acteurs des métiers d'art, de la création, du luxe, de la mode, de la culture et de l'art de vivre.

Face à une dynamique d'adhésion soutenue et à l'élargissement constant de son écosystème, le club fait aujourd'hui le choix stratégique de structurer son développement. La nomination de **Marie Seignolle au poste de Directrice du développement** s'inscrit dans cette trajectoire de croissance maîtrisée. Figure reconnue du secteur du luxe, elle incarne une vision exigeante et contemporaine des savoir-faire, à la croisée de la création, de la transmission et de la performance économique.

UNE EXPERTISE RECONNUE AU SERVICE DE L'ÉCOSYSTÈME DU LUXE

Diplômée du MBA de l'Institut Supérieur de Marketing du Luxe (Sup de Luxe) et actuelle Présidente de l'Association des diplômés de Sup de Luxe, Marie Seignolle a construit son parcours au sein de Maisons et d'organisations emblématiques du secteur, où elle a occupé notamment des fonctions de direction en marketing et communication.

Au sein de VALEURS d'EXCELLENCE, sa mission sera de :

- **structurer, amplifier le développement du club,**
- **animer un réseau de membres labellisés à fort potentiel,**
- **multiplier les opportunités de collaboration** entre donneurs d'ordre, fournisseurs, partenaires institutionnels et acteurs créatifs du luxe, de la mode, de la culture et de l'art de vivre.

Cette nomination marque une volonté forte : faire de VALEURS d'EXCELLENCE **un facilitateur de référence et un accélérateur de croissance durable** pour les entreprises artisanales d'exception.

UNE AMBITION 2026 TOURNÉE VERS LE DÉVELOPPEMENT ET LA TRANSMISSION

Pour VALEURS d'EXCELLENCE, l'année 2026 marque une nouvelle phase : celle de la consolidation et du rayonnement.

L'objectif est double :

- **accompagner les membres dans une stratégie de croissance ambitieuse**, en France et à l'international,
- **œuvrer activement à la pérennisation des métiers de savoir-faire d'excellence**, en renforçant leur attractivité auprès des jeunes générations.

Dans un contexte où l'artisanat de luxe est plus que jamais un enjeu culturel, économique et sociétal, le club affirme son rôle : **préserver l'excellence, favoriser l'innovation et transmettre un patrimoine vivant.**

**Rejoignez nous en faisant
votre demande d'adhésion ICI**



Une visite privée comme clé de lecture privilégiée

Le 20 janvier dernier, notre club a été invité à une visite privée de l'exposition « **RÉSURGENCES, de Jean-Michel Frank à Rena Dumas** », conduite par **Jean-Paul Bath, Directeur Général du French Design**. Cette immersion guidée a offert un éclairage précieux sur le propos curatorial de l'exposition et sur la vision stratégique qui la sous-tend.

À travers cette visite privée, VALEURS d'EXCELLENCE affirme également son rôle de catalyseur : créer des rencontres, mettre en lumière les talents.

Une démarche où l'excellence constitue la pierre angulaire et où l'efficacité économique demeure le but ultime.

[VOIR L'ARTICLE](#)



La Maison LELEU nous a ouvert ses portes

Le 24 mars, VALEURS d'EXCELLENCE a participé à la visite privée en présence d'Alexia LELEU sur le thème Héritage et Renouveau dans la Haute décoration française.

Prochainement, vous recevrez un emailing sur le retour de cette magnifique soirée !

Surveillez vos mails !

VE
actus

INCRIVEZ-VOUS !

INVITATION SOIRÉE EXCEPTIONNELLE

Lutte anti contrefaçon

Une menace existentielle.

Une opportunité stratégique.

Le **7 avril**, décideurs, institutions, maisons, experts technologiques réunis pour une soirée accélératrice d'actions face à la contrefaçon.

Avant première exclusive

Une révélation dans le domaine de l'authentification et de la traçabilité.

Un tournant pour l'écosystème du luxe et de l'artisanat d'exception.

Mardi 7 avril

**Hôtel de l'Industrie,
4, Place Saint-Germain des Près,
75006 Paris**

Accueil 18h15

Débats à partir de 18h45

Un cocktail réunira les participants.

[JE M'INCRIS](#)



VALEURS D'EXCELLENCE

...un club qui a pour vocation de regrouper les entreprises artisanales les plus talentueuses, tous secteurs confondus, qui œuvrent au service des marques de luxe et de mode, des acteurs de l'hospitalité haut de gamme, de la culture et de la gastronomie.

Sa mission : faire rayonner ces Maisons par le biais d'actions visant à accroître leur visibilité et leur attractivité, et les aider à développer des actions de fertilisation croisée pour les accompagner dans une stratégie de croissance gagnante.

Retrouvez VALEURS d'EXCELLENCE sur [👉 LinkedIn](#)
et sur le site de l'association [👉 www.valeursdexcellence.fr](#)