

MTC, ALLIER MARINE ET TECHNOLOGIE



Vincent Mouillé.

Dans cet entretien, Vincent Mouillé nous évoque son entreprise, de sa naissance à ce qu'elle est devenue aujourd'hui.

"Avec une associée singapourienne, j'ai lancé Marina Technology and Construction en novembre 1991. Notre but était de créer une entreprise spécialisée dans les

travaux maritimes et les ports de plaisance. A partir de là, nous nous sommes progressivement étendus en Asie et en Europe, mais aussi en Afrique dans des pays comme la Tunisie et le Sénégal. A ce jour, la compagnie emploie environ soixante-dix personnes à Singapour, et environ trente-cinq en France, dans une branche de MTC appelée Atlantic Marine.

MTC s'est occupée de nombreux projets d'aménagement à Singapour, les plus connus étant le Jubilee Bridge, qui a reçu le BCA award, le Marina Bay light show et le Fullerton Pavillion. Nous avons aussi conçu des terminaux pétroliers sur les petites îles autour de Singapour. La société est aussi connue au Moyen-Orient, dans les pays du

Golfe. Le chiffre d'affaires de MTC a augmenté significativement depuis les cinq dernières années, passant progressivement de S\$15 millions à S\$25 millions.

Mon travail consiste principalement à rencontrer des fournisseurs de matériel et de services, ainsi que des consultants. Étant Managing Director de MTC, mes responsabilités sont grandes et variées. Je dois à la fois superviser l'équipe commerciale, faire le suivi des différents chantiers, m'assurer que l'argent rentre et signer les chèques aux fournisseurs. J'aime ce métier car il me permet de laisser des petites marques "around the world", et de pouvoir prendre du recul et apprécier ce que l'entreprise a pu réaliser. Cependant, il est vrai que je

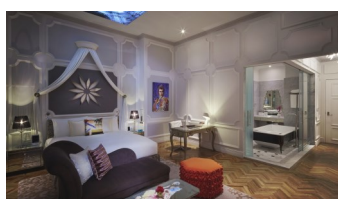
travaille beaucoup et que la procédure peut être très ennuyeuse. A Singapour, nos principaux concurrents sont la société Antara Koh, et dans le reste du monde des entreprises chinoises et australiennes. Nos principaux objectifs, à l'avenir, sont de créer plus d'activité au Moyen-Orient et en Asie du Sud Est. MTC a aussi comme objectif de renforcer la conception in-house*, et de développer les structures flottantes lourdes à utilisation commerciale."

* à l'intérieur de l'entreprise, avec son propre staff.

Elyse Mouillé et Tanguy Schwaar-Leblanc

SOFITEL, MARQUE RECONNUE

Sofitel Hôtels et Resorts est une marque d'hôtels de luxe créée en 1964, basée à Paris et, depuis 1980, détenue par AccorHotels, rejoignant des hôtels comme Novotel, Mercure et Ibis. Avec ses 120 hôtels dans plus de 41 pays, Sofitel est aujourd'hui une des marques d'hôtels de luxe les plus reconnues au monde. Il existe trois types de Sofitel avec des portées de prix différents.



Les chambres du So Sofitel sont des références en matière de style.

On retrouve le plus souvent des Sofitel qui inspirent l'art de vivre français puis des So Sofitel qui ont un côté plus traditionnel et artistique ainsi que les Sofitel Legend qui ressemblent plus à des palaces.

Nous nous sommes donc rendus au So Sofitel de Singapour où nous avons interviewé la directrice des ventes et du marketing, Mico Calubayan. Mme Calubayan a un bachelors en communication de masse et a commencé à travailler pour le Pan Pacific à Manille avant de déménager à Singapour où elle a ensuite rejoint le groupe Accor. Cela fait maintenant onze ans qu'elle travaille pour le groupe Accor et 1 an et 4 mois pour Sofitel. A Singapour, elle a débuté à Novotel puis au Mercure et finalement au So Sofitel.

Mme Calubayan explique ensuite que c'est sans hésitations qu'elle a accepté ce poste car ce n'est pas souvent que des collaborateurs venant d'hôtels moins cotés ont l'occasion d'être transférées dans un hôtel de luxe. Et travailler dans une chaîne renommée était un de ses buts. Aujourd'hui, l'aspect principal du poste de Mme Calubayan est de générer le revenu, en vérifiant que l'hôtel atteint ses buts.

De même, elle est chargée de planifier les ventes et le marketing mensuellement ainsi qu'annuellement. Son rôle est crucial au

sein de l'hôtel car s'ils ne parviennent pas à atteindre leurs objectifs, ils devront supprimer des postes sachant que sa première préoccupation est la finance et la deuxième est le bien-être du personnel.

Plus précisément, Mme Calubayan a choisi de travailler à Singapour car elle s'y était rendue lorsque Singapour n'était pas encore la Singapour d'aujourd'hui. Elle avait immédiatement remarqué que Singapour était une ville possédant beaucoup de potentiel et avait ainsi choisi de s'y installer. Son mari a également eu l'occasion de travailler ici et c'est ainsi que toute la famille est venue s'installer dans ce pays.

De plus, Mme Calubayan explique qu'il y a seulement 8 SoSofitels actuellement ouverts dans le monde entier (Auckland, Vienne, Maurice, Bangkok, Singapour, Hua Hin, Saint-Petersbourg et Berlin Das Stue). Mais d'ici 2021, il y en aura 14, selon ce qui est prévu par la société.

Pour finir, lorsqu'on lui demande quel Sofitel elle recommanderait, elle répond qu'ils ne sont pas comparables car ils offrent tous une expérience différentes avec un style unique comme, par exemple, celui de Karl Lagerfeld ici à Singapour.

Tara Devérine et Arthur De Ganck

TOTAL, MAJOR FRANÇAISE

Total, compagnie pétrolière française, est basée dans de nombreux pays. Elle compte environ 100 000 personnes dans ses effectifs et plus de 16 000 stations dont 3 700 en France. Total est, lors de sa création en 1924, une société mixte d'une cinquantaine de salariés au capital de 25 milliards de francs (de l'époque), associant des capitaux d'État (35 % du capital) et des capitaux privés (banques et distributeurs pétroliers français). C'est en 1993 que Total devient une entreprise privée.

Total fait aujourd'hui partie des "supermajors" du pétrole, elle est dans le top 4 des plus grosses compagnies pétrolières. Pour présenter cette entreprise, nous avons posé quelques questions à Sabine Lavail (Head of Legal) et Sabrina Vandebouque (Senior Geologist).

Quelles études faut-il faire pour intégrer le groupe ?

Il faut savoir que Total regroupe beaucoup de métiers dans des domaines et branches différentes. Il y a l'exploration et la production, le trading, le raffinage, le marketing, et les métiers transverses comme l'informatique, etc... la variété de ces branches nécessitent des études particulières. La politique de recrutement de Total vise des profils de type études longues. Il faut savoir qu'à Singapour, la nouvelle politique de Total est de recruter localement afin de réduire les coûts.

Comment se porte Total ?

Total se porte actuellement très bien, avec un bénéfice de 14 milliards en 2018 malgré la crise et la baisse du prix du pétrole. Total doit faire face à une grosse concurrence (en étant 4ème mondial). Total travaille dans 130 pays partout dans le monde, et a fait 171 milliards de chiffre d'affaires.

A l'avenir, quels sont les grands projets de Total "Singapour" ?

Les grands projets "Exploration" à venir de Total Singapour sont d'évaluer les ressources en hydrocarbures dans les pays où le groupe est déjà présent.

Le projet phare de Total est d'être reconnu comme la compagnie pétrolière responsable de l'environnement et l'entreprise de référence en terme d'engagement. Ce projet appelé "One Total" a pour stratégie de polluer le moins possible. Total souhaiterait aussi avoir une production de 60% de gaz en 2030. Le gaz étant nettement moins polluant que le pétrole.

Pourquoi Total est à Singapour ?
Singapour est le siège social asiatique de Total car il n'y a pas beaucoup de taxes sur les entreprises. Singapour se situe en quelque sorte au centre de la région Asie-Pacifique. Cela permet de centraliser les bureaux et ainsi de travailler en groupe sur tous les points d'Asie. La ville dispose d'un port qui permet une distribution aux alentours. C'est un hub qui est en relation avec 32 pays, en Asie et au Moyen-Orient. Total a une usine de lubrifiant au sud-ouest de Singapour. Pour ce qui est de l'exploration, Total est en Asie depuis 1968.

Quelles sont les conséquences de la baisse du prix du baril ?
Malheureusement pour Total, la baisse du prix du baril a engendré une perte d'argent assez conséquente. Cette compagnie est "à la merci" du prix du baril. Il y a eu moins d'embauches. Dans les séquences positives, il y a la baisse des coûts des compagnies de services et le rachat possible d'entreprises en difficultés.

Propos recueillis par Hortense Lavail et Ange Gallouédec-Vandebouque

LFS – Lycée Français de Singapour

INNOV&CO

LE JOURNAL DU GROUPE PFEG DU LFS

DANS CE NUMERO :

Air France	1
Safran	2
Decathlon	2
Ubisoft	3
MTC	4
Sofitel	4
Total	4

LFS-PFEG édition

Lycée français de Singapour
3000, Ang
Singapore



Mo Kio Avenue 3
569928

Le groupe de PFEG

Directeurs de rédaction :

Guillaume Clément

Joël Chini

Rédaction :

Kéliane Berger

Ghali Channawi

Margaux Dausque

Arthur De Ganck

Gaston De Pins

Tara Deverine

Léo Dubanton

Talia Friedman

Ange Gallouédec-Vandebouque

Thibaud Gay

André Lartigue

Constantin Lynas

Hortense Lavail

Théodore Lebard

Thaïs Mazeau

Carlo Mignot

Elyse Mouillé

Niki Ogata

Aurèle Pavie

Théault Pons—Gil

Benjamin Sandre

Tanguy Schwaar-Leblanc

Joy Tabet

Alexandre Vandromme

AIR FRANCE, UN ENVOL EN ASIE



Nicolas Ricard.

L'équipe d'Innov@Co est partie à la rencontre de M. Nicolas Ricard, *country manager* d'Air France-KLM à Singapour.

Quelle est votre formation initiale ? Quelles études avez-vous suivies ?

Depuis ma plus jeune enfance, je suis passionné par l'aviation. Après deux ans de classes préparatoires scientifiques, je suis rentré en 1998 à l'Ecole Nationale de l'Aviation Civile (ENAC) en cursus ingénieur. J'ai également obtenu un master en économie à la Toulouse School of Economics (TSE) en 2001.

Quel est votre parcours professionnel ?

J'ai été embauché chez Air France en 2001. J'ai commencé par travailler à la Direction du Développement, j'ai ensuite rejoint la Direction du Programme où j'ai travaillé sur le développement du réseau long-courrier, puis la Direction du Revenu Management Pricing où j'étais en charge de la gestion des vols pour l'Afrique, l'Amérique Latine, les Caraïbes & Océan Indien. Pour des raisons personnelles, j'ai déménagé à Singapour et ai quitté Air France.

J'ai alors rejoint Embraer, constructeur brésilien d'avions régionaux dont le bureau Asie-Pacifique est basé à Singapour. J'ai travaillé dans le département Marketing pour faire la promotion des avions régionaux (famille de biracteurs de 70 à 120 places) auprès des compagnies aériennes.

Au bout de un an et demi, je suis devenu directeur des ventes pour l'Asie du Nord Est. Au cours

de cette expérience, j'ai vendu des avions à Japan Airlines et à Fuji Dream Airlines (Shizuoka). En 2014, j'ai été contacté par Air France KLM qui recherchait un délégué local pour Singapour. **Quelle fonction exercez-vous au sein de la filiale Air France de Singapour ?**

Je suis le délégué local (ou *country manager*) pour Air France et KLM à Singapour pour l'activité « Passage ». Je dirige l'équipe de vente et je représente Air France KLM à Singapour.

Quels sont les avantages et les inconvénients de ces fonctions ?

Je ne vois pas vraiment d'inconvénients liés à ma fonction. Ce rôle confère une relative autonomie et une certaine liberté dans nos choix d'animation de marché.

Etant sur un métier relativement opérationnel (trois départs par jour : un vol vers Paris avec Air France, un vol vers Denpasar et un vol vers Amsterdam pour KLM), cela demande une certaine flexibilité dans les horaires de travail pour gérer des sujets opérationnels.

Comment pourriez-vous définir une de vos journées type au sein de la filiale singapourienne ?

Une journée type n'existe pas vraiment tant les sujets sont variés. En début de semaine, nous faisons généralement un point avec les équipes de vente sur les volumes de ventes et les niveaux de réservations pour les mois à venir. Nous passons en revue notre plan d'actions, le calendrier de visites des agences de voyages et de nos clients Corporate.

Avec notre équipe commerciale, nous travaillons sur divers sujets tels que notre positionnement tarifaires (pricing) ou le marketing opérationnel (lancement de campagnes, projets de sponsorship, etc.). Je suis régulièrement invité à représenter la compagnie. Enfin, il nous arrive de travailler sur la gestion de sujets opérationnels liés à un retard ou parfois à une annulation de vol liée à un problème technique.

Comment expliquer le choix de

votre localisation et de l'établissement d'Air France à Singapour ?

Singapour est un important centre d'affaires en Asie du Sud-Est et un hub incontournable dans la région. Beaucoup de multinationales y ont établi leur siège régional. Il est donc logique que nous soyons également présents. Pour information, KLM opère des vols de/vers Singapour depuis 1933 et Air France a une opération commerciale ici à Singapour depuis 1949.

Combien de salariés cette filiale comporte-t-elle ? Quelle est son activité principale à Singapour ?

Environ 140 personnes travaillent pour Air France KLM à Singapour : environ 50 collaborateurs sont dédiés à l'activité « Passage » (Singapour est également notre bureau régional pour l'Asie du Sud-Est et l'Océanie), environ 40 personnes sur l'activité « Cargo » et 40 personnes sur l'activité « Maintenance ».

Comment faites-vous pour être compétitif car le secteur du transport aérien est réputé pour avoir une forte concurrence ?

Tout d'abord, il est important que nos prix soient compétitifs. Tous les jours, une équipe de pricers adapte nos prix en fonction de la concurrence. Nous travaillons également sur la définition de notre produit et de nos services. Représentant la France à l'étranger, nous investissons beaucoup sur la gastronomie.

Par exemple, nous venons de lancer un partenariat avec un chef étoilé français basé à Singapour qui a créé des plats pour les cabines La Première et Business. Nous sommes également la seule compagnie à offrir aux clients du champagne en cabine Economy.

Les sujets de développement durable, notamment ceux liés à l'environnement, deviennent également des vrais sujets de positionnement concurrentiel

Propos recueillis par Thaïs Mazeau, Kéliane Berger, Carlo Mignot et Léo Dubanton

SAFRAN, LA TAILLE ET LE PROFESSIONNALISME

M. Matthieu Péré, pouvez vous vous présenter brièvement et nous expliquer quelle est votre place dans cette entreprise ?

Je couvre les départements de supports de vente jusqu'au support des départements techniques. Cela fait 9 ans que je travaille pour Safran à Singapour et 20 ans pour l'entreprise Safran. **Quelles études avez vous effectuées avant de rentrer à Safran ?** J'ai d'abord fait l'université puis une passerelle d'institut aéronautique, l'IAE. J'ai aussi un double diplôme d'ingénieur et de finance. **J'ai tout de suite été embauché par Safran après mes études. En quoi Singapour est-elle une ville importante et un choix stratégique pour votre entreprise ?** Safran Helicopter Engines est

présent à Singapour depuis 1991 (28 ans). C'est une des premières sociétés françaises à Singapour. Son but est d'être proche des clients (services et supports des hélicoptères civils et militaires), Singapour est donc un "hub" de relations avec d'autres pays aux alentours de l'Asie comme la Chine, le Japon, l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Leur objectif n'est pas que de veiller sur la sécurité aéronautique mais aussi d'assurer une proximité avec les clients.

Qu'est ce qui vous a poussé à venir vous installer depuis maintenant 9 ans à Singapour ?

Venir à Singapour était à la fois une opportunité du groupe qui fait la promotion de la mobilité au sein



de Safran. C'était aussi un besoin opérationnel de la part de Safran et une envie personnelle de partir à l'étranger.

Si vous deviez donner une qualité à votre entreprise, qu'est ce que ce serait ?

Une des qualités, c'est la rigueur, le professionnalisme des personnes par rapport aux processus.

Qu'est ce qui vous différencie de votre concurrence ?

Le groupe Safran est très important (une dizaine de business units). Ils sont plus internationaux et plus en

proximité avec les clients comparé à Pratt & Whitney (entreprise aéronautique basée au Canada). Encore plus depuis l'achat de Zodiac, Aerospace Safran a désormais autant de personnel en international qu'en France.

Qu'est ce qui vous a poussé à travailler chez Safran ?

Le poste proposé était une des motivations pour travailler chez Safran. Une autre était la taille du groupe.

Propos recueillis par Aurèle Pavie et Niki Ogata

LES ATOUTS DE DECATHLON LAB POUR LES SPORTIFS



Laurent Petit, un cv hors du commun pour une entreprise qui se distingue beaucoup de toutes ses concurrentes à Singapour.

Laurent Petit était le directeur de marketing et communication pour Singapour et travaillait dans le Decathlon Lab, un nouveau concept qui permet aux athlètes de tester les produits avant d'acheter. Cet établissement est ouvert 24h/7 jours et permet aux gens de recevoir un produit livré devant leurs portes en moins de 2 heures. Cette entreprise a comme slogan "rendre accessible le sport au grand nombre", ce qui veut dire permettre aux gens de pratiquer 90 sports ou plus avec des produits de bonne qualité à un bon prix. Cette entreprise a ses quartiers généraux à Kallang, Decathlon évite d'avoir des bureaux, la plupart des employés sont dans le magasin. Decathlon a commencé en 2013 à Singapour avec un projet d'avoir un

show room pour montrer les nouveaux produits, puis a décidé de se développer et créer, en ouvrant plusieurs magasins à travers Singapour. Avant d'obtenir ce poste à Decathlon Laurent Petit a passé un Bac C, une préparation à HEC et un Master II avec spécialisation marketing publicité. M. Petit a donc fait des études de haut niveau mais il a aussi eu d'autres expériences. M. Petit a travaillé dans deux clubs de football professionnel, il a participé à la création du Loto foot et a travaillé à TF1 au service des sports. Laurent Petit est revenu en Asie en 2011. Pendant 4 ans il a travaillé en relation avec la Chine où finalement il a habité de 2015 à 2018 avant de rejoindre Singapour pour le marketing et la

communication dans les nouvelles structures.

Pour M. Petit, Decathlon s'est démarqué des concurrents car il s'est adapté aux besoins de tout le monde que ce soit pour les Singapouriens ou les familles expatriées. De même, très peu d'entreprises proposent un tel rapport qualité prix. Enfin, c'est la seule enseigne à proposer plus de 70 sports dans un même magasin, et une relation privilégiée entre le client et le conseiller. Mais pour M. Petit, la chose qui distingue le plus Decathlon des autres, ce sont les zones d'expériences qu'ils ont installées dans leur dernier Decathlon inauguré en janvier 2019.

Constantin Lynas et Benjamin Sandre

MERCURE, LA FRANCE À SINGAPORE BUGIS

Mercure est une marque d'hôtels gérée par AccorHotels, firme française multinationale. En 1973 le premier hôtel Mercure a ouvert en France. Le groupe Mercure possède aujourd'hui environ 800 hôtels dans une soixantaine de pays, dont 3 à Singapour. Mercure Singapore Bugis, situé à Singapour, fait partie de ces hôtels gérés par AccorHotels. Cet hôtel est localisé près de monuments historiques, "street markets" et des centres commerciaux. Les clients peuvent se balader sur Orchard road et sur Arab street où ils peuvent trouver une ambiance du Moyen-Orient. Où ils peuvent aussi admirer l'architecture. Autour du quartier il n'y a pas beaucoup d'immeubles en hauteur. A l'hôtel de 15 étages,

il y a une terrasse où l'on peut voir des vues imprenables de la ville, chercher une nouvelle destination pour manger et pour les événements à Singapour. Le général manager de cet hôtel, Philip Wong, a un "Master of Business Administration degree" de l'université de Leicester en Angleterre. Par la suite, il a aussi assisté à des cours de General management de l'université de Cornell à New-York. Il a occupé plusieurs positions de management dans des hôtels en Asie, dont un Ritz-Carlton, un Shangri-La, un Starwood Hotels and Resorts et un Cairnhill Hotels & Resorts. Son rôle dans cet hôtel comprend l'embauche et la gestion de l'équipe de management de l'hôtel. Mais aussi la gestion du personnel, finances, budgets,

marketing et les ventes. Et puis, la surveillance de toutes les opérations dans l'hôtel, soutenir le business et les opérations rentables. Ce qui passionne M. Wong dans l'hôtellerie est de rencontrer des personnes uniques provenant de partout dans le monde. Offrir une expérience excellente et inoubliable pour les clients. Avoir des discussions pour s'intéresser à la vie des clients et tout faire pour leur satisfaction. Puis, il a choisi cet hôtel en particulier car l'établissement avait un positionnement qui correspondait à ses qualités et c'est l'hôtel Mercure à Singapour qui lui plaisait le plus. A vous de tester !

Ghali Channawi et André Lartigue



Alexandre Wong, manager général de l'hôtel Mercure Singapore Bugis, en plein centre de Singapour.

UBISOFT, LE GRAAL DES JEUX VIDEOS

S'il y a bien une entreprise qui fait rêver, c'est bien Ubisoft et nous avons eu la chance de pouvoir interviewer une représentante du studio situé à Singapour, la directrice de la communication, Mme Bahr.

Depuis combien de temps travaillez-vous dans l'entreprise Ubisoft ?

Cela fait 5 ans et demi que je travaille chez Ubisoft. Je suis arrivée en 2012 à Singapour et j'ai commencé à travailler en avril 2013.

Quel est votre métier au sein de l'entreprise ?

Je suis directrice de communication d'Ubisoft Singapour et d'Ubisoft Philippines. Je m'occupe donc de la communication interne et externe de l'entreprise. La communication interne est ce qu'on appelle dans l'entreprise, "Studio Life", c'est à dire la vie du studio.

Le "Studio Life" s'occupe de toutes les soirées et tous les événements

qui sont organisés. Mais c'est aussi la manière par laquelle on diffuse les messages du leadership, par exemple comment on fait en sorte que tout le monde soit au courant de ce qui se passe que ce soit dans l'entreprise, en dehors ou dans le groupe Ubisoft. C'est aussi toute une série d'outils à actualiser et dont il faut mesurer les capacités. La communication externe c'est tout ce qui est communiqué sur l'entreprise à la presse ou au partenaire le but étant de sauvegarder et d'accroître la réputation de l'entreprise à l'extérieur. J'ai une équipe avec moi pour m'aider, je ne fais évidemment pas cela toute seule.

Quelles études avez vous suivies ? J'ai fait une prépa littéraire, hypokhâgne, khâgne. Avec les prépas j'ai eu une équivalence et j'ai fait une maîtrise d'anglais.

Après ça, j'ai fait Sciences Po Paris et j'ai un master de journalisme. Donc, en fait, j'ai été après journaliste pendant 6 ans pour



Ubisoft à Singapour, le lieu rêvé de nombreux élèves du LFS !

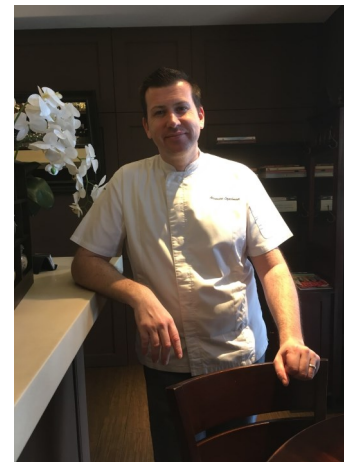
France 24 et en venant à Singapour j'ai fait à la fois un changement de carrière et un changement de lieu. J'ai décidé de faire de la communication. **Avez vous choisi de venir à Singapour ou était-ce plutôt un hasard ?**

Non, ce qui c'est passé dans mon parcours c'est que j'ai fait du chinois assez tôt, du coup j'ai pu me rendre

en Chine pendant que j'étudiais à Sciences Po, car j'ai fait un échange pour faire du chinois intensif à l'université de langue étrangère à Pékin et ensuite mon mari a eu une opportunité à Singapour. Je l'ai donc suivi et je suis rentrée par la suite chez Ubisoft.

Propos recueillis par Théault Pons-Gil et Alexandre Vandromme

FLEUR DE SEL, UNE CRÈME DE RESTAURANT



Alexandre Lozachmeur, grand chef français.

Fleur De Sel est un restaurant localisé sur Tras Street, dans le centre de Singapour, dans une allée de restaurants. Selon son chef, Alexandre Lozachmeur, les deux points primordiaux sont le relationnel et la qualité des plats : "C'est cette relation et cette qualité qui font revenir les clients au quotidien", explique-t-il. Par ailleurs, il en a profité pour nous livrer quelques secrets de sa réussite.

Pourquoi avoir choisi Fleur De Sel comme nom au restaurant ?

"Le sel est l'élément indispensable dans un plat, il conclut aussi ce dernier et donc indique la fin d'un travail. De plus, je viens de Bretagne qui est une région productrice de sel. Donc ce nom est à la fois un rappel d'où je viens, mais aussi un élément de cuisine."

Comment fonctionne le restaurant, d'où vient la nourriture ?

Tous les soirs, après la fermeture du restaurant, une commande est faite à plusieurs fournisseurs pour s'assurer que la qualité de la nourriture reste la même. Si un problème a lieu lors de la commande, elle est refaite et vérifiée une fois de plus. Avant de commander, le restaurant s'assure que la quantité de nourriture est suffisante en communiquant avec les clients réguliers pour savoir ce qui leur plaît le plus.

Quelle est votre journée-type ?

Une journée type pour moi commence vers 7h. Plus tard dans le restaurant, je vérifie que les commandes arrivent bien, je consulte les autres cuisiniers et je prépare le restaurant pour commencer à accueillir les clients. Il faut aussi

parler aux clients, les accompagner tout au long de leurs déjeuners ou bien leurs dîners.

Quel parcours avez-vous fait et comment le restaurant a-t-il été créé ?

Lorsque j'ai déménagé à Singapour, j'ai décidé d'installer une école hôtelière pendant environ un an, puis j'ai pris la décision d'ouvrir mon propre restaurant. Le processus juridique pour ouvrir un restaurant à Singapour est plutôt simple : il suffit juste de s'inscrire sur un site internet, trouver un endroit et c'est fait. Le seul problème est que, parfois, les règles à respecter sont très strictes.

Propos recueillis par Talia Friedman et Thibaud Gay

LOÏSE JACQUETTE, AVOCATE FRANÇAISE À SINGAPOUR

Loïse Jacquette, avocate au barreau de Paris, nous parle de son parcours et de son métier. Après avoir passé son diplôme en France, l'envie de travailler à l'étranger la pousse à faire ses six mois de stage à Sao Paulo. Puis, travailler en Thaïlande pour 6 mois et ensuite à Singapour. Elle travaille aujourd'hui au cabinet Luther, installé dans l'immeuble de la Bank of China, à Raffles Place.

Elle nous raconte une journée type, afin de nous faire comprendre au mieux en quoi consiste son métier : "45 minutes de bus pour arriver au travail, lecture

obligatoire du journal Business time : un quart d'heure pour le lire, vérifier ce qui est tombé dans

la nuit en e-mails, les choses qu'on attend, les choses qu'on n'attend pas, faire une priorité des tâches que l'on a à faire, coordonner les tâches à faire avec ses collègues, déjeuner avec ses collègues ou ses clients, puis vérifier ses e-mail, ses coups de fil et ses urgences pour terminer la journée".

Cependant, l'obtention du barreau français ne permet pas d'exercer dans le droit singapourien. Si elle l'avait souhaité, elle aurait dû reprendre une formation.

Quand on lui demande les joies de son métier, Me Jacquette répond : "ce que j'apprécie dans le métier, c'est ce qu'on appelle en anglais le business développement. J'aime aller au contact

d'un client, réussir à les convaincre d'utiliser nos services, ou de trouver des solutions aux problèmes de nos clients"

Mais ce métier pose aussi une évidente difficulté : les avocats du cabinet Luther sont contactables tout le temps. Le flot des messages des clients - arrivant pour la plupart du temps sur pas moins de trois réseaux (appels, emails et texto/whatsapp) à la fois - rend la tâche d'organisation difficile.

C'est donc un programme très chargé qui rythme le quotidien des avocats français à Singapour !

Margaux Dausque et Théodore Lebard