

Café Pro ou quand la personnalité prime sur le curriculum vitæ

TRAVAIL. Recruter autrement autour d'un café, tel est le credo de Paola Falce et de Johanna Florey, deux entrepreneuses neuchâteloises.

MAUDE BONVIN

La personnalité fait bien souvent la différence. Fort de ce constat, Paola Falce a lâché son emploi dans les ressources humaines auprès d'une multinationale, il y a un an, pour se consacrer pleinement à sa nouvelle aventure entrepreneuriale. La Neuchâteloise a lancé Café Pro, en 2017, avec son amie Johanna Florey. Le concept: réunir autour d'un petit noir employeurs et demandeurs d'emploi dans un café.

Briser les barrières

Prôner la rencontre à l'ère du numérique, n'est-ce pas un peu contradictoire? «Non, nous aurons toujours besoin de contact dans les processus de recrutement. Même la jeune génération recherche la relation. Et le réseautage ne peut pas se réaliser sans lien social. Sur ce point, les réseaux sociaux ne pourront jamais gagner. Sans oublier qu'un CV ne reflète ni l'histoire, ni la personnalité d'un candidat». Bien souvent, les employés sont engagés sur leurs compétences mais licenciés à cause de leur comportement ou alors ils partent pour des raisons de mésentente personnelle. Pour celle qui a œuvré durant plus de vingt ans dans les ressources humaines, l'entrepreneuse qui ne prend pas en considération le facteur humain dans ses procédures de sélection se coupe l'herbe sous le pied. Café Pro assure aussi un recrute-



EMBAUCHE. Plus d'une cinquantaine d'entreprises suisses ont déjà recruté autour d'un café.

ment sans discrimination et présélection, notamment liées à l'âge. «Des seniors ont retrouvé du travail grâce à notre dispositif. Pouvoir bénéficier d'un entretien leur redonne aussi du courage dans leur recherche d'emploi, après avoir essayé de multiples refus», explique Paola Falce. Sa démarche vise donc à «casser les barrières». Et cela aussi du côté des sociétés où les processus d'engagement sont souvent longs, coûteux et fastidieux. «Nous ne désirons toutefois pas nous substituer aux différents types de recrutement et organes existants mais proposer un moyen supplémentaire. Pour les groupes, cela permet aussi de se présenter comme un employeur innovant

humainement. Aujourd'hui, ceux qui arrivent sur le marché du travail ne sont plus prêts à accepter n'importe quoi. Le salaire n'est plus une priorité», affirme la spécialiste RH.

Prochains rendez-vous à Fribourg, Lausanne et La Chaux-de-Fonds

La dixième édition de Café Pro se tiendra à Fribourg le 30 octobre. Les candidats peuvent s'inscrire sur le site internet de la startup jusqu'au jour de l'édition. Pour les entreprises, l'événement affiche complet mais il reste de la place pour les rendez-vous de Lausanne, le 13 novembre, et de La Chaux-de-Fonds, le 5 décembre. «Nous voulons ensuite pro-

poser ce concept aux cantons de Genève, du Valais et du Jura. Nous recevons aussi des demandes pour la Suisse allemande. Mais pour l'heure, nous nous concentrons sur la Romandie», précise Paola Falce.

La première édition a eu lieu, en février 2017, dans le restaurant de Johanna Florey à La Chaux-de-Fonds. Elle a réuni douze employeurs et 300 participants. Depuis, des rencontres ont été proposées à Bienne, Lausanne et Yverdon.

Plus d'une cinquantaine d'entreprises ont participé à un ou plusieurs événements. Parmi elles, de grandes sociétés comme Richemont, des banques cantonales mais aussi des hôpitaux publics et des fondations. Et les secteurs représentés sont très larges: banque, pharma, horlogerie, mécanique... Le nombre de firmes est toutefois limité à quinze par édition. «Nous voulons que la rencontre reste conviviale. Choisi avec soin, le lieu doit être accueillant. Dans une procédure de recrutement, l'endroit a son importance et peut passablement stresser un candidat», souligne la Neuchâteloise. Ne lui parlez pas non plus de speed dating: «les groupes ont le temps d'écouter les candidats. La rencontre n'est pas minutée».

Candidatures spontanées bienvenues

Concrètement, la matinée débute à 8h30 pour se terminer à 11h30.

Les personnes intéressées peuvent s'inscrire sur le site internet de l'événement pour le rendez-vous de 8h30 ou celui de 10h. Avant de rencontrer leur potentiel futur employeur, elles sont coachées par le staff. «Un entretien est assuré par candidat. Mais il peut y avoir jusqu'à trois rencontres». Les postes recherchés avec les noms des entreprises sont mis sur internet deux semaines avant chaque manifestation. A noter que les candidatures spontanées sont aussi acceptées.

Des dizaines d'embauches

Et quid des résultats? «Sur les sept dernières éditions, 45 recrutements ont été réalisés, à notre connaissance. A noter que certaines procédures d'embauche sont toujours en cours». Du côté des entreprises, la majorité revient. «Les retours sont positifs. Beaucoup de dirigeants ou de responsables RH nous disent que cela leur permet de sortir le nez de leur ordinateur et de recruter en direct», confie Paola Falce.

Café Pro est soutenu par le service de l'emploi du canton de Neuchâtel. Si les sociétés s'acquittent d'une contribution pour participer aux rencontres, les individus à la recherche d'un job n'ont rien à déboursier. Enfin, l'organisation ne craint pas la concurrence: «si d'autres initiatives similaires se lancent, tant mieux. Nous n'arrivons pas à répondre à toute la demande».

PHARMA

ROCHE: données détaillées sur Tecentriq

Roche a mis à profit le congrès d'oncologie Esmo (European Society for Medical Oncology) pour présenter les détails de l'étude IMpassion130 avec Tecentriq. Le groupe avait déjà annoncé, en juillet, que le traitement immunothérapeutique Tecentriq (Atezolizumab) combiné à la chimiothérapie Abraxane avait amélioré les chances de non progression de la maladie chez les patients atteints d'une certaine forme de cancer du sein. Roche a précisé que la valeur médiane de survie sans progression de la maladie a, dans cette combinaison, atteint 7,5 et 7,2 mois pour les deux sous-groupes par rapport à 5 et 5,5 mois pour la chimiothérapie traditionnelle. – (awp)

NOVARTIS: détails d'une étude sur Alpelisib

Dans le cadre du congrès d'oncologie Esmo (European Society for Medical Oncology), Novartis a présenté les détails de l'étude de phase III Solar I avec le candidat Alpelisib (BYL719). En août dernier, le groupe bâlois avait annoncé des résultats positifs de ce candidat dans le traitement d'une certaine forme de cancer du sein. L'étude a examiné les effets du produit dans le traitement du cancer du sein HR+/HER2-avancé avec mutation PIK3CA-Mutation et en combinaison avec Fulvestrant. – (awp)

NOVARTIS: résultats positifs sur Capmatinib

Novartis indique avoir obtenu des résultats positifs dans le cadre d'une étude portant sur un anticancéreux. Le test clinique de phase II menée Geometry Mono-1 avec le candidat Capmatinib (INC280), a montré que le traitement de patients atteints d'un cancer du poumon avancé sans petites cellules s'est révélé positif. Le Capmatinib est un inhibiteur du MET et a été utilisé pour traiter 94 adultes atteints de la maladie, y compris certaines mutations (MET exon-14). – (awp)

TRAJECTOIRES

BB BIOTECH: arrivée du président de Bellevue

La société de participation BB Biotech – membre de Bellevue Group – a enregistré au troisième trimestre un regain de vitalité dans les cours de ses engagements, après une morne première moitié d'année. La firme schaffhouseoise prévoit par ailleurs d'intégrer à l'occasion de sa prochaine assemblée générale au printemps 2019 Thomas von Planta, président sur le départ du Bellevue Group, au sein de son conseil d'administration. Bellevue Group relate par ailleurs un second départ de son organe de surveillance, Mirjam Staub-Bisang ayant décidé d'explorer de nouvelles opportunités professionnelles en dehors de la société. En matière de résultats, BB Biotech confirme les chiffres trimestriels provisoires publiés il y a tout juste une semaine. Le bénéfice net s'est érodé à 242 millions de francs, contre 365 millions un an plus tôt. La firme accusait toutefois encore un déficit de 70 millions au terme du premier semestre. – (awp)

Sandoz lance la commercialisation de son biosimilaire du Humira

Cinq fabricants, dont la filiale de Novartis, veulent conquérir le marché européen avec leur copie du médicament le plus vendu au monde.

C'est un premier coup de boutoir contre Humira, médicament le plus vendu au monde: la commercialisation de plusieurs copies biologiques (biosimilaires) a démarré cette semaine en Europe, avec des économies substantielles à la clé pour les systèmes de santé.

Cinq fabricants différents sont déjà sur les rangs pour tenter de ravir des parts de marché en Europe à ce traitement phare de l'américain AbbVie, indiqué contre une dizaine de pathologies auto-immunes parfois très répandues, comme la polyarthrite rhumatoïde, le psoriasis ou encore des maladies inflammatoires chroniques de l'intestin.

Les ventes mondiales annuelles d'Humira ont dépassé 18,4 milliards de dollars l'an dernier (+14,6% sur un an), soit le chiffre d'affaires actuellement le plus important au monde pour un seul médicament.

Les ventes annuelles d'Humira sur le marché européen sont estimées à environ 4 milliards de dollars.

Dès cette semaine, alors qu'Humira a perdu mardi son exclusivité en Europe, les biosimilaires Amgevita (de l'Américain Amgen) et Imraldi (de la coentreprise Bioepis entre l'Américain Biogen et le Sud-Coréen Samsung) ont été lancés simultanément dans plusieurs pays du continent, dont la France.

La commercialisation d'un autre biosimilaire par Sandoz, filiale du géant pharmaceutique suisse Novartis, a commencé au Royaume-Uni et en Allemagne. «D'autres marchés suivront prochainement», selon un porte-parole. L'Allemand Boehringer Ingelheim et l'Américain Mylan ont aussi des biosimilaires d'Humira approuvés en Europe, mais ne les ont pas encore lancés.

«Faire baisser les prix»

«La concurrence avec plusieurs biosimilaires va donner l'opportunité d'élargir l'accès aux patients, mais aussi de faire baisser les prix», a déclaré à l'AFP Sang-Jin Pak, directeur opérationnel de Samsung Bioepis en Europe.

De fait, les prix d'Amgevita et d'Imraldi en France, publiés mercredi au Journal officiel, sont 35% inférieurs aux derniers prix publics d'Humira à doses comparables.

Humira représentait en 2016 un coût de 474 millions d'euros pour l'assurance maladie, a indiqué à l'AFP Amélie Scheffler, spécialiste du secteur de la santé chez EY-Parthenon.

Mais ses prix ont déjà baissé entre-temps, et AbbVie se prépare à une nouvelle décote imminente, à l'issue d'une renégociation liée à sa perte d'exclusivité.

Le groupe a en partie assuré ses arrières en arrachant des accords avec la plupart de ses nouveaux concurrents dont il va percevoir des redevances sur les ventes de leurs biosimilaires d'Humira en Europe.

Quant au marché américain, qui représente les deux tiers des ventes mondiales d'Humira, Le groupe américain AbbVie a bloqué l'ouverture à la concurrence jusqu'en... 2023, à grand renfort de batailles juridiques

pour faire valoir ses brevets jusqu'au bout.

Adoption lente en France

Avec leurs promesses de faire économiser des milliards d'euros, les biosimilaires sont une opportunité pour les systèmes de santé, dont les budgets sont de plus en plus serrés, alors qu'enfle le coût des médicaments innovants, issus des biotechnologies.

La France s'est fixé pour objectif d'atteindre un taux de pénétration de 80% de biosimilaires sur leurs marchés de référence, c'est-à-dire dans les indications thérapeutiques pour lesquelles ils sont approuvés.

A l'heure actuelle, les biosimilaires sont encore loin de ce niveau en France: en 2017 ils représentaient en volume 30% à l'hôpital et seulement 10% en ville sur leurs marchés de référence, selon le Gemme, l'association française des fabricants de génériques et biosimilaires.

«La pénétration des biosimilaires a du mal à se faire en France», notamment parce qu'à l'inverse des

génériques, ils ne sont pas substituables par le pharmacien, selon Mme Scheffler d'EY-Parthenon. Il y a encore «peu d'incitations à les prescrire et à les substituer» dans l'Hexagone, ajoute l'experte, notant toutefois l'introduction cette année de premiers dispositifs récompensant financièrement les efforts des hôpitaux en ce sens, à l'instar d'autres pays européens comme l'Allemagne.

L'UE a été pionnière sur les biosimilaires, ayant autorisé le premier au monde dès 2006. Ils sont à présent une cinquantaine en Europe, ciblant 15 médicaments biologiques d'origine.

Ces produits visent en général des médicaments d'origine très rentables, notamment des produits d'immuno-oncologie (comme Mabthera et Herceptin du géant pharmaceutique suisse Roche, ou Remicade de Johnson and Johnson), dans le diabète (l'insuline glargine Lantus, de Sanofi), ou contre des maladies inflammatoires auto-immunes (Enbrel de Pfizer et Amgen, et désormais Humira d'AbbVie). – (afp)