

Région → Actualité

MÉDIAS ■ Les lauréats du concours organisé pour le centenaire du journal primés, hier, à Clermont-Ferrand

Les Unes qui gagnent à *La Montagne*

C'était l'épilogue du concours de Unes, hier matin, à Clermont-Ferrand, avec la remise des prix dans les locaux historiques de La Montagne.



Isabelle Vachias
isabelle.vachias@centrefrance.com

Jusqu'au dernier moment, ils n'ont rien su de leur classement. Les écoliers, collégiens et lycéens dont les Unes avaient été distinguées par le jury ont découvert le palmarès, hier matin, à l'Espace Montagne, dans les locaux historiques du journal, à Clermont-Ferrand.

Une bonne dose de stress, donc, avant une avalanche de félicitations pour tous les lauréats du concours organisé par *La Montagne*, en partenariat avec la Fondation Varenne et le rectorat.

Plus de 4.000 élèves de



LAURÉATS. « Pour le groupe Centre France, c'est une journée de fête et de remerciement, leur a déclaré Soizic Bouju. Sans vous et votre envie de participer à une valorisation de notre métier, ça n'aurait pas été possible. » PHOTO FRANCK BOILEAU

l'académie avaient relevé le défi : construire une Une en temps limité, en utilisant des textes et des photos fournis par *La Montagne*. Parmi les 108 productions envoyées, dix ont été primées et saluées par Soizic Bouju, directrice générale déléguée du groupe Centre France.

À l'heure de la remise

des prix, en présence du président du groupe Centre France *La Montagne*, Michel Habouzit, et de la rédactrice en chef de *La Montagne*, Sandrine Thomas, Soizic Bouju s'est réjouie d'accueillir « à la fois des jeunes lecteurs et des citoyens responsables, qui ont pu mesurer à quel point un journal est im-

portant dans une démocratie. »

Au nom du recteur de l'académie de Clermont-Ferrand, Nicolas Rocher, inspecteur pédagogique régional, a de son côté félicité les lauréats et leurs enseignants, pointant le travail d'éducation aux médias conduit dans les classes et les multiples

compétences acquises « à travers la recherche, la compréhension, le choix et la création d'informations ».

Quant à Daniel Pouzadoux, le président de la Fondation Varenne qui a doté le concours de 8.500 € de prix, il a souligné la difficulté de l'exer-

cice. « Faire une Une, c'est donner beaucoup d'informations dans un espace contraint, ce qui demande un esprit de synthèse. Vous n'êtes pas tombés dans le piège de la facilité. » ■

PALMARÈS

Écoles

Premier prix : école Maurice-Genest à Riom (CM2).
2^e : école Saint-Hippolyte à Châtel-Guyon (CE1-CE2).
3^e : école Pierre-Ravel à Châtel-Guyon (CE2-CM1).

Collèges

Premier prix : collège Louise-Michel à Maringues (4^e). 2^{es} ex aequo : collège La Charme à Clermont-Ferrand (4^e) et collège Charles-Péguy (4^e) à Moulins.

Lycées

Premier prix : lycée Banville à Moulins (1^{er} S). 2^e : lycée Sidoine-Apollinaire (STL4) à Clermont-Ferrand.

Dessin de presse

Collège Diderot d'Aigueperse (4^e A).

Meilleur édito

Collège Diderot d'Aigueperse (4^e E).

AUVERGNE

L'armée de terre recrute deux cents jeunes soldats

Chaque année, 200 à 250 jeunes Auvergnats signent un engagement dans l'armée de terre au Centre d'information et de recrutement des forces armées (Cirfa). Un Cirfa qui a reçu, hier, la visite du général de brigade Benoît Chavanat.

Le sous-directeur du recrutement de l'armée de terre avait inscrit Clermont-Ferrand dans son tour de France des Cirfa. L'occasion pour lui de rappeler les besoins considérables de l'armée de terre en personnel.

« Un métier utile, avec un sens »

« Avant les attentats de 2015, nous recrutions 10.000 personnes par an, a-t-il souligné. Nous en sommes aujourd'hui à 15.000, de niveau bac à bac +5. Des jeunes attirés par le dépassement de soi, la solidarité, la fraternité, et l'envie de faire un métier utile, avec un sens. Mais surtout des jeunes qui seront formés aux technologies les plus modernes ».

Engagés sous contrat, ils signent en moyenne pour



CLERMONT. Le Cirfa recrute chaque année des jeunes venus de toute la région.

sept ans, mais certains restent toute leur carrière. À Clermont-Ferrand, beaucoup passent par le Cirfa du boulevard Berthelot qui recrute pour moitié des jeunes du Puy-de-Dôme, les autres venant des trois autres départements d'Auvergne. ■

➔ **Contact.** Cirfa de Clermont-Ferrand 71, bd Berthelot. Tél. 04.73.16.18.88. Ouvert du lundi au vendredi de 8 heures à 12 heures et de 13 heures à 17 h 30. Pour plus de renseignements, contactez sengager.fr

BANQUE ■ Nouveau concept d'agences et résultats en légère baisse

La Caisse d'Épargne en mode stabilisé

La Caisse d'Épargne Auvergne-Limousin a bien résisté en 2018 et poursuivi sa mue dans un secteur en pleine mutation digitale.

Voilà en résumé le bilan du dernier exercice présenté par les principaux responsables de la caisse, Paul Kerangueven en tête, mardi matin, dans les locaux flambant neuf de la nouvelle agence Jaude-Blatin, à Clermont-Ferrand.

Une succursale de 900 m² de plain-pied, agencée et organisée pour proposer tant aux collaborateurs qu'aux clients des espaces dédiés plus adaptés aux nouveaux usages bancaires. Un concept que l'établissement étend à ses agences récemment rénovées (Vichy, Cébazat, Limoges) ou déménagées (Brive, Billom, Chamalières, Clermont-Jaude, Yssingeaux, Limoges-Isly), Clermont-Jaude restant une agence pilote pour valider les aménagements ou évolutions futures.

Innovations digitales

La Caisse d'Épargne Auvergne-Limousin maintient depuis deux ans son réseau d'agences (149 en



NOUVEAU. Devant la nouvelle agence de Clermont-Jaude, rue Blatin : les dirigeants de la Caisse d'Épargne Auvergne-Limousin autour de Paul Kerangueven (au centre), président du directoire, et Evelyne Sancier, présidente du conseil d'orientation et de surveillance. PHOTO P. C.

tout sur sa zone). Elle poursuit sa réduction d'effectifs (1.350 employés) en ne remplaçant pas tous les départs mais procède chaque année à une centaine d'embauches et axe ses efforts sur la formation afin d'apporter aux clients l'expertise attendue.

Les taux d'intérêt toujours historiquement bas expliquent en partie la légère baisse du produit net (229 millions d'euros, - 3 %) et du résultat (41 millions). La banque

défend sa position par d'autres activités, les assurances par exemple et l'assurance-vie en particulier, en hausse de 15 % à 540 millions d'euros.

La banque met aussi en avant les 3.000 nouveaux clients professionnels, séduits notamment par la proximité du pouvoir de décision, et se veut toujours actrice de l'économie régionale (financements à hauteur de 2,2 milliards d'euros en 2018).

Dans un contexte de concurrence digitale toujours plus forte, elle multiplie aussi les innovations sur ses applications numériques (signature électronique de prêts immobiliers ou encore crédits permanents aux professionnels par exemple).

« Depuis deux ans, les taux bas et les nouveaux usages changent la manière d'exercer notre métier. Nous nous adaptons », résume Paul Kerangueven. ■

Patrice Campo