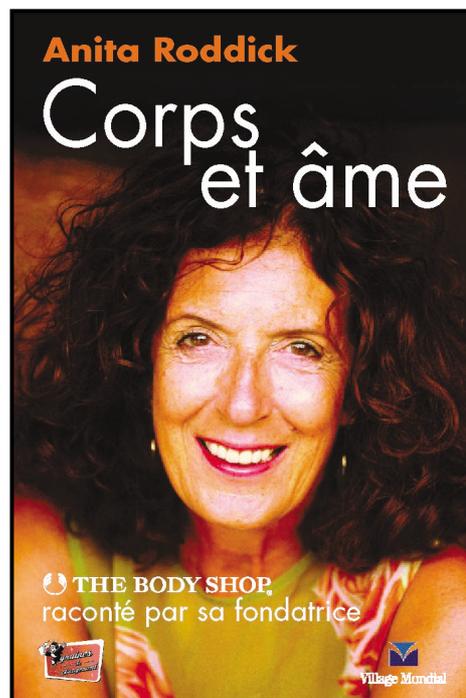


Corps et âme

The Body Shop raconté par sa fondatrice

" Success story " ...

Née au Sud de l'Angleterre, issue d'une famille d'immigrés italiens modestes, Anita Roddick crée en 1976 ce qui va devenir la première enseigne internationale d'origine britannique, avec près de 2000 magasins dans 51 pays. Revenant sur les épisodes les plus marquants de son parcours – de l'ouverture de la première boutique financée par un emprunt à la conquête du marché international en passant par ses déboires aux États-Unis – elle nous livre le portrait d'une femme chef d'entreprise et militante dans l'âme, qui a su faire de sa différence une force.



Histoire d'une rebelle

Rebelle, Anita Roddick l'est sans aucun doute, elle qui s'est retrouvée à Seattle aux côtés des alter-mondialistes. Son premier combat, elle l'a mené avec The Body Shop contre les méfaits de l'industrie cosmétique. Dans des pages vibrantes de colère, (" L'industrie cosmétique me rend folle de rage ", écrit-elle), elle raconte les campagnes de communication qu'elle a menées pour réhabiliter le corps de la femme et développer l'estime de soi.

" Ruby était une idée rigolote qui portait un message sérieux. Elle a été créée par The Body Shop pour prendre le contre-pied des stéréotypes de la beauté et des messages envahissants diffusés par l'industrie cosmétique. [...] Ruby fut conçue pour rappeler aux gens que la beauté est avant tout une affaire de confiance en soi, et pas de tour de cuisses. "



Manager " autrement "

Anita n'a pas fait d'école de commerce ou de MBA, et c'est selon elle l'une des clés de sa réussite. " On n'apprend pas à devenir entrepreneur ", écrit-elle. " Fondamentalement, celui-ci est un marginal, un être doué d'un optimisme pathologique. " Au fil de son récit, elle donne quand même des conseils à ceux qui veulent manager "autrement " et livre également sa vision du chef d'entreprise, plus proche du créateur que du gestionnaire.



Réconcilier l'éthique et le business

Mettre l'entreprise au service de l'intérêt général, telle est la préoccupation permanente d'Anita Roddick à travers The Body Shop qui incarne ainsi un nouveau type d'entreprise, soucieuse de vérité dans sa communication, des hommes et des femmes dans son management, de son environnement dans ses modes de production. Pacifiste, elle raconte comment elle a risqué son poste de PDG en s'opposant à la guerre contre l'Irak. Ou encore comment elle a dénoncé dans ses campagnes l'expérimentation animale par l'industrie cosmétique. Autant d'engagements qui ont fait de The Body Shop une entreprise phare du développement durable et l'une des entreprises les plus respectées au monde par les leaders d'opinion.

Fiche de l'ouvrage

- Événementiel

Anita Roddick sera en France au mois de janvier 2004 pour une conférence et des interviews.

- Cahier photos

Un cahier photos d'Anita, de ses engagements, des campagnes de promotion spectaculaires de The Body Shop illustre l'ouvrage.

Contact presse

Éric Poupet :

01.46.24.67.60

06.60.49.87.05

poupet.eric@wanadoo.fr



Cet ouvrage est proposé par Graines de Changement, une agence d'information qui s'est donné pour mission de partir en quête " des entrepreneurs du meilleur ", ceux qui travaillent pour transformer positivement leur société, leur entreprise, leur vie.



Village Mondial



Caractéristiques techniques

Prix : 24 euros

ISBN : 2-7440-6081-X

Format : 15,5 x 23,5

Pages : 272 pages environ

Parution : Janvier 2004

Classification : Document