

Entreprendre



Louboutin
LE DEAL
DU SIÈCLE

ULTRA MOBILE

À 48 ans,
Arnaud Molinié
essaime sur
les créneaux
d'avenir.

Président de
Capitello Group



www.entreprendre.fr





PRÉSIDENT DE CAPITELLO GROUP

Arnaud Molinié, Entrepreneur Ultra Mobile

Arnaud Molinié nous reçoit avenue de la Grande Armée au siège de Paris Télévision Center, société de production audiovisuelle dans laquelle il vient d'investir, avec vue sur la tour Eiffel et l'Arc de Triomphe. Maçons, peintres et techniciens s'activent : Arnaud a décidé de rendre ce studio plus « mobile ». Le mot est lancé par ce dirigeant qui en fait désormais son core-business. À 48 ans, le conseil en stratégie de grands pa-

trons a décidé d'investir en propriété en misant sur la mobilité humaine. Une lubie ? Le regard pétillant, il nous explique que la pandémie de Covid-19 a été un coup de tonnerre pour lui : « La séquence que nous vivons impose plus que jamais d'être en mouvement, tant elle redistribue les cartes de nos modes de vie, de nos économies, de nos entreprises. J'ai été en mouvement dès le début de cette crise. Ça s'est imposé comme une évidence, ça parlait

bien à mon ADN : chercher où et comment être utile en apportant du nouveau, monter au front, s'engager en entraînant des équipes ». Un an après, le mouvement s'incarne à travers la holding qu'il a créée, Capitello Group, nom choisi en hommage à son père, qui aimait ce lac de haute montagne corse, pour intervenir dans trois domaines : médical, médias et mobilités... « trois M », glisse-t-il dans un sourire.



Arnaud Molinié *et le pari de la santé mobile*

Ce n'est pas le hasard qui conduit Arnaud Molinié à investir massivement dans ces trois domaines. Le sens de cet engagement puise dans un parcours professionnel hors normes commencé dès l'âge de 14 ans, lors du premier Téléthon français, en 1987. « J'avais la chance de marcher, de courir, de me lever tout seul d'une chaise, mon frère non. C'était injuste, donc je me suis engagé contre ça, pour lui et pour tous ceux qui n'intéressaient ni la science ni la Big Pharma », dit-il pour évoquer ce combat bénévole mené pendant une quinzaine d'années aux côtés de son frère Éric, myopathe et figure de proue de l'A.F.M (Association Française contre la Myopathie).

Il y fait sa première rencontre marquante avec Bernard Barataud, Président fondateur de l'A.F.M., un pionnier qui, avec Éric Molinié, a fait faire des bonds de géant à la génétique moderne : « sans les cartes du génome de l'homme découvertes à Généthron en 1992 par des chercheurs français, y aurait-il des vaccins à ARN Messenger aujourd'hui ? » interroge Arnaud. Son expérience à l'A.F.M., il l'a vécue comme longue et difficile, « sacrificielle » même : il y était question de vie, de mort et d'urgence absolue à trouver des réponses aux familles qui voyaient un des leurs souffrir et mourir... ».



Septembre 2020
Loxam grâce à son président Gérard Déprez devient top sponsor de la coupe du monde de Rugby.

Cette expérience fondatrice n'est sans doute pas pour rien dans son envie, à la veille du premier confinement, de réfléchir avec des amis pour trouver des réponses à la détresse générale. L'image des tentes de l'armée française à Mulhouse lui inspire l'idée de trouver une utilité civile et humanitaire aux modules de chantier de l'entreprise Loxam », dont il conseille le Président Gérard Déprez. Avec le confinement, ces modules regagnent les entrepôts puisque les chantiers de travaux publics ferment les uns après les autres. « L'idée originelle était de déployer ces modules en hôpitaux de campagne mais une petite voix m'a dit de la tester auprès de mon ami Frédéric Lefebvre, qui bossait depuis longtemps sur la santé connectée et m'a suggéré d'utiliser ces box pour faire du diagnostic intelligent. »

L'ancien ministre de Nicolas Sarkozy présente Molinié à Éric Sebban, un entrepreneur reconnu dans le monde de la Medtech, à l'origine de la création du ThermoFlash, le premier thermomètre sans contact. Les trois hommes décident immédiatement de s'associer autour de la conviction que la crise sanitaire va révolutionner le monde de la santé et l'accès aux soins.

Le même week-end de mars 2020 naît ainsi Diagfrance, mais aussi Loxamed, joint-venture entre Diagfrance et Loxam, destinée à offrir des solutions médicales adaptées au Covid, en utilisant des locaux existants, des box de 15 ou 7 m², ou encore le wagon d'un train ou des camions Mobiltest ou Mobilvaccin. Foyer de travailleurs migrants, entreprises, plus d'une centaine de collectivités locales, gares SNCF, équipe de France de Rugby et Tournoi des VI Nations, équipes de football... En moins d'un an, Loxamed se déploie partout en France et avec une agilité et une réactivité qui font la fierté d'Arnaud : « en 48 heures, nous sommes capables d'installer une box n'importe où, avec des infirmiers ou les médecins de notre partenaire Télédok », des combattants de santé aguerris et connectés aux meilleurs laboratoires d'analyse du pays ». Une des spécificités de Loxamed est l'attention portée au patient, qui a à voir avec le combat

Mars 2021, avec Christian Estrosi, maire de Nice.



Septembre 2020, avec Valérie Pécresse, présidente de la région Île-de-France.



Loxamed gère une centaine de dispositifs sur le territoire, a réalisé plus de 100 000 tests et suivi en téléconsultation près de 10 000 patients positifs à la Covid-19.

de son fondateur contre les myopathies : « quand une personne est testée négative, peu importe qu'elle reçoive ses résultats par mail ou par sms. En revanche, lorsqu'elle est testée positive, elle devient une malade et c'est un médecin qui doit l'accompagner médicalement ».

Depuis un an, Loxamed se développe à la vitesse du son, l'énergie de ses dirigeants toute dédiée à cette « entreprise privée d'utilité publique » comme l'appelle Arnaud Molinié, qui ajoute : « Ce virus est malin et rapide, seule l'alliance du privé et du public parviendra à le stopper ». A l'heure où nous publions, Loxamed gère une centaine de dispositifs sur le territoire, a réalisé plus de 100 000 tests et suivi en téléconsultation près de 10 000 patients positifs à la Covid-19.



Michel Houellebecq, Claude Durand, Arnaud Lagardère et Arnaud Molinié. Le transfert de siècle signé le 27 avril 2004 à Deauville.



Juillet 2001, Virgin Megastore des Champs Elysees, avec Richard Branson et Arnaud Lagardère à quelques minutes de la conférence de presse annonçant le rachat du fleuron britannique par le fleuron français.

Arnaud Molinié *et l'impératif de mobilités dans les médias*

Arnaud Molinié l'avoue sans détour : la création de Loxamed n'aurait pas été possible sans ses 27 années d'expérience et les réseaux acquis lors de la décennie passée au sein du groupe Lagardère : « Onze années fabuleuses qui m'ont permis de rencontrer des personnes inspirantes ». Devenu journaliste aux Nouvelles de Versailles, avec deux diplômes en poche, l'un de l'École supérieure de journalisme de Paris et l'autre de l'école des hautes études politiques et sociales, passé par le Service d'Information du Gouvernement, la Lyonnaise des Eaux et Génopole, Arnaud Molinié rencontre Arnaud Lagardère en avril 2000. L'héritier recherche quelqu'un pour s'occuper de sa communication. Molinié a 27 ans, il travaille déjà depuis 9 ans, le

courant passe entre les deux hommes et Lagardère fils l'embauche. En septembre 2000, il commence au rez-de-chaussée du siège parisien du groupe, rue de Presbourg, « dans un cagibi, en face des toilettes mais avec vue sur l'Arc de Triomphe ! ». Sur sa carte de visite un titre choisi par le vieux dircom du père d'Arnaud Lagardère : « Délégué aux relations presse et aux relations publiques ».

Qu'à cela ne tienne, il a appris très jeune que ce ne sont pas les titres qui font les fonctions mais les hommes, et quatre mois plus tard, le voilà directeur adjoint de la communication du groupe avec à son actif quelques jolis coups, qui lui vaudront cette promotion expresse et aussi l'attention au laser de Jean-Luc Lagardère. À l'époque, le groupe éponyme est bien plus conséquent qu'aujourd'hui. 220 titres de presse partout dans le monde, une vingtaine de radios, une participation stratégique dans EADS, Matra Automobile, Hachette Livre... Arnaud se souvient : « quand je suis arrivé dans cette maison, j'étais un peu comme un enfant entrant chez FAO Schwarz à New York : des livres, des journaux, des avions, des voitures de rêve ! Tout cela dirigé par un capitaine d'industrie mythique. En allant tous les matins au bureau je savourais ma chance tout en sachant

qu'il ne dépendait que de moi de la faire durer et qu'il me fallait donc envoyer du bois tous les jours ». L'ascension de Molinié au sein du groupe est fulgurante. Elle ne laisse personne indifférent et suscite sans doute des jalousies. Il participe au ra-

chat de Virgin Megastore, créé et dirigé par le très charismatique Richard Branson.

Après la conférence de presse, ils prennent un café. Bravache, Molinié lance à Sir Richard : « Plus tard, je serai comme vous ! ». Découvrant son âge -28 ans-, Branson lui rétorque qu'il est déjà vieux et en retard ; circonstance aggravante, Arnaud est marié avec enfants et crédit sur le dos. « Quand j'ai démarré, je n'avais ni femme ni enfant ni aucune charge sur moi. Ça va donc être plus dur pour vous d'y arriver, but nothing is impossible ! ». Arnaud confie aujourd'hui qu'avec le recul il mesure combien Branson disait vrai, avant d'invoquer la citation d'un autre géant britannique, Sir Winston Churchill : « le succès, c'est être capable d'aller d'échec en échec sans perdre son enthousiasme ».

Citer Churchill pour ce grand admirateur de Napoléon amène le souvenir de la propre bataille qu'il a menée en 2002 afin de persuader le groupe Lagardère de lancer la minisérie « Napoléon » comme une superproduction hollywoodienne. Réquisition du tombeau de l'Empereur aux Invalides, mobilisation de l'ensemble des médias du groupe, bache gigantesque sur les monuments de Paris... Résultat : un record d'audience qui sonne comme un triomphe. Arnaud s'en souvient avec émotion : « Napoléon, c'était deux ans après mon arrivée dans le groupe. Ça m'a valu mon grand oral avec « le Commandeur », Jean-Luc Lagardère. Un moment impressionnant, totalement fondateur pour moi. » De ces deux heures trente-cinq de tête-à-tête, il ne dira pas un mot, se réservant de l'écrire un jour. Trois ans après son arrivée, le commandeur meurt et la vie d'Arnaud Molinié s'accélère. La succession est mal préparée et le groupe se retrouve au cœur d'enjeux industriels et



Septembre 2002, devant le tombeau de l'Empereur aux Invalides avec Jean-Luc Lagardère pour le lancement de la minisérie Napoléon.



2007, visite protocolaire du Président nouvellement élu au Maire de Paris.



4 juillet 2018, dans le bureau de Anne Hidalgo avec Thierry Bolloré, DG de Renault, Philippe Buros, directeur Commerce France et Serge Orru conseiller de la maire, avant l'annonce des nouvelles mobilités Renault à Paris.

politiques majeurs, et la mésentente entre Jean-Luc Lagardère et le président Chirac n'aident pas. Molinié se bat pour Arnaud Lagardère à la fois en défense des intérêts et de l'intégrité du groupe et en attaque en initiant des conquêtes et nouant des alliances.

C'est à cette période que Molinié se lie d'amitié avec quelques figures de la politique française, comme le maire de Paris Bertrand Delanoë, pour lequel il crée le Club des Entreprises Paris 2012 : deux ans de combat, une levée de fonds de 47 millions d'euros auprès de la moitié du Cac 40. Une aubaine pour le jeune orphelin Lagardère, qui prend la présidence de ce club ultra chic et influent où siègent des François Roussely, Thierry Breton, Martin Bouygues. Après une telle campagne, la victoire de Londres est un choc. Arnaud veut comprendre les raisons de l'échec, allant même jusqu'à approcher Tony Blair pour mieux analyser les recettes du succès britannique. « Cet épisode m'a appris l'humilité, le respect de l'adversaire. C'est aussi cette notion de timing dans toute action collective : quand ce n'est pas le moment ce n'est pas le moment. Et l'image du fringant Blair face au vieux lion Chirac disait beaucoup sur nos deux pays à ce moment-là ».

Ce dont Molinié est peut-être le plus fier, en tant que passionné de littérature et romancier à ses heures, c'est d'avoir convaincu Arnaud Lagardère de signer un partenariat global avec Michel Houellebecq et son agent François Samuelson : « Houellebecq est un visionnaire ; se l'approprier, au bon sens du terme, permettait de démontrer la modernité d'un groupe de médias complet ». Il ne faut pas oublier le sport, terrain de conquêtes pour le groupe : création d'un Team Lagardère, OPA réussie sur le site de la

Croix Catelan, création du Lagardère Paris Racing, 11 médailles aux JO de Pékin... En 2007, Nicolas Sarkozy gagne l'élection présidentielle et le nom d'Arnaud Molinié circule pour le secrétariat d'Etat aux Sports, appuyé par Claude Guéant. Arnaud Lagardère s'y serait opposé en promouvant une nouvelle fois Molinié, propulsé patron de la stratégie et administrateur de toutes les branches du groupe et PDG de Lagardère Entertainment, qu'il crée et dont il fera le numéro 1 de la production de fiction européenne.

Puis, le vent tourne : Arnaud Lagardère s'était fragilisé juste avant la crise financière en s'endettant fortement pour acheter des actions de son groupe. Les promesses d'investissements sur Lagardère Entertainment ne viennent pas. Pourtant, trois ans sous le commandement d'Arnaud Molinié avaient fait passer la filiale production du groupe de 70 à plus de 200 millions d'euros de CA uniquement en croissance interne. Molinié propose un LMBO, que les producteurs du groupe sont prêts à suivre avec de grands investisseurs, mais la direction financière de Lagardère refuse. En 2011, Arnaud Molinié quitte le groupe et tente un build-up qui échoue, occasion de constater qu'il est difficile de négocier son départ avec un groupe puissant tout en levant des fonds de l'establishment... On ne l'y reprendra pas, « ça s'appelle l'expérience », dit-il. Il met du temps à accepter une situation qu'il juge injuste et se remet à l'écriture de son deuxième roman. Bousculé mais loin de capituler, il reste un passionné des médias. Il est frappé de voir à quel point le paysage a changé. « Les 15-24 ans passent plus de

4 heures par jour sur internet. Le terrain est mobilisé par les géants de la tech américaine ou chinoise : « Je suis convaincu que les télévisions de demain seront créées par des marques industrielles fortes via des O.T.T (Over The Top) ou des WebTV disponibles quel que soit le lieu où l'on se trouve. L'avenir des médias est aussi dans la mobilité ! » Pour lui, on doit aller chercher le téléspectateur là où il est et lui proposer des programmes de qualité. Arnaud Molinié a retrouvé deux camarades de jeu de l'époque Lagardère : Marie-Laurence Vieillard et Gérard Ponsou, fondateurs et associés des magazines à grand tirage Entrevue et Choc. Electrons libres au sein d'Hachette-Filipacchi puis de Lagardère Médias, ils cultivaient l'insolence et la provocation intelligentes en créant des journaux dont le succès en diffusion étaient exceptionnels, avec des résultats financiers qui dépassaient ceux de Match et Elle réunis ! Arnaud rappelle qu'ils ont toujours été précurseurs en mutant vers le digital où là encore, ils connaissent un réel succès

: « c'est avec eux que je me suis associé afin de développer des O.T.T. Notre première réalisation sera de construire la première télé 100 % digitale d'un grand événement mondial ». C'est pour cette raison qu'Arnaud nous rejoint à PTC, le studio de production dans lequel il a investi afin de réaliser tous ses programmes de plateau. Il rend hommage à John Cressey, qui a fondé ce studio il y a plus de vingt ans et accueille une grande majorité des correspondants étrangers qui y tournent leurs sujets avec vue sur l'Arc de Triomphe. Avant d'ajouter, malicieux, que de sa fenêtre il voit la rue de Presbourg, qui lui rappelle « de bons souvenirs ».

**“Le succès c'est aller d'échec en échec sans perdre son enthousiasme.”
Sir Winston Churchill**

Arnaud Molinié, *précurseur des nouvelles mobilités automobiles*

En 2013, Arnaud Molinié crée Capitello Conseils et Stratégies, pour accompagner les grands chefs d'entreprise dans leur stratégie de développement et de communication. C'est à cette période que son ami et « frère d'armes » Bernard Chaussegros, ancien dirigeant d'EuroMediaGroup, lui conseille d'entrer chez Deloitte, un acteur de référence en audit, consulting et expertise fiscale et comptable.

Le communicant est persuadé qu'Arnaud, tout en complétant ses connaissances en administration et finance, peut amener du sang neuf à ce prestigieux cabinet. Il lui fait rencontrer Jean-Paul Séguret, l'un des patrons de Deloitte, qui l'embauche en 48 heures. Pendant quatre ans, Arnaud développe un portefeuille grands comptes très important, participe à l'élection interne du nouveau président (son candidat l'emporte!) et rajoute à ses activités celles de dircom de la firme. « Mon ami Robert Zarder m'avait dit que je resterais quatre ans chez Deloitte et j'y suis resté quatre ans! », relève Arnaud Molinié. C'est là qu'il découvre

le potentiel gigantesque des nouvelles mobilités et en devient un des spécialistes pour la firme. Il comprend aussi à quel point les fabricants automobiles passent à côté de ces sujets et que les nouveaux usages peuvent blesser mortellement cette industrie. Dès lors, il se fait fort de convaincre

Carlos Ghosn qu'il faut bouger sur le sujet et s'appuie sur les bonnes personnes pour y arriver. Il décroche auprès du directeur commerce France, Philippe Buros la commande d'une sorte de diagnostic de situation pour Renault sur ces sujets. « Molinié a présenté 7 scénarios. Chaque point faisait le bruit d'un tir de revolver : âge moyen des jeunes passant le permis de conduire dans le monde, âge moyen pour l'acquisition de la première voiture neuve, fin du thermique, covoiturage, green zones etc. Nous étions en 2015, c'était très avant-gardiste » se souvient un des collaborateurs de Buros ayant participé à la première réunion... qui fit mouche, puisque tout ceci remonte chez Carlos Ghosn et Thierry Bolloré, qui confieront à Deloitte la mission de déployer des pistes stratégiques pour Renault-Nissan. A tel point que, prédisant l'arrêt d'Autolib' à Paris, Arnaud Molinié convainc Renault et Anne Hidalgo de fumer d'urgence le calumet de la paix sur le sujet de l'automobile et de réfléchir à des modes de transports propres et connectés à Paris. « Arnaud a été une sorte de traducteur entre deux nations qui ne parlaient pas la même langue et a fait en sorte que ces deux

institutions se parlent, se comprennent se respectent et finissent même par faire des choses ensemble », se souvient Serge Orru, DG du WWF France de 2006 à 2013 et proche conseiller de la maire de Paris sur ces dossiers durant sa première mandature.

C'était le 4 juillet 2018, lors d'une conférence de presse entre Anne Hidalgo et Thierry Bolloré, initiée par Arnaud Molinié et Serge Orru. « Après cet instant historique, nous sommes allés prendre un café sur l'île Saint Louis » se rappelle Orru. « Arnaud m'a dit : je vais quitter Deloitte et rejoindre Renault. Il a pris son téléphone et envoyé un sms à Thierry Bolloré en lui disant : « j'ai peut-être une bonne idée, puis-je passer vous voir ? » Thierry Bolloré lui a immédiatement donné rendez-vous pour le lendemain... Et Molinié rejoignait Renault quatre mois après comme Senior Vice-président Mobilités Monde.

Depuis, la gouvernance de Renault a changé et Thierry Bolloré est devenu PDG de Jaguar Land Rover. Les deux hommes se parlent souvent et Molinié ne tarit pas d'éloges sur son ancien patron, devenu un ami : « j'ai une immense estime pour Thierry, qui est un très grand patron, peut être un des meilleurs que j'aie jamais eu. Il est à la tête d'un fleuron de l'automobile mondiale, c'est un grand expert de l'industrie automobile capable d'une ouverture d'esprit disruptive et rare dans ce milieu ».

LA PASSION DE LA LITTÉRATURE

Deux romans à son actif.



Qu'as-tu fait de cet amour?
publié en 2009



Emma peut-être
publié en 2013.

Un troisième est en lecture chez un prestigieux éditeur parisien.

**« Écrire est ma raison de vivre, mon exutoire, ma thérapie...
Le roman est un genre qui me permet de me porter vers le haut
et qui par sa difficultés me ramène au réel. »**



2007, Tony Blair invité au séminaire des cadres dirigeants du groupe Lagardère à Barcelone : « la défaite de Singapour m'a appris l'humilité et le respect de l'adversaire.

Sur le déploiement de Capitello Group dans les nouvelles mobilités, son fondateur pose un joker. « Ce sera annoncé avant l'été. Les premières opérations sont réalisées. Ce sera fort, avec des associés forts qui pourraient même surprendre, positivement bien sûr ! » précise-t-il, sibyllin. « Arnaud est capable d'audace, de créativité, il est doté d'une folle envie de s'investir là où on ne l'attend pas », confie sa grande amie, Anne-Sylvie Schneider, ancienne directrice de la communication de la Ville de Paris et actuelle directrice

du fonds pour Paris. « Nul doute que dans les domaines des nouvelles mobilités, il risque de sortir du bois de cette manière-là », conclut-elle. Mobilité liée à la santé, mobilité liée aux médias, mobilité liée à l'automobile, celui qui était surnommé par Ariane de Rothschild le « conseiller des princes » est devenu un prince et a l'ambition de devenir roi, même s'il préférera toujours Arcole aux transmissions dynastiques et l'obtention au mérite aux héritages familiaux.



La passion Rugby

Fin 2016, au cours d'un déjeuner initié par Bernard Chaussegros, Bernard Laporte demande à Molinié de s'engager avec lui dans la nouvelle candidature de la France pour accueillir la Coupe du monde de rugby en 2023 : « Arnaud, tu vas nous faire le dossier avec Deloitte et tu vas créer le cercle des soutiens France 2023... » Et avec l'accent et beaucoup d'humour, Laporte a continué : « en gros, tu vas nous refaire ce que tu as fait pour Paris 2012 en 2005 mais avec deux grosses différences : on n'a pas deux ans mais cinq mois, et puis il faut qu'on gagne et pas qu'on perde ». Molinié accepte les missions et la campagne est menée façon Bonaparte à Arcole avec un Bernard Laporte épaulé par un Claude Atcher imparable, que Molinié découvre avec beaucoup d'admiration. La campagne est dure, l'Irlande et l'Afrique du Sud sont les grands favoris et ils ont un an et demi d'avance sur la candidature française. Mais le capitaine Laporte est inarrêtable et il bat une campagne comme jamais de mémoire de la RWC il y avait

eu campagne. Puis, le premier verdict tombe. Un cabinet « indépendant » rend ses conclusions sur les trois dossiers : la France est bien évidemment dernière sur le podium... « C'était un dimanche matin tôt ; mon téléphone sonne. Bernard Laporte qui me dit : bon le cabinet indépendant dit que notre dossier n'est pas bon économiquement, comme c'est Deloitte qui l'a fait, ça pourrait faire rire non ? Et puis ils disent aussi que la France est un pays dangereux, plus dangereux que l'Afrique du Sud... tu y crois ? Arnaud, je t'appelle parce que tout à l'heure avec Claude Atcher, on fait une conférence de presse et on aimerait taper fort. Mais avant on voulait te demander si tu étais d'accord qu'on tape fort ? » Se remémorant Singapour en 2005, Arnaud Molinié répond à Laporte : « Mon autorisation, tu l'as bien sûr et, s'il te plaît, éclate-les et ramène la victoire ». Ce que Atcher et Laporte firent et ce qui permit de ramener une deuxième fois le deuxième événement mondial en France.

Par Henry Marin

CE QU'ILS DISENT DE LUI...

Bertrand Delanoë : « Arnaud est non seulement imaginatif, entreprenant, très innovant mais il a aussi un grand sens de l'efficacité et, est un très bon organisateur. C'est aussi un ami fidèle, quelqu'un de bien sur le plan humain. J'insiste, il est très très fidèle en amitié. Et cela, c'est assez remarquable. »

Thierry Bolloré : « J'ai fait la connaissance d'Arnaud dans un projet qui propulsait l'entreprise dans les mobilités partagées et j'ai découvert un entrepreneur à succès, au sens le plus noble du terme. Graduellement, car cette personne est très discrète, j'ai appris à mesurer l'étendue des talents acquis au cours d'une carrière éclectique et dense à la fois, la colonne vertébrale restant l'innovation et la créativité qui donnent des résultats au service de tous, en particulier ceux qui en ont le plus besoin. Il fait fi de tout clivage et fédère ceux qui ont un cœur véritable, sans chercher à en faire état. »

Anne Hidalgo : « J'ai travaillé avec Arnaud Molinié pour sortir notamment du premier confinement, avec le lancement de son concept de télécabines loxamed, que nous avons installé à Paris, à côté d'un foyer de migrants dans le 19ème arrondissement, permettant un dépistage rapide et gratuit. Ce fut un atout pour gagner en agilité à un moment où la sidération pouvait s'imposer. C'est un grand professionnel et un partenaire important. »

Valérie Péresse : « Toujours entreprenant, inventif, Arnaud Molinié sait convaincre ! La crise Covid l'a transformé en « testeur » en chef de la région Ile-de-France. Une fonction dans laquelle il a révélé toute sa créativité et sa détermination. »

Claude Guéant : « Arnaud Molinié c'est d'abord un homme dont la fidélité et l'amitié sont à toute épreuve. Mais c'est aussi un formidable bâtisseur de projets, et de projets qui marchent. Il a le sens de l'évolution de notre société et de ses besoins. Il sait anticiper, et il met au service de ses intuitions des qualités rares : grâce à la sympathie qu'il inspire, et à ses talents d'argumentation il sait convaincre et rassembler. »

Claude Atcher, directeur général de France 2023 : « Arnaud est au delà de l'entrepreneur forcené, un homme d'engagement, de loyauté, de combat pour un mode de vie basé sur le respect des valeurs de notre sport que sont la solidarité, l'abnégation, l'esprit d'équipe, et le sens du collectif. »

Bernard Laporte : « Ça fait 20 ans qu'on se connaît. Il a toujours été là, dans les bons et les mauvais moments. Quand vous partez sur le terrain avec lui pour gagner c'est un bonheur c'est un super coéquipier qui ne recule jamais. Qui ne lache rien. »

Nikos Alliagas : « Ça fait 21 ans qu'on se connaît avec Arnaud, il est très fidèle en amitié. Il n'est pas né dans un sérail, c'est un self-made-man qui n'est pas devenu un autre en chemin. Dans le boulot, il est rapide avec une capacité d'analyse impressionnante. Il sait prendre des risques pour bâtir. Arnaud est un homme discret, qui n'a jamais été attiré par ce qui brille mais par ce qui compte. Et l'humain compte pour lui, peut-être plus que tout le reste. »

Alexandre Jardin : « Arnaud pense autrement ! Voit autrement ! Agit autrement ! Dans un pays vautré dans la culture administrative rondecuirisée, il est requinquant d'ambition fraîche, de courage très d'Artagnan ! En gros, c'est un décalé agissant ! »

François Samuelson, agent de Michel Houellebecq : « Dans les négociations complexes, il reste toujours urbain, calme et sympathique. »