

JUILLET / AOÛT 2020 15

# INantipolis



**BORN  
TO BE  
BOSS**

# Un autre regard sur les services



P R O P R I E T É & S E R V I C E S

# Nouvelle ID.3 100% électrique



Jusqu'à 420km\* d'autonomie en une seule recharge.  
Disponible à la commande dès maintenant.



**Nice La Plaine**  
98 avenue Simone Veil

**Nice-Est**  
140, rte de Turin

**Mougins**  
Bretelle Montante Autoroute

**Antibes**  
Carrefour du Chataîgnier

**[id.3@cariviera.com](mailto:id.3@cariviera.com)**

\*Valeur WLTP au 18/09/2019.susceptible d'évolution, véhicule en cours d'homologation.

# EDITO

**E**n France, terre de savoirs, il n'y a pas d'école pour apprendre le métier de chef d'entreprise... Alors, y-a-t-il un modèle, une recette magique pour emmener derrière soi une équipe, pour entreprendre, diriger et montrer la voie ?

Certains partent d'une feuille blanche, d'autres poursuivent la tradition familiale : elles et ils viennent de tous horizons, ont eu parfois plusieurs vies, ont vécu les embûches comme les succès que connaissent tous ceux qui entreprennent...

Car c'est bien connu : ceux qui ne font rien... ne ratent rien !

Une chose est sûre : ils mettent toute leur énergie à créer de la richesse, de l'emploi, à faire vivre le territoire qu'ils aiment et tirent tous les jours vers le haut.

Dans les bons et les mauvais moments, ils arborent l'optimisme des entrepreneurs conquérants et nous font partager leur enthousiasme de mener l'entreprise, ses femmes et ses hommes vers le succès !

**F**rance, despite being a country of learning, has no school teaching the job of CEO.

*This begs the question; is there a template, a magic recipe to lead a team, to undertake an entrepreneurial project, and to show the way?*

*Some start on a blank page, others follow in the family tradition: they come from all backgrounds, they have sometimes had several lives already, and they have experienced the same pitfalls and successes as all entrepreneurs...*

*It is indeed a well-known fact that those who don't try don't fail!*

*One thing is certain: they invest all of their energy to generate wealth and employment throughout the land and to energise the territory they love, and they're constantly pulling us upwards.*

*In the good times and in the bad times, they display the optimism of vanquishing entrepreneurs, and they share their enthusiasm for leading their companies and their teams to success!*

**IN**antipolis

**Edition / Rédaction / Publicité : SARL PASTEL**  
80 route des Lucioles - Espaces de Sophia - Bâtiment N  
06560 VALBONNE SOPHIA ANTIPOLIS  
09 83 79 29 56 - [direction@in-magazines.com](mailto:direction@in-magazines.com)

[www.in-magazines.com](http://www.in-magazines.com)



**Direction :** Gregory Paré  
[direction@in-magazines.com](mailto:direction@in-magazines.com)

**Service commercial :** Eric Pottier  
[commercial@in-magazines.com](mailto:commercial@in-magazines.com)

**Directeur de la rédaction :** Mickaël Lardet  
[redaction@in-magazines.com](mailto:redaction@in-magazines.com)

**Infographie / Rédaction :** Xavier Beck  
[pao@in-magazines.com](mailto:pao@in-magazines.com)

**Chargée de clientèle IN Club :** Aurélie Suchet  
[club@in-magazines.com](mailto:club@in-magazines.com)

**Chargé de clientèle IN my City :** Marc Pottier  
[marc@in-magazines.com](mailto:marc@in-magazines.com)

**Traduction :** Studio Gentile  
[contact@studio-gentile.fr](mailto:contact@studio-gentile.fr) - [www.studio-gentile.fr](http://www.studio-gentile.fr)

**Photos :** ©Terence Dewaele - Ultima Studio  
[www.ustudio.fr](http://www.ustudio.fr) / MP Production / ©Adobe Stock  
**Couverture :** Adobe Stock @wolfhound911

**Impression :** Imprimerie Petrilli  
Corso Limone Piemonte, 21 Bis - 18039 Ventimiglia  
Tél. +39 0184 35 24 83 - [www.petrilligroup.com](http://www.petrilligroup.com)

Toute reproduction même partielle des articles et illustrations parus dans IN Antipolis est interdite sans l'autorisation de l'éditeur. Exemple gratuit, ne peut être vendu.



## DE NOMBREUX AVANTAGES

**Pour les entreprises et leurs salariés !**

**REDUCBOX** permet à vos collaborateurs de profiter de **nombreuses offres sociales, culturelles et de loisirs à tarif réduit !**



**+ 150 000 offres**  
négociées



**Jusqu'à 80%**  
de remise sur les prix publics  
et des exclusivités



**Des promotions dédiées**  
à l'univers des CE/CSE

### LISTE DE NOS PARTENAIRES

#### CULTURE - PRESSE



#### PARCS - LOISIRS



#### CINÉMAS



#### MODE - BEAUTÉ



#### VIE QUOTIDIENNE



#### VOYAGES - VACANCES



#### SPORT - BIEN-ÊTRE



#### AUTRES



**reducbox.com**  
Un service du Groupe BTF

**Groupe BTF**  
SOLUTIONS EFFICIENTES

Service Commercial : **04 74 70 68 91 - contact@reducbox.com**

Le Groupe BTF vous propose des solutions clés en main pour réduire les frais généraux de votre entreprise !

# Born to be BOSS !



8

**Célia Lerouge-Bénard**  
**Molinard**

Héritage et parfum de nouveauté  
*Legacy with a whiff of new*



12

**Charles-Ange Ginésy**  
**Conseil Départemental**

Patron de l'intérêt général  
*Defender of the public interest*



16

**Christine Scaramozzino**  
**PAAL**

De l'art avant toute chose  
*Art comes first*



20

**Didier Delangue**  
**ASD Group**

Toujours anticiper le changement  
*Constantly anticipating change*



24

**Marie Calautti**  
**GSF**

En mode projet  
*Projects galore*



28

**Jacques-Olivier Hurbal**  
**Caisse d'Épargne Côte d'Azur**

Banquier et dirigeant : parlons le même langage  
*Bankers and leaders: let's speak the same language*



32

**Julie Lascombes**  
**Printemps**

Reprise de la saison  
*Resuming the season*



36

**Benoît Cousson**  
**BayLibre**

Esprit d'équipe  
*Team spirit*



40

**Elise Potola**  
**BYmy)CAR Côte d'Azur**

Vitesse supérieure  
*At top speed*



10

**Laurent Autréau**  
**Cariviera**

Redémarrage réussi  
*A successful reboot*



14

**Maître Marc Girard**  
**Chambre Départementale des notaires**

Se rassembler pour être plus fort  
*Notarial work: strength in numbers*



18

**Michel Blasi**  
**Le SIS**

Le sur-mesure du bâtiment  
*Custom-designed services for buildings*



22

**Yves Salvador**  
**Bruguier Etanchéité**

Par passion de la précision  
*A passion for accuracy*



26

**Laurent Bourrelly**  
**Groupe BTF**

Créateur de solutions pour entrepreneurs  
*Creator of solutions for corporate leaders*



30

**Bruno Gabella**  
**Axa**

Choisir le risque d'entreprendre  
*Risking entrepreneurship*



34

**Franck Cannata**  
**Transcan Groupe**

Tracer sa route  
*Charting a course*



38

**H-Michel Dau**  
**ARAPL2CA**

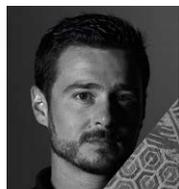
Engagé auprès des indépendants  
*At the service of freelancers*



42

**Bruno Oger - La Villa Archange**  
**& Le Bistrot des Anges**

Savourer les bons moments  
*Savouring the best moments*



44

**Matthieu Siciliano**  
**Eléments Carrelage**

La qualité grand format  
*Quality and large formats*



48

**Lisa Pottier**  
**Lisa Rose Studio**

Mise en beauté  
*Achieving beauty*



52

**Freddy Tacheny**  
**Sharks d'Antibes, Zelos, Mettet**

Le sport, catalyseur économique et social  
*Sport, an economic and social catalyst*



56

**Sylvie Biancheri**  
**Grimaldi Forum Monaco**

Culture de l'excellence  
*The culture of excellence*



60

**Daniel Desavie**  
**Le Gastro Le Bistrot De sa Vie**

A l'écoute des tendances  
*An eye for trends*



64

**Marie-Anne Morin**  
**Flex'O**

Besoin d'espace  
*A need for space*



68

**Vincent Siciliano**  
**SARL Siciliano**

De l'énergie et du relationnel  
*Power and relations*



72

**Cynthia Aimé Sfilio**  
**Esterel Aventures**

Partir à l'aventure  
*Going on an adventure*



78

**Chambre Départementale  
des notaires des Alpes-Maritimes**

Immobilier : le notariat en ordre de marche  
*Real estate: notarial services are in working order*



82

**Hôtel Restaurant & Spa Cantemerle**

Nature, espace et authenticité  
*Nature, space and authenticity*



46

**François Hoffert Nicolai, Jérôme Goffard  
et Anthony Pietri**

**Compta06**  
Calcul gagnant - *A winning calculation*



50

**Nicola Gentile**  
**Studio Gentile**

Pour parler qualité  
*The language of quality*



54

**Fabrice Claudel**  
**Vignobles Chevron Vilette**

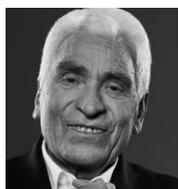
Convivialité partagée  
*Shared conviviality*



58

**Sébastien Corbelli**  
**Tennis Club de Vence**

Ambiance club  
*Club atmosphere*



62

**Benito Petrilli**  
**Petrilli Group**

55 ans d'exigence et de savoir-faire  
*55 years of high expectations and know-how*



66

**José Cobos**  
**Le Panama**

En famille, à la plage  
*With his family at the beach*



70

**François-Xavier Ciais**  
**Les Petites Affiches**

Innové pour résister  
*Innovating to stay alive*



74

**Matthieu Pesini**  
**MP Production**

Sous les projecteurs  
*In the spotlight*



80

**Pépinière Sainte-Marguerite**

30 ans de passion  
*30 years of passion*



90

**IN CLUB**

Découvrez les événements à venir et revivez en images la journée Buggy dans l'Esterel

# Héritage et parfum de nouveauté

Elle est la 5<sup>e</sup> génération mais la première femme à la tête du parfumeur Molinard depuis sa création, il y a plus de 170 ans. Célia Lerouge-Bénard dirige la plus ancienne maison de parfums grasse, en conjuguant histoire et innovation tout en lui apportant le tempérament créatif et passionné qui dessine les plus belles histoires de l'excellence française.

## Parlez-nous de votre parcours ?

Après des études de commerce, j'ai travaillé dans le multimédia et l'événementiel à Paris. Lorsque j'ai eu l'opportunité de revenir à Grasse, j'ai voulu signer un CDD de six mois : ce n'est pas parce que je suis la « fille de » et que je suis née dans l'univers du parfum que c'était une évidence de prendre la suite de mon père immédiatement ! Nous étions alors en 2002.

## Comment s'est passée la transition ?

Il y avait un vrai décalage de génération. Mon père était avant tout un technicien et le marketing ne l'intéressait pas. Je crois qu'il avait aussi l'appréhension de transmettre, car dans toute passation, il n'y a pas que du bon ! Nous nous sommes fait confiance mais il a fallu du temps pour bien faire les choses. Nous avons voulu moderniser la marque tout en conservant son authenticité. La transition a eu lieu en 2011.

## Définissez-nous la signature Molinard :

Je suis la 5<sup>e</sup> génération et la première femme à la tête de Molinard ! Nous sommes labellisés Entreprise du Patrimoine Vivant : la qualité de nos parfums est toujours notre marque de fabrique. En parallèle, nous assistons chez nos clients à un vrai retour à ce besoin de nature, à des parfums qui ont de la tenue, des essences qui ont du caractère. Aujourd'hui, il y a un tel tabac marketing que tout le monde finit par porter le même parfum... ! Notre signature est donc là : de l'authenticité, une grande qualité, une tenue exceptionnelle. Les parfums Molinard sont distribués dans tous les réseaux de parfumerie française, à l'international, ainsi que dans nos boutiques, à Grasse, Nice et Paris.

## Comment innove-t-on dans votre métier ?

Nous avons toujours été pionniers. Avec Habanita, tout d'abord en 1921, qui a été le premier parfum pour femme dans lequel on a utilisé du vétiver, habituellement réservé aux parfums d'homme... Plus tard, en 1925, Molinard lançait le premier parfum « solide », sans alcool, à base de cire s'abeille et de résidus de distillation de cire de fleurs. Plus proche de nous, dans les années 1990, mon père créait les « ateliers », des séances où l'on montre l'envers du décor et au cours desquelles on peut composer (en quelques étapes simplifiées) sa propre essence, une tendance aujourd'hui très actuelle. Surprendre, inventer, sont des marqueurs importants de notre histoire.

## Legacy with a whiff of new

She represents the 5th generation at Molinard, and she is the first woman at the head of the perfume maker since the company was created, more than 170 years ago. Célia Lerouge-Bénard is at the helm of the oldest perfume house in Grasse. She combines history and innovation, and adds a dash of that creative and passionate temperament that underlies the best of French savoir-faire.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

**Violet** La couleur de la marque, symbole de Provence, de lavande et d'iris

**Précurseur** Pionnier, Molinard est aussi la plus ancienne maison de parfum de Grasse

**171 ans**

**5** Générations de parfumeurs

**20 %** Du chiffre d'affaires à l'export

“ Nous sommes labellisés  
Entreprise du Patrimoine  
Vivant : la qualité de nos  
parfums est toujours notre  
marque de fabrique. ”

## INDISCRETIONS

### Signe distinctif sur son bureau ?

Des porte-mouillettes en pagaille... ! Je m'y retrouve même s'il est en désordre... Mais Einstein disait : « Si la vue d'un bureau encombré évoque un esprit encombré, alors que penser de celle d'un bureau vide ? »

### Ses loisirs

Quand je le peux, des voyages avec mes enfants. Je me suis même mise au surf et à la plongée sous-marine pour les accompagner !

### Something you always have on your desk?

Blotter holders everywhere... ! I can find my way through my mess... But Einstein said: "If a cluttered desk is a sign of a cluttered mind, of what, then, is an empty desk a sign?"

### Her hobbies

When I can, I travel with my children. I have even taken up surfing and scuba diving to accompany them!



60 Bd Victor Hugo  
06130 Grasse  
**04 93 36 01 62**  
[www.molinard.com](http://www.molinard.com)

## Can you tell us about your career?

After my business studies, I worked for the multimedia and event industry in Paris. When I got the chance to come back to Grasse, I wanted to sign a six-month fixed term contract: I didn't want people to assume that because I am "the daughter of so-and-so" and I was born into the perfume world, I would naturally step into my father shoes. That was back in 2002.

## How did the transition go?

There was a real generation gap. My father was primarily a technician and had little interest for marketing. I think he was apprehensive about handing over the reins, because a transfer of power rarely goes smoothly! We decided to trust one another but we needed time to get things right. We wanted to modernise the brand while retaining its authenticity. The transition was finalised in 2011.

## How would you define the Molinard brand?

I represent the 5th generation working for the brand and I am the first woman at the head of Molinard! We have been granted the Entreprise du Patrimoine Vivant (living heritage enterprise) label: the quality of our fragrances remains our trademark. In parallel we are seeing that our clients are expressing the need for a return to nature, for perfumes and scents that mingle elegance and character. Nowadays, the marketing onslaught is such that everyone ends up with the same perfume... ! That's our signature, right there: authenticity, great quality and exceptional elegance. Molinard perfumes are sold through all the French distribution networks, distributed internationally and in our shops in Grasse, Nice and Paris.

## Is it possible to be innovating in your line of business?

We have always been pioneers. First with Habanita, in 1921, which was the first women's perfume to contain vetiver, traditionally used exclusively in men's perfumes... Later, in 1925, Molinard launched the first "solid" perfume, alcohol-free, based on bees' wax and the residue of blossom wax distillation. More recently, in the 1990s, my father created "workshop" sessions where the curtain is lifted, revealing the craft, and during which you can compose (in a few simplified steps) your own fragrance, a very modern idea that is still trending today. Surprising people and inventing are important benchmarks of our history.

DIRECTRICE GÉNÉRALE DE MOLINARD

# Célia Lerouge-Bénard



PORTRAITS | BORN TO BE BOSS !

# Laurent Autréau

“ *Aujourd’hui, l’ensemble des acteurs du monde de l’automobile accélère fortement sur le digital. Une mutation est vraiment en marche... et nous devons accompagner ce bouleversement !* ”

# Redémarrage réussi

Laurent Autréau évolue dans la distribution automobile depuis plus de 30 ans. Un parcours qui l'amène à diriger aujourd'hui Cariviera, ses 5 marques et 300 collaborateurs, répartis sur 8 sites azuréens. A l'heure du déconfinement, la reprise s'amorce bien et les projets ne manquent pas.

## A successful reboot

Laurent Autréau has been working in the automotive industry for more than 30 years. He is now at the head of Cariviera, which includes eight sites in the French Riviera and 300 employees selling five different brands. As the lockdown measures are being lifted, the reboot of business is looking promising and projects abound.

## Quel est votre parcours ?

Je suis arrivé par hasard dans l'automobile en 1989 en intégrant Mercedes-Benz suite à une annonce parue dans un « gratuit » en région parisienne. Je suis resté dans l'entreprise pendant 11 ans, occupant plusieurs postes au sein des services financiers. En 2000, Jean-Marie Heyberger, propriétaire de plusieurs concessions automobiles sur la Côte d'Azur, m'engage pour superviser le contrôle de gestion de ses 15 marques. En 2006, le groupe Volkswagen reprend les concessions de cet investisseur privé. Puis en janvier 2014, après avoir occupé différents postes de directeurs, je prends la direction générale des filiales de Volkswagen France, dans les Alpes Maritimes ainsi qu'à Paris. Depuis 2018, nos entités font partie du groupe VGRF, groupe issu de la scission du groupe PGA, partiellement revendu à Emil Frey.

## Durant cette crise sanitaire, la vente physique était impossible mais comment s'est passée l'activité en ligne ?

Les directeurs et le service marketing sont restés actifs pendant la période de confinement et nous avons traité beaucoup de leads pour maintenir le contact avec notre clientèle.

Nous avons constaté que celle-ci n'hésitait pas à aller plus loin qu'auparavant sur le web, jusqu'à réserver des véhicules sans même les voir. Aussi, nous devons nous adapter à cette nouvelle approche du commerce : il n'est plus question de se limiter à attendre le client en concession ! Aujourd'hui, l'ensemble des acteurs du monde de l'automobile accélère fortement sur le digital. Une mutation est vraiment en marche... et nous devons accompagner ce bouleversement !

## Votre force de vente est préparée à ces nouveaux usages ?

Nous y travaillons bien évidemment et c'est un réel changement de culture... Le profil des vendeurs va forcément évoluer dans l'avenir en intégrant cette dimension digitale. Ce n'est plus une option, c'est une nécessité !

## Autre tendance forte : le véhicule d'occasion.

Effectivement, la tendance a été extrêmement forte à la reprise sur ce canal !

Depuis quelques années nous diversifions notre offre. Ainsi, nous avons lancé un nouveau centre à Cagnes sur Mer, AutoStar, spécialisé dans la commercialisation de véhicules plus âgés et plus kilométrés. Ce nouveau créneau a généré un volume de ventes de 630 unités en 2019 sur un total global de 3.500 VO réalisés par notre groupe...

## Qu'est-ce qui plaît le plus au client chez Cariviera ?

Avant tout, nous souhaitons entretenir une relation de proximité avec nos clients. Ainsi et par exemple, nous avons lancé dernièrement un département « Héritage » chez Audi Mougins avec l'exposition de plusieurs modèles des années 70, entièrement restaurés. Nous souhaitons mettre en scène une histoire, entretenir la passion autour de ces véhicules. Et tout le monde y prend du plaisir : nos clients tout comme nos collaborateurs... !

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

**Esprit**  
D'équipe

**Choix** 5 Marques : VW,  
Audi, Skoda, Seat et Cupra

**250 M€** De CA

**300** Collaborateurs

**10 000** Véhicules Neufs  
et d'Occasion par an

## INDISCRETIONS

### Passion

« J'ai un faible pour les voyages et particulièrement ceux à destination des USA, découverts tardivement. J'ai visité New York, Boston, Philadelphie puis la Floride, la Californie... Je vais continuer de parcourir ce magnifique pays... »

### 2 h se libèrent dans son emploi du temps...

... « un soir par semaine, je file jouer au volley-ball avec mes amis, sport que je pratique depuis près de 40 ans ! »

### Passion

"I love travelling, in particular to the US, a country I discovered late in life. I've been to New York, Boston, Philadelphia, and then to Florida and California... I want to continue discovering this beautiful country..."

### He suddenly has two hours off...

... "Once a week, I play a game of volleyball with my mates, it is a sport I have been practicing for nearly four decades!"

## Tell us about your professional career?

I landed in the automotive industry in 1989 by chance, when I joined Mercedes-Benz in the Paris region, having replied to a job advertisement in a free newspaper. I stayed with the company for 11 years, working various posts in the financial department. In 2000, Jean-Marie Heyberger, the owner of several dealerships along the Riviera, hired me to oversee the management of his 15 brands. In 2006, the Volkswagen group took over the dealerships of this private investor. Then, in January 2014, having occupied several senior executive positions, I took over the general management of Volkswagen dealer-ships in France, in the Alpes Maritimes region and in Paris. Since 2018, our entities belong to the VGRF group, itself the result of the split of PGA group, which was partially sold to Emil Frey.

## During the health crisis, physical sales were impossible, but how did your online activities perform?

Senior executives and the marketing department stayed busy during the lockdown, and we processed numerous leads to maintain contact with our customers.

We noted that our clients were going further than before in terms of their online experience, some even ordering vehicles without having seen them. So, we have to adapt to this new aspect of our business: it's no longer about being limited and simply waiting for clients to come to our dealerships! Now, the entire automotive community is focusing its efforts on digital activities. A profound change is coming... and we have to accompany this revolution!

## Are your sales teams ready for these new uses?

We are working on it, of course, and it's a real cultural change... the profile of our sales reps is bound to change in the future as we integrate this digital dimension. It's no longer an option, it's a necessity.

## The used car market is also performing well.

That is true; the easing of measures has come with a strong boost in that market.

For the past years, we have been broadening our offering. We have opened a new centre in Cagnes sur Mer, AutoStart, specialising in the sale of cars with a few years and kilometres under their belt. This new channel generated sales volumes of 630 units in 2019, out of the 3'500 second-hand cars sold by the group in total...

## What attracts clients to Cariviera?

Firstly, we are eager to entertain a relation of proximity with our clients. For example, we have recently launched a "heritage" department at Audi Mougins, and we have several fully-restored 70s models on display. We want to tell a story, and keep the passion for these cars alive. Everyone is enjoying it, both our employees and our clients.

**CARIVIERA**  
SOLUTIONS PROS  
VOLKSWAGEN GROUP  
RETAIL FRANCE

[www.cariviera.com](http://www.cariviera.com)

# Patron de l'intérêt général

Charles-Ange Ginésy, président du Conseil Départemental se passionne depuis de nombreuses années pour les Alpes-Maritimes. Ancien chef d'entreprise, président du syndicat intercommunal de Valberg, il évoque notamment avec nous l'importance de la réussite collective de chacune de ses équipes dans la conduite des projets de développement du territoire.

## Defender of the public interest

Charles-Ange Ginésy, chairman of the Departmental Council, has for many years been passionate about the Alpes-Maritimes. A former CEO and current head of the Intercommunity Union of Valberg, he tells us how crucial the collective efforts of each of his teams working on the development of the territory are to the overall success of the department.

## **You are the « patron » of the Department. Tell us about your responsibilities through your various mandates and leadership roles:**

Je tiens tout d'abord à dire avec beaucoup de force, et non sans émotion, qu'il est une véritable fierté pour moi que d'être à la tête d'une collectivité aussi importante qu'est le Département des Alpes-Maritimes.

Ma passion pour mon territoire est un ingrédient indispensable pour le bon fonctionnement de mes différentes responsabilités au service de nos concitoyens. Présent, à l'écoute et toujours soucieux d'éclairer la réflexion, je me bats, avec mes équipes, pour apporter les réponses les plus complètes et les plus en phase pour l'intérêt général. Il est naturellement légitime que la stratégie que je mène recueille l'aide précieuse des Conseillers Départementaux de la majorité départementale qui œuvrent, chacun dans leur domaine d'expertise. Aussi, avec nos partenaires institutionnels, les Présidents des intercommunalités comme Jean Léonetti, Président de la CASA, ou encore les Maires des Alpes-Maritimes nous faisons cause commune pour développer ce formidable territoire.

## **What do you expect from your colleagues?**

Le Département des Alpes-Maritimes, c'est une équipe composée de plus de 250 métiers qui en font une collectivité hors norme. C'est une collectivité de missions et de services. Pour réussir, pour porter de nouvelles ambitions, renforcer ou améliorer ma politique, j'ai besoin du professionnalisme de mes agents, de leur sens des responsabilités et de leurs compétences.

La capacité d'une équipe est de s'unir, se solidariser et de développer avec cohérence la résolution de chaque difficulté. Ne dit-on pas que la force d'un capitaine est de savoir mener son équipe pour relever les défis et atteindre ses objectifs ? Chacun est le garant de la réussite commune.

En tant que Président, je suis convaincu que ces valeurs incarnent une réussite collective.

Le dicton populaire « l'union fait la force », prend tout son sens sur le plan humain et territorial.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

**Mer**

**Montagne**

**1 million** d'habitants

**1<sup>ère</sup>** technopole d'Europe à Sophia Antipolis

**2<sup>e</sup>** destination touristique de France

*You are, in fact, the "boss" of the department. Tell us about your responsibilities through your various mandates and leadership roles:*

*First I will insist on this with a great deal of emotion: I am incredibly proud to be heading such an important community as the one we have here in the Alpes-Maritimes department.*

*My love for my territory is a crucial factor, driving me to carry out my various duties on behalf of our citizens. I have to be present, attentive and careful to inform debates. In this spirit I fight, aided by my teams, to answer all questions comprehensively, and in a way that furthers the general interest. Naturally, it is quite legitimate that my strategy receives the indispensable support from the departmental majority's elected representatives, all of whom work in their own area of expertise. Also, with our institutional partners, the presidents of various communities, such as Jean Léonetti who is the chairman of CASA, and the mayors of the Alpes-Maritimes departments, we have united our forces to develop this magnificent territory.*

“ *Ma passion pour mon territoire est un ingrédient indispensable pour le bon fonctionnement de mes différentes responsabilités au service de nos concitoyens.* ”

## INDISCRETIONS

### Qu'est ce qui a le don de vous agacer ?

Le temps qui file et qui ne nous permet pas toujours de faire ce que nous souhaiterions réaliser.

### Votre mantra, votre phrase fétiche ?

« Bien faire et laisser dire ».

### Votre « spot » préféré dans le département ?

Le Mont Mounier à 2817 m d'altitude.

### What annoys you the most?

*That time goes by and we don't have enough of it to do everything we want.*

### What is your motto?

*"Do well, and let others talk".*

### Your favourite spot in the department?

*Mont Mounier at an altitude of 2817 m*

## **What do you expect from your colleagues?**

*The Alpes-Maritimes department is a team of people from 250 lines of work, which is why we form such an exceptional community. It's a community of missions and services. To succeed, to achieve our new goals, to strengthen or improve my policies, I need to rely on true professionals who have a profound sense of duty and responsibility, along with the required skills.*

*The ability of a team to unite, to pool together and to develop a logical solution for each problem is what ensures its success. It is said that a good skipper is someone who can lead his teams to rise to challenges and achieve their common goals. Individually, we all ensure our common success.*

*As Chairman, I remain convinced that these are the values that drive our collective success.*

*The saying "united we stand, divided we fall" makes a lot of sense, both on a human and on a territorial level.*



**DÉPARTEMENT  
DES ALPES-MARITIMES**

[www.departement06.fr](http://www.departement06.fr)

PRÉSIDENT DU DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES ET DU SYNDICAT INTERCOMMUNAL DE VALBERG

# Charles-Ange Ginésy



# Maître Marc Girard

“ *L’optimisme, le parler positif m’inspirent : soyons à l’écoute des talents de ceux qui nous entourent, faisons-les fructifier, plutôt que de s’arrêter sur leurs défauts !* ”

# Se rassembler pour être plus fort

M<sup>e</sup> Marc Girard, passionné par sa profession, multiplie les initiatives au service de la grande entreprise qu'est le notariat, depuis plus de 30 ans. Vice-président de la Chambre départementale, Délégué Régional au Conseil Supérieur du Notariat, Médiateur auprès de la Cour d'Appel d'Aix, il préside également « Notaire au cœur des familles », un groupement national de confrères qui mutualisent leur expertise sur la question du conseil aux familles. Pour lui, le notaire - dans son rôle de chef d'entreprise, doit toujours se mettre au service de ses clients, avec optimisme et disponibilité.

## Votre parcours en quelques mots ?

Notaire de père en fils, originaire de Marseille, j'arrive en 1991 à Cagnes-sur-Mer où depuis plus de 30 ans, je ne fais que du droit de la famille, avec 300 successions par an, mais aussi toute la diversité que revêt cette spécialité : divorces, adoptions, donation-partage...

## A l'image d'un chef d'entreprise conquérant, vous aimez fédérer les forces autour de vous...

J'ai créé à l'étude, avec l'Union Notariale Financière (UNOFI), un service qui accompagne les clients dans l'analyse du patrimoine privé et professionnel. Je préside le réseau national « Notaire au cœur des familles » qui rassemble près de 60 confrères. Chacun d'entre nous suit un cursus de formation pour justifier du label « notaire conseil aux familles », délivré par le Conseil Supérieur du Notariat. Nous préparons la 1<sup>ère</sup> Université nationale du droit de la famille les 8 et 9 mars 2021, au Majestic Barrière de Cannes. Parrainée entre autres par la Chambre Départementale et le Conseil régional des Notaires, elle devrait accueillir 1.000 confrères au sein de 50 ateliers qui rassembleront les plus éminents spécialistes de la question du droit de la famille ! Enfin, je prépare la création d'une coopérative, « Notaire Office », qui permettra de mutualiser des moyens afin de mieux satisfaire nos clients. Pour être plus forts, je suis convaincu que nous devons nous rassembler.

## Comme une grande entreprise, le notariat se rapproche de ses clients, communique, leur apporte plus de service : aujourd'hui, faut-il être plus entreprenant pour réussir ?

Depuis 2019, les notaires peuvent recourir à un nouveau mode de communication : la sollicitation personnalisée. Par ce biais, elle est une opportunité pour nos clients de prendre conscience de certains besoins spécifiques. Pour développer son activité, il faut pouvoir faire confiance et s'appuyer sur nos équipes, être communicants et connectés. Pour résumer : avec empathie, écoute, compétence et disponibilité... vous ne pouvez que gagner ! L'optimisme, le parler positif m'inspirent : soyons à l'écoute des talents de ceux qui nous entourent, faisons-les fructifier, plutôt que de s'arrêter sur leurs défauts !

## Notarial work: strength in numbers

Mr Marc Girard is passionate about his line of work; for the past 30 years he has been launching numerous initiatives, all of them at the service of the wider community of notaries. Vice-Chairman of the Departmental Chamber, Regional Representative at the High Council of Notaries, and Mediator at the Court of Appeals of Aix, he also chairs "Notaire au cœur des familles", a national association of colleagues pooling their expertise and providing counselling services to families. He feels strongly that notaries - as CEOs - must always be at the service of their clients, and constantly display optimism and availability.

## Tell us briefly about your career?

I come from Marseille and a family of notaries. In 1991, I arrived in Cagnes-sur-Mer where I have been practising family law exclusively, handling some 300 estates per year, along with a broad range of issues inherent to my field of work: divorces, adoptions, distribution of assets...

## Much like a vanquishing CEO, you are happiest when you unite troops around you...

At my firm, together with the Union Notariale Financière (UNOFI), we created a service that helps customers analyse private estates and business assets. I chair the national "Notaire au cœur des familles" network that includes some 60 members of the profession. Each one of us follows a training course in order to be eligible for the "family counselling notary" label issued by the High Council of Notaries. We are preparing the 1st National University of family law on the 8th and 9th of March, 2021, at the Majestic Barrière of Cannes. It is sponsored, among others, by the Departmental Chamber and the Regional Council of Notaries, and it will welcome some 1'000 notaries with 50 workshops headed by the most eminent specialists of family law! Finally, I am working on the creation of a cooperative, "Notaire Office", designed to pool our means and better meet the needs of our clients. I am convinced that our strength is in numbers.

## Much like a large corporation, notaries are moving closer to their clients, improving their communication strategy and providing more services: nowadays, do you have to be more entrepreneurial to succeed?

Since 2019, notaries have had to resort to a new mode of communication: customised canvassing. It provides an opportunity for our clients to understand certain specific needs. To develop an activity, we must be able to trust our teams and rely on them, and we have to communicate and remain connected. In short: empathy, listening skills, competence and availability... if you have that, you are sure to succeed! Optimism and positivity are inspiring to me: let us listen to the talented people we have around us, let us help them prosper rather than seeing only their flaws!

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Digitalisation

La profession se numérise

### Formation

Les notaires azuréens se perfectionnent sans cesse

**141** Offices dans les Alpes-Maritimes

**407** Notaires en activité

**1060** Collaborateurs et employés du notariat

## INDISCRETIONS

### Bouureau de travail

« J'arrive à 7 h au bureau, j'en pars à 20 h... C'est ma vie ! »

### Jardin secret

« La mer est ma ressource. En bateau, à la nage, elle m'apporte santé et liberté ».

### Workaholic

"I get in at 7am and leave the office at 8pm... That's my life!"

### Secret garden

"I turn to the sea to recharge my batteries. I feel free and healthy when I am boating or swimming

# De l'art avant toute chose

35 ans que Christine Scaramozzino fait grandir PAAL, l'entreprise fondée par son père et son oncle en 1958. Une longévité et une expérience qui n'empêchent ni la remise en question, ni l'innovation, dans un secteur d'activité concurrentiel. Ajoutez à cet univers industriel une touche de créativité et vous comprendrez le succès de PAAL et de Christine Scaramozzino, récemment élue Entrepreneur de l'année aux Trophées de l'Eco 2019.

## Présentez-nous PAAL :

Nous sommes concepteur et distributeur de profilés pour la fabrication de menuiseries aluminium. Dans le secteur du bâtiment, nous occupons une position entre prescripteurs, architectes et fabricants, installateurs, industriels de la menuiserie et de la fermeture. Notre entreprise tient à instaurer avec chacun de ces professionnels une relation privilégiée, conçue dans un rapport gagnant-gagnant.

## Comment devient-on chef d'entreprise ?

Je dirige l'entreprise depuis 2008 mais j'y travaille depuis 35 ans. Auprès de mon père, j'ai toujours été à l'écoute, et j'ai eu la chance de pouvoir assister aux moments importants, de la négociation aux entretiens d'embauche, jusqu'aux visites de terrain chez les clients, que je connais tous d'ailleurs. Je crois aussi qu'un chef d'entreprise doit parfaitement se connaître et travailler sur certaines valeurs avant d'embrasser la fonction. Cela permet de gérer les situations difficiles avec calme, détachement, humilité et sagesse.

## Vous ne vous énervez jamais ?

### La période est pourtant propice au stress...

(Rires)... C'est très rare ! La période de crise sanitaire nous a amené à modifier certaines façons de travailler dans l'entreprise et à privilégier la « polycompétence » : avec le temps certaines routines se mettent en place et ce n'est bon pour personne.

## Quelle est la solution ?

La polyvalence : elle passe par la formation, qui permet à chacun d'élargir ses compétences, découvrir le travail des autres, pour mieux le comprendre... Et puis cela donne des idées et amène un cycle vertueux dans la progression et l'évolution des gens.

## « Maîtriser son métier, c'est l'exercer comme un art ». Cette signature fait parfaitement le lien entre la technicité initiée par votre oncle et votre père aux débuts de l'entreprise et l'empreinte créative et inspirée que vous souhaitez lui insuffler.

Le milieu dans lequel j'évolue est très masculin, industriel, technique et un peu rigide. C'est pour cela que j'ai voulu changer l'esthétique de l'entreprise en y faisant entrer ma passion pour les disciplines artistiques.

## Avec un intérêt pour la transmission...

Oui, en créant la Fondation d'entreprise PAAL, nous avons voulu, entre autres, valoriser l'Art auprès des collaborateurs, leur apporter de l'émotion, ce qui n'est pas toujours intuitif. Cela amène de la créativité dans leur travail et influe sur leur état d'esprit. La Fondation est aussi une manière de valoriser les métiers techniques et métiers d'art auprès des jeunes.

## Art comes first

For the past 35 years, Christine Scaramozzino has been developing PAAL, a company founded by her father and uncle in 1958. Her longevity and experience do not prevent her from constantly rethinking her methods and seeking innovative solutions in a highly competitive sector. To explain PAAL's success, you have to understand the creativity that Christine Scaramozzino brings to her highly industrial world. She was recently named Entrepreneur of the Year at the 2019 Trophées de l'Eco.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Équipe

### Savoir-faire

9 M€

de CA en 2019

1958

Création

2000

Tonnes de produits conçus  
chaque année

## INDISCRETIONS

### Confinée...

...elle n'a pas besoin d'être entourée, juste d'un carnet de croquis...

### Ce qui l'agace ?

Complexifier les choses simples et logiques

### Passionnée...

...D'art, elle s'est formée à la peinture et au dessin

### 2 h se libèrent dans son agenda...

... « et je vais nager : l'eau relaxe, apaise ! »

### During lockdown...

...she doesn't need to be surrounded by people, she just needs her sketch book

### What annoys her the most?

Making simple and logical things unnecessarily complex

### Passionate...

...about art, she is a trained artist

### she has 2 hours off...

... "I'll go for a swim: water relaxes me, it soothes me!"



685 chemin La Roseyre - Contes  
04 93 91 60 60 - www.paal.fr

## Tell us about PAAL:

We are designers and distributors of profiles for the aluminium joinery industry. In the construction sector, our position brings us into contact with consultants, architects and manufacturers, installers, and joinery and sealing industrialists. With all of these specialists, our company tries to forge privileged relationships built around a win-win philosophy.

## How does one become CEO?

I've been running the company since 2008, but I've been working for it for 35 years. Working alongside my father, I listened attentively, and I was allowed to take part in the important moments, from negotiations to recruitment interviews, along with visits to the sites of our clients, whom I all know personally.

I believe that aspiring CEOs must know themselves inside and out, and work on certain values before taking on the job. Ultimately, it will allow them to manage difficult situations with calm, detachment, humility and wisdom.

## You never lose your cool?

### It's a rather stressful period...

(Laughter)... It's very rare! The health crisis taught us we had to change some of our work methods within the company and encourage cross-cutting skills: with time, routines start emerging, and that's not good for anyone.

## What is the solution?

Versatility: it requires training, which enables everyone to broaden their skillset, allows them to discover the activities of their colleagues, to better understand them... It drives new ideas and brings about a virtuous cycle governing people's progress and evolution.

## "To master my work, I have to approach it like a form of art". This signature perfectly bridges the technicality initiated by your uncle and father at the beginnings of the company, and the creative and inspired stamp that you are trying to leave on it.

My work environment is masculine, industrial, technical and slightly rigid. This is why I wanted to change the aesthetics of the company, by introducing my passion for the arts.

## With an interest for sharing...

Yes, by creating the PAAL company foundation, we wanted to promote the arts among our employees, so they can experience new emotions, which is sometimes counterintuitive. It allows them to foster creativity at work, and influences their state of mind. The Foundation is also a way to promote technical and artistic jobs among the young.



PRÉSIDENTE DE PAAL

# Christine Scaramozzino

PORTRAITS | BORN TO BE BOSS!

# Le sur-mesure du bâtiment

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Sinistre

Le SIS est leader régional du sauvetage après sinistre

### RSE

Vainqueur des Trophées RSE 2017, les équipes du SIS s'engagent pour leurs clients

16 Ans d'existence

4 Agences : Côte d'Azur, Toulon Var, Marseille Provence et Corse

4 Spécialités : sauvetage après sinistres (décontamination, assèchement et recherche de fuite non destructive) ; désamiantage ; rénovation, hygiène aéraulique et nettoyages spéciaux.

## INDISCRETIONS

### Ce qui l'agace ?

La standardisation : tout ramener au seul critère du prix alors que toutes les prestations ne se valent pas.

### Confiné sur une île, il emmène...

Une canne à pêche... Pour prendre le temps de s'adonner à la contemplation de la mer.

### Il est absolument convaincu...

...Qu'en étant optimiste, on crée indirectement les conditions pour que les choses se passent mieux !

### What annoys you the most?

Standardisation: bringing everything down to price, when not all services are equal.

### Alone on an island, you bring...

A fishing rod... to take the time and enjoy just looking at the sea.

### You are absolutely convinced...

... that if you're an optimist, you indirectly create the conditions for things to go as smoothly as they can!

Depuis 2004, Le SIS intervient sur le cycle de vie du bâtiment : dans les solutions après sinistre, l'hygiène aéraulique, la rénovation ou la décontamination des sites (démolition et désamiantage). Une belle entreprise, six entités, 80 salariés, 10 M€ de CA en 2019 et surtout, la vision d'un homme, Michel Blasi, qui a démarré l'aventure entrepreneuriale seul, avec un objectif : offrir à ses clients une prestation sur mesure.

### Vous avez toujours voulu créer votre entreprise ?

C'était quelque part dans ma tête, mais je n'en étais pas conscient. J'étais arrivé à saturation dans le groupe pour lequel je travaillais : la logique financière avait pris le pas sur la relation client et sur l'opérationnel. Je suis tombé malade. Alité et injoignable, j'ai pu remettre de l'ordre dans mes idées. A ce moment, comme dans un rêve, j'ai visualisé que j'allais monter mon entreprise et que cela allait fonctionner. Tout était clair, j'allais y arriver !

### Aujourd'hui, Le SIS est leader régional du traitement après sinistre.

#### Cela ne s'est pas fait en un jour...

J'ai démarré seul avec deux intérimaires. J'avais un prévisionnel de 800.000 € et j'ai fait 1,5 M€ la première année : des chiffres que l'on n'oublie pas... ! Mais je ne l'ai pas vécu comme un travail : quand on grimpe, on ne regarde pas en bas, mais en haut... On suit la corde et on force !

### A quoi attribuez-vous le succès de votre entreprise ?

Ce qui aide à progresser, c'est d'avoir constamment à l'esprit cette « schizophrénie réflexe » qui nous pousse à nous mettre tout le temps à la place du client. Qu'attendent-ils de nous ? Quand les satisfaisons-nous ? A l'inverse, où ne sommes-nous pas performants ?

### Comment définiriez-vous votre entreprise ?

Ce qui me ressemble, c'est le sur-mesure. Chaque sinistre est une histoire différente et il faut savoir tenir compte de nombreux paramètres pour venir en aide à un client sinistré. Beaucoup résonnent à l'opposé et cherchent la standardisation pour réduire les coûts. Dans toutes nos spécialités qui visent à optimiser le cycle de vie du bâtiment, nous sommes adeptes du sur-mesure. Chaque client est un défi à relever, je veux qu'il soit très satisfait de nos services.

### Que vous aura apporté cette crise ?

Pendant le confinement, nous avons accumulé des commandes et sommes en développement sur toutes nos activités, mais une en particulier, se démarque : l'hygiène aéraulique. Avec cette pandémie, jamais la qualité de l'air ne nous aura parue aussi importante. Enfin, je crois que nous aurons à reconstruire un modèle plus respectueux de l'environnement qui nous entoure.

### Custom-designed services for buildings

Since 2004, Le SIS intervenes on the entire lifecycle of a building: disaster-recovery solutions, sanitation of aeraulic systems, renovation or site decontamination (demolition and asbestos abatement). It is a solid company, boasting six entities, 80 employees, 10 M€ in revenue for 2019 and, more importantly, the vision of one man, Michel Blasi, who started the entrepreneurial adventure alone, with one goal in mind: offering his clients a custom-made service.

### Did you always want to start your own company?

It was somewhere at the back of my mind, but I wasn't aware of it. I'd come to the end of my tether with the group I used to work for: financial considerations were being prioritised over customer relations and operations. I fell ill. Bedridden and unreachable, I took time to reorder my ideas. At that moment, as if in a dream, I saw that I was going to start my company and how it would work. Everything became clear; I was going to make it!

### Le SIS has become the regional leader in disaster-recovery services.

#### It didn't happen overnight...

I started alone with two temporary workers... I had projected revenues of 800'000 € and I cleared 1.5 M€ in my first year: not the kind of numbers one easily forgets...! But it wasn't work to me: when you are climbing, you don't look down, you look up... You get up the rope as fast as you can!

### To what do you owe the success of your company?

I find that it helps to always have a sort of "reflex schizophrenia" that forces us to constantly see things from the client's perspective. What do they expect from us? When are they happy with our services? And, in what areas are we underperforming?

### How do you define your company?

I am all about providing customised services. Each disaster spells a different story, and you have to keep in mind numerous parameters to offer the right type of help to a client who has suffered property damages. Many have taken the opposite approach, trying to standardise their operations in order to reduce costs. In all our specialised fields that aim at optimising the building's lifecycle, we provide customised services. Each client provides a specific challenge, and I want them all to be extremely satisfied with our services.

### What did you learn from the health crisis?

During the lockdown, we accumulated a backlog of orders and we are busy developing all of our activities, with a special focus on one in particular: the sanitation of aeraulic systems. With the recent pandemic, air quality takes on unique importance. Finally, I believe we will have to rebuild a model that is more respectful of our environment.



**LE SIS**

À chaque bâtiment son cycle de vie

0820 820 806 - [www.le-sis.com](http://www.le-sis.com)

45 bd Marcel Pagnol - Parc d'Activités Technologique Arômegrasse - Grasse

FONDATEUR - LE SIS

# Michel Blasi

“ Dans toutes nos spécialités qui visent à optimiser le cycle de vie du bâtiment, nous sommes adeptes du sur-mesure. Chaque client est un défi à relever, je veux qu’il soit très satisfait de nos services. ”

FONDATEUR D'ASD GROUP

# Didier Delangue

“ C’est lorsque les difficultés surviennent que vous devez être bon, pas quand tout va bien... être chahuté dans sa zone de confort, c’est ce qui pousse à créer le changement, à continuellement s’améliorer ”

# Toujours anticiper le changement

Didier Delangue a inventé une profession. A l'ouverture des frontières européennes, son métier de déclarant en douane allait disparaître. En se spécialisant dans les échanges intracommunautaires, les solutions douanières, fiscales et sociales, il a créé ASD Group à Sophia Antipolis, une belle PME de 150 salariés, présente dans 34 pays à travers le monde.

Il est devenu chef d'entreprise parce que... son métier allait disparaître ! Il faut dire que déclarer des biens en douane en 1993, cela devenait compliqué avec l'ouverture des frontières européennes... Alors Didier Delangue réfléchit à ce qu'il peut faire pour apporter un service à toutes ces entreprises qui -un peu comme lui- sont dans un flou réglementaire qui entrave et ralentit leur business en Europe. De là naît un métier et des services associés.

## La ténacité a payé mais seriez-vous devenu chef d'entreprise sans ces circonstances ?

Je suis comme ça... pour être honnête, je n'avais pas de Plan B si ça n'avait pas marché ! C'est peut-être à cela que l'on reconnaît l'entrepreneur : jamais lorsque je décide d'agir, je n'imagine échouer. C'est comme dans le sport, il faut partir gagnant !

Aujourd'hui, 34 pays dans le monde bénéficient de l'expertise d'ASD, qui évolue et s'enrichit sans cesse des nouvelles réglementations internationales.

## En chef d'entreprise atypique, vous êtes adepte du management horizontal :

Je laisse une large place à l'optimisme et j'ai tendance à accorder très facilement ma confiance. Cela peut me jouer des tours mais je fonctionne comme cela !

Un management horizontal me permet d'être plus proche de mes collaborateurs, du coup, les problèmes sont réglés plus vite, les projets avancent mieux. « time is money »

## Les effectifs de l'entreprise se composent d'ailleurs de candidats passionnés...

Il n'y a pas encore de formation spécifique à nos métiers. J'aime les gens qui s'investissent et ceux qui sont intéressés pour apprendre en interne. On peut vraiment faire un formidable parcours chez ASD.

## En ces temps troublés, vous devez sans cesse vous réinventer ?

C'est lorsque les difficultés surviennent que vous devez être bon, pas quand tout va bien... être chahuté dans sa zone de confort, c'est ce qui pousse à créer le changement, à continuellement s'améliorer. Chez ASD, nous avons cette culture du changement, nous sommes toujours dans la prospective. La législation change sans cesse : c'est dans notre ADN... »

## Constantly anticipating change

*Didier Delangue has invented an entire line of business. As European borders were disappearing, so was his job as customs declarant. He therefore decided to specialise in intra-community exchanges, as well as customs, tax, and social solutions, and created ASD Group in Sophia Antipolis, a thriving medium-sized company with 150 employees and a presence in 34 countries.*

*In short, he became a CEO because he was about to lose his job. Admittedly, back in 1993, customs declarations were becoming increasingly tricky with the opening up of European borders... This got Didier Delangue thinking about ways to provide a service to all manner of companies; much like him, they were lacking regulatory clarity and their European business was slowly grinding to a halt. From this initial effort a new business line and associated services were born.*

## Your tenacity paid off, but would you have become a CEO in different circumstances?

*It's the way I am... But to be frank, I had no Plan B if this one fell through!*

*It's probably what makes the entrepreneur: when I decide on a course of action, I can never imagine it might fail. It's the same as in sports; you have to have the will to win!*

*Today, 34 countries around the world benefit from ASD's expertise, which is constantly evolving and integrating new international regulations.*

## As an atypical CEO, you are very enthusiastic about the concept of flat organisation:

*I leave a lot of room for optimism and I tend to trust people easily. It has caused me a fair share of problems, but it is the way I roll!*

*A horizontal management allows me to be closer to my collaborators, suddenly, problems are solved faster, projects progress better. «Time is money»*

## The company's staff includes passionate employees...

*To date, there is no school or specific training relating to our business line. I prefer people who are invested and keen to learn internally the ropes of our trade. ASD offers the chance of an exceptional career.*

## In these troubled times, do you constantly have to reinvent yourself?

*It's precisely when the going gets tough that you have to hold fast, not when everything is hunky dory... Being dragged out of our comfort zone is what pushes us to drive change and to constantly seek ways to improve. At ASD we nurture this culture of change, and we are always looking forwards. Legislation is always changing, it is in our DNA...*

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Anticipation

Les solutions d'ASD sont pensées plusieurs mois avant les changements de réglementation

### Adaptabilité

Pour le Brexit, tout est déjà prêt

**20** ans qu'ASD Group a été créé

**34** pays dans lesquels sont disponibles ses services

**6000** Clients

## INDISCRETIONS

### Ce qui l'agace ?

La fourberie ! Je déteste que l'on ne tienne pas parole.

### Un paradoxe de notre époque ?

En multipliant les canaux de communication, on se parle de moins en moins. On s'écrit, certes, et je sais bien que « les paroles s'envolent, les écrits restent », mais je trouve dommageable de ne plus assez se parler alors qu'on peut souvent résoudre un problème en 2 minutes de conversation...

### Une île déserte ?

Pas de téléphone, car pas de réseau... j'emporte une bonne machette, pour manger et... survivre !

### Sa phrase fétiche

Une formule qui résume l'anticipation, par le joueur de hockey canadien Wayne Gretzky : « Je patine là où le palet va aller... Pas où il est ».

### What annoys you the most?

Deceit! I hate it when people don't keep their word.

### A paradox of our times?

As we are multiplying the ways we communicate, we are also speaking much less to one another. True, we communicate in writing and I am well aware that "spoken words fly away, written words remain" but I generally find it sad that we no longer talk, especially when problems can often be solved with a two-minute conversation...

### A desert island?

No network, therefore no phone... I'll bring a good machete to find food, and to survive!

### Your favourite saying?

It's a phrase about anticipation coined by Canadian ice hockey legend Wayne Gretzky: "I skate to where the puck is going to be, not where it has been".

# Par passion de la précision

Yves Salvador aime les défis techniques que constituent les travaux du bâtiment. Dirigeant de Bruguier Etanchéité, son entreprise lui demande justement rigueur, expertise technique et souci du détail pour rester dans l'excellence et la performance, des maîtres-mots dont elle peut s'enorgueillir depuis plus de 30 ans aujourd'hui.

## Parlez-nous de votre passion pour le BTP :

Je suis issu d'une famille d'entrepreneurs du bâtiment, depuis 6 générations avec mon fils qui aujourd'hui travaille à mes côtés. J'ai fait l'ESTP à Paris, qui forme ingénieurs et conducteurs de travaux dans le BTP. J'ai commencé au sein de grands groupes, dans les Travaux Publics, les ouvrages d'art et le second œuvre puis j'ai pu me former à l'expertise construction, dans laquelle j'ai officié pour un cabinet cannois durant 7 ans. En 2000, à 39 ans, j'estimais avoir fait le tour du métier. Le terrain, les chantiers, me manquaient... J'avais besoin d'être confronté à des problèmes techniques et surtout de pouvoir les résoudre avec des process et des modes opératoires maîtrisés.

## Comment êtes-vous devenu chef d'entreprise ?

La vie est faite de rencontres... En 2000, celle avec Georges Bruguier, proche de la retraite et qui cherchait un repreneur pour son entreprise d'étanchéité, aura été déterminante pour moi. Il m'a transmis la passion de son métier et la transition s'est faite en un peu plus d'un an pendant lequel j'ai travaillé dans la société. Organisation de chantier, suivi, management d'équipe : j'ai appris le métier sur le terrain et je devenais donc légitime aux yeux des collaborateurs de l'entreprise.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Intégrité, Qualité

**30** Collaborateurs passionnés et impliqués

**32** Ans d'existence

**2,7 M€** De CA avec 3 structures (Bruguier Etanchéité, AMS pour l'administratif, YSAE pour la démolition et la reconstruction)

**BRUGUIER**  
L'EXPERTISE ÉTANCHÉITÉ

ZI de l'argile - Voie G N°60  
460 Avenue de la Quiera - Mouans Sartoux  
04 92 92 25 13 - [www.bruguier-etancheite.fr](http://www.bruguier-etancheite.fr)

## A passion for accuracy

Yves Salvador enjoys technical challenges, especially the kind you are likely to find in the construction business. He is the CEO of Bruguier Etanchéité, a company that requires him to show discipline, technical expertise and an eye for detail. These are key concepts which have enabled this 30-year-old company to retain its stellar reputation for performance and excellence.

## Votre plus grande satisfaction dans l'entreprise ?

Dans nos métiers, nous avons peu de retour car lorsque vous intervenez, on a logiquement plus besoin de faire appel à vous pendant plusieurs décennies ! La satisfaction vient plutôt lorsqu'on revient vers moi après un travail qui a été mal fait par d'autres et pour lequel je n'avais pas cédé aux sirènes du low cost en proposant un devis au rabais. Notre travail ne souffre absolument pas des imperfections. J'adore entrer dans le détail technique des « pathologies » du bâtiment et chercher à repousser les contraintes pour parvenir à un résultat efficace, pertinent.

## Quels sont vos projets ?

Mon combat aujourd'hui : drainer vers les métiers du bâtiment de nouveaux talents et inverser la tendance de 50 ans de dénigrement des travaux manuels. Avec la Fédération Française du Bâtiment et au titre de président de la section professionnelle des étancheurs des A.M., j'interviens dans les écoles pour faire connaître les métiers du BTP. Ils sont vastes : cela va du BIM (la maquette numérique) jusqu'à la maçonnerie en passant par l'énergie... Mon message pour les jeunes ? Avez-vous déjà vu un artisan malheureux dans le bâtiment ? Ces métiers sont passionnants et gratifiants !

## INDISCRETIONS

### Un autre job ?

Impossible de l'imaginer... Depuis l'âge de 4 ans, je suivais mon père sur les barrages et ouvrages d'art qu'il réalisait et mon grand-père était si fier de me montrer ses chantiers de construction !

### Fou de montagne et de trek

Nous avons un projet d'ascension, qui sera reporté à 2021 : le « petit Everest »... qui culmine tout de même à 6137 m !

### If you had another job?

Impossible to imagine... At the age of four I followed my father to the dams and other infrastructure projects he was working on, and my grandfather was always so proud to show off his construction sites!

### Mad about mountaineering

We had a climbing project that we have had to postpone until 2021: the "Little Everest" with a summit at 6137 m!

## Tell us about your passion for the construction business:

I come from a family of real estate entrepreneurs. Now, with my son working by my side, we've been in the business for six generations. I graduated from the ESTP in Paris, a school that trains engineers and construction managers. I worked for large corporations, in Public Works, infrastructures and finishing works, before gaining my expertise in construction projects working for a Cannes-based firm for seven years. In 2000, at the age of 39, I felt I had a good overview of the construction business. I missed working in the field, on the construction sites... I needed to be faced with technical problems and to implement mastered operating modes to untangle them.

## How did you become a CEO?

Life is the people you meet and, crucially, in 2000 I made the acquaintance of Georges Bruguier who was nearing retirement and looking for someone to take over his roofing and insulation company. He shared with me his passion for his work, and the transition happened over a little more than a year, during which I worked in the company. I was organising and overseeing projects: I learned the job in the field, thereby gaining some legitimacy among my colleagues.

## What was your greatest satisfaction in the company?

In our jobs we get little feedback because when we complete a project, our clients won't need us for decades to come. My source of satisfaction is when clients come back to me after a job that was poorly executed by competitors and for which I had refused to make a low cost quote. Our kind of work does not tolerate imperfections. I love delving into the technical details of the building's "pathologies" and removing constraints to achieve an efficient and relevant result.

## What are your current projects?

I am fighting to draw new talent to the construction business, and to reverse a 50-year trend of denigrating manual workers. Together with the French Construction Federation, and as the chairman of the professional roofers section for the Alpes-Maritimes, I work with schools to promote jobs in the construction industry. There are many opportunities, from BIM (Building Information Modelling) to bricklaying, along with a plethora of energy-related jobs... My message for the youth is: Have you ever seen an unhappy construction worker? These are fascinating and gratifying jobs!

DIRIGEANT DE BRUGUIER ÉTANCHÉITÉ

# Yves Salvador

“ J’adore entrer dans le détail technique des « pathologies » du bâtiment et chercher à repousser les contraintes pour parvenir à un résultat efficace, pertinent. ”

DIRECTRICE ACHATs - GROUPE GSF

# Marie Calautti

# En mode projet

GSF, l'un des leaders français de la propreté basé à Sophia Antipolis, a toujours permis à ses nombreux talents de faire grandir leurs compétences au sein de l'entreprise. Marie Calautti, directrice achats pour le groupe de 35.600 salariés, a su s'épanouir grâce à cette politique de promotion interne. Aujourd'hui, elle véhicule son expérience autour d'elle, dans la transmission et le partage de savoirs avec son équipe.

## Projects galore

GSF, one of the French leaders of the cleaning industry based in Sophia Antipolis has always allowed its talented employees develop their skills within the company. Marie Calautti, head of acquisitions for the group that employs 35'600 employees, was able to find fulfilment thanks to a corporate policy of promoting internally. Now she lets her colleagues benefit from her experience, by sharing and transferring her knowledge to her team members.

**A**vec plus de 90 M€ de budget annuel, le service achats de GSF compte sur les compétences de 18 collaborateurs supervisés par Marie Calautti, entrée dans le groupe en 1987. Sa mission ? Renforcer la politique menée par le groupe de propreté en matière d'achats responsables, en privilégiant le travail avec les PME locales, le « Made In France » et les produits respectueux de la santé des opérateurs et de l'environnement.

## Votre parcours ?

Après des études de gestion et un emploi à Sophia Antipolis dans un groupe commercialisant des systèmes de sécurité, je souhaitais m'épanouir dans la gestion. En 1987, GSF m'embauche aux achats : je découvre le service et participe au développement d'un outil informatique qui lui est spécialement dédié. Par la suite nous avons mené plusieurs projets orientés vers la sécurité, de nos collaborateurs, le respect de l'environnement, le partenariat fournisseur et l'innovation. Nous sommes aujourd'hui dans une politique d'achats responsables, pour laquelle nous avons obtenu le label « Relations fournisseurs et achats responsables ». GSF est la seule entreprise de propreté à avoir obtenu cette récompense, qui distingue les entreprises françaises ayant fait la preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs.

## Auriez-vous aimé devenir chef d'entreprise ?

Cela a toujours été un rêve... GSF m'a permis de m'épanouir dans de nombreux projets et de développer le service que je dirige. Il est primordial pour moi d'avoir des projets : dans le cas contraire, je m'ennuie vite ! Le chef d'entreprise est aussi celui qui transmet, qui apporte ses compétences, notamment aux jeunes, et en ce sens, je m'en rapproche.

## Qu'attendez-vous de votre équipe ?

De la polyvalence : chacun doit pouvoir s'épanouir en ayant une vision plus globale des activités de son service. Cela se traduit par une montée en compétence de chacun des collaborateurs.

## Quelle qualité appréciez-vous le plus chez un collaborateur ?

La curiosité. Elle permet de sortir de sa zone de confort, d'avancer et d'innover.

**W**ith a budget in excess of 90 M€, the GSF acquisitions department relies on the skills of 18 employees who work under the supervision of Marie Calautti, who joined the group back in 1987. What is her mission? To bolster the policy being pushed by the cleaning group in terms of sustainable acquisitions, by giving priority to partnerships with local small and medium-sized companies, and by favouring products that are made in France, that are non-hazardous for the operators who use them and that are environmentally-friendly.

## What can you tell us about your career?

After I completed my management studies and having worked for a security systems group based in Sophia Antipolis, I wanted to find fulfilment in a managerial position. In 1987, GSF recruited me to work for acquisitions: I got to know the department, and worked on developing a dedicated IT tool. Subsequently we carried out several security-oriented projects of our employees, respect for the environment, supplier partnership and innovation. We were awarded the "Responsible supplier relations and acquisitions" label. GSF is the only cleaning company to have received this award, which recognises French companies that have entertained lasting and fair relationships with their suppliers.

## Would you have liked to be a CEO?

It's always been a dream... GSF allowed me to find fulfilment through numerous projects and to develop the department I'm in charge of. It is crucial for me to be involved in projects: when I'm not, I get bored very quickly! A CEO is someone who contributes their skills, in particular

sharing them with the younger generation, and in that respect, I have something of the CEO.

## What do you expect from your team?

Versatility: all must find fulfilment by entertaining a broader vision of the department's activities. This translates into skill enhancement for each employee.

## What quality do you most appreciate among your colleagues?

Curiosity. It's what gets us out of our comfort zones, pushing us forward and forcing us to innovate.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### RSE

Le groupe de propreté et services associés adhère notamment au Global Compact France

### Promotion...

...interne

**940 M€** De Chiffre d'affaires en 2019

**96 %** De clients fidèles

**126** Implantations

## INDISCRETIONS

### Je me ressource...

...Dans le Yoga, le Qi Gong (gymnastique traditionnelle chinoise) et la peinture

### J'adore

La tranquillité que je retrouve dans la nature

### Confinée, j'ai surtout besoin...

...d'un cahier et d'un stylo, pour écrire...

### I find relaxation...

...in Yoga, Qi Gong (traditional form of Chinese exercise) and art

### I love

The calm of nature

### During a lockdown, what I really need is...

...a notebook and a pen so I can write...



1625 route des Lucioles - BP 25  
06901 Sophia Antipolis Cedex  
**04 93 95 50 83 - www.gsf.fr**

# Créateur de solutions pour entrepreneurs

Depuis 2006, BTF Consulting a bien grandi. La PME de Laurent Bourrelly, spécialisée dans la réduction des frais généraux des entreprises, s'est rapidement intéressée au marché du carburant et a créé un groupement d'achat pour faire réaliser de belles économies à ses clients. Le jeune entrepreneur fourmille de projets avec, en ligne de mire, un objectif simple : proposer des solutions efficaces aux 5000 chefs d'entreprises qui lui font déjà confiance.

## Chef d'entreprise, c'était un rêve ?

Fils et petit-fils d'agriculteur et horticulteur, depuis petit, j'ai cette culture du travail et de l'entreprise. Mais mes parents, horticulteurs, m'ont toujours dissuadé de reprendre l'exploitation... Adolescent, je me suis orienté vers le football mais j'ai dû renoncer à cause de blessures. Après un Master d'ingénierie financière, mon avenir était tout tracé : un job dans la banque, les services financiers. Cela manquait de liberté, de créativité... Et de pouvoir décisionnaire.

## Quand est-ce que vous avez basculé dans l'entrepreneuriat ?

Ma première expérience professionnelle, dans l'audit des Telecom pour de grandes entreprises, m'a permis de voir ce que je ne voulais pas faire avec mes futurs employés ! J'ai ensuite créé BTF en 2006, dans le secteur des économies de frais généraux.

## Pourquoi et comment BTF a rencontré le succès ?

Pour moi, être chef d'entreprise, c'est mettre en œuvre des idées, proposer des solutions à mes clients. En plein choc pétrolier en 2007, tous me parlaient soudain d'économie de carburant. Comment faire ? La solution était de

centraliser, en achetant moi-même un certain volume au pétrolier pour obtenir des prix. C'était risqué mais cela a très vite fonctionné.

## Répondre à un besoin, c'est essentiel pour trouver son marché, mais comment durer ?

J'ai une âme d'entrepreneur. Quand un projet fonctionne, je vois toujours plus loin car je suis en étroite relation avec mes clients. J'ai trouvé tout seul les 1.000 premiers : une richesse extraordinaire pour s'inspirer des bonnes pratiques ! De la manière dont ils gèrent leur boîte viennent les bonnes solutions. Ensuite, nous nous diversifions : nous travaillons sur la compensation carbone et envisageons de devenir fournisseur local d'énergie.

## Justement, comment influencer sur la vie économique du territoire ?

La crise sanitaire nous a fait réfléchir. J'ai adhéré au collectif « Et après », composé de 40 dirigeants azuréens qui s'engagent à préférer le recrutement, l'investissement les sous-traitants, prestataires locaux et circuits courts. Faire partie d'un collectif d'entreprises responsables qui partagent les mêmes valeurs sociales et économiques me semblait important.

## Creator of solutions for corporate leaders

BTF has grown considerably since 2006. Laurent Bourrelly's medium-sized company, which specialises in reducing overhead costs for corporations, quickly turned towards the fuel market and has created a buying group, thereby achieving significant savings on behalf of its clients. This young entrepreneur is working on numerous projects to meet a simple goal: providing efficient solutions to the problems facing the 5'000 CEOs who have decided to place their trust in him.

## Was it always your dream to become a CEO?

As a son and grandson of horticulturists and farmers, I've always had a strong sense of corporate culture and hard work. But my parents, who were horticulturists, always tried to talk me out of taking over the family business... As a teenager, I turned to football but I eventually had to quit because of injuries. I graduated with a Master's degree in financial engineering, and at that point my career was all but set up for me: a job with a bank or with financial services. But it lacked in freedom and creativity... And more particularly in decision-making authority.

## When did you switch to entrepreneurship?

My first work experience, which had to do with auditing the telecommunication systems of large corporations, clearly showed me what I wanted to avoid with my future employees! I went on to create BTF in 2006, in the field of overhead costs.

## How and why did BTF become a successfully company?

For me, being a CEO means implementing ideas and coming up with solutions to the problems that my clients are facing. In the midst of the 2007 oil crisis, they all suddenly started to discuss fuel savings. The question was how to achieve these savings for them? And the solution was to centralise, by buying sufficient volumes from the oil supplier to enjoy a price discount. It was a risky strategy, but it paid off.

## Meeting demand is essential when finding one's market, but how do you maintain your position once you've secured it?

I am an entrepreneur at heart. When a project takes off, I look further afield. I maintain a close relationship with my customers. I found the first 1'000 BTF clients on my own: I therefore have this exceptional source of inspiration in terms of best practices. The way they manage their company: this is where proper solutions stem from. We also diversify. For example, we are working on carbon offsetting and are considering positioning ourselves as an energy supplier, which will allow us to become an important local stakeholder.

## While we're on the subject, how do you manage to influence the economic life of the territory?

The health crisis has given us food for thought. I joined the "Et après" association, which includes some 40 local CEOs committed to hiring locally, and to favouring local subcontractors, service providers and suppliers, investments and projects conducted in the 06 department. More importantly, it's about being part of a group of responsible companies that share the same values, both in social and in economic terms.

### EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

#### Liberté

Les clients BTF n'ont aucun engagement

#### Solutions

Chaque année, BTF enrichit son offre de services aux entreprises

**30.000** Cartes carburant BP distribuées par BTF

**5000** Clients

**60** Millions d'euros de C.A. en 2019

### INDISCRETIONS

#### Ce qui l'agace ?

« Les profiteurs : on en a vu beaucoup pendant cette crise... »

#### La Côte d'Azur sinon rien

« J'ai refusé un contrat dans un club de foot à Caen, à cause... du climat ! »

#### Son exutoire ?

Le sport et la nature. Laurent aime se retirer pour des trails dans le haut-pays, là où même le téléphone ne passe (et ne passera peut-être) jamais !

#### What annoys you the most?

"Profiteering: it's something we saw a lot of during the health crisis..."

#### The French Riviera or nothing

"I turned down a contract with a football club in Caen... just because of the weather!"

#### How do you find release?

With sports and nature. Laurent likes to escape into the highlands where he goes trail running, in regions where there is no phone coverage (and where there might never be).

FONDATEUR DU GROUPE BTF

# Laurent Bourrelly

“ J’ai une âme d’entrepreneur. Quand un projet fonctionne, je vois toujours plus loin. Je ne m’arrête jamais car je suis en étroite relation avec mes clients. ”

CAISSE D'ÉPARGNE CÔTE D'AZUR

# Jacques-Olivier Hurbal

“ Nous devons mettre nos experts en face de nos clients, eux-mêmes experts dans leur domaine, pour que chacun parle le même langage. ”

# Banquier et dirigeant : *parlons le même langage*

Membre du directoire en charge du Pôle banque des décideurs en région pour la Caisse d'Épargne Côte d'Azur (CECAZ), au plus près des dirigeants azuréens, Jacques-Olivier Hurbal évoque les affinités qui rapprochent banquiers et clients dans le contexte que nous vivons aujourd'hui et le positionnement de la banque comme un agent économique de premier plan sur le territoire.

## Quel est votre parcours ?

Niçois, j'ai fait une école de commerce parisienne, un cursus d'un an aux Etats-Unis pour développer la commercialisation d'un produit américain en Europe puis j'ai débuté ma carrière bancaire en 1990 dans l'audit interne et externe du groupe CIC. J'ai ensuite pris la direction d'une agence parisienne et en 1998, je suis entré à la Caisse d'Épargne de Bretagne. Par la suite, j'ai mené des opérations de fusion de caisses et d'intégration informatique, puis je suis passé par le Maroc afin d'assurer la direction du Crédit immobilier hôtelier. Je suis revenu à la CECAZ en 2007. Le Pôle Banque des décideurs en région, que je dirige, s'adresse aux professionnels, collectivités locales et associations, PME, acteurs de l'immobilier et investisseurs institutionnels.

## Vous connaissez bien les besoins de vos clients professionnels : quels sont-ils aujourd'hui ?

Ils ont plus que jamais besoin de notre approche « affinitaire ». Nous devons mettre nos experts en face de nos clients, eux-mêmes experts dans leur domaine, pour que chacun parle le même langage. Notre volonté de spécialisation par cœurs de métiers est très forte et répond à une vraie demande. Je ne crois plus vraiment à la banque généraliste. Nous avons donc poursuivi cette stratégie d'accompagnement des secteurs qui contribuent au rayonnement du territoire : nautisme, monde viticole, arômes et parfums, immobilier de luxe...

## Que retenez-vous de cette crise ?

Une très forte proximité avec nos clients : nous avons mis en place plus de 3.000 PGE\* et nous retiendrons de cette période notre force opérationnelle, déployée autour d'un vrai travail collectif.

Concernant le télétravail, il était déjà une réalité chez nous, mais c'est un vrai sujet de réflexion pour l'avenir. La banque, notamment dans l'expertise qu'elle apporte à ses clients, ne pourra en revanche jamais se passer du présentiel.

## Comment rester performant dans le leadership ?

Je suis d'un naturel exalté, aussi je dois partager mon énergie avec ceux qui m'entourent et travaillent avec moi ! Je me fixe deux objectifs quotidiens. 1 : développer le business, 2 : faire progresser les gens qui m'entourent. Et je me pose chaque soir la question ultime : ai-je plus rapporté à mon entreprise que je ne lui ai coûté ?

## Bankers and leaders: let's speak the same language

A member of the management board in charge of the regional banking unit for the Caisse d'Épargne Côte d'Azur (CECAZ), working closely with local officials, Jacques-Olivier Hurbal takes us through some of the affinities that unite bankers and clients in the current economic situation, and tells us how his bank is positioned as a first-rate economic stakeholder for the territory.

## Tell us about your professional career?

I am from Nice, I graduated from a Parisian business school, I went on to follow a one-year course in the US to develop the sale of an American product on the European market, and then I started a banking career in 1991, working on internal and external audits for the CIC group. I then became the manager of a Parisian agency, and in 1998, I started working with the Caisse d'Épargne de Bretagne. Later on, I worked on fund mergers and on IT integration operations, before a stint in Morocco and heading a mortgage department dedicated to the hotel business. I came back to CECAZ in 2007. The Banking Unit for regional leaders, of which I am in charge, is designed for professionals, local communities and associations, small and mid-sized companies, real estate stakeholders and institutional investors.

## You are well aware of the needs of your professional clients: what are those needs at the moment?

What they need now more than ever is our "affinity-based" approach. We must bring our experts face-to-face with our clients, who are all specialists in their own fields, so that we all speak the same language. Our strategy is to specialise according to business lines; it's a particularly sound strategy that meets and actual demand. I do not really believe in general services banks. We have followed our strategy, working with the lines of business that play a role in increasing the reach of the territory: nautical activities, wine industry, scents and perfumes, high-end real estate...

## What have you learned from the recent crisis?

We enjoy a close relationship with our clients: we implemented more than 3'000 PGE\* (state-guaranteed loans) and, during this period, we were proud of our operational strength, which was carried by real team work. With regard to teleworking, although it was something we had already implemented, it will give us some food for thought going forward. Because of the expertise they offer to clients, banks will always have to maintain some degree of physical presence.

## How do you achieve leadership performance?

I am an enthusiastic person, and I need to share my energy with the people I work with! I set myself two goals on a daily basis. 1: growing the business, 2: helping those around me progress. And every evening, I ask myself the ultimate question: did I do more for my company than it did for me?

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Relais

...De croissance

### Proximité

**3000** PGE\* accordés ces deux derniers mois

**700 000** Clients dans les Alpes-Maritimes et le Var

**149** Points de vente

\*Prêts Garantis par l'Etat

## INDISCRETIONS

### Son tempérament

Je suis sanguin, passionné, épiqueurien !

### Son style de loisirs

Vitesse et intensité : sports mécaniques et extrêmes

### Sa recette de vie

Les plaisirs de la table mais... beaucoup de sport et deux jeûnes par semaine

### His character

I am energetic, passionate, and an Epicurean!

### His favourite leisure activity

Speed and intensity: extreme motor sports

### His secret for life

I am partial to culinary delights... but I exercise a lot and fast twice weekly



**CAISSE D'ÉPARGNE**  
COTE D'AZUR

[www.caisse-epargne.fr/cote-d-azur](http://www.caisse-epargne.fr/cote-d-azur)  
455 Promenade des Anglais - Nice

# Choisir le risque d'entreprendre

Après une Ecole de commerce parisienne et une expérience à Hong Kong, Bruno Gabella a rapidement travaillé pour Axa Investment Managers, dans le développement des fonds d'investissement actions. Mais à Paris, l'indépendance et l'autonomie manquaient cruellement à cet entrepreneur né.

## Comment avez-vous débuté dans l'assurance ?

En 2013, j'en avais marre d'être salarié, et j'ai choisi l'indépendance... J'ai racheté le portefeuille d'un agent d'assurances qui partait à la retraite. Avec mon frère, nous nous sommes associés et en 7 ans, notre chiffre d'affaires est passé de 350.000 à 1,2 M€ avec un associé de plus, 6.000 clients en portefeuille contre 800 à nos débuts.

## Comment se démarquer dans l'assurance ?

Nous travaillons sur la récurrence. Cela nécessite de fidéliser notre clientèle en passant par une vraie relation de confiance. Celle-ci vient de notre connaissance du client avec qui nous nous positionnons avant tout comme des partenaires. Pour les clients professionnels, l'audit est très important, pour identifier les risques et affiner une vraie stratégie pour protéger leur activité et leurs revenus. Ils sont attachés à l'agence et très sensibles à notre disponibilité.

## Cette crise a eu un impact et une certaine défiance est née vis-à-vis des assureurs...

Ce que l'on oublie souvent de préciser, c'est que l'assurance est le seul secteur privé à avoir contribué à hauteur de 3.2 milliards d'euros. Axa a été le 1<sup>er</sup> contributeur privé au fonds de solidarité pour les TPE et a aidé 350.000 entreprises et professionnels au-delà des garanties contractuelles. Ce n'est pas le cas de tous les secteurs d'activité...

## Qu'apprend-on de cette épreuve ?

Cette crise sanitaire est une occasion de plus pour nous de faire de la pédagogie sur les mécanismes de l'assurance. Un contrat peut sembler « indigeste » et c'est notre rôle d'Agent Général d'aider le client dans sa lecture. Dès le début de notre relation, nous tâchons au mieux de lui expliquer les garanties et leur fonctionnement, et nous l'alertons également sur ce qui n'est pas couvert. Nos clients professionnels attendent de nous de la transparence et de l'accompagnement et c'est ce que nous avons tenu à leur apporter durant cette épreuve.

## Etre chef d'entreprise, ça s'apprend ?

En tout cas, la liberté d'entreprendre n'a pas de prix. Et revenir en arrière serait impossible pour moi... J'ai appris la satisfaction du management et de mener une équipe à se réinventer. Ce que j'adore : fixer un objectif et démontrer qu'il est possible de l'atteindre. Révéler le potentiel des gens... C'est une vraie fierté pour moi de permettre aux gens de s'accomplir dans leur travail.

## Quel type de manager êtes-vous ?

J'essaie de fixer un cap clair. L'exemplarité est importante. Je suis capable de faire toutes les tâches : je suis donc légitime car je sais de quoi je parle...

## Risking entrepreneurship

After attending a Parisian business school and gaining some work experience in Hong-Kong, Bruno Gabella went on to work for Axa Investment Managers, in the development of equity investment funds. In Paris, however, this born entrepreneur was struggling to find professional independence and autonomy.

## What drove you to the insurance industry?

By 2013, I'd had enough of being an employee and so I chose independence... I acquired the portfolio of an insurance broker who was on the point of retiring. My brother and I started a partnership, and in just seven years our turnover went from 350'000 to 1.2 M€, with a portfolio that grew from 800 to 6'000 clients. We also took a new partner on board.

## How do you manage to stand out in the insurance business?

We rely on repeat customers. To achieve this, we have to bolster customer loyalty by building a relationship based on trust with our clients. This relationship stems from our understanding of our clients, who quickly come to see us as partners. For professional clients, auditing is of prime importance, so that we can identify risks and develop a real strategy to protect their activity and income. They have grown attached to our agency and are very grateful for our availability.

## This crisis has had an important impact and there has been some sense of defiance towards insurers...

What we often tend to forget is that the insurance industry is the only private sector to have contributed in the amount of 3.2 billion euros. Axa was the 1st private contributor to the solidarity relief fund for very small companies, and we helped some 350'000 companies and professionals, beyond what was contractually guaranteed. This is not something we saw in other areas of activity...

## What can one learn from these trying times?

This health crisis is yet another opportunity for us to educate on insurance mechanisms. A contract may seem "difficult to digest" and as General Agents, it is our role to walk our client through it. Right from the start, we do our best to explain the guarantees and the way they work, and we are abundantly clear about what is not covered. Our professional clients have come to expect transparency and support, and that is what we wanted to give them during this difficult period.

## Does one learn to be a CEO?

All I can say is that entrepreneurial freedom is priceless. Going back would be impossible for me... I have tasted the satisfaction of management and of pushing a team to reinvent itself. What I particularly love is to set a goal and show that it can be achieved. I want to reveal the potential of people... I am never as proud as when I help people find fulfilment in their work.

## What type of manager are you?

I try to chart a clear course. And it is important to lead by example. I can carry out any of our tasks, which gives me legitimacy as I understand what we are talking about...

## 3 CHIFFRES

**3 Associés** : Samy Chouard, Fabien et Bruno Gabella

**7 Salariés**

**6000 Clients**

## INDISCRETIONS

### Son mantra ?

« Le bonheur est une question de choix »

### Ce qui lui plaît ?

Les nouveaux challenges

### L'employé idéal est...

...réactif, passionné et souriant... même derrière un masque !

### What is his mantra?

"Happiness is a question of choice"

### What does he enjoy?

New challenges

### The ideal employee?

...responsive, passionate and with a smiley disposition... even behind a facemask!



**Axa Gabella Chouard**

**04 93 47 73 23** - 427 Av De Font Roubert - 06250 Mougins

**04 93 64 51 64** - 8 Rue Marechal Foch - 06220 Vallauris

[agence.axa.fr/](http://agence.axa.fr/)

AGENT GÉNÉRAL AXA

# Bruno Gabella

“ Pour les clients professionnels, l’audit est très important, pour identifier les risques et affiner une vraie stratégie pour protéger leur activité et leurs revenus. ”



DIRECTRICE DU PRINTEMPS POLYGONE RIVIERA

# Julie Lascombes

# Reprise de la saison

A la direction du Printemps Polygone Riviera, Julie Lascombes a l'âme de l'entrepreneuse : positive et déterminée, la jeune femme se montre à l'écoute de ses équipes dont elle loue l'agilité et l'esprit collectif, au cœur de la période mouvementée que nous venons de vivre.

## Resuming the season

At the head of Printemps Polygone Riviera, Julie Lascombes is an entrepreneur at heart: she is an upbeat and determined young woman, who is attentive to her teams, which she praises for the agility and team spirit they displayed throughout the recent period of turmoil.

## Comment avez-vous intégré le Printemps ?

Originaire de Marseille, j'ai fait des études de commerce à Nice puis j'ai intégré Le Printemps à Paris à l'issue de mon stage de fin d'études en 2006. Durant mon cursus, je me suis découvert beaucoup de facilité avec les chiffres. Alors quand l'immense majorité de mes collègues choisissaient la spécialisation marketing ou commerce, j'ai opté pour le contrôle de gestion car j'ai pressenti que j'avais une carte à y jouer sur un marché de l'emploi tendu. Cela m'a immédiatement plu et j'ai assez vite pris des responsabilités.

## Comment êtes-vous passée de la finance à la direction d'un magasin ?

Mon expérience au siège du Printemps m'a permis de découvrir différents services de l'entreprise et de nourrir ma curiosité. Après quelques années, j'ai eu envie de prendre part à la mise en œuvre de notre stratégie sur le terrain, au plus proche des équipes et des clients. Le management et l'humain est ce qui me nourrit au quotidien.

## Diriger, créer une entreprise, cela avait-il du sens pour vous ?

C'est dans ce but que j'ai fait l'IPAG ! Choisir une école de commerce me permettait d'être généraliste dans mon approche de l'entreprise. Car ce qui m'intéressait avant tout, c'était l'entrepreneuriat : créer ou reprendre une entreprise pour développer, transformer, embellir...

## Comment avez-vous abordé votre arrivée à la direction du Printemps de Polygone Riviera il y a 4 ans ?

Il fallait que les azuréens se rendent compte que le Printemps n'était pas... qu'une saison ! Beaucoup ne nous connaissaient pas, nous avons donc travaillé sur la notoriété de l'enseigne. Nous mesurons le chemin parcouru avec un très bon taux de fidélisation, notamment sur la clientèle internationale, composée de touristes mais aussi de résidents étrangers qui fréquentent la Côte d'Azur plusieurs fois par an.

## Qu'apprenez-vous de cette crise sanitaire et de cette fermeture forcée ?

Cela m'a confortée dans l'idée que l'agilité et l'implication de nos équipes était essentielle. Dans notre magasin, nous avons fonctionné en team, tous ensemble. Il y a eu de l'entraide, les équipes se connaissent et lors de la réorganisation de la reprise du travail, les changements de plannings, d'horaires ont été très bien acceptés. Nous sommes 140 à travailler ici, et je crois que nous devons tous garder à l'esprit cette conscience de la collectivité.

## Qu'est-ce qui vous semble primordial dans le management ?

Je suis adepte de cette maxime : « Tout ce que tu regardes se développe ». Les forces comme les faiblesses... Je crois donc qu'il faut mettre en lumière les forces pour les faire grandir.

## How did you join Printemps?

Originally from Marseille, I studied business in Nice and went on to work for Printemps in Paris after my graduation internship in 2006. In the course of my career, I realised I was good with numbers. Unlike the huge majority of my colleagues who went into a marketing or business specialisation, I opted for managerial control as I felt that it was a promising sector in a tense job market. I loved it immediately and was quickly given responsibilities.

## How did you transition from finance to the management of a store?

My experience at the Printemps headquarters was an opportunity to learn about the various departments of the company and to feed my natural curiosity. After some years, I wanted to take part in the implementation of our strategy in the field, working closely with our teams and clients. Management and the human dimension are what keep me motivated on a daily basis.

## Leading and creating a company, did that make any sense to you?

I attended the IPAG with precisely that in mind! I chose a business school that gave me cross-cutting skills to approach a company. I was most interested in entrepreneurship: creating or acquiring a company to transform it and make it grow, to make it beautiful...

## How did you prepare for your arrival at the head of Printemps Polygone Riviera four years ago?

The local residents had to understand Printemps (spring in English) was not, in fact, a season! Many hadn't heard of us, so we had to work on brand recognition. We see how far we've come with encouraging loyalty-building results, in particular among international clients, including tourists and expats who visit the French Riviera several times a year.

## What did you learn from the health crisis and the forced lockdown?

It confirmed my idea that the agility and involvement of our teams was of prime importance. In our store, we worked as a team, all together. There was a lot of mutual help, and as the teams know one another, when it came to reorganising and resuming our work, changes of schedule and timetables were very well accepted. There are 140 of us working here, and I feel we must always keep this sentiment of community in our minds.

## What seems the most important in management?

I live by this saying: "Everything you look at grows". It is true for our strengths, as it is for our weaknesses... We have to highlight our strengths to make them grow.

## INDISCRETIONS

### Confinée ?

Je jardine si je peux. Je suis toujours dans le registre du « faire pousser » !

### Pêché mignon ?

Quand je le peux : voyager, et notamment à l'étranger. J'aime observer les gens vivre différemment. Cela me nourrit sur l'extraordinaire faculté de la nature humaine à s'adapter à son environnement, à sa terre.

### During lockdown...

I garden if I can. I'm always about "growing" things!

### An indulgence?

When I can: travelling, especially abroad. I love seeing people live differently. It reminds me of the extraordinary ability human nature has to adapt to its environment, to its land.

## PRINTEMPS POLYGONE RIVIERA EN 3 CHIFFRES

**6.000 m<sup>2</sup>**

de shopping sur 4 niveaux

**300** marques homme, femme, enfant, lingerie, accessoires et beauté

**140** l'effectif du magasin

## PRINTEMPS

Printemps Polygone Riviera  
137 Avenue des Alpes,  
06800 Cagnes-sur-Mer  
[www.printempsfrance.com](http://www.printempsfrance.com)

# Tracer sa route

Franck Cannata, s'il est issu d'une famille de transporteurs, a créé Transcan il y a 21 ans en partant d'une feuille blanche. Le jeune entrepreneur prépare de nouveaux projets de développement pour desservir les métropoles.

## Charting a course

Despite hailing from a family of transport professionals, Franck Cannata created Transcan 21 years ago starting from nothing. The young entrepreneur is working on new projects aimed at providing an improved service in cities.

**D**ix implantations, 70.000 m<sup>2</sup> d'entrepôts sur le 06, un fort développement de la logistique : le groupe de transport azuréen Transcan a bien grandi en 20 ans... Mais Franck Cannata a encore des projets plein les cartons.

## Créer votre entreprise, était-ce une évidence ?

Monter ma boîte, personne ne m'a poussé à le faire. Enfant, j'ai grandi dans l'environnement du transport et le modèle du chef d'entreprise, je l'ai toujours eu sous les yeux avec mon père. J'en connaissais donc très tôt les contraintes, mais mon père ne m'a jamais poussé à faire ni transport ni même à m'installer à mon compte. Il m'a en revanche appris à devenir autonome et a eu l'intelligence de ne rien me laisser gratuitement. Mon premier scooter m'a coûté l'intégralité de mes deux mois de grandes vacances à distribuer des prospectus ! Collégien, j'avais pris la responsabilité de la gestion d'un stock d'un client et après les cours, je préparais les commandes et organisais le chargement des camions... Mais rassurons-nous, je m'en porte très bien !

## Comment avez-vous géré cette crise sanitaire ?

L'activité a été forte sur l'approvisionnement des grandes surfaces. Nous avons fait le choix de rester ouverts et parfois, nous avons perdu de l'argent, ne pouvant pas optimiser les plannings comme les km à pleine charge de nos camions. En répondant à une demande au coup par coup, car il fallait d'abord venir en aide à nos clients et j'ai la prétention de croire qu'ils sauront s'en souvenir : la proximité et la solidarité étaient de rigueur.

## Vos projets avancent comme vous le souhaitez ?

Nous étudions plusieurs pistes dans des directions connexes à nos métiers comme les nouveaux modes de distribution dans les grandes agglomérations et plus particulièrement celles de notre territoire qui présente des contraintes : des petites artères pour circuler et une saisonnalité qui amène une activité colossale l'été. Nous avons des idées très innovantes sur ces modes de distribution, avec des méthodes inédites et « propres », bien sûr.

## Vous êtes optimiste ?

Oui mais je dirais plutôt... mesuré. J'ai toujours en tête les contraintes et les problématiques qui peuvent naître d'une situation, afin d'anticiper les solutions !

## Avec près de 200 salariés, peut-on encore vous aborder facilement ?

Même si c'est un peu plus difficile dans la gestion du temps, je reste très abordable. Ma porte est toujours ouverte au sens propre comme figuré.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Client

Toujours au cœur des projets Transcan

### Famille

Franck représente la 3<sup>e</sup> génération de transporteurs

**200** Collaborateurs

**20 M€** De CA en 2018

**20 ans** Comme son âge à la création de l'entreprise  
Comme l'âge de l'entreprise à ce jour mais une nouvelle page qui s'écrit aujourd'hui

## INDISCRETIONS

### Vous l'avez toujours sur vous ?

...Un crayon gris. J'adore dessiner, projeter immédiatement une idée sur le papier. J'ai dessiné les croquis des bâtiments que nous avons réalisés ces dernières années.

### On n'imagine pas en vous rencontrant...

...que si je paraissais froid au premier abord, je suis plutôt chaleureux, simple et festif quand on me connaît un peu plus !

### Votre mantra ?

« Les seules limites sont celles que l'on se fixe... » A chacun d'en retenir sa propre analyse !

### Something you always carry around?

... A pencil. I love drawing, putting an idea down on paper immediately. I drew sketches of the buildings that we have been building over the past years.

### What can't we guess about you at first sight?

... I may seem aloof at first sight, but if you know me I am a friendly person who enjoys having a good time.

### Your favourite saying?

"The only limits are the ones you set yourself..." You can take that one any way you want!

**T**en sites, 70'000 m<sup>2</sup> of warehouses in the 06 department, and a strong development of its logistics: the Riviera-based transport company Transcan has grown significantly in 20 years... But Franck Cannata still has many projects up his sleeve.

## Creating your company, did it seem obvious to you?

No one pushed me to create my company. As a child, I grew up in the world of transport and if I needed a model of a corporate leader, I could look to my father. Early on I understood the constraints, but my father never pressured me to work in the transport business or to set up my own shop. However, he taught me autonomy and was smart enough to show me that nothing comes for free. My first scooter cost me two whole summer months spent handing out flyers! As a student, I took over stock management operations on behalf of a client and after lessons I prepared orders and loaded trucks... And I have absolutely nothing to complain about!

## How did you handle the health crisis?

We were kept very busy resupplying large shopping malls. We decided to stay open and, sometimes, it was at a financial loss when we couldn't optimise our schedules or ensure that our lorries were driving around fully loaded. We had to satisfy requests on a case-by-case basis, because we felt it was important to help our clients, and I believe that they won't forget our efforts: proximity and solidarity were required.

## Are your projects going as planned?

We are examining new opportunities and directions in business lines that are close to ours, such as new distribution methods in large urban areas, and more particularly in our territory with its many constraints: narrow roads to drive on, and the summer period that significantly boosts our activities. We have many highly innovating ideas on these modes of distribution, with original and, of course, clean methods.

## Are you optimistic?

Yes, but cautiously so... I have to keep in mind the constraints and issues that can arise from any situation, so that I am able to foresee the solutions!

## With more than 200 employees, do you remain easy to approach?

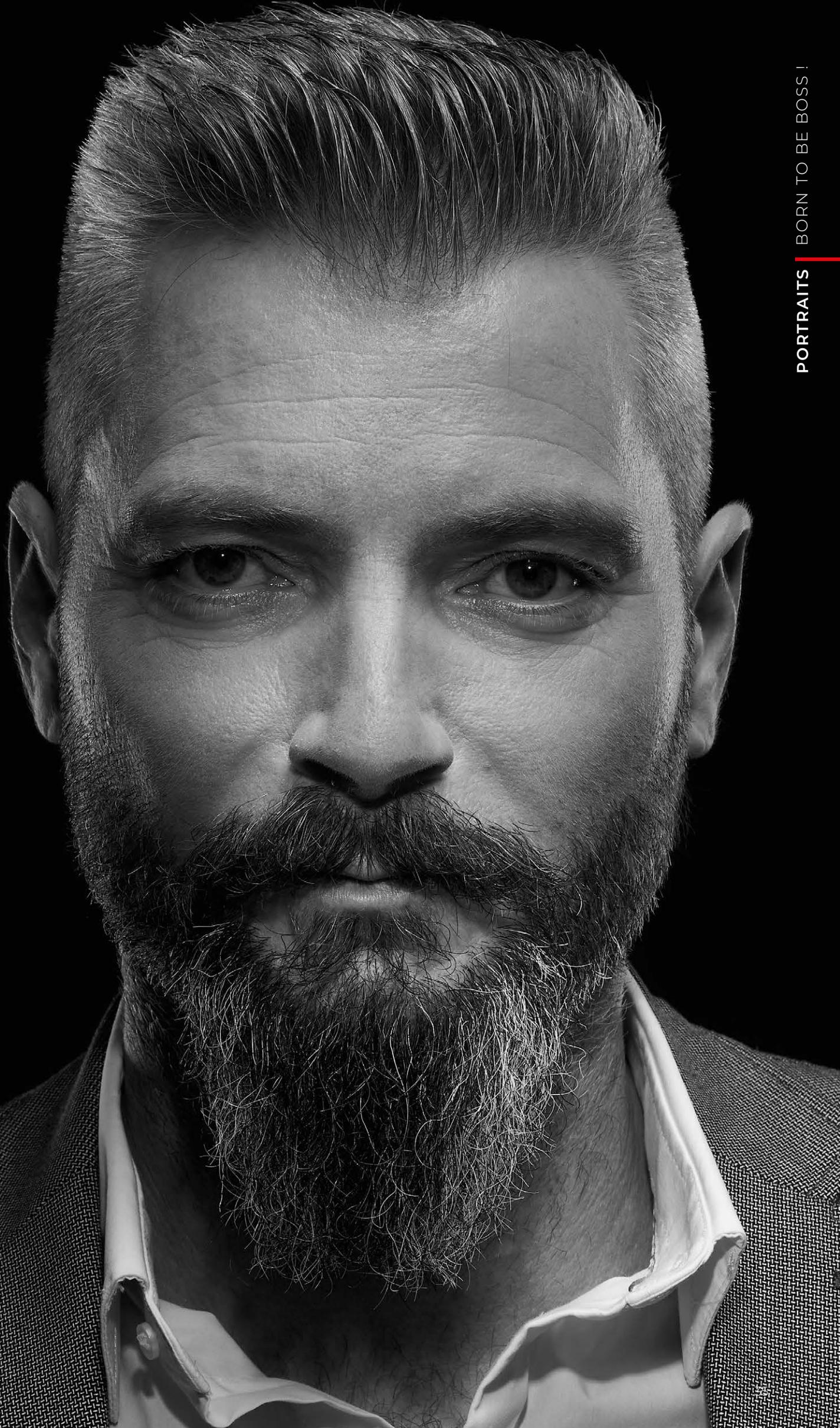
Admittedly, it's slightly more difficult because of time constraints, but I remain very approachable. My door is always open, literally and figuratively.



Angle 18<sup>e</sup> Rue - 5<sup>e</sup> avenue  
ZI de Carros - 06510 Carros  
**04 93 29 00 75 - contact@transcan.fr**  
**www.transcan.fr**

FONDATEUR - TRANSCAN GROUPE

# Franck Cannata



PORTRAITS | BORN TO BE BOSS !



PRÉSIDENT DE BAYLIBRE

# Benoît Cousson

# Esprit d'équipe

Sa boîte ? Il ne l'aurait jamais monté seul. Non, en fondant BayLibre en 2013, Benoît Cousson, ingénieur issu de grands groupes de la tech, voulait tout simplement continuer à s'éclater en travaillant à plusieurs sur des projets qui stimulaient sa curiosité intellectuelle. Et... ça marche !

**B**aylibre devient fournisseur de solutions IoT et spécialiste de l'embarqué, essentiellement pour des donneurs d'ordre américains. Appareil photo haut de gamme connecté sous Android, four intelligent qui détecte les aliments, lunettes de réalité virtuelle... après la tendance des smart speakers, l'ESN surfe sur le fort engouement né autour de la reconnaissance d'image et l'IA. Installée à Villeneuve-Loubet, Baylibre fait aujourd'hui travailler une quarantaine de personnes sur la Côte d'Azur, à Toulouse, aux Etats-Unis, en Italie et au Canada.

## ...Mais devenir chef d'entreprise, ce n'était pas une fin en soi pour vous :

Pas du tout ! Lorsque Texas Instruments a fermé ses portes, avec plusieurs collègues, nous avions des compétences techniques, des gens avec qui travailler et surtout, plein de projets !

## Alors, pas trop effrayant de se glisser dans la peau du boss ?

Au début on a peur de tout ! L'avantage de ne pas démarrer seul, c'est que nous avons des profils complémentaires et une bonne entente, ça nous a permis de nous soutenir pendant les moments difficiles... D'autant que notre financement était uniquement assuré sur fonds propres...

## Inspiré par le modèle français comme américain, vous vous êtes vite adapté aux contraintes de la création d'entreprise, autant qu'à ses avantages... Une conséquence de votre double culture, contractée chez TI ?

Oui, car en France, nous sommes bien épaulés pour la création d'entreprise, qui est très structurée, tandis que s'inspirer du modèle américain nous a aidés à mettre en face d'une idée un marché et une réalité économique, en priorité.

## Et le management ?

Benoît est partisan de laisser beaucoup d'autonomie aux ingénieurs dans la conduite de leurs projets : « ...Peut-être le meilleur moyen pour qu'ils fassent leur travail avec passion, sans se sentir contraints. Je suis adepte du management transversal, qui consiste à créer des équipes pluridisciplinaires autour de différents projets ».

Un jeune quinquagénaire qui voit la vie avec humour et optimisme... Une approche qui commence à faire son chemin chez les nouveaux patrons de start-up à succès aux Etats-Unis !

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### USA

« Beaucoup de nos clients sont de grands donneurs d'ordre américains, peu impactés par la crise »

### Télétravail

« C'est dans nos gènes : c'est assez naturel pour nous aujourd'hui »

6 associés

7 ans d'existence

5,5 M\$ de CA en 2019

## INDISCRETIONS

### Son mantra :

Une phrase célèbre du fondateur d'Apple résume bien ma vision du management de l'entreprise aujourd'hui : « Je n'embauche pas des gens intelligents pour leur expliquer quoi faire, mais je les embauche pour qu'eux m'expliquent quoi faire... ».

### Ce qui l'insupporte ?

Les décisions prises sans concertation, à l'emporte-pièce.

### On lui plaît quand...

« ...On ne se prend pas au sérieux et que l'on a de l'humour ! J'aime les gens humbles ».

### Une île déserte ?

J'emmène de la musique... Une guitare... L'an dernier, à 50 ans, j'ai poussé la porte d'une école de musique et je joue enfin en groupe !

### What is his mantra?

A famous quote from Apple's founder that reflects my thoughts on corporate management nowadays: "It doesn't make sense to hire smart people and tell them what to do. We hire smart people so they can tell us what to do..."

### What he hates the most?

Sweeping decisions made without being discussed

### He likes people who...

"... do not take themselves too seriously and have a sense of humour! I prefer humble people."

### A desert island?

I'll bring music... A guitar... At the age of 50, I decided last year to join a music school, and now, at last, I play in a band!

## Team spirit

His company? He could never have created it alone. When engineer Benoît Cousson founded BayLibre in 2013, he had already been working for various tech giants and simply wanted to continue having a blast, working with his team on projects that stimulated his intellectual curiosity. And it paid off!

**B**aylibre soon became a supplier of IoT solutions and a specialist of embedded systems, working essentially for the American market. High-end camera operating on Android, smart oven that is able to detect foodstuffs, virtual reality glasses... having ridden the trend of smart speakers, the IT consulting firm is now surfing the wave of enthusiasm generated by image recognition and AI. Headquartered in Villeneuve-Loubet, Baylibre now employs some 40 people working along the French Riviera, in Toulouse in the US, Italy and Canada.

## ...Being a CEO was never your ultimate goal:

"Not in the slightest! When Texas Instruments closed down, some colleagues and I possessed the required technical skills, we knew the people we wanted to work with, and more importantly, we had stacks of projects!"

## Is it not too daunting to step into big boss shoes?

"At the beginning, everything is daunting! The advantage of not starting off alone was that we got one well with one another, we had complementary profiles, and we could give each other support in the difficult moments... Especially as our funding came exclusively from our own pockets..."

## You were inspired both by the French model and by the American model, and you were able to adapt to the constraints of entrepreneurship, and to reap its advantages... Is this a consequence of your dual culture, and your work experience with TI?

"Yes, in France entrepreneurs enjoy broad support, and they work within a strong structure, but the American model inspired us to confront an idea to a market and an economic reality, as a priority."

## And what about management?

Benoît makes sure his engineers enjoy a lot of freedom as they conduct their projects: "...It's possibly the best way to ensure they carry out their work with passion, feeling unconstrained. I'm all about a cross-cutting style of management, consisting in creating multidisciplinary teams working on various projects."

In his early fifties, he views life with good-natured optimism... An approach that is starting to gain ground among the new bosses of successful start-ups in the United States!



Hameau du Soleil - 753 Av de la Colle  
06270 Villeneuve-Loubet  
+33 4 93 73 34 82 - [www.baylibre.com](http://www.baylibre.com)

# Engagé auprès des indépendants

Directeur Général de l'ARAPL2CA, organisme de gestion agréé des professions indépendantes azuréennes, H-Michel Dau est à la tête d'une équipe concentrée vers l'accompagnement du chef d'entreprise, de l'antécédent jusqu'au départ en retraite. Dans les bons mais aussi dans les moments difficiles comme nous venons de les vivre...

## At the service of freelancers

As the managing director of ARAPL2CA, a certified management agency serving freelancers of the French Riviera, H-Michel Dau heads a team working tirelessly to support CEOs, from the moment they start toying with the idea of creating a company to the day they retire. There have been good times, but harder ones too, as we have recently experienced...

**A**yant débuté sa carrière dans le cabinet d'expertise comptable familial, il s'est orienté vers le management et la direction de l'ARAPL2CA, pôle de prévention et de gestion certifié auquel adhèrent près de 9.000 entrepreneurs libéraux et indépendants. H-Michel Dau porte haut l'engagement de l'organisme qui soutient et assiste tous ces chefs d'entreprise dans la conduite quotidienne de leurs activités.

**H**aving launched a career in the family's firm of chartered accountants, he later turned towards management and was placed in charge of ARAPL2CA, a certified prevention and management centre that serves some 9'000 freelancers and entrepreneurs. H-Michel Dau is proud of the entity's commitment, as it works hard to support CEOs, walking them through their daily activities.

provoke thought, provide direction and offer solutions, along with the tools and means to sustain their activity. We had the feeling that our relationship, which we were developing further, was essential in the circumstances. We did our best to anticipate our members' needs, and to offer custom-designed assistance.

Paradoxically, the lockdown pushed us to be even more present and to rethink our teleworking practices, in particular with videoconferencing tools and webinars, which now are part and parcel of our post-crisis offering.

## Diriger ?

C'est dans ma nature... je préfère prendre l'initiative et la direction des opérations ! Depuis toujours, j'aime œuvrer et servir l'intérêt général, je recherche ce critère d'utilité. J'ai aussi à cœur de partager les savoirs, de transmettre, et d'imaginer que mon action contribue à faire progresser les autres, à améliorer leur condition.

## Leading?

It's in my nature... I prefer taking the initiative and being in charge of operations. For as long as I can remember, I have enjoyed working in the general interest; I am always trying to be useful. I also enjoy sharing my knowledge, handing it down, and thinking that my action might help others progress and improve their lot in life.

## You went above and beyond the call of duty in this extraordinary context:

There were all sorts of issues we had to address, and our message was clear: "We are here, you can rely on us!" Including for ambitious actions, like finding 98'000 facemasks by the 11th of May for our members, delivered by "Click & Collect", so that they could "safely" start easing the lockdown measures. ARAPL2CA has a soul, and for me it is part of the service that we are ready to provide. Many of our members were pleasantly surprised to discover the level of commitment and the efforts we deployed for them!

## Vous êtes au service des professions libérales et des indépendants. De quoi ont-ils besoin dans le contexte que nous vivons aujourd'hui ?

De soutien, d'assistance et d'outils pour rebondir... Durant cette crise, nous avons maintenu un lien fort avec nos adhérents, sorte d'obligation morale, pour les écouter, les rassurer, les interpeller, leur apporter des pistes et solutions, des outils et moyens en capacité de maintenir leur activité. Nous sentions que le relationnel que nous développions plus encore, avec eux, s'avérait essentiel dans le contexte. Nous nous sommes efforcés d'aller au-devant de l'adhérent et lui dédier cet accompagnement sur mesure.

## You work at the service of liberal professions and freelancers. What do they need the most in today's context?

Support, assistance and the tools to bounce back... During this crisis, we have maintained close communications with our members, as a moral duty really, to listen, reassure,

Paradoxalement, ce confinement nous a poussé à être encore plus présent et à repenser nos actions à distance, notamment par de la visio et des webinaires, qui font désormais partie intégrante de notre offre post-crise.

## Vous êtes allés au-delà de vos prérogatives dans ce contexte exceptionnel :

Il fallait répondre à toutes les problématiques, notre message est clair : « Nous sommes là, vous pouvez compter sur nous ! » Y compris dans des actions exorbitantes, comme l'obtention pour le 11 mai de 98.000 masques pour nos adhérents, délivrés en « Click & Collect » pour leur permettre de déconfiner « en sécurité ». L'ARAPL2CA a une âme et cela fait à mon sens partie de cette dimension du service que nous sommes capables de leur apporter. Beaucoup de nos adhérents ont eu cette agréable surprise de découvrir le niveau d'engagement et les efforts que nous déployons pour eux !

## INDISCRETIONS

### Ce qui lui plaît chez ses interlocuteurs :

...lorsqu'ils ont des principes de vie. J'apprécie et je suis de ceux qui savent partager, donner, plutôt que prendre et recevoir.

### Ce qui l'agace...

L'absence de bon sens

### Son passe-temps...

...sur les pistes, je ne pourrais me passer de skier !

### What he likes about people:

...when they follow guiding principles. I like people who know how to share and give, instead of taking and receiving.

### What annoys him the most?

The absence of common sense.

### His favourite hobby...

...being on the slopes, I could never go without skiing!

## 3 CHIFFRES

**9000**

Adhérents

**20 €**

Par mois d'adhésion à l'ARAPL2CA

**300**

Formations disponibles



22 Av. Georges Clemenceau - Nice  
04 93 82 26 51 - [www.araplca.org](http://www.araplca.org)

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'ARAPL2CA

# HA-Michel Dau



DIRIGEANTE - BYmy|CAR CÔTE D'AZUR

# Elise Potola

“ *Le métier de distributeur automobile est en constante évolution et c'est un défi passionnant. D'autant qu'avec cette crise sanitaire, la voiture est redevenue un vrai symbole de liberté et de sécurité.* ”

# Vitesse supérieure

Elise Potola dirige la plaque automobile Mercedes BYmy)CAR depuis 2 ans sur la Côte d'Azur. Le groupe, pionnier dans la distribution automobile, prépare son adaptation aux nouvelles tendances de la vente : un challenge ambitieux que cette femme de défis se fait fort de relever en accélérant sur l'innovation au sein des sites azuréens.

## Votre parcours ?

Depuis 25 ans dans l'automobile ! J'ai commencé à travailler chez un importateur automobile à l'île de la Réunion en tant que responsable marketing et Directeur commercial. Ensuite pendant six ans, j'ai été Directeur Général chez le distributeur automobile COMO à Paris. Depuis 2 ans je dirige la plaque Mercedes BYmy)CAR Côte d'Azur, qui distribue les marques Mercedes (véhicule particulier, Véhicule utilitaire et Véhicule industriel) et Smart.

## Une femme qui dirige, dans l'automobile, ce n'est pas si courant...

On me demande souvent comment manager 220 personnes, dont une majorité d'hommes. Je ne fais pas spécialement attention à ma condition de femme, mais je ne la nie pas non plus. Ainsi, les relations ne sont pas biaisées.

## Le candidat idéal pour intégrer BYmy)CAR ?

Comme le dit notre président, M. Mosca, il n'y a que les valeurs qui ne s'apprennent pas... BYmy)CAR c'est l'école de la promotion interne. Ce qui me plaît avant tout chez les candidats, c'est leur enthousiasme et leur intégrité.

## La crise ?

Cela a permis d'accélérer nos projets en matière d'innovation. Après avoir protégé nos collaborateurs et nos sites (223 personnes chez Mercedes BYmy)CAR), on s'est mis en vitesse accélérée. Très tôt, le 20 avril, nous avons programmé notre première opération de vente privée online, les « Liberty Days ». En parallèle, nous nous étions organisés pour développer la vente de véhicules neufs et d'occasion online, « sans contact ».

Si beaucoup en parlent, peu la pratiquent.

Nous, si ! Choix digital, pour acheter votre véhicule neuf ou d'occasion, rendez-vous avec un commercial en Visioconférence par téléphone ou en tchat : nous sommes prêts...

Pour faciliter encore les échanges à distance, nos plages horaires sont élargies avec un commercial disponible en ligne jusqu'à 22 h, week-end compris.

## Ces innovations vont-elles perdurer ?

Le groupe BYmy)CAR est préparé à ces mutations. La digitalisation de la vente va se généraliser. Dans les quelques années à venir, on prévoit 50 % des ventes de véhicules neufs (VN) réalisés en digital et une forte augmentation des ventes de VO (Véhicules d'occasion).

L'après-vente va muter avec le développement de nouveaux services sans contact et à domicile. Le métier de distributeur automobile est en constante évolution et c'est un défi passionnant. D'autant qu'avec cette crise sanitaire, la voiture est redevenue un vrai symbole de liberté et de sécurité.

## At top speed

*For the past two years, Elise Potola has been in charge of Mercedes BYmy)CAR operations along the French Riviera. The group is a pioneer in the world of car dealerships, and is having to adapt to new trends emerging in the field of car sales: it is an ambitious challenge, but one Elise Potola is eager to meet head-on, by boosting innovation in the French Riviera dealerships under her command.*

## What can you tell us about your career?

*I've been working in the automotive industry for 25 years! I started in the marketing department and sales manager of a car importer in Reunion, followed by a six-year stint at COMO, a car distributor based in Paris, where I was director. For the past two years, I have been running Mercedes BYmy)CAR operations in the French Riviera. We sell cars made by the brands Mercedes (passenger cars, utility vehicles and industrial vehicles) and Smart.*

## A woman in a managerial position is a relatively rare occurrence in the automotive world...

*I am often asked how I manage a workforce of 220, mainly made up of men. I try not to give it too much thought, but I don't hide away from it either. It helps keep relationships unbiased.*

## What is the ideal BYmy)CAR recruit?

*Mr Mosca, our CEO, says that only values cannot be taught... BYmy)CAR lives by a philosophy that favours internal promotions. What I look out for in potential recruits is enthusiasm and integrity.*

## How did you handle the crisis?

*It forced us to accelerate our innovation projects. Once our employees and sites were adequately protected (223 employees at Mercedes BYmy)CAR), we shifted gears and went into top speed. Early on, on the 20th of April, we scheduled our first online private sales operation, called "Liberty Days". In parallel, we had made arrangements to start selling new and second-hand vehicles online, in "contactless" mode.*

*It's something many talk about, but very few put in place.*

*But we do! We provide the digital option: to buy your new or used car, book a videoconference or messaging appointment with a sales representative: we stand ready to serve...*

*To facilitate this type of exchange, we have extended our working hours, with sales representatives now available online until 10pm, weekends included.*

## Are these innovations here to stay?

*The BYmy)CAR group is ready for these changes. Sales will increasingly be conducted online. In a couple of years, we predict that 50% of new vehicles will be sold online, and that online sales of second-hand vehicles will increase drastically.*

*The after sales service will evolve with new contactless services and at home... The job of selling cars is constantly evolving, which makes for an interesting challenge. And with the health crisis, cars have become a symbol of freedom and safety.*

## MERCEDES BYmy)CAR CÔTE D'AZUR en chiffres en 2019

**1500**  
Mercedes neuves

**1000**  
VO multi-marques

**600**  
Smart

**110**  
Camions Mercedes

**500**  
Véhicules utilitaires  
Mercedes

## INDISCRETIONS

**Confinée sur une île déserte ?**  
J'amène mes baskets pour faire du sport et un bon bouquin ...

**Un accessoire sur votre bureau ?**  
Non... je n'y suis jamais !

**Une phrase fétiche ?**  
On dit ce que l'on fait, on fait ce que l'ont dit.

**Elle aime...**  
...Le sport et le soleil

**Alone on a desert island?**  
My sneakers so I can exercise and a good book...

**An accessory on your desk?**  
No... I'm never in the office!

**Your favourite saying?**  
Say what you do and do what you say.

**You enjoy...**  
...sports and sun

**BYmy)CAR**  
CÔTE D'AZUR

62 Avenue des Baumettes  
06270 Villeneuve-Loubet  
**04 92 02 67 00**  
[www.bymycar.fr](http://www.bymycar.fr)

# Savourer les bons moments

De l'Ecole hôtelière de Dinard jusqu'à la Villa Archange, de Georges Blanc à Vonnas jusqu'au Normandy à Bangkok, Bruno Oger tutoie les sommets de la cuisine française depuis plus de 30 ans. Tout juste revenu aux fourneaux, le chef fête les dix ans de son arrivée au Cannel, où la magie des lieux opère de la terrasse jusqu'à l'assiette, dans un charme provençal unique.

## Est-ce le rêve de tout chef que d'avoir son propre établissement ?

Je n'avais pas forcément envie d'être à mon compte, mais de nombreux facteurs ont participé à ma prise de décision. En découvrant la Villa Notre-Dame des Anges, j'ai été complètement charmé... Nous sommes ici dans un environnement naturel d'exception, aux portes de la ville, dans une ambiance provençale incomparable !

## Vous venez de fêter vos dix ans, le 10 mai, en mode confiné...

La fermeture a été abrupte et en 4 h il a fallu prendre des décisions radicales. La date anniversaire correspondait aux débuts du déconfinement, mais pas pour les restaurateurs. Mais restons positifs, nous venons de vivre dix belles années, en ouvrant en 2010 cette magnifique bastide et en ayant décroché dès 2011 deux étoiles au Guide Michelin. C'est une consécration pour nous. En attendant la troisième... !

## Vous avez aussi ouvert le Bistrot des Anges. C'est une belle aventure, mais ce n'est pas la même cuisine que de gérer deux établissements...

Nous sommes dans une logique de gestion du quotidien... sur le long terme. Nous sommes toujours dans une dynamique de développement, de projets, mais le principal est surtout de prendre soin de bien s'entourer. La restauration, ce sont de nombreux métiers très différents, avec des fonctions supports telles que la comptabilité et le commercial. Qu'ils soient passionnés et responsables, c'est ce que je demande en priorité à mes équipes.

## Quel message voulez-vous adresser aux gourmets ?

Je suis optimiste. Dans la restauration, de la petite table jusqu'au restaurant étoilé, nous faisons tous le même métier, et rencontrons tous les mêmes problèmes. Mais soyons honnêtes : nous n'avons jamais aussi bien mangé en France que depuis 15 ans... La cuisine française est assurément la meilleure du monde. Nos cuisines sont des laboratoires inventifs, alors n'ayez pas peur d'aller au restaurant, profitez, sortez... vivez ces moments de partage !

## La recette du succès ?

Nos équipes, assurément... Et de toujours proposer du plaisir dans les assiettes. Nous sommes en recherche perpétuelle du goût, du bon produit. Et la table est le dernier lieu où l'on s'écoute parler, ou l'on partage la vie de chacun. Le temps s'arrête quand on mange, c'est un moment privilégié, alors, encore une fois, savourons ces bons moments...

## Savouring the best moments

From Dinard hotel school to the Villa Archange, from Georges Blanc in Vonnas to Bangkok's Normandy, for 30 years Bruno Oger has been breathing the rarefied air at the pinnacle of French cuisine. The famous chef has recently returned his stoves to celebrate his tenth anniversary at the Cannel, a magical venue instilled with unique Provençal charm.

## Is it the dream of every chef to own an establishment?

I wasn't all that enthusiastic about having my own restaurant, but many other factors weighed in on my decision. When I discovered the Villa Notre-Dame des Anges, I quickly fell under its spell... We have an exceptional natural environment, at the gates of the city, in a Provençal atmosphere that is truly beyond compare!

## You recently celebrated your tenth anniversary, during the lockdown...

The lockdown came as a shock, and we had only four hours to make some radical decisions. The date of the anniversary fell at the beginning of the easing of the lockdown measures, but the lifting of restrictions did not apply to restaurant owners. However, we have to stay positive, as we look back on a wonderful decade; we opened this magnificent Bastide back in 2010, and by 2011 we had already been awarded two Michelin stars. It was the ultimate accolade for us. Now all we need is the third one...!

## You also opened the Bistrot des Anges. It's a great adventure, but managing two different establishments must be quite a challenge...

We have adopted a daily management approach... on the long term. We continue to work on developing projects, but the most important is making sure you are surrounded by the right people. The restaurant business involves many very different lines of work, along with support functions such as accounting and sales. The first qualities I expect from my teams are passion and a sense of responsibility.

## What message do you have for gourmets?

I am optimistic. In the food catering industry, from the small establishment to the star-spangled restaurant, we are all working the same job, and we are all faced with the same issues. But let's be honest: we have never eaten so well in France as in the past 15 years... French cuisine is undisputedly the best in the world. Our kitchens are laboratories and creation factories. So you mustn't be afraid of eating out, of experiencing and enjoying these moments of shared delight.

## What is your recipe for success?

Our teams for sure... and always trying to deliver pleasure to our tables. We are constantly searching for the right flavour, the right product. When we sit down for a meal, it is a moment to listen to one another and to share our lives' stories, something we seldom have the opportunity to do nowadays. Time stands still when we eat, it's a special moment, one we must enjoy and savour...

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Excellence

### Ambiance

...Provençale unique

**2** Etoiles... bientôt trois ?

**10 ans** Pour la Bastide Bruno Oger

**12 ans** L'âge où Bruno Oger découvre et se prend de passion pour la cuisine

## INDISCRETIONS

### Mon équilibre...

...je le trouve auprès de ma famille, c'est mon jardin secret

### Si je n'avais pas été chef...

...je serais certainement devenu agriculteur. J'adore la nature, je ne suis pas un citadin !

### My balance...

...I find it when I'm with my family, it's my secret garden

### If I hadn't been a chef...

...I would certainly have been a farmer. I love nature; I am not a city-dweller.



La Villa Archange &  
Le Bistrot des Anges  
Rue de l'Ouest - Le Cannel  
**+33 4 92 18 18 28**  
reservation@bruno-oger.com  
www.bruno-oger.com

LA VILLA ARCHANGE & LE BISTROT DES ANGES

# Bruno Oger

“ Soyons honnêtes :  
nous n'avons jamais aussi  
bien mangé en France  
que depuis 15 ans... ”

  
Bruno  
Oger

DIRIGEANT - ELEMENTS CARRELAGE

# Matthieu Siciliano

DECORATION  
D'INTERIEUR  
PAR  
VINTAGE  
DESIGN

# La qualité *grand format*

A 30 ans, Matthieu Siciliano a pour ambition de continuer à apposer sa touche personnelle à l'habitat azuréen, de Montauroux à Monaco. Sa méthode ? Proposer son savoir-faire dans les innombrables variétés de carrelages qu'il commercialise et pose depuis 2013 auprès de son père et autour de l'équipe passionnée d'Eléments Carrelage.

## Racontez-nous vos débuts :

J'ai un diplôme d'opticien. J'ai d'abord travaillé dans une boutique monégasque puis pour une grande enseigne, mais je n'y trouvais plus mon intérêt et c'est à ce moment, en 2013, que mon père m'a proposé de m'intéresser à la vente de carrelage. Il est installé depuis plus de 20 ans dans le Var et c'est donc un métier que je connais depuis longtemps, même si lui-même ne souhaitait pas que je prenne sa suite il y a quelques années de cela !

## Quelle vision avez-vous de votre activité ?

Dans toute activité commerciale ou artisanale, j'aime apporter du service à mes clients. Chez Eléments Carrelage, nous avons la diversité du produit, le rapport qualité – prix et je souhaitais me démarquer en ajoutant le maximum de conseil technique et une grande disponibilité.

## Comment avez-vous débuté votre activité commerciale ?

Au début, entre mon domicile à Nice et le showroom de Montauroux, j'ai voulu commencer par optimiser mes déplacements : assez logiquement, il fallait que je trouve sur mon chemin des clients... Puis, dans le cadre de notre développement, nous avons ouvert une entreprise de pose, spécialisée dans les grands formats et les contraintes techniques liées aux nouveaux matériaux.

## Le métier est-il innovant ?

Bien sûr, l'innovation existe dans le carrelage, surtout chez les italiens, qui restent les grands spécialistes de la profession : les matières évoluent, les formats s'agrandissent avec des carreaux qui peuvent représenter d'une seule pièce jusqu'à 4,5 m<sup>2</sup> ! La nouveauté se retrouve aussi dans les méthodes de création des motifs, grâce à la technologie digitale on peut retrouver jusqu'à 40 empreintes différentes sur le carrelage, imitant du bois ou de la pierre...

## Chez Eléments Carrelage, en quoi travaillez-vous différemment ?

Je mets un point d'honneur à intégrer le carrelage dans un projet de décoration plus global : tout est lié dans un projet, qu'il s'agisse de construction comme de rénovation car on ne change pas de carrelage comme on changerait de meuble, nous devons nous intéresser aux goûts de nos clients afin de trouver LE produit adapté à chacun....

## Pour vous, être patron, c'est...

...En réalité, j'ai vite compris que le vrai patron, c'était le client ! Ce n'est pas une posture que de penser comme ça : sa satisfaction est notre principal objectif. Et depuis sept ans, nous mesurons d'ailleurs cet impact sur la recommandation. Il est primordial.

## Quality and large formats

At 30, Matthieu Siciliano wants to continue bringing his personal touch to the homes of the French Riviera, from Montauroux to Monaco. What is his method? His know-how is in tiles, a large variety of them in fact, which he has been selling and laying since 2013 with Eléments Carrelage, his father's company, surrounded by a team of enthusiastic colleagues.

## Tell us how you started off:

I studied to become an optician. I started working for a store in Monaco, and I later went on to work for a larger corporation, but it was a lacklustre experience for me. Then, in 2013, my father offered me a job selling tiles. He had been working in the sector for 20 years in the Var department, so it was a line of work that I was very familiar with, even if my father initially had no plans for me to follow in his foot-steps!

## What vision do you have of your activity?

For any business venture or craft, I want to provide my clients with a service. At Eléments Carrelage, we already boasted a varied range of products and were offering great value, but I wanted to stand out among the competition by adding extensive technical advice and availability.

## How did you start your activity?

At the beginning, I wanted to optimise my commute between Nice, where I live, and the showroom at Montauroux: quite logically, I had to find clients on my way... Then, during our development, we created a company specialised in laying larger formats and in the technical constraints associated with new materials.

## Is it an innovating business?

Of course, there is innovation in the tiling business, in particular among the Italians who are the greatest specialists in the field: materials are changing and the formats are getting bigger, with room-sized tiles that measure up to 4.5 m<sup>2</sup>! Innovation is also found in the methods used to create patterns, and if you rely on digital technologies you can have up to 40 different prints on your tiles, imitating wood or stone...

## At Eléments Carrelage, how is your work different?

I always make sure that my tiling is integrated in a broader interior decorating project: regardless of whether you are building something new or renovating an existing structure, everything is related in a project, and you don't simply change tiling like you would furniture; we have to understand our clients' preferences to identify THE best suited product...

## For you, being a boss, means...

...In truth, I quickly understood that the real boss is our client! This is not posturing: the client's satisfaction is really our main goal. Over the past seven years, we have measured our clients' satisfaction by the recommendations they make. It is crucial.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Disponibilité

« Au service du client »

### Variété

« Notre showroom, c'est la caverne d'Ali Baba ! »

**65 000 m<sup>2</sup>** de carrelage commercialisés l'an dernier

**100 m<sup>2</sup>** de showroom à Montauroux

**40 000 km** par an parcourus pour notre showroom à domicile

## INDISCRETIONS

### Ce qu'on n'imagine pas de lui au premier abord ?

...Ma détermination ! J'ai pu me rendre chez des clients jusqu'à 10 fois avec 50 échantillons différents pour leur trouver le bon produit. Cela les épaté !

### Confiné, sur une île, qu'emporte-t-il ?

Ma femme, ma fille et... ma caisse à outil !

### What people wouldn't guess about you at first sight?

...My determination! I once paid 10 visits to a customer, with 50 different samples to find the right product. They were amazed!

### Alone on an island, what would you take with you?

My wife, my daughter and... my toolbox!

ELEMENTS  
CARRELAGE

www.elements-carrelage.fr

04 94 67 54 69

06 65 02 97 29

06 37 82 47 04

RD562 - Centre Joana  
83440 Montauroux

# Calcul gagnant

Ils sont trois associés. De générations différentes mais avec les mêmes valeurs quand ils parlent de Compta 06, leur cabinet d'expertise comptable, qui couvre cinq secteurs, sur la Côte d'Azur et à Castellane. Avec une large place accordée à l'écoute attentive de leurs clients, particulièrement en cette période d'incertitude économique.

## Présentez-nous Compta 06 :

Nous sommes trois associés, François Hoffert Nicolai, Jérôme Goffard et Anthony Pietri. Compta 06, ce sont 12 collaborateurs répartis sur 5 implantations géographiques : deux cabinets à Nice, une adresse à Villeneuve-Loubet, une au Rouret et une antenne à Castellane. Jérôme s'est associé à François en 2005 après avoir intégré le cabinet en 2002, et Anthony à l'issue de son cursus et de l'obtention de ses diplômes, est devenu associé de Compta 06 en 2018.

## A quoi correspondent vos choix d'implantations ?

Notre objectif était d'ouvrir des structures de dimension raisonnable dans des bassins économiques bien identifiés. Le choix d'un expert-comptable est très souvent motivé par deux facteurs : le bouche à oreille et de manière plus pragmatique, la proximité géographique du cabinet. Le maillage de Compta 06 offre ainsi une vraie proximité avec nos clients qui aiment ce contact privilégié : nous comptons notamment beaucoup d'artisans, de professions libérales dans notre clientèle. Ce qu'ils apprécient est de pouvoir disposer d'un contact direct avec leur expert-comptable et que notre porte leur soit toujours ouverte.

## Comment vos clients ont-ils vécu cette crise ?

Inquiets, ils nous ont beaucoup sollicités, surtout sur la question du chômage partiel. Tout à coup, nous avons vu des dirigeants solides et expérimentés qui ne savaient pas comment réagir et nous avons été là pour les accompagner. Mais même dans une période plus sereine, nous allons toujours plus loin avec nos clients que le seul bilan, nous voulons leur fournir un conseil affiné sur beaucoup d'autres sujets, comme les aspects patrimoniaux, la fiscalité, la vie de l'entreprise, sa transmission, etc...

## Comment abordez-vous la tendance à la digitalisation de vos métiers ?

Nous disposons déjà d'outils performants depuis quelques mois, que nous utilisons suivant la typologie de nos clients. Les plus jeunes n'ont aucune difficulté à fonctionner de cette manière, mais en revanche, nous les voyons de moins en moins au cabinet... Notre métier évolue beaucoup à ce sujet et nous tenons à conserver beaucoup de rapport humain chez Compta 06. Cette transformation numérique va pouvoir nous permettre de travailler différemment et les tâches à forte valeur ajoutée vont se développer, avec plus d'audit et de conseil. A l'inverse, d'autres tâches seront automatisées plus facilement.

## Des projets ?

Nous continuons de travailler sur le développement de l'interprofessionnalité en renforçant nos partenariats avec nos confrères avocats et notaires, afin d'offrir un service complet à nos clients.

## A winning calculation

Three partners from three different generations, but they share the same values as they discuss Compta 06, the firm of chartered accountants covering five sectors in the French Riviera and in Castellane. They devote much of their time to attentively listening to their clients, in particular during these times of economic uncertainty.

## Tell us about Compta 06:

We are three partners, François Hoffert Nicolai, Jérôme Goffard and Anthony Pietri. Compta 06 has 12 employees in five sites: two addresses in Nice, one in Villeneuve-Loubet, one in Rouret and a subsidiary in Castellane. Jérôme partnered with François in 2005 having joined the firm in 2002, and Anthony came on board following his graduation, becoming a partner of Compta 06 in 2018.

## How do you explain your choice of locations?

Our goal was to open reasonably sized structures within well-identified economic areas. The choice of chartered accountant is often driven by two factors: word of mouth and, more pragmatically, the geographic proximity of the firm. The

locations of Compta 06 make it possible to offer true proximity, and our clients are grateful for this privileged contact: we have many craftspeople and liberal professionals among our clients. What they really enjoy is having a direct contact with their chartered accountants and that our door is always open.

## How did your clients experience the crisis?

They were concerned and had many questions for us, especially regarding partial unemployment. Suddenly, we were seeing solid and experienced CEOs who did not know how to react, and we were there to provide our support. But even in calmer waters, we always go the extra mile for our clients, and in addition to yearly reporting, we want to provide sound advice on many other issues, such as their estate, taxation concerns, corporate activities, transmission, etc.

## How do you see the digitalisation trend in your lines of business.

We already had high-performing tools for the past months, which we implement depending on the typology of our clients. The younger ones have no problem operating with these technologies, but they rarely come to see us at the firm... Our jobs are evolving a lot, but we are keen to remain in close contact and to maintain the human dimension at Compta 06. This digital transformation will enable us to work differently and tasks featuring a strong added value will grow, with a larger volume of auditing and consultancy. Inversely, other tasks will be more easily automated.

## Any current projects?

We continue to work on the development of interprofessionalism, by reinforcing our partnerships with our lawyer and notary colleagues, so that we can offer a full service to our clients.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Proximité

### Ecoute

**1.2 M€** de CA en 2019

**5** structures

**12** Collaborateurs

## EN DEHORS DU BUREAU...

...Anthony est fan de golf et a initié Jérôme à la balle blanche  
...François est passionné de tennis

...Anthony is a keen golfer and has initiated Jérôme to the intricacies of the sport  
...François is mad about tennis



www.compta06.fr

Nice Est : 1 rue Joseph Gazan - 04 93 85 91 05

Nice Libération : 3 bd Auguste Raynaud - 04 93 85 91 05

Villeneuve Loubet : 753 route de la Colle

Les Hameaux du soleil - 04 93 22 46 40

Le Rouret : 104 route de Nice - 04 93 66 62 00

Compta 04 à Castellane : 20 bd Saint Michel - 04 92 83 41 87

# Anthony Pietri, Jerôme Goffard, François Hoffert-Nicolai





LISA ROSE STUDIO

# Lisa Pottier

# Mise en beauté

Lisa Pottier a déjà vécu plusieurs vies d'entrepreneuse ! Aujourd'hui praticienne en dermographie esthétique et correctrice, hier fondatrice de sa maison d'édition dans la communication, elle trouve son épanouissement professionnel dans la beauté, en façonnant l'image de ses clients.

## Quel est votre parcours ?

Très tôt, j'ai cherché à devenir indépendante : dès 16 ans, je faisais des petits jobs pour gagner en autonomie... Après des études littéraires, j'ai bifurqué vers l'esthétique et je me suis lancée à mon compte. J'ai dû me rendre à l'évidence : j'étais un peu trop jeune pour la création d'entreprise, je manquais d'expérience...

J'ai ensuite passé 12 ans à travailler dans la publicité pour ma propre maison d'édition où j'ai développé ensuite une agence de création graphique et événementielle : des années riches d'expériences, d'émotions et de rencontres...

## Vous êtes aujourd'hui revenue à vos premiers amours ?

Oui, et au fil de plusieurs formations, je suis devenue praticienne en dermographie esthétique et correctrice, je travaille sur l'embellissement permanent du visage. Je viens d'ouvrir mon studio à Nice sur la Promenade des Anglais, où je réalise toutes mes prestations esthétiques. Finalement un peu comme dans la communication, où je soignais l'image de mes clients !

## Créer sa boîte, c'était une évidence ?

J'ai de nombreux chefs d'entreprise dans ma famille, cela m'a forcément influencée. Mais mon besoin d'indépendance a toujours été très fort et quand vous avez goûté cette liberté professionnelle, difficile de revenir en arrière... A titre personnel, j'ai besoin d'être créative. Être son propre patron me permet surtout de pleinement m'exprimer dans mon travail.

## Selon vous, de quoi a besoin l'entrepreneur qui débute ?

Principalement de notoriété : ce n'est pas parce que vous êtes bon dans votre domaine d'activité que cela se sait autour de vous ! Il faut savoir activer ses réseaux, et surtout parfaire son savoir-faire : je me perfectionne continuellement en me formant régulièrement aux nouvelles techniques. Il faut beaucoup de motivation, mais de toute façon, l'entrepreneuriat relève de la passion !

## Des projets ?

Dans une démarche de beauté globale, je développe des partenariats avec des chirurgiens esthétique, dont les patients peuvent être intéressés par mes prestations d'embellissement permanent, et mes clients par leur travail médical. Par la suite, je réfléchis à créer un institut de formation aux techniques que je propose. La transmission du savoir m'intéresse beaucoup.

## Achieving beauty

Lisa Pottier has already had several entrepreneurial lives! She founded her own publishing company where she specialised in communication and PR, but she later found professional fulfilment in the beauty industry, and she now is a practitioner of aesthetic and corrective micropigmentation, working on the image of her clients.

## Tell us about your professional career?

I sought to be autonomous at an early age: at 16 I worked a variety of small jobs to secure my financial independence... After literary studies, I focused my energies on the beauty industry, and created my own business. I soon realised that I was a little too young and inexperienced to start my own company...

I spent the next 12 years working in advertising for my own publishing company, where I later developed a graphic arts and events firm: those years were an emotional rollercoaster, but I gained a lot of experience and met many interesting people...

## Now, you have returned to your first love, right?

Yes, I followed various training courses and I started working as an aesthetic and corrective micropigmentation specialist. In other words, my work is to bring permanent embellishments and enhancements to the faces of my clients. I have recently opened my studio on the Promenade des Anglais in Nice, where I ply my aesthetic trade. It is not that different from my advertising career, where I also had to improve the image of my clients!

## Did you always know that you would create your own company?

My family boasts quite an impressive list of CEOs, so I'm sure that might have influenced me. My need for independence has always been very strong, and once you have had a taste of professional freedom, it's hard to go back... On a personal level, I need to be creative. Being my own boss allows me to express myself fully in my work.

## What advice would you give to a budding entrepreneur?

You need notoriety: being good in your line of business is not enough, you also have to advertise that fact! You need to activate your networks, and hone your skills: I am continually improving my trade by following training courses on the latest techniques. You need a lot of motivation, but in any case, entrepreneurship requires passion.

## Any current projects?

In a global approach to beauty, I am developing partnerships with cosmetic surgeons whose patients might be interested in my permanent makeup services. Inversely, my clients might be interested in their medical work. Later, I am thinking of starting an institute where people can learn the techniques I use. The transmission of knowledge is something that is very important to me.

## INDISCRETIONS

### A première vue, on ne devine pas...

« ...Que je joue très bien du piano »

### Un rêve inavoué

« ...Composer une musique de film et avoir l'audace de la proposer à un réalisateur ! »

### Confinée sur une île déserte, elle emmène...

« ...Un bon écran total pour la peau ! » (rires)

### At first sight, something we wouldn't be able to guess about you...

"... That I am an excellent piano player"

### A secret dream

"... Composing the score for a film, and having the audacity of sending it to a filmmaker!"

### Alone on an island, you bring...

"... good sunscreen to protect my skin!" (laughter)...

## EN 2 MOTS, 2 CHIFFRES

Indissociables :

**beauté naturelle**

**2 h** en moyenne  
par prestation pour

**2 ans** de tranquillité

LISA ROSE  
Studio

331 Promenade des anglais  
06000 Nice

Tél. 06 28 53 65 92

#lisarose\_studio  

# Pour parler qualité

Il a débuté dans la traduction pour financer ses études à l'étranger. Près de 25 ans après s'être lancé comme indépendant, Nicola Gentile a parcouru du chemin et fait aujourd'hui travailler près de 300 traducteurs au service de ses clients, de la Côte d'Azur et du monde entier. Signe particulier : amoureux des mots et de littérature, il aime manier les subtiles nuances du langage pour que chacun de ses travaux reste unique.

## The language of quality

*He took his first steps in the translation industry just so that he could finance studies abroad. Some 25 years after having started out as a freelancer, Nicola Gentile has come a long way; he relies on close to 300 translators working at the service of his clients in the French Riviera and throughout the world. His distinctive quality resides in his love for words and literature. He enjoys playing with subtle linguistic nuances, making each of his translations unique.*

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Efficiences

Studio Gentile a la culture du résultat

### Certification

Agence certifiée Iso 9001-2015

**3** Sites : Sophia Antipolis, Monaco et Nice

**300** Traducteurs

**25** Ans, l'an prochain !

## INDISCRETIONS

### Son mantra :

« Le bonheur n'est pas au bout du chemin, il est le chemin ».

### Passionné...

...de peinture, de théâtre et membre de l'association monégasque Dante Alighieri qui a pour objectif de diffuser et promouvoir la langue et la culture italienne.

### What is his mantra?

"Happiness is not at the end of the road, it is the road".

### Passionate...

...about art and drama. I am a member of the Monaco Dante Alighieri association, the purpose of which is to promote the Italian language and culture.

Il ne comprend qu'une seule langue : celle de la qualité. Parce que la traduction est un secteur très concurrentiel où tout le monde peut se lancer sans diplôme, Nicola Gentile a rapidement fait le pari de la certification de son travail. Aujourd'hui, avec son système de qualité certifié par la Norme ISO 9001-2015, Studio Gentile propose des traductions libres ou assermentées et un service d'interprétariat certifié sans oublier les formations en langues étrangères sur mesure.

## Comment avez-vous débuté dans la traduction ?

Originaire de la région des Pouilles en Italie, j'ai étudié dans plusieurs pays du monde (France, Belgique, Angleterre, Etats-Unis...) où j'ai commencé par enseigner ma langue maternelle comme job étudiant. A la suite de mes études de philosophie, j'ai passé le diplôme Ditals pour valider ma formation de traducteur et j'ai commencé à travailler ici pour des professionnels : agents immobiliers, chirurgiens esthétiques mais aussi pour des écoles de commerce comme l'Ildrac, l'ISN, Pigier...

## Cela a tout de suite fonctionné ?

Non, mais je suis du genre têtu... ! Il a fallu faire notre place. Nous avons aujourd'hui trois implantations, à Sophia Antipolis, Nice et Monaco.

## Comment garanzissez-vous la qualité de votre travail ?

Les traducteurs que nous choisissons pour nos clients ne traduisent que vers leur langue maternelle. Ils sont le plus souvent certifiés et justifient de diplômes officiels. Car en général vous n'avez pas besoin de titre officiel pour vous lancer dans la traduction. C'est pour cela que nous nous sommes orientés vers la certification. Et nous serons votre unique interlocuteur si vous devez traduire en plusieurs langues. Nos clients fidèles ne s'y trompent pas et travaillent avec nous depuis plus de 15 ans.

## Comment appréhendez-vous l'arrivée de l'intelligence artificielle dans vos métiers ?

Je crois beaucoup aux nuances et aux degrés...La traduction assermentée ne sera pas touchée par l'IA et elle concerne plus de la moitié de notre activité. L'interprétariat non plus, de même que certains travaux comme les traductions juridiques qui ne peuvent se passer de l'humain pour rester de qualité.

In fact, there is only one language he truly understands: the language of quality. The translation industry is highly competitive, and almost anyone can set up shop as a self-proclaimed translator. This is why, very early on, Nicola Gentile banked on the importance of achieving work certifications. Now, with a quality system that is certified by Standard ISO 9001-2015, Studio Gentile offers free and sworn translations, along with certified interpreting services. The company also provides customised foreign language courses.

## What attracted you to the translation industry?

I come from the Italian region of Apulia. I studied in several countries (France, Belgium, England, the US...), which brought me to start teaching my mother tongue as a student job. After my studies in philosophy, I took the Ditals certification to complete my translator training and I started working here for various professionals: realtors, cosmetic surgeons and various business schools such as Ildrac, ISN, Pigier...

## Did it yield immediate results?

No, but I am a stubborn man...! We had to work hard to create our space in the market. We now have three sites, in Sophia Antipolis, Nice and Monaco.

## How are you able to guarantee the quality of your work?

The translators we select for our clients only translate into their mother tongue, and they often hold certifications or official diplomas. Generally, you don't need to have a diploma to start off as a freelance translator. This is why we have been focusing our attention on certifications. We are also your single contact person if you want translations into numerous languages. Our loyal customers know that they can rely on us, and have been working with us for more than 15 years.

## How are you preparing for the emergence of AI in your lines of work?

I am a firm believer in nuances and subtleties... Sworn translations will not be affected by AI and constitute more than half of our business volume. Interpreting will not be affected either, nor will projects such as legal translations that require the human touch if they are to achieve a high level of quality.



**STUDIOGentile®**  
Traduction • Formation • Interprétariat

[www.studio-gentile.fr](http://www.studio-gentile.fr)

Sophia Antipolis - 291 rue Albert Caquot - 04 92 09 97 50 - [contact@studio-gentile.fr](mailto:contact@studio-gentile.fr)  
Monaco - 74 Boulevard d'Italie - 00377 97 70 76 60 - [contact@studiogentile.mc](mailto:contact@studiogentile.mc)  
Nice - 29/B Rue Pastorelli - 04 92 09 97 50 - [contact@studio-gentile.fr](mailto:contact@studio-gentile.fr)

STUDIO GENTILE

# Nicola Gentile



“ Je crois beaucoup aux nuances et aux degrés... La traduction assermentée ne sera pas touchée par l'Intelligence Artificielle ”

PORTRAITS | BORN TO BE BOSS !

ZELOS, METTET, SHARKS D'ANTIBES

# Freddy Tacheny

# Le sport, catalyseur économique et social

C'est par amour du sport que Freddy Tacheny a endossé le rôle d'entrepreneur à succès. La moto, le basket : tout n'est qu'une question de passion pour le Président des Sharks d'Antibes.

## Comment êtes-vous devenu chef d'entreprise ?

J'ai tout d'abord coordonné le département marketing de la régie publicitaire de RTL en Belgique, avant de la diriger pendant plus de 10 ans. RTL m'a ensuite proposé la direction de son entité belge. Après 10 ans à ce poste, j'ai décidé de lancer ma propre société dans mon univers de passion, le sport. Et cela fait bientôt 10 ans que Zelos existe. J'ai investi, dans ce contexte, il y a 7 ans dans le Club d'Antibes et je suis Président aussi d'un circuit moto et auto à Mettet, où je suis né.

## Pourquoi ce secteur d'activité ?

La passion. Rien ne peut vous diriger autrement vers le sport... C'est un secteur basé sur l'émotionnel, et nous essayons d'y apporter un certain côté rationnel.

## Après la crise sanitaire... ?

...On affronte et on repart. La vie n'est pas faite pour se terrorer.

## Qu'est-ce que vous ferez mieux ? Qu'est-ce que vous ne ferez plus ?

Mieux, la sphère personnelle. M'accorder plus de temps pour mon univers personnel.

Moins : éviter les pertes de temps avec les beaux parleurs.

## Qu'apprend-on de cette situation ?

Soi-même. On se découvre une patience, un sentiment étrange d'interdiction de travailler, de circuler, c'est une perception jamais ressentie pour les entrepreneurs que nous sommes, dans nos démocraties. Il faut néanmoins en retirer quelque chose de positif... Cette patience et une créativité revigorée pour réinventer de nouveaux modèles économiques indispensables, après cette interruption forcée.

## La réforme économique qui serait la plus judicieuse ?

La détaxation totale envers les investissements et opérations de soutien dans le sport. Tel qu'il existe dans l'univers cinématographique. Il faut encourager les investissements dans le sport. C'est un fantastique catalyseur économique et ... social. Le meilleur outil favorisant la mixité sociale.

## Sport, an economic and social catalyst

*Love for sports is what pushed Freddy Tacheny to embrace the role of successful entrepreneur. Motor biking, basketball: for the Manager of the Antibes Sharks, it is all about the passion.*

## How did you become a corporate leader?

*I started my career by coordinating the marketing division of RTL's advertising network in Belgium, before being appointed for a ten-year tenure as its director. RTL then promoted me to head their Belgian entity. After a decade in that position, I decided to start my own company in the field that is dearest to me, sports. And Zelos is now nearing its tenth anniversary. Seven years ago, I made an investment in the Antibes Club, and I am also the Chairman of a motorbike circuit in my birth town of Mettet.*

## Why did you choose this specific field?

*It basically boils down to passion. It's the only thing that really drives people working in sports... It's a field that is uniquely based on emotions, and we just try to provide a touch of rationality.*

## In the aftermath of the health crisis...?

*...We face the issues, dust ourselves off and start again. Life is too short to cower away.*

## What will you do better? What will not do again?

*Better, my personal life. I would allow myself more time for my personal ambitions.*

*And in the future, I will try not to waste time with smooth talkers who haven't anything to offer.*

## What does one learn in such a situation?

*We learn about ourselves. We discover patience, along with the strange feeling that comes with a lockdown on work and travel; it's something we've never had to contend with as entrepreneurs, or more broadly in our democratic systems. But we must still take something positive out of the situation... Patience and renewed creativity to reinvent our economic models, which will prove indispensable after this forced lockdown.*

## What is the soundest economic reform?

*Tax exemptions for investments and financial operations in support of sports. I'm talking about the same exemptions that are applied to the film industry. Investments in sports need to be encouraged. It's a fantastic catalyst, economically and... socially. It's the best tool we have to encourage social diversity.*



www.zelos.be



www.circuit-mettet.be



www.sharks-antibes.com

3 BOÎTES,  
6 CHIFFRES

### Zelos

+/- 10 personnes  
5 M€ CA

### Mettet

Circuit Jules Tacheny  
+/- 10 Personnes  
2 M€ CA

### Sharks d'Antibes

+/- 20 personnes  
3 M€ de CA

## INDISCRETIONS

### On est sûr(e) de vous plaire si... ?

Si on est sincère, intéressé(e) et ouvert(e) aux changements, fiable et décideur(euse).

### Ce qui vous agace au plus haut point ?

Les gens qui se prennent au sérieux, ou qui abusent de leur position soi-disant importante.

### L'employé(e) idéal(e) ?

Un(e) passionné(e) de sport, passionné(e) de passion.

### Une île déserte, un confinement : qu'embarquez-vous ?

Sans hésitation de la musique (Genesis, Supertramp, Deep Purple, AC/DC...), du WIFI et mon ordinateur !

### Qu'est-ce qu'on n'aurait jamais imaginé de vous au premier abord ?

Que je suis fou de moto. Au sens premier du terme.

### Votre phrase fétiche ?

« If you don't fit the rules, f\*\*\* the rules » ©! Plus sérieusement, je me répète l'adage de mon père, que j'ai perdu jeune : « Fais ce que les autres n'osent, ne veulent ou ne savent pas faire ». J'essaie de mon mieux...

### You like people who are...?

Sincere, interested, open to change, reliable and proactive.

### What annoys you the most?

People who take themselves too seriously, or who misuse their power or status.

### The ideal employee?

Passionate about sports, passionate about passion.

### On a desert island, or during a lockdown, what do you take with you?

Without hesitation music (Genesis, Supertramp, Deep Purple, AC/DC...), a Wi-Fi connection and my computer!

### Tell us something one wouldn't have guessed about you at first sight?

That I am mad about motor biking. Quite literally barking mad.

### Your favourite saying?

"If you don't fit the rules, f\*\*\* the rules" ©!  
More seriously, I lost my father at an early age, but I remember something he used to say: "Do the things others don't dare to do, don't want to do or don't know how to do". I try my best.

# Convivialité *partagée*

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Rosés

Ils représentent 90 % de la production

### Biodynamie

Précurseur sur la préservation de l'environnement, de la plantation de la vigne jusqu'au consommateur

**1189** date de fusion des deux familles, Chevron et Villette

**12** domaines exploités par Chevron Villette Vigneron

**1919** premières vignes plantées à Reillanne par le grand-père de Guillaume de Chevron Villette

## INDISCRETIONS

### Confiné sur une île déserte...

... « Avec la famille, les amis, du rosé, évidemment... et des boules de pétanque ! »

### Son spot préféré

« Je parcours la France, mais enfant du pays, je passerais des heures à regarder la rade de Villefranche. Le Mayssa Beach, qui surplombe, est un peu ma cantine. Et son patron, Jean-Claude Vannini, un mentor dans ce métier, qui représente, à travers son esprit de Famille, ses établissements et ses équipes, tout ce que j'aime dans ce métier : l'humilité, le service, la gentillesse, le partage et l'exemplarité ».

### Trapped on a desert island?

... "With family, friends, some rosé of course... and pétanque balls!"

### His favourite spot

"I am always travelling the country, but as a local, I could spend hours staring at the roadstead of Villefranche. The Mayssa Beach, overlooking it, is my canteen. And the owner, Jean-Claude Vannini, is a mentor who embodies, through his Family spirit, his establishments and his teams, everything I love about this job: the humility, the service, the kindness, the sharing and the exemplarity".

Fabrice Claudel, directeur commercial CHR (Café Hôtellerie Restauration) des Vignobles Chevron Villette, ne conçoit son métier que sur l'affect, l'écoute et le partage. A l'image de l'histoire de la famille de Chevron Villette, dont il partage les valeurs d'humanité. Plaisir de la rencontre, convivialité : Fabrice Claudel nous emmène en tournée...

Après son passage au Lycée Hôtelier Paul Augier et un BTS Tourisme, il s'essaye à la restauration et au service, fait ses armes en Angleterre pour se frotter à l'hôtellerie, et dirige même un golf. Avant de tenter l'aventure commerciale à l'époque où les vins E & J Gallo voulaient conquérir le vieux continent avec leurs breuvages californiens... « Une très bonne école de vente » sourit Fabrice Claudel. Aujourd'hui, la branche CHR qu'il dirige chez Chevron Villette Vigneron (le plus important producteur de vins à titre privé en Provence avec 500 ha de vignes exploitées) écoule jusqu'à plus de 400.000 bouteilles en CHR chaque année dans toute la France. Il y a 8 ans, c'était quatre fois moins, quand la marque n'avait pas encore cette notoriété, notamment sur la Côte d'Azur.

### Comment définiriez-vous votre métier ?

Je suis un épicurien : fils de cuisinier, élevé par un pâtissier... Nous avons un métier de contact où nous vivons des aventures humaines extraordinaires, où l'affect a toute sa place. Le vin, c'est avant tout du partage, de la convivialité et du plaisir : on vend du rêve en bouteille ! Evidemment, comme beaucoup, je ne pourrais vendre un produit auquel je ne crois pas, donc lorsque j'ai rencontré le Comte Guillaume de Chevron Villette, j'ai été avant tout touché par son histoire et son savoir-faire. Il a choisi ce métier pour rendre hommage aux générations passées, avec compétence et humilité.

### Comment faites-vous grandir la notoriété des vins Chevron Villette ?

Il y a 10 ans, Guillaume a décidé de travailler sur l'image pour se faire connaître du grand public. C'est dans ce but qu'a été créé le département CHR que je dirige. J'ai une grande liberté pour travailler sur la stratégie commerciale, le packaging et les partenariats que nous menons dans le sport et la culture, souvent locaux. Ils ont les mêmes valeurs que nous : ils sont historiques, populaires et veulent « jouer » dans l'élite ! A l'image de l'OGC Nice, dont nous sommes fournisseurs officiels depuis 8 saisons. Nous travaillons aussi en collaboration avec des artistes azuréens mais aussi des entités telles que Panda Events, l'Opéra et le Théâtre de Nice...

### Qu'est-ce que le client recherche aujourd'hui ?

Principalement des vins clairs et de bon rapport qualité/prix. Même si beaucoup persistent encore à dire que le rosé n'est pas du vin, je les invite à venir voir comment on l'élabore car il est l'un des vins les plus techniques à réaliser.

### Des nouveautés sont à venir ?

Le Château Reillanne disposera de ses espaces réceptifs au printemps 2021 avec ses chambres d'hôtes et son caveau : idéal pour nous faire connaître, inviter à déguster nos cuvées et partager notre belle histoire familiale...

### Shared conviviality

Fabrice Claudel, the sales director of the CHR (Café, Hotel and Restaurant) division of the Vignobles Chevron Villette wine estate, understands his work to be about forging relations, sharing and listening. In this, he reflects the history of the Chevron Villette family, with whom he shares strong humanistic values: the pleasure of meeting people in a friendly atmosphere. Fabrice Claudel takes us on a tour...

He studied at the Paul Augier hotel school and graduated with a BTS in tourism. He started his career in the catering and service industry, before learning the tricks of the hotel trade in England, and going on to manage a golf course. It was before his business venture, back in the day when E & J Gallo wanted to conquer the old continent with their Californian beverages... "It was a very good sales school" Fabrice Claudel remembers with a smile. Now, the CHR division he runs at Chevron Villette Vigneron (the biggest private wine producer in Provence, exploiting some 500 ha of vineyards) sells in excess of 400'000 bottles per year in all of France. This is four times the amount they were selling eight years ago, when the brand had not yet gained its notoriety, especially in the French Riviera.

### How do you define your job?

I am an epicurean: I am the son of a cook, brought up by a pastry chef... We work in jobs that bring us into contact with other people and allow us to experience amazing human adventures, where relations are everything. Wine is the idea of sharing a moment of pleasure among people we appreciate: we are selling a bottled dream! Like many others, I could also try to sell a product that I don't believe in, so when I met Count Guillaume de Chevron Villette, I was touched by his history and his know-how. He chose this career because he wanted to pay homage to past generations, with competence and humility.

### How are you increasing the notoriety of Chevron Villette wines?

Ten years ago, Guillaume decided to work on improving the image of the brand, and to promote it to a broader audience. That was the reason behind the creation of the CHR division that I run. I enjoy great freedom to work on our sales strategy, our packaging and our partnerships in the world of sports and culture, generally on a local level. They share our values: they are historic, popular, and they want to play with the elite. This is clearly the case for our partnership with OGC Nice, for whom we are the official suppliers for the eighth season running. We also collaborate with local artists, as well as other entities such as Panda Events, the Opera and the Theatre of Nice...

### What is the modern customer looking for?

Mainly, they want clear wines that offer good value. Although many still maintain that rosé is not wine, I would encourage them to come and see how we make it, because it is one of our more technically challenging wines.

### Any new releases to look forward to?

The Château Reillanne will feature reception areas by spring 2021, with guest rooms and a wine cellar: it's the ideal venue to get people to know us, to sample our wines and share our great family story...



### Château Reillanne

Route de St-Tropez  
83340 Le Cannet des Maures  
Tél. 04 94 50 11 70

Fabrice Claudel 06 60 05 90 70  
www.chevron-villette-vigneron.com

DIRECTEUR COMMERCIAL CHR - VIGNOBLES CHEVRON VILLETTE

# Fabrice Claudel



PORTRAITS | BORN TO BE BOSS!



DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GRIMALDI FORUM MONACO

# Sylvie Biancheri

“ Notre image, la reconnaissance de notre travail sont avant tout liées à la qualité de notre équipe. ”

# Culture de l'excellence

Elle a vécu et suivi de près la construction de l'outil culturel qu'elle dirige depuis 17 ans. En Principauté, Sylvie Biancheri nous (ré)ouvre les portes du Grimaldi Forum Monaco, ce splendide écrin dont la dualité congrès – culture s'exprime naturellement à travers plus de 100 événements annuels où les majestueuses expositions se conjuguent avec les congrès de réputation internationale.

## Quel est votre parcours ?

Mes origines sont parisiennes, où j'ai fait une école de commerce et ai débuté dans la finance, en banques d'affaires, dans le crédit à l'exportation des grandes entreprises. J'ai poursuivi dans le courtage en assurances puis j'ai rencontré mon futur époux et c'est l'amour qui m'a conduit à Monaco. J'ai dans un premier temps intégré la Direction du Tourisme et des Congrès en 1995. Le Grimaldi Forum Monaco était en projet. Dès 1998, j'ai fait partie de la cellule de préfiguration qui assurait le suivi des travaux et leur adaptation à la double fonctionnalité du bâtiment : culture et tourisme d'affaires. Inauguré en 2000, j'en ai pris la direction en 2003.

## Vous fêtez vos 20 ans cette année...

Pas comme nous le souhaiterions -hélas, mais nous préparons quelques surprises pour que cet anniversaire marque les esprits.

## Comment avez-vous repris vos activités ?

Dans une attitude très positive, très dynamique. Nous avons repris une activité soutenue en commençant par reporter les dates des événements annulés par la crise sanitaire. Les rendez-vous bien installés comme le Sportel, Luxe Pack... auront ainsi lieu à l'automne. Il a fallu jouer au « tetris » pour parvenir à maintenir un programme qui devrait être aussi dense qu'habituellement à l'automne.

## Qu'est-ce que cela vous a apporté ?

J'ai dû apprendre -et ce n'est pas mon fort ! (rires)- une certaine patience. Je suis très proactive et j'ai tendance à vouloir que les choses aillent vite ! Cela nous a aussi permis de mener une réflexion sur des solutions complémentaires à la tenue d'événements. Et notamment des visites virtuelles de salons qui sont en phase de test. Cela doit diversifier notre offre. Notre approche commerciale nous amène également à nous recentrer sur des marchés de proximité, en zone Europe.

## Comment travaillez-vous sur l'offre ?

Avec mon équipe, il y a une forte interaction, ils sont réactifs et nous fourmillons d'idées. Les décisions sont prises de manière collégiale car je crois si l'on n'est pas convaincu, on travaille moins bien. Et notre image, la reconnaissance de notre travail sont avant tout liées à la qualité de notre équipe. Notre bâtiment est beau, propose des prestations de très haut niveau mais les services délivrés grâce à l'expertise de cette équipe en font toute sa valeur : les événements s'en ressentent et bénéficient de ce cercle vertueux.

## Qu'attendez-vous de vos collaborateurs ?

De la loyauté, du dynamisme et de la créativité.

## Quelle satisfaction vous apporte votre métier ?

De me dire que nous sommes partis de zéro et avons su asseoir notre légitimité, dans deux mondes éloignés l'un de l'autre. C'est une satisfaction sans égal, et notamment lorsque cette légitimité émane du monde culturel, réputé pour son exigence. Nous avons su tisser des liens de qualité avec de grandes institutions, ce dont nous sommes très fiers.

## The culture of excellence

She closely monitored and lived through development of the instrument of culture that she has been running for the past 17 years. Sylvie Biancheri reopens the doors of the Grimaldi Forum Monaco, a splendid site that serves both as a congress centre and a cultural venue. This duality translates into over 100 events every year, combining majestic exhibitions and congresses of international renown.

## Tell us about your professional career?

I am from Paris, where I attended a business school and took my first steps in the world of finance, with a merchant bank, working on export credit for large corporations. I went on to work in insurance brokerage, but then I met my future husband, and it was love that brought me to Monaco. I found a job with the Tourism and Conventions Authority in 1995. The Grimaldi Forum Monaco was still a project back then. From 1998, I was part of the forward team tasked with monitoring work and ensuring that the building was suited to its dual purpose: culture and business tourism. It was inaugurated in 2000, and I was appointed its director in 2003.

## You'll be celebrating its 20th anniversary this year...

Not in the pomp we had wanted, unfortunately, but we still have some surprises in store to make sure this anniversary stays in people's minds.

## How have you been resuming your activity?

By adopting a highly positive and energetic attitude. Our operations are back in full swing as we have had to postpone all the events that had been cancelled by the health crisis. Well-established events such as Sportel, Luxe Pack and others will take place in autumn. It has been a game of Tetris, trying to come up with a schedule that should be as packed as usual this autumn.

## What did you learn from the crisis?

I had to learn, and this is not my strong suit, (laughter) the art of patience. I am a very proactive person and I generally want things to happen fast. It allowed us think out of the box to find solutions to complement our events. For example, we are currently testing virtual tours of our trade fairs. The idea is to diversify our offering. Our business strategy is also to focus on markets that are closer to home, in the EU.

## How are you developing your offering?

I interact a lot with my team, they are highly responsive and we have millions of ideas. Decisions are made in a spirit of collegiality, because I'm not sure you can do good work on an idea you don't believe in. Our brand and the recognition of our work are due to the quality of our team. We have a beautiful building, we provide high-end services, but our real value resides in the hard work that the team puts in: it is a virtuous circle that is reflected in the quality of our events.

## What do you expect from your team?

Loyalty, energy and creativity.

## What brings you the most satisfaction in your work?

To realise that we started from nothing and now we have secured our legitimacy, in two areas that are worlds apart. It's an immense source of satisfaction, especially knowing that our legitimacy extends to cultural circles, known to be very demanding. We have forged excellent relations with big institutions, something we are very proud of.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

**Culture**

**Congrès**

**Plus de 100**

Événements annuels

**250.000**

Visiteurs par an

**6.000 m<sup>2</sup>**

Surface d'exposition supplémentaire gagnée sur l'extension en mer de la Principauté fin 2024

## INDISCRETIONS

### Sportive...

... « malgré moi ! Deux fois par semaine, je m'astreins, dès 6 h 30, à des séances de gymnastique »

### Elle adore...

... « Visiter des musées, salles de spectacle, pour voir ce qui se fait ailleurs, c'est toujours riche d'enseignement, il faut savoir apprendre des autres ! »

### Sports...

... "Unwillingly! Twice a week, at 6.30, I force myself to do some exercise"

### She loves...

... "Visiting museums and theatres to see what others are doing, there's always so much to learn from other people!"



10 Avenue Princesse Grace  
MC 98000 Monaco  
**+377 99 99 20 00**  
[www.grimaldiforum.com](http://www.grimaldiforum.com)

# Ambiance club

Sébastien Corbelli dirige le Tennis Club de Vence depuis 2009 et ne manque pas d'ambitions pour que ses 300 licenciés continuent d'y prendre du plaisir chaque semaine. Aux petits soins pour ses membres, le professeur de tennis et de padel milite surtout pour qu'au-delà du business, l'humain reprenne toute sa place dans le monde du sport-loisir.

## Sébastien, quel est votre parcours professionnel ?

Je suis arrivé en tant que professeur au Tennis Club de Vence en 2001. J'avais tenté ma chance pour faire carrière comme joueur professionnel mais, pragmatique, et face aux investissements que représente le fait de jouer sur le circuit, j'ai décidé de passer mon monitorat à 24 ans pour enseigner à 25. En 2009, un appel d'offres pour diriger le club a été lancé. Je ne l'ai pas remporté mais j'en suis devenu directeur. Cela s'est bien passé mais je n'avais pas les mains libres pour faire ce que je voulais. J'ai remporté l'appel d'offres de 2015 et là, j'ai pu me lancer dans le développement du club. J'aurais pu décider de ne pas investir mais je voulais faire plus beau et plus grand. J'ai donc lancé un 3<sup>e</sup> court de padel couvert, puis j'ai développé la restauration et au total j'ai investi plus de 200.000 € en 5 ans.

## C'est ça être chef d'entreprise pour vous : prendre des risques ?

Cela dépend où on place le risque : moi j'étais convaincu que cela marcherait... Je ne sais pas si j'ai pris un risque, je suis plutôt têtue dans le bon sens du terme. Ma banque m'a suivi et aujourd'hui, je pense que l'on peut dire que c'était une bonne idée !

## Prochaines étapes ?

Je fourmille de projets ! Mais je suis un peu limité dans le temps car la DSP (Délégation de Service Public, NDLR) se termine dans un peu plus de 4 ans. Les idées ne manquent pas : ajouter une piscine, un terrain de foot, refaire le club house... Nous verrons. Sur la crise que nous venons de vivre, j'estime avoir bien géré le club car nous n'avons pas de problème de trésorerie. Je suis très prévoyant mais toujours optimiste : mes business plans étaient par exemple très prudents.

## Comment voyez-vous l'évolution du business du sport loisir ?

Il faut se méfier : beaucoup de clubs sont dans la difficulté. Certains clubs de padel qui n'ont que cette activité par exemple. De même que je ne crois plus au seul tennis dans un club : ce qui fait venir le client, c'est la diversité des jeux de raquettes. Promouvoir d'autres activités, c'est intelligent. Sur le padel, nous sommes partis de zéro et nous avons aujourd'hui 150 joueurs réguliers et 700 à 800 de passage. Ces activités sont très complémentaires. Je crois surtout à cette ambiance « club ». C'est le plus important : dans les années 80, on passait la journée au club. On faisait du vélo, on jouait, on faisait du mur, on déjeunait... Les week-ends se terminaient à 22 h le dimanche soir !

## C'est ça qui est innovant aujourd'hui ?

Oui, le retour à l'humain ! Il faut que le ludique revienne... Le sport, c'est important mais c'est surtout de prendre du plaisir qui est indispensable en le pratiquant ! Et que nos clubs soient donc de vrais lieux de vie : l'évolution, je crois sincèrement qu'elle est là...

## Club atmosphere

*Sébastien Corbelli has been running Vence Tennis Club since 2009, and he has plenty of ideas to ensure his 300 registered players can continue to enjoy their sport every week. As a tennis and padel coach, he takes good care of his members, but his primary focus is making sure that the human dimension, rather than monetary considerations, plays the biggest role in the sports and leisure industry.*

## Sébastien, tell us about your career?

*I arrived at Vence Tennis Club as a tennis coach in 2001. I had tried my luck as a professional tennis player, but I struggled to secure the funding to play on the professional circuit, so I decided to take my coach exam at 24, and started coaching at 25. In 2009, an invitation to tender to run the club was launched. I didn't get the job, but I was appointed director. It went well, but I didn't enjoy enough freedom to do what I wanted. I won the 2015 tender, which allowed me to invest my efforts in developing the club. I could have decided not to invest, but I wanted the club to*

*be bigger and more beautiful. I therefore opened a third indoor padel court, developed our catering activities, and in total I invested in excess of 200'000 € over five years.*

## EN 1 MOT, 3 CHIFFRES

### FFT

« Depuis la reprise du Padel par la fédération Française de Tennis en 2015, beaucoup de travail a été fait et elle a mis en place un circuit très bien organisé »

**300** licenciés

**8** terrains de tennis

**3** courts de padel dont 1 couvert

## INDISCRETIONS

### Sa passion ?

La pêche sous-marine...

### Confiné sur une île déserte, il emmène avec lui...

Evidemment, ma famille, mes palmes, mon masque et un tuba !

### What is your passion?

Spearfishing...

### Trapped on a desert island, you bring...

My family, obviously, my fins, my mask and my snorkel...

## Is that what being a CEO means to you: taking risks?

*It depends where you take the risk: I was certain that it would work... I'm not even sure that I took a risk at all, I am generally quite stubborn, but in a good way. My bank decided to trust me and today, I think we can agree that it was a sound idea!*

## What are the next steps?

*I have stacks of projects. I am a bit limited because the DSP (public service delegation agreement, editor's note) runs out in a little less than four years. But there are many ideas, like adding a swimming pool, a football pitch, renovating the club house... we'll just have to wait and see. Regarding the recent crisis, I feel I managed the club well, as we are not experiencing cash flow issues. I am very cautious, but always an optimist: my business plans always strayed on the side of prudence, for instance.*

## How do you foresee the evolution of the sports and leisure industry?

*You have to be wary, as many clubs are facing difficult times. For example, this is happening to clubs that focus exclusively on padel. Also, I don't believe that a club can only cater for tennis players: people who come to the club want to be able to enjoy a variety of racket games. Promoting other activities is the smart thing to do. Regarding our padel operation, we started from scratch and now we have 150 regular players and 700 to 800 occasional players. These activities complement one another perfectly. I really believe in the "club" atmosphere. It's the most important aspect: back in the 80s, people would spend the entire day at the club. You would cycle, play, climb, have lunch... Weekends would end at 10pm on Sunday evening!*

## Is that where the innovation is today?

*Yes, we have to return to the human dimension! We need some fun back in our lives... Sport is important, sure, but what is even more important is to enjoy it! Our clubs can become places of social life: I sincerely believe that we have to evolve in that direction...*



**Tennis Club de Vence**

1 Chemin de La Plaine - Vence

**04 93 58 15 50**

[www.tennis-padel-vence.com](http://www.tennis-padel-vence.com)

DIRIGEANT - TENNIS CLUB DE VENCE

# Sébastien Corbelli



PORTRAITS | BORN TO BE BOSS !



CHEF - LE GASTRO LE BISTROT DE SA VIE

# Daniel Desavie

# A l'écoute des tendances

Adeptes d'une cuisine authentique où le goût prime sur tout, amoureux de son métier, le chef Daniel Desavie cultive depuis 20 ans la passion des bons produits dans ses restaurants de Valbonne. Conjoncture, clientèle, nouveautés : toujours à l'écoute des tendances, le chef nous ouvre aujourd'hui son livre de recettes pour rester optimistes.

## Comment avez-vous débuté ?

Je suis originaire de Troyes. Mon père et mon frère étaient cuisiniers. C'est à l'occasion du concours du meilleur apprenti de France que Roger Vergé, examinateur, m'a proposé de venir travailler à ses côtés, au Moulin de Mougins. J'y suis resté... 23 ans ! J'y suis passé de commis à chef de cuisine et j'ai beaucoup voyagé à travers le monde en tant qu'ambassadeur de Roger Vergé.

## Comment avez-vous vécu cette crise sanitaire ?

Cela nous a permis de réfléchir sur l'avenir, particulièrement à la manière de consommer. J'ai développé la préparation de plateaux-repas haut de gamme, avec un joli succès, jusqu'à 50 par jour. Faits maison, ils sont simples mais avec d'excellents produits. Les entreprises aujourd'hui, consomment différemment. Quand vous êtes en affaires, vous devez être productif. Or, la pause méridienne coupe parfois le dialogue et on peut être moins opérationnel après une pause déjeuner. L'alternative de ces plateaux repas est une proposition qui intéresse les entreprises.

## Vous êtes ouvert à ces changements de consommation ?

Complètement ! Je ne suis pas frustré, nous essayons de faire des choses innovantes. Commercialement c'est porteur pour tout le monde... Les habitudes changent : il nous faut être ouverts, à l'écoute de nos clients, de leurs habitudes, leurs envies.

Regardez : les couples modernes sortent en moyenne 3 fois par semaine dans des restaurants à budget plus raisonnable comme notre Bistrot. En affaires, très régulièrement, il faut trouver des idées. Il y a 4 ans, j'ouvrais le Bistrot : mon personnel était dubitatif. Je leur ai dit que, oui, j'étais dans la gastronomie, mais que je savais encore faire un poireau vinaigrette ou une terrine maison, avec de la qualité !

## Qu'est ce qui est important dans la gestion d'un restaurant ?

Bien acheter : le bon produit, et localement. Fraises des bois de Saint-Jeannet, fleurs de courgettes de Cannes La Bocca... La gestion de la marchandise est également très importante : nous, c'est gaspillage zéro. Saviez-vous que les haricots verts vendus en France provenaient à 80 % du Kenya ? c'est complètement illogique !

## Quel chef êtes-vous avec votre personnel ?

Je pense qu'ils apprécient ma méticulosité, je suis strict mais je crois que nous travaillons toujours dans une atmosphère agréable. Notre équipe est multiculturelle : albanais, guinéen, japonais... c'est enrichissant et cela se passe très bien.

## Quels projets nourrissez-vous ?

Nous venons de terminer notre nouvelle terrasse, en végétaux et herbes aromatiques... Nous reprenons nos plateaux repas en septembre et je verrais l'an prochain quelles nouveautés apporter au Bistrot. Nos clients aiment voir que nous innovons, qu'il y a de l'actualité dans nos restaurants.

## An eye for trends

Daniel Desavie is a chef whose cuisine is authentic and incredibly tasty. He is absolutely passionate about his work, and has been sharing his love for excellent produce in his Valbonne restaurants for the past two decades. The economic situation, his clients, fresh concepts: he keeps a close eye on the latest trends, and today he shares with us his recipe for optimism.

## How did you start?

I hail from Troyes. My father and brother were cooks. At a competition to decide the best apprentice in France, one of the jurors, Roger Vergé, offered me the opportunity of working with him at the Moulin de Mougins. And I stayed there for 23 years! I was appointed head chef and I travelled all over the world as an ambassador for Roger Vergé.

## What did the health crisis mean for you?

It gave us some time to think about the future, and more particularly about our current consumer habits. I worked on the creation of high-end ready-made meals, which garnered considerable success, with up to 50 sold per day. These were exclusively homemade, quite simple but using only the best ingredients. Nowadays, companies have adopted different ways of consuming. When you are in business, you have to be productive. However, the lunch break can be disruptive, and people are sometimes less productive after lunch. The alternative of these pre-prepared lunches has a certain appeal in the corporate world.

## Are you open to these changes in the way we consume?

Absolutely! I'm not in the least frustrated; we are trying to innovate together. On a business level, it's something everyone can tap into... Behaviours are changing, and we have to remain open and attentive to our clients' habits and preferences.

Consider this: nowadays, couples eat out on average three times per week, in more reasonably priced establishments like our Bistrot restaurant. In business, you must

regularly come up with new ideas. Four years ago, when I opened the Bistrot, my staff harboured some doubts about my project. I told them that although my business line had indeed always been high-end gastronomy, I still knew how to prepare delicious and simpler dishes, such as leeks with French dressing or a home-cooked terrine!

## What is the most important aspect of managing a restaurant?

Finding good supply chains: you want the best produce sourced locally. Wild strawberries from Saint-Jeannet, zucchini flowers from Cannes La Bocca... The management of our stock is also very important. We do not tolerate waste. Did you know that 80% of green beans sold in France come from Kenya? It makes absolutely no sense.

## What kind of boss are you to your staff?

I think that they appreciate the fact that I am meticulous. I am strict but I feel that we enjoy a friendly work environment. Our team is multicultural with people from Albania, Guinea, or Japan, it's very enriching and it all goes smoothly.

## What projects are you currently working on?

We have just finished our new terrace, where we grow plants and aromatic herbs... We will resume our ready-made meals operation in September, and next year I'll start considering what changes we can make to the Bistrot. Our customers are happy that we innovate, that there is something new and modern in our restaurants.

## EN 2 MOTS, 2 CHIFFRES

### Linéarité

« Nous sommes très réguliers dans la qualité du travail »

### Curiosité

« De déguster, tester : c'est ce qui nourrit la qualité de la cuisine »

**20 ans** pour le restaurant gastronomique

**2016** ouverture du Bistrot

## INDISCRETIONS

### Chef, ou...

...j'aurais aussi aimé être menuisier ou tapissier. Je suis un manuel !

### Passionné...

...de golf et de vélo : j'ai même été champion de France des restaurateurs !

### If not chef, then...

...I would like to have been a carpenter, or an upholsterer! I like manual work!

### Passionate...

...about golfing and cycling. I even won the title of champion of French restaurant owners!



**Le Gastro Le Bistrot De sa Vie**  
1360 Route d'Antibes, 06560 Valbonne  
**04 93 12 29 68**  
[www.restaurantdanieldesavie.fr](http://www.restaurantdanieldesavie.fr)

# 55 ans d'exigence et de savoir-faire

Facétieux, s'il laisse toujours planer le doute sur son âge (on ne saura jamais vraiment...) Benito Petrilli a cette faconde et cette chaleur toutes italiennes lorsqu'il vous serre la main en souriant... L'instant d'après, il incarne très vite tout le sérieux et la technicité que requièrent les travaux d'imprimerie qu'il réalise depuis 55 ans à Vintimille, avec créativité et exigence. Rencontre.

**P**etrilli Group s'est toujours fait fort de réaliser tous les travaux d'imprimerie pour lesquels on sollicitait son savoir-faire, et ce, depuis ses débuts, en 1965. Guides, livres d'art, presse magazine... rien ne semble impossible pour Benito Petrilli, qui dirige depuis 55 ans l'entreprise qui porte son nom.

## Comment avez-vous débuté ?

J'ai fait mes études à l'Institut Graphique des Paolini de Catania, une prestigieuse école d'arts graphiques. Puis j'ai rejoint mon frère à Vintimille où j'ai cherché un petit magasin pour débiter, puis j'ai acheté une première machine... Tout en typographie. J'ai commencé par faire des cartes de visites. L'imprimerie Petrilli existe depuis 1965. Aujourd'hui, nous sommes capables de produire toutes sortes d'imprimés, du plus simple, à plat ou en roto offset, jusqu'à de véritables œuvres d'art, aux cartonnés avec sur-couverture en papier ou en impression à chaud, des découpes spéciales, impressions en sérigraphie, des coffrets... Petrilli Group est à la pointe de la technologie.

## Quel patron êtes-vous ?

Je suis juste mais je pense avoir toujours été assez autoritaire, jusqu'à il y a quelques années. Je suis plus « coulant » aujourd'hui, même si j'aime encore tout contrôler !

## Quel est votre rythme de vie ?

Je suis en pleine forme ! J'ai été très sportif, j'ai fait beaucoup de moto en compétition (250 et 500 cm<sup>3</sup>), j'ai sauté en parachute, plongé à 80 m et je pense que cette discipline de sportif m'a permis, pendant de nombreuses années, de pouvoir passer jusqu'à 18 h par jour au travail ! Tous les matins, je me réveille à 5 h 30. J'arrive à 8 h à l'imprimerie. Repas léger entre 12 h et 13 h puis je quitte les lieux vers 20 h mais le plus souvent, je consacre mes fins de journée à des rendez-vous professionnels, à Nice et en France la plupart du temps.

## Qu'est-ce qui vous plaît dans le métier aujourd'hui ?

Dans les travaux d'imprimerie que l'on me commande, j'aime devoir trouver le bon équilibre, la solution pour faire coïncider contraintes techniques, délai et budget, dans le but de satisfaire le client. J'adore cet aspect de mon travail. Et le contact humain, qui reste indispensable. Il ne sera jamais remplacé par la machine ! Elles ne sont d'ailleurs que des instruments qui ne peuvent se substituer à l'expérience et au savoir-faire... Même si notre métier est très technique, très créatif. J'ai toujours su ce que je voulais faire, dès mon plus jeune âge... et j'ai toujours fait tout ce que j'entreprenais à fond, pour sortir de la marge, réussir à relever les défis que je m'étais fixé. C'est ma philosophie !

## 55 years of high expectations and know-how

*Benito Petrilli is a man who enjoys a joke, and he leaves the matter of his age up for debate (we will never really know...). In true Italian fashion, he comes across as a friendly and talkative character as he greets you for the first time... Moments later, you find yourself talking to a dedicated professional as he explains the technical intricacies of his printing business, which he has been running for 55 years with creativity and discipline in Vintimille. An interview with Benito Petrilli:*

**P**etrilli Group prides itself on successfully completing any nature of printing work they have been requested to do, putting their know-how at the service of their customers since 1965. Guide books, printed press, coffee table books... Nothing appears to be impossible for Benito Petrilli, who has been running the company that bears his name for 55 years now.

## How did you start?

*I studied at the prestigious Paolini Institute for Graphic Arts in Catania. Then I joined my brother in Vintimille, where I looked for a small shop to start a business, and then I bought my first machine... all in the field of typography. I started printing business cards, and the Petrilli print has been in business since 1965. Now we are able to print on all types of support, from the simple flat press to the rotary offset press. We are able to create true works of art, hardbacks with paper jackets, we can carry out hot printing assignments, special cut-outs, screen printing, box sets... Petrilli Group is the very tip of the technological sword.*

## What kind of boss are you?

*I am fair, but I think I have also been a bit of an authoritarian, until a few years ago. I am a little more relaxed now, although I remain a control freak!*

## What is your daily routine like?

*I am as fit as a fiddle! I've always been an athlete, I raced motorbikes (250 and 500 cm<sup>3</sup>), I've been sky-diving, I've been at depths of 80 m and I think my sports mentality has allowed me, for many years, to work 18-hour days. Every morning I get up at 5:30am. I get to the print at 8am. I take a light lunch at noon, and I leave the office at about 8pm, but most of the time I spend my afternoons in meetings, in Nice and elsewhere in France mostly.*

## What do you like about your work today?

*In the printing orders I get, I like finding the right balance, the solutions to meet various technical constraints, the deadlines and the budget, for the sole purpose of creating a satisfied customer. I love that aspect of my work. And the human contact, that's indispensable too. You can't replace it with machines! Machines are just instruments that will never replace experience and know-how... even in a line of work that is as technical and creative as ours. Ever since I was young, I knew what I wanted to do... and I've always given my fullest to everything I've undertaken, to make my place, to rise to the challenges I had set for myself. That's my philosophy!*

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Jubilé

Déjà 55 ans d'existence

### Technologie

Dernière acquisition :  
une Heidelberg 8 couleurs  
recto/verso

30

personnes

1500 m<sup>2</sup>  
d'imprimerie

10

machines

## INDISCRETIONS

### Son petit plaisir

Le dimanche, une sortie au restaurant... de temps en temps !

### Le travail...

...C'est la santé, mais c'est surtout tous les jours, parfois même le dimanche !

### His favourite moment

Occasionally, on a Sunday, eating out...

### Work...

...Is health, and it's every day, even on Sundays sometimes!

**PETRILLI**  
GROUP

Corso Limone Piemonte,  
21 bis - Ventimiglia  
+39 018 435 24 83  
info@petrilligroup.com  
www.petrilligroup.com

FONDATEUR - PETRILLI GROUP

# Benito Petrilli



PORTRAITS | BORN TO BE BOSS!

# Marie-Anne Morin



“ *Aujourd’hui, 2 % des bureaux disposent de cette flexibilité, qu’une étude estime à 30 % d’ici 2030. Nous avons besoin de tiers-lieux, qui ne sont ni le siège de l’entreprise, ni le domicile de ses collaborateurs.* ”

# Besoin d'espace

Professionnelle de l'immobilier tertiaire depuis plus de 15 ans à Sophia Antipolis, Marie-Anne Morin prend désormais les commandes en créant Flex'O avec Christophe Courtin, acteur incontournable du foncier dans la technopole. Inspirée par l'émergence des nouveaux modes de travail, l'entreprise va déployer son offre à Sophia Antipolis comme dans plusieurs métropoles françaises avec pour ambition de créer un réseau national dans les 5 ans à venir.

## Comment avez-vous passé le cap de la création d'entreprise ?

C'est un projet que je mûrissais depuis longtemps. J'ai toujours travaillé pour de grands groupes comme Danone, BNP Real Estate ou IWG, ce qui permet de mesurer ce que l'on peut réaliser avec des moyens. L'idée était là, il me manquait un investisseur.

## Pour fonder Flex'O, vous vous êtes rapprochée de Courtin Real Estate :

Oui, car j'apprécie la démarche de Christophe Courtin, bailleur écoresponsable, son expertise dans la modernisation du parc immobilier, principalement à Sophia Antipolis et son expérience dans le monde du digital.

## Quels étaient vos objectifs en créant votre entreprise ?

Depuis 10 ans, les modes de travail subissent de profondes mutations. C'est pourquoi nous voulons proposer des services de Flex Office aux entreprises et une plus grande agilité grâce à un environnement de travail évolutif et adapté à leurs collaborateurs. Aujourd'hui, 2 % des bureaux disposent de cette flexibilité, qu'une étude estime à 30 % d'ici 2030. Nous avons besoin de tiers-lieux, qui ne sont ni le siège de l'entreprise, ni le domicile de ses collaborateurs.

## En quoi votre offre va-t-elle séduire vos clients ?

Nous avons une vraie expertise de l'outil digital. L'interface que nous utilisons permettra de créer un bureau sur mesure et d'avoir accès à tous les services environnants : conciergerie intégrée, livraison de repas, pressing... Avec Flex'O, nous allons plus loin dans la personnalisation des espaces : c'est une vraie demande des utilisateurs. Enfin, c'est une démarche écoresponsable qui nous anime, sur le bâti mais aussi dans la gestion quotidienne, avec l'accent mis sur le tri sélectif et la gestion des déchets, les bornes de recharge pour véhicules électriques ou d'autres projets tels que l'accès à des potagers collaboratifs.

## Pour vos différents sites de bureaux en France, vous allez devoir recruter entre 10 et 15 personnes chaque année. Qu'attendez-vous d'eux ?

Je considère que l'on peut tout apprendre, mais le savoir-être ne s'apprend pas. J'attends de l'enthousiasme, de la passion chez les collaborateurs qui vont nous rejoindre. Et de pouvoir leur faire confiance.

## A need for space

As a professional who has been specialising in service industry real estate for more than 15 years in Sophia Antipolis, Marie-Anne Morin is now stepping into a managerial position as she is creating Flex'O alongside Christophe Courtin, a key player of the property market in the technopole. Inspired by emerging and novel work methods, the company will unroll its offering in Sophia Antipolis and in several other French cities, with the ambition of creating a national network in the next five years.

## What pushed you to create your own company?

It's a project that has been maturing for quite a long time. I had always worked for large corporations such as Danone, BNP Real Estate or IWG, which allowed me to gauge what is achievable if you have the right means. The idea was there, all I needed was an investor.

## You approached Courtin Real Estate to create Flex'O

Yes, I appreciate Christophe Courtin's approach based on environmentally-friendly landownership, his expertise in modernising real estate complexes, particularly in Sophia Antipolis, and his experience in all things digital.

## What were your goals when you created your company?

For the past decade, the way we work has undergone profound changes. That's why we want to provide Flex Office services to companies, offering increased agility thanks to an evolving work environment adapted to their employees. Nowadays, only 2% of office space features this flexibility, whereas a study projects that this figure will be at 30% by 2030. We need these separate places that are neither the corporate headquarters, nor the home of employees.

## How is your offering going to attract clients?

We have a true expertise of the digital tool. The interface we will be using will enable them to create customised office space and to enjoy access to all the surrounding services: embedded concierge service, meal deliveries, dry cleaning... With Flex'O we are going further in customised space: this satisfies a real demand that users have expressed. Finally, we are driven by a sense of environmental responsibility, relating to the buildings and also to day-to-day management, with a focus on waste recycling and management, charging terminals for electric vehicles or other projects such as access to communal vegetable gardens.

## For your various office facilities in France, you will be recruiting 10 to 15 employees every year. What do you expect from them?

I consider that everything can be taught, except for attitudes. I expect enthusiasm and passion from our future employees. And I want to be able to trust them.

“ Depuis 10 ans, les modes de travail subissent de profondes mutations. C'est pourquoi nous voulons proposer des services de Flex Office aux entreprises. ”

## EN 2 MOTS, 2 CHIFFRES

### Sérénité

L'accent est mis sur le service client

### Convivialité

Un véritable enjeu à l'heure du télétravail

**8.000 m<sup>2</sup>** Ouverts par an

**4** Sites en moyenne chaque année

## INDISCRETIONS

### Elle ne supporte pas...

« ...la malhonnêteté : en managant à distance depuis plusieurs années, je dois pouvoir avoir une confiance absolue en mes collaborateurs »

### Son toc « ancien monde » ?

« Même si j'utilise un planning digital, je ne peux absolument pas me séparer de mon agenda papier ! »

### Ses vacances idéales ?

« En famille, sur les vastes étendues des plages normandes »

### She cannot stand...

“...dishonesty: I have been remote-managing my staff for several years, and I need to know that I can absolutely trust my employees”

### A habit she hasn't been able to throw yet?

“I do use my digital calendar, but I can't do without my paper diary!”

### A perfect holiday?

“With my family, enjoying the vast beaches of Normandy”

# FLEX'O

Les Aqueducs  
535 Route des Lucioles  
04 97 21 25 97 - [www.flex-o.fr](http://www.flex-o.fr)

# En famille, à la plage

Strasbourgeois, niçois d'adoption depuis 20 ans, ex-footballeur professionnel et adjoint au maire de Nice en charge des événements sportifs, José Cobos est aussi restaurateur, à Théoule-sur-Mer sur la jolie plage du Panama. Une expérience de chef d'entreprise qu'il a débuté à l'issue de sa carrière sportive, avec une particularité : en politique, dans les affaires comme dans le sport, l'homme fonctionne avec l'esprit de famille.

## Comment a débuté votre carrière dans la restauration ?

En m'associant tout d'abord dans le Planet Hollywood de Cannes, devenu par la suite le Palm Square, une belle affaire avec plus de 90 employés à l'époque. On pouvait y croiser Penelope Cruz, Nicole Kidman, Michel Platini ou Yvana Trump ! J'étais encore joueur professionnel, donc je ne pouvais pas m'impliquer totalement mais par la suite, j'ai ouvert un autre restaurant à Cannes puis deux bars et restaurants à Monaco. Je suis surtout venu à la restauration par le hasard des rencontres et des amitiés.

## A Nice pour les événements sportifs et à Théoule-sur-Mer pour veiller à la gestion du Panama, ce n'est pas trop compliqué ?

Je n'ai pas opté pour le plus simple en termes de logistique mais ce sont des choix qui m'apportent beaucoup de satisfactions. Avec la mairie, j'ai découvert tous les sports et je mesure les difficultés qu'ils peuvent connaître ainsi que la chance qu'ont les clubs et associations d'être considérés par un maire ancien sportif et avec un soutien financier de la municipalité qui ne s'est jamais démenti même en période de crise. A la plage, j'apprécie l'esprit de famille, la simplicité et la convivialité que j'essaie de maintenir avec mes clients, dans ce cadre incomparable. La plage de la Figueirette est très symbolique pour beaucoup d'azuréens qui y ont souvent passé leurs week-ends d'enfance...

## Cette crise, comment la vivez-vous ?

Nous avons perdu trois mois et notre personnel de saisonniers sera peut-être moins nombreux cette année, mais je suis confiant, les estivants seront au rendez-vous. Je sais que le pouvoir d'achat s'en ressentira aussi, mais je veille à proposer des produits d'excellente qualité à des prix raisonnables.

## Le plus compliqué selon vous dans l'entrepreneuriat ?

La gestion du personnel, même si je suis très bien entouré et que mon équipe est appréciée de notre clientèle fidèle qui, je le constate depuis 5 ans, compte de plus en plus d'habitues.

## Quelle est votre promesse, ici au Panama ?

De passer un moment agréable, en toute simplicité, dans un cadre extraordinaire et authentique...

## With his family at the beach

Originally from Strasbourg, and a Nice resident for the past 20 years, José Cobos is a former professional football player and the current deputy to the mayor of Nice, in charge of sporting events. He is also a restaurant owner, at Théoule-sur-Mer, on the beautiful beach of the Panama. He became CEO when his football career came to an end, but there is a common specificity underlying his political, sporting and business endeavours: the man always puts family first.

## 3 CHIFFRES

3

Le numéro de son maillot à l'OGC Nice, exposé au Musée National du Sport

19<sup>e</sup>

Adjoint à la mairie de Nice

06

Si Strasbourg est sa ville d'origine, les Alpes-Maritimes et Nice en particulier ont ouvert grand les bras à José Cobos depuis 20 ans

## INDISCRETIONS

### Un loisir qu'il aimerait pratiquer ?

Le golf, car on est en harmonie avec la nature et que c'est un vrai moment de calme, de détente... Sauf que... c'est trop chronophage !

### Son spot préféré sur la Côte d'Azur ?

Je suis député suppléant de Marine Brenier (5<sup>e</sup> circ.) et pendant la campagne, nous avons parcouru les 28 communes : j'ai découvert des endroits magnifiques, c'était un incroyable périple ! Difficile de faire un seul choix...

### A hobby he would like to take up?

Golfing, because it's about being in harmony with nature and because it affords a moment of calm and relaxation... Except that it is very time-consuming.

### His favourite spot of the French Riviera?

I am the deputy of Marine Brenier (5th circ.) and during the campaign, we travelled to all 28 communes: I discovered some amazing places, it was an incredible adventure! Hard to pick out a single one...

## How did you launch your career as a restaurant owner?

First, I partnered up with Planet Hollywood in Cannes, which later became the Palm Square; back then it was a prosperous business with more than 90 employees. You would mingle with the likes of Penelope Cruz, Nicole Kidman, Michel Platini or Yvana Trump! I was still a professional footballer, so I couldn't get too heavily involved, but later on I opened another restaurant in Cannes, and then two bars and restaurants in Monaco. I was brought to the restaurant business through fortuitous encounters and friendships.

## In Nice for sporting events and in Théoule-sur-Mer to oversee the management of the Panama, is it not a bit complicated?

True, I haven't opted for the simplest solution in terms of logistics, but these choices give me a lot of satisfaction. At the town hall I discovered all the sports and I assess the difficulties they might be facing, as well as the good fortune of various clubs and associations that benefit from the support of the mayor, a former athlete, and the unwavering financial backing of the municipality, even during the recent crisis. At the beach, I love the family spirit, the simplicity and friendliness I try to maintain with my clients, in these unbelievable surroundings. The Figueirette is a very symbolic venue for locals who have spent many of their childhood weekends there...

## How are you surviving the crisis?

We lost three months, and our staff of seasonal workers might be reduced this year, but I remain convinced that sun seekers will come in throngs this year. I know that their buying power will have taken a hit, but I make sure to offer excellent produce at a reasonable price.

## What do you see as the most difficult aspect of entrepreneurship?

It has to be staff management. However, I am surrounded by the best and my team is highly appreciated by our loyal patrons; I also notice that for the past five years, we have had more and more repeat customers.

## What do you promise here at the Panama?

That you will enjoy a pleasurable moment, in simple and yet beautiful and authentic surroundings...

**Le Panama**  
Restaurant Plage

Port de la Figueirette - 17 avenue du Trayas  
Théoule sur Mer - 04 89 68 82 35



LE PANAMA RESTAURANT PLAGE

# José Cobos

PORTRAITS | BORN TO BE BOSS!

FONDATEUR - SARL SICILIANO

# Vincent Siciliano



# De l'énergie et du relationnel

Il souffle le froid et le chaud depuis près de 40 ans du côté de Grasse : Vincent Siciliano propose ses compétences en plomberie, installation et maintenances de systèmes énergétiques auprès de ses clients azuréens, qu'il conseille toujours avec passion.

## Quelle est votre activité et comment avez-vous débuté ?

Nous réalisons tous vos travaux de climatisation, de chauffage, de plomberie, de sanitaire et de ventilation. Je me suis installé à mon compte à 21 ans en 1981, puis j'ai changé de statut d'entreprise en 1989.

Mes parents, immigrés italiens, arrivés en 1964 en France sans en parler la langue et avec leur trois enfants, ont bien failli repartir en Italie, après quelques années. Mais, finalement, ils ont eu la sagesse de rester en nous permettant une belle intégration, car nous étions déjà en âge de faire le choix de nos études, mes frères et sœurs et moi-même.

## Devenir votre propre patron, c'était indispensable pour vous ?

Je crois que je voulais simplement être indépendant mais cela ne relève pas d'une attitude rebelle face à l'autorité ou à la hiérarchie ! Non, je pense que c'est à la fois une vocation et une évolution naturelle dans ma carrière. Je voulais surtout travailler pour moi. L'entreprise a évolué au fil des années, j'ai eu la chance d'avoir eu des clients extraordinaires et d'avoir réalisé de très beaux chantiers. Dans ce développement, j'ai même ouvert un magasin avec showroom, Optimum, afin de proposer un large choix de robinetterie, carrelages, dans l'idée de proposer à mes clients le concept de salle de bains « clés en mains ».

## Chef d'entreprise, cela s'apprend ?

Chef d'entreprise, c'est vraiment un métier à part entière, que l'on apprend difficilement sur le terrain... Je connais mes lacunes, je ne suis pas très bon dans les ressources humaines par exemple ! Je me suis amélioré avec le temps mais c'est une tâche difficile.

## A quoi ressemblent vos journées de travail ?

L'organisation et la coordination matinale avant le départ des équipes, puis les passages sur les chantiers pour contrôler le travail et assurer le contact clientèle, la préparation des devis... c'est très diversifié et très dense.

## Le profil pour travailler à vos côtés ?

Avoir l'esprit vif, être consciencieux dans son travail et montrer cette petite dose d'ambition qui fait avancer dans la vie...

## Vos points forts ?

Je les situe dans mon relationnel avec les clients, car j'accorde beaucoup d'importance au conseil, dans un métier qui a beaucoup évolué, innové. Avec le recul, les clients apprécient ce professionnalisme, même si vous ne remportez pas toujours les affaires pour lesquelles vous êtes sollicités.

## Votre conseil à tous les jeunes qui veulent se lancer et devenir leur propre patron ?

Il faut être absolument conscient du temps que vous allez passer dans votre entreprise. Si vous voulez réussir quelque chose, je crois qu'il faut se dire qu'il ne faudra pas compter votre temps. Ce sont des sacrifices mais avec le recul, je n'en ai pas souffert. Mais attention : soyez-en bien conscients !

## Power and relations

*He has been blowing hot and cold for four decades in the region of Grasse: Vincent Siciliano plies his trade in plumbing, and in the installation and maintenance of power systems, toiling at the service of his Riviera-based clients, whom he advises with unwavering passion.*

## What is the nature of your work, and how did you get started?

*We specialise in heating, air-conditioning, plumbing, sanitation and ventilation. I set up shop at the age of 21, back in 1981, and my company changed status in 1989.*

*My parents emigrated from Italy to France, where they arrived in 1964, not knowing the language and with three children; they very nearly returned to Italy after a couple of years. In the end, they wisely decided to stay and this allowed us to complete our French integration. My brothers and sisters and I were already old enough to choose our studies and future careers.*

## Was it a necessity to become your own boss?

*I think I simply wanted to be independent, but it wasn't out of rebellion against authority or the hierarchical order. I think it was both a calling and a natural evolution in my career. I wanted to work for me. The company grew over the years, and I was fortunate in that I had wonderful clients and I was able to work on some magnificent projects. In the course of this development, I even opened a shop with a showroom, called Optimum, where I sell a large range of bathroom fixtures and tiling, with the idea of providing clients with a "turnkey" concept for their bathroom.*

## INDISCRETIONS

### 24 h se libèrent demain dans son emploi du temps ?

« Je me lance dans l'apprentissage de la voile, avec ma fille »

### S'il n'avait pas été dans l'énergie ?

« J'ai découvert récemment que j'aurais beaucoup aimé travailler le bois ou le fer »

### Des loisirs nature

« Je fais du golf, j'adore la montagne l'été et les voyages »

### You suddenly get 24 hours off...

"I'll start learning how to sail with my daughter"

### If you hadn't been in this line of business?

"I recently discovered that I would've loved working with wood and iron"

### Outdoor leisure activities?

"I play golf, I love the mountain in summer, and I enjoy travelling"

## Does one learn to be a CEO?

*Being CEO is a job unto itself that is hard to learn in the field... I know my weaknesses; I am not very good at human resources for instance! I'm getting better with time, but it remains a challenging task.*

## What are your working days like?

*The days begin with organising and coordinating the teams before they set off, then I head out to our various worksites to monitor the work and maintain contact with our clients, then I work on our quotes... It's very varied and busy.*

## Describe the ideal candidate to work with you?

*You have to be quick-witted, conscientious in your work, and display some measure of that ambition that drives you in life.*

## Your strong suits?

*Probably the way I deal with clients, as I think giving the right advice is essential, especially in a line of work that has evolved and innovated a great deal. With hindsight, I realise clients appreciate this professionalism even if you don't win all the projects you bid for.*

## Your advice for young people who want to start their own company?

*Have absolutely no doubt as to how much time you'll be spending in your company. If you want to succeed, I think you must understand that it'll take up all of your time. These are heavy sacrifices, but looking back, I realised I did not suffer from them. But be careful and remember this fact!*



90 route de la Paoute  
06130 Grasse  
04 93 70 28 28  
www.sarlsiciliano-06.fr

# Innovover pour résister

Directeur du premier journal d'Annonces Légales des Alpes-Maritimes, François-Xavier Ciais mesure avec la justesse et la clairvoyance du dirigeant, les nouveaux enjeux de la digitalisation et la nécessité de constamment réinventer les modèles, à l'aune des grandes crises comme des petites révolutions économiques.

## Votre parcours ?

Après une première carrière d'officier dans l'armée de l'air, j'ai intégré l'imprimerie familiale. 17 ans en parcourant tous les postes de l'entreprise et près de 10 ans de direction avec un passage diplômant au Ceram qui m'ont permis d'acquérir suffisamment d'expérience dans la gestion d'une industrie et le management d'une entreprise. Directeur des Petites Affiches depuis plus de 10 ans, j'ai à cœur de maintenir la qualité et l'évolution du premier Journal d'annonces légales des Alpes-Maritimes.

## Comment innove-t-on dans la PHR ?

Nous devons sans cesse nous adapter, tant aux nouveaux usages qu'aux nouvelles directives de nos instances ministérielles car bien qu'appartenant à la PHR (Presse Hebdomadaire Régionale) nous sommes une presse habilitée, et à ce titre régie par des lois strictes en matière d'obligation de diffusion papier, de nombre d'abonnés, de garantie de fréquence...

Nous sommes constamment en mouvement et en réflexion, ainsi, nous avons été les premiers à offrir des outils de dématérialisation de formalités aux professionnels du chiffre et du droit, à développer une application mobile nationale de ventes aux enchères immobilières (enchères immo sur Apple et Android). Ou encore à lancer le concept des « Matinales » : tous les mois, des entrepreneurs rencontrent des professionnels du chiffre et du droit sur des sujets qui les concernent. Notre site internet est également « truffé » d'outils et de services à destination des chefs d'entreprise, cadres dirigeants et de tous ceux qui souhaitent profiter d'opportunités d'affaires.

## Diriger : qu'est-ce que cela évoque chez vous ?

La direction est souvent comparée à celle d'un chef d'orchestre et cela conforte ma vision de faire partie d'une équipe pluridisciplinaire tournée vers le même objectif de réussite, de performance, d'innovation, de qualité, de plaisir et d'humain, tout en gardant à l'esprit que la symphonie est harmonieuse lorsqu'on arrive à préserver le respect des différences et la cohésion du groupe.

## Nait-on leader ou le devient-on par la force des choses ?

Ce n'est pas en eaux calmes que l'on mesure le bon manager, on reconnaît un vrai leader dans la tempête : celui qui sait rester fixé sur l'objectif, tout en sécurisant ses équipes et en insufflant une positivité, en confortant la solidarité pour sortir grandi des épreuves. Je suis convaincu que dans les mois difficiles que nous vivons, nombre d'entreprises vont révéler de grands leaders.

## Innovating to stay alive

François-Xavier Ciais, the editor of the first bulletin of legal notices in the Alpes-Maritimes department, puts his sharp wits and legal mind to the task of analysing the new challenges that come with digitalisation and the necessity of constantly reinventing models, adapting them both to great crises and to smaller economic revolutions.

## What can you tell us about your career?

I started as an officer in the air force, before joining the family printing firm. I spent 17 years with the company, holding all the positions it had to offer. I served in a managerial capacity having graduated from the Ceram, which gained me the experience I needed to manage a company and taught me the ropes of the industry. As the editor of the Petites Affiches for more than a decade, I am eager to maintain its quality and ensure a bright future for the first bulletin of legal notices of the Alpes-Maritimes.

## Is it possible to be innovating in the field of weekly regional press?

We are constantly forced to adapt to new uses and new guidelines imposed by the government, since PHR (Presse Hebdomadaire Régionale or weekly regional press) provides an official service, and is therefore governed by strict laws in terms of the number of issues, the number of subscribers, the publication frequency...

We are constantly in motion and thinking about the next step, which allowed us to be the first to offer digital tools to law and accounting professionals to help them complete their formalities, and to be the first to create a national mobile app for property auctions (the app is enchères immo and is available on Apple and Android). We also were the first to launch the "morning event" concept: every month, entrepreneurs meet legal professionals and accountants to discuss shared topics. Our internet site is also rife with tools and services designed for CEOs, senior executives and all those who are interested in finding business opportunities.

## Leading, what does it mean to you?

Leading a company is often compared to being an orchestra conductor; this comparison supports my vision of being part of a multidisciplinary team focused on success, performance, innovation, quality, pleasure and the human dimension, while keeping in mind that a harmonious symphony requires differences to be respected and the group to stay united.

## Is one born a leader or can one become one through circumstance?

Smooth sailing won't tell you much about the qualities of a captain, and it's only in rough waters that you know your manager's worth: someone who keeps an eye on the prize, encourages the teams with positivity, while promoting solidarity to come out stronger from the ordeals life throws at you. I remain convinced that during the difficult months that we are going through, in many companies great leaders will be revealed.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Acteur

Efficient de l'info économique et politique locale

### Connections

100.000 par mois sur les publications en ligne site et mobile (avril 2020)

1<sup>ère</sup> Application mobile en France sur les ventes aux enchères immobilières

10.000 Abonnés aux différents services

Plus de 150 ans D'existence

## INDISCRETIONS

### Sa citation

De Ferdinand Porsche : « Se dépasser soi-même est la seule course qui ne finisse jamais »

### 2 h se libèrent dans sa journée :

« Je les passe au Padel, ma grande passion ou en balade avec ma femme et ma fille ».

### His favourite quote

By Ferdinand Porsche: "The race against oneself is the only one that never ends"

### He has 2 hours off:

"I'll spend them playing padel, a passion of mine, or walking with my wife and daughter".

Les Petites Affiches  
DES ALPES-MARITIMES  
HEBDOMADAIRE D'INFORMATION JURIDIQUE, ECONOMIQUE, POLITIQUE ET GENERALE

www.petitesaffiches.fr

Appli ventes aux enchères :  
Enchères Immo



DIRECTEUR - LES PETITES AFFICHES

# François-Xavier Ciais

“ La direction est souvent comparée à celle d'un chef d'orchestre et cela conforte ma vision de faire partie d'une équipe pluridisciplinaire tournée vers le même objectif de réussite, de performance, d'innovation, de qualité, de plaisir et d'humain. ”

PORTRAITS | BORN TO BE BOSS !

DIRECTRICE GÉNÉRALE - ESTEREL AVENTURES

# Cynthia Aimé Sflilio



# Partir à l'aventure

Cynthia Aimé Sfilio insuffle une énergie et une motivation communicatives au sein d'Estérel Aventures, l'agence organisatrice d'activités de loisirs dont elle est associée avec Jérôme Ribourel ! A la tête d'une équipe de 7 « distillateurs d'enthousiasme », ils animent de vrais moments de plaisir et de partage auprès des particuliers comme des professionnels, sur leurs terrains de jeu favoris : l'Estérel, la Côte d'Azur et la Provence.

## Quel a été votre parcours avant de devenir chef d'entreprise ?

Je rêvais d'être journaliste ou de travailler comme attachée de presse. A l'issue d'un stage en agence de presse, j'ai eu le coup de cœur pour l'organisation événementielle : j'avais trouvé ma vocation ! J'ai fait mes armes dans l'événementiel, puis en régie publicitaire et enfin en gérant une bastide provençale de l'arrière-pays varois où j'organisais des événements intimistes, pour les particuliers et les professionnels. J'ai rassemblé tout ce savoir-faire au sein d'Estérel Aventures pour proposer des animations à mes clients.

## Quand avez-vous passé le cap de l'entrepreneuriat ?

En travaillant de plus en plus souvent avec Estérel Aventures, nous avons décidé de nous associer avec Jérôme, le fondateur de l'agence. Il déborde d'énergie et d'enthousiasme et je pense lui apporter de mon côté mes compétences d'organisatrice ainsi que mes prédispositions pour les ressources humaines et la communication.

## En quoi consistent vos missions ?

L'une des principales est la gestion du planning de nos activités sur les différents sites où nous évoluons que ce soit pour les groupes ou pour les individuels à la plage du Dramont, à la base nautique Beach Club d'Agay et depuis peu, sur la plage de l'Américain, au lac de Saint-Cassien.

J'ai appris l'importance de pouvoir optimiser son temps de travail et gérer tous les aspects de l'entreprise : comptabilité, gestion, communication, ressources humaines...

## Ce qui est primordial pour bien gérer une entreprise ?

Il faut être bien entouré et à ce titre, il est indispensable de pouvoir compter sur une super équipe ! Dans mes fonctions de chef d'entreprise, j'ai eu une révélation et me suis découverte « manager bienveillante ». Je vais d'ailleurs encore me former sur cet aspect des RH, car on ne peut plus être que dans le management d'avant, uniquement axé sur les objectifs. Je sais que l'on travaille mieux lorsque l'on maintient un bon équilibre entre vie privée et vie professionnelle. Mon avantage sur ce point : j'ai ce côté « petite maman », qui me permet d'être à l'écoute de chacun au sein de l'entreprise !

L'avenir c'est aussi une gestion écologique et RSE de l'entreprise pour allier bien être, réduire notre impact au maximum sur la nature et l'intégrer dans nos démarches.

## En quoi sera-t-on sûr de passer un bon moment avec les équipes d'Estérel Aventures ?

Chacun d'entre nous a une -ou plusieurs- passions et l'insuffle dans la création de nos concepts de loisirs. Notre créneau : les clients doivent absolument passer un bon moment, sans se soucier d'autre chose que de leur plaisir, aussi nous mettons toute notre énergie et notre motivation à les satisfaire, cela fait partie de notre culture d'entreprise, en respectant évidemment les nouvelles règles sanitaires pour la sécurité de chacun. Convivialité, partage, bonne humeur, ce sont vraiment les maîtres-mots chez Estérel Aventures !

## Going on an adventure

Cynthia Aimé Sfilio is contributing her catching energy and motivation to Estérel Aventures, an agency specialising in leisure activities! With Jérôme Ribourel, they are both partners at the firm. At the head of a team of seven "distillers of enthusiasm", they create true moments of pleasure and sharing for their private and professional clients, introducing them to their favourite playgrounds: the Estérel, the French Riviera and the Provence region.

## What was your career path, before becoming a CEO?

My dream was to become a journalist or a press officer. After an internship with a press agency, I fell in love with the world of events: I found my true calling! I learned the ropes of the event trade, had a stint at an advertising department, and finally managed a Provence bastide in the backcountry of the Var department, where I organised intimate events for professional and private clients. I took all this experience to Estérel Aventures to offer animations to my clients.

## When were you driven to entrepreneurship?

As we were increasingly working with Estérel Aventures, we decided to strike up a partnership with Jérôme, the founder of the agency. He is full of energy and enthusiasm, and I think I contribute my organising skills, along with my talent for human resources and communication.

## EN 2 MOTS, 3 CHIFFRES

### Enthousiasme & Passion

**35** concepts pour vivre des moments exceptionnels

**10 ans** ans bientôt, en 2021 !

**20** personnes : quand l'équipe a besoin de renfort pour accueillir de grands groupes en saison

## INDISCRETIONS

### Passionnée...

... « de ma région, la Provence ! »

### Sa phrase fétiche ?

« Savoir donner pour recevoir »

### Confinée sur une île déserte, elle emporte...

... « De la corde pour me confectionner un radeau et filer rejoindre ma famille ! »

### Passionate about...

... "My region of Provence!"

### Your favourite saying?

"Knowing how to give in order to receive"

### Trapped on an island, you bring...

... "Rope, so I can build a raft and return to my family!"

ESTÉREL  
AVENTURES

Les distillateurs d'enthousiasme

198 chemin des Vernedes

Puget-sur-Argens

04 94 51 87 67

ca@esterel-aventures.com

www.esterel-aventures.com

## What is the nature of your missions?

One of my main tasks is managing our activity schedule in our different sites. The schedule includes individual or group activities at Dramont beach, at the nautical Beach Club of Agay, and more recently, at the Américain beach at Saint-Cassien lake.

I have learned how important it is to optimise my work, and to manage all the aspects of the company: accounting, management, communication, human resources...

## What is the most important aspect of proper management?

You must be surrounded by the best people and be able to rely on a great team! In my role as CEO, I have had somewhat of a revelation and have discovered myself to be a "kind manager". I am continuing to train on this aspect of HR, as we have to move away from the old managerial ways, which were solely objective-driven. I know that we work better if we are able to properly balance our private and professional lives. My advantage in this area is that I am a mothering person, and I listen attentively to all the people in our company!

The future is in an environmentally- and CSR-friendly style of management, so that we can ensure well-being, reduce our impact on nature to a minimum, and integrate this thinking in all of our work.

## Can you convince us that we'll have a good time with the Estérel Aventures teams?

Each one of us has one or several passions that are worked into our leisure concepts. Our business model is that our clients must have a good time, without worrying about anything else than their enjoyment. Therefore, we put all our energy and motivation in bringing them satisfaction; it's part of our corporate culture, and of course we comply with all new health regulations for everyone's safety. Friendliness, sharing, and good humour: these are the key words at Estérel Aventures!

# Sous les projecteurs

Il est le junior dans notre série de rencontres : Matthieu Pesini est tout jeune chef d'entreprise. Le choix de l'indépendance, par amour pour son métier : réalisateur vidéo. Un vrai job passion qui l'amène à travailler principalement auprès des professionnels pour les mettre en lumière, à travers des films d'entreprises, des vidéos, des clips ou des pubs, qu'il réalise partout en France et même plus loin si l'aventure le tente...

## In the spotlight

He is the youngest in our series of interviewees: Matthieu Pesini is indeed a fledgling CEO. He made the choice of independence, driven by his love for his work: videographer. In his job he works primarily with professionals and highlights their activities through corporate films, videos, clips and advertisements, which he shoots throughout the French territory and even further afield if asked...

## Un point sur votre profil et votre parcours professionnel :

Je suis passionné depuis l'enfance par le monde du cinéma. J'ai donc très vite orienté ma carrière vers le monde de l'image. J'ai commencé par un BTS Communication des Entreprises, formation pluridisciplinaire généraliste, puis le Conservatoire de Cinéma de Paris. Mon travail a connu une rapide évolution et je me suis assez vite installé en indépendant. Je travaille également avec d'autres vidéastes très talentueux. MP Production assure la création (scénario) et le tournage de publicités au format réseaux sociaux pour des marques ou corporate, mais aussi des films de présentation d'entreprises sous forme de reportages ou de documentaires. Je réalise également des clips, des teasing ou after movie d'événements privés comme professionnels.

## Sur la fonction de dirigeant : était-ce une vocation chez vous d'être indépendant, de monter votre boîte ?

C'était très important pour moi. Je veux me lever chaque matin pour réaliser mes rêves, et pas ceux d'un autre ! En ce sens, j'aime amener ma société dans la direction que je veux et surtout travailler sur des projets et des sujets qui me plaisent. Plus généralement, je crois que si votre créativité ne colle pas avec la vision de votre employeur, alors elle s'éteindra.

## Le profil idéal pour travailler à vos côtés ?

Être créatif, curieux, avoir la volonté d'apprendre, d'essayer sans cesse de faire mieux. Il est pour moi impératif de prendre du plaisir dans son travail. Si, en bonus, la personne est fun, c'est parfait !

## Les temps sont difficiles : que retenez-vous de cette période de crise ?

J'avais hâte de reprendre mes activités, car avoir des projets en stand-by, il n'y a rien de plus frustrant ! Certaines prestations ont pu être reportées et d'autres annulées. Malgré cela, j'ai encore plus de travail qu'avant, car le meilleur moyen de relancer son activité c'est de le faire savoir et je suis là pour ça ! Sur le confinement, j'ai appris une chose : je crois que je suis incapable de rester enfermé plus de dix jours consécutifs à faire la même chose. Le point positif, c'est que j'ai pu passer tout mon temps à filmer et monter afin de me perfectionner, encore et encore.

## Une, des passion(s) ?

Regarder des films et surtout faire des films. Je réalise des courts-métrages dès que j'en ai l'occasion. J'aime beaucoup le sport notamment le basketball. Et dès que j'en ai l'occasion, je m'éclipse pour voyager. Et bien sûr, indispensable pour moi : tout ça avec de la musique dans les oreilles !

## Tell us about you and your career:

Since I was a child, I have been curious about cinematography. I therefore quickly turned my career to the world of images. I started by graduating with a BTS in corporate communication, which gave me a broad multidisciplinary training, before attending the Cinema Conservatory in Paris. My work underwent a rapid evolution and I quickly set up shop as a freelancer. I also work with other highly talented videographers. MP Production creates (script) and directs advertisements on social media for corporations and brands, and also shoots corporate presentation films in a documentary format. I also direct clips, teasers and trailers and private or professional after-movie events.

## On being a CEO: was it your ambition to work freelance and to create your own company?

It was very important for me. I want to get up every morning to live my dreams, not the dreams of someone else. In this sense, I want chart the course I want for my company, and I especially want to work on projects and subjects I am keen about. More broadly, I believe that if your creativity does not fit with the vision of your employer, it will die out.

## Describe the ideal candidate to work by your side?

You have to be creative, curious, eager to learn and constantly try to do better. For me it's crucial to enjoy one's work. If the person in question is fun to be around, well that is an added bonus.

## Times are tough: what do you take from this period of turmoil?

I was eager to resume my work as there is nothing quite as frustrating as having projects in stand-by! Some of my assignments were postponed and others were cancelled. Despite all that, I now have more work than before, as the best way to rekindle your activity is to promote it, and that is what I do. Regarding the lockdown, there is one thing I have learned: I am incapable of staying cooped up for ten days in a row doing the same thing. On a positive note, I spent my time filming and honing my skills.

## What are your passions?

Watching, and more importantly, making films. I make short fiction films whenever I get the chance. I'm keen about sports, in particular basketball. And as soon as I can, I travel. Of course, I need to listen to music all the time, that's essential!

## INDISCRETIONS

### Une citation fétiche ?

Elle est de Confucius : « On n'a que deux vies, et la deuxième commence quand on se rend compte qu'on n'en a qu'une »

### 24 h se libèrent dans votre semaine ?

Vous me retrouvez en montagne ou en mer, seul ou entre amis !

### A favourite quote?

It is from Confucius: "We have two lives, and the second begins when we realise we only have one"

### You suddenly have 24 hours off:

You'll find me in the sea or in the mountains, alone or with friends.



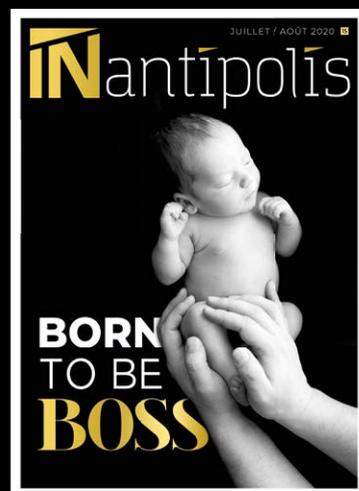
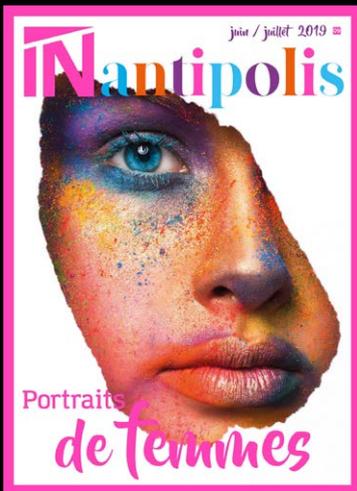
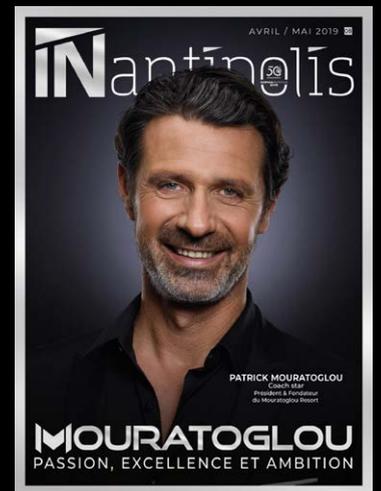
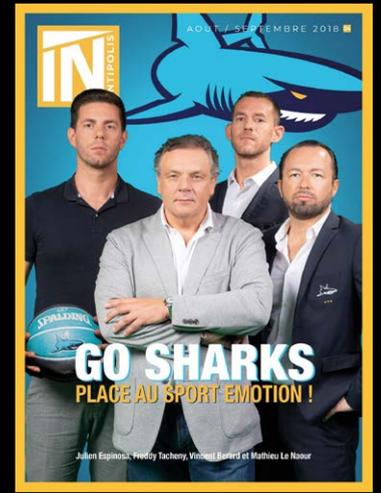
630 Route des Dolines  
Sophia Antipolis  
Contact@mpproduction.net  
06 08 00 26 28  
www.mpproduction.net

MP PRODUCTION

# Matthieu Pesini

“ J’aime amener ma société dans la direction que je veux et surtout travailler sur des projets et des sujets qui me plaisent. ”

PORTRAITS | BORN TO BE BOSS!



Prochaine parution en septembre

Magazines disponibles sur [www.in-magazines.com](http://www.in-magazines.com)

# Nos prochains dossiers

## En Septembre

### THE GREEN FILE

*Environnement - Ecologie - Economie  
Sociale et Solidaire*

Vous êtes une entreprise  
**green, écoresponsable ?**

Vos pratiques de travail font  
**du bien à la planète ?**

Vos produits, vos services  
**protègent l'environnement ?**

Montrez-nous vos convictions, votre  
engagement environnemental !

### DOSSIER EMPLOI

*ESN - Cabinets de recrutement  
Offres d'emploi*

Vous voulez recruter pour  
**booster votre entreprise ?**

Vous êtes expert pour  
**dénicher les talents ?**

Faites-le savoir !

## En Octobre

### BTOB

En tant que professionnel, **vous faites partie des meilleurs**  
et accompagnez au quotidien les entreprises de votre région ?

**Montrez-vous,**  
*communiquez dans*  
**IN**antipolis

Contactez-nous : [commercial@in-magazines.com](mailto:commercial@in-magazines.com) - 06 09 86 03 03

CHAMBRE DÉPARTEMENTALE DES NOTAIRES DES ALPES-MARITIMES

# *Immobilier : le notariat en ordre de marche*

**Dans un contexte post-crise sanitaire où l'immobilier azuréen se porte comme un charme, les notaires des Alpes-Maritimes restent à l'écoute de leurs clients et plus que jamais à leurs côtés dans toutes leurs démarches de vente, d'acquisition comme de conseil.**

*Real estate: notarial services are in working order  
In a post-health-crisis environment, and with the real estate market booming along the French Riviera, the notaries of the Alpes-Maritimes region are working closely with their clients, walking them through property sales and acquisition formalities, and providing them with advice.*

**L**e notariat, dans une volonté de diversification de ses activités, pratique de plus en plus la négociation immobilière. Dans le département des Alpes-Maritimes, une centaine de professionnels sont concernés et ce sont près de 35 clerks négociateurs qui proposent à la vente des biens immobiliers, au sein de 40 études. Le maillage du territoire permet à chacun, du littoral à l'arrière-pays et de Mandelieu à Menton, de pouvoir confier son bien à la vente au réseau des notaires qui proposent la négociation immobilière. Principaux avantages : un seul interlocuteur dans la vente, un travail juridique et administratif de qualité, un gain de temps et une transparence qui garantissent la sérénité du process.

Au menu des outils performants dont disposent les membres du GIN06 (Groupement Immobilier Notaires du 06), Immo-Interactif® est le système de vente aux enchères interactives qui permet d'obtenir la meilleure offre pour vendre son bien selon une procédure séquencée et sécurisée. Là encore, les avantages sont nombreux : un bien commercialisé en exclusivité, un dossier pris en charge depuis l'évaluation jusqu'au versement des fonds, une liste d'enchérisseurs sélectionnés sur dossier et une vente au plus offrant. La première année, 30 ventes se réalisaient via Immo-Interactif®, 60 en 2018 et une centaine en 2019.



“ *Principaux avantages de la négociation immobilière : un seul interlocuteur, un travail juridique et administratif de qualité, un gain de temps et une transparence qui garantissent la sérénité du process.* ”

**Chambre Départementale  
des notaires des Alpes-Maritimes**

18 rue du congrès - 06000 Nice

**04 97 03 02 02**

**[www.immobilier.notaires.fr](http://www.immobilier.notaires.fr)**

**T**he notarial industry, determined to diversify its activities, is getting increasingly involved in real estate negotiations. Throughout the Alpes-Maritimes department, some one hundred professionals are involved in this specific business line, with approximately 35 negotiating clerks working at 40 different firms to help people sell their property. Because of the territorial grid, residents from the coast to the backcountry, and from Mandelieu to Menton, are able to entrust the sale of their properties to the network of notaries providing real estate negotiation services. The main advantages are to have a single contact person throughout the sale, high-quality legal and administrative work, time savings and a level of transparency that ensures the entire process can go forward without a hitch.

The high-performance tools used by the members of the GIN06 (Groupement Immobilier du 06), Immo-Interactif® feature an interactive auction system that enables users to secure the best possible offer for their property, according to a secure sequence of actions. Once again, the advantages are numerous: a property that is marketed exclusively, a full service going from the initial assessment to the final transfer of funds, a list of carefully selected bidders, and a sale to the best offer. In the first year, 30 sales were concluded with Immo-Interactif®, a further 60 sales were made in 2018 and about 100 sales were completed in 2019.



# Groupe BTF vous propose



## Gratuite et sans engagement !

- > Compensation carbone
- > Dématérialisation des démarches



**6 centimes**

d'économies par litre  
de carburant\*



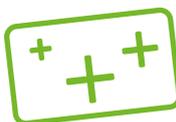
**2200**

stations-service partenaires  
soit une couverture de 94% en France\*\*



**Facturation  
mensuelle**

avec reporting détaillé



**Grâce à la carte carburant,  
profitez d'autres avantages :**

géolocalisation de votre flotte de véhicules,  
assurance permis à points...

**La seule carte  
neutre en carbone  
sans surcoût**

### TÉLÉCHARGEZ

> GO carte carburant



### OU CONTACTEZ-NOUS :

04 89 24 13 90

cartesbp@groupebtf.fr

[www.groupebtf.fr](http://www.groupebtf.fr)



**Groupe BTF**  
SOLUTIONS EFFICIENTES

**Le groupe BTF vous propose des solutions clés en main pour réduire les frais généraux de votre entreprise !**

\*sur le prix barème dans le réseau BP\*\*, étude réalisée sur la France métropolitaine dans un périmètre de 35 km autour des 2 200 stations partenaires. Source : Parabellum Agence Retail, mars 2019.

# Pépinière Sainte-Marguerite :

## *30 ans de passion*

En mai 1990, ses parents et son frère créaient la Pépinière Sainte-Marguerite. 30 ans plus tard, seul à la tête de l'entreprise, Franck Viale mesure le chemin parcouru.

**S**es parents, à l'origine maraichers, sont partis d'un terrain de 5.000 m<sup>2</sup> pour fonder la Pépinière Sainte-Marguerite, au Plan de Grasse. Franck Viale n'est pas venu au métier de pépiniériste tôt mais il a su faire prospérer l'entreprise et aujourd'hui, il n'y a pas que les plantes qui poussent bien à Grasse : étendues sur plus de 80.000 m<sup>2</sup>, ce sont plus de 20.000 références de végétaux, arbustes, agrumes, palmiers, oliviers centenaires et millénaires, qui sont répartis sur 8 dépôts et serres.

### Numéro 1 du secteur

Une superficie et un stock (près de 10 M€ de plantes) qui font de la Pépinière Sainte-Marguerite le numéro 1 de son secteur d'activité sur tout l'arc méditerranéen, de Monaco à Montpellier.

Avec plus de 1.000 clients professionnels (jardiniers et paysagistes) et entre 800 et 1.000 particuliers qui fréquentent le site chaque samedi dès la belle saison, Franck Viale et son équipe de plus de 50 personnes conseillent avec passion sur l'achat et l'entretien de végétaux qu'ils font venir de toute l'Europe.

### *The Sainte-Marguerite plant nursery: 30 years of passion*

*In May of 1990, his parents and brother founded the Sainte-Marguerite plant nursery. Three decades later, Franck Viale is now alone at the helm of the company, and looks back at the past 30 years.*



**H**is parents, who were greengrocers, left a 5'000 m<sup>2</sup> plot of land to create the Sainte-Marguerite plant nursery, at the Plan de Grasse. Franck Viale took his time before stepping into the world of plant nurseries, but then he quickly got the company to prosper, and now it's no longer just plants that flourish in Grasse: covering a surface area of 80'000 m<sup>2</sup>, there are in excess of 20'000 species of plants, shrubs, citrus trees, palm trees, and olive trees that are hundreds, and sometimes thousands of years old, spread through eight plots and greenhouses.

### *Number 1 in the sector*

*With its surface area and its significant stock (more than 10 M€ worth of plants), the Sainte-Marguerite plant nursery is number 1 in its area of activity for the entire Mediterranean arc, from Monaco to Montpellier.*

*Serving more than 1'000 professionals (landscapers and gardeners) and between 800 and 1'000 individual clients who converge towards the site when the spring season begins, Franck Viale and his 50-strong team are keen to provide advice and assistance to those who buy and care for the plants they import from all over Europe.*



“ La Pépinière Sainte-Marguerite le numéro 1 de son secteur d'activité sur tout l'arc méditerranéen, de Monaco à Montpellier. ”

Ce que leurs clients apprécient ? « Le conseil et les compétences en végétaux et en phytosanitaire, mais plus que cela, ils viennent pour la très grande diversité de nos produits et surtout pour nos tarifs imbattables », sourit Franck Viale. Des oliviers de 10 à 150.000 €, un très grand choix d'arbres exceptionnels et même des plantes en location pour vos événements : difficile de ne pas être satisfait lors d'une visite à la Pépinière...

### LA PEPINIERE EN CHIFFRES

**30 ANS** depuis mai 2020

**20.000** références de végétaux

**7.5 M€ HT** de CA en 2019

**+ 20 %** de CA au 30 juin 2020



What are clients particularly appreciative about? "Our advice and our knowledge about plants and their phytosanitary properties, for sure, but more importantly they come for the huge variety of products and our unbeatable prices" Franck Viale says with a smile. Olive trees from 10 to 150'000 €, a huge choice of exceptional trees and even a plant rental service for your events: you'd be hard-pressed not to be satisfied when you pay the plant nursery a visit..



**+33 4 93 70 63 86**

Ouvert du lundi au vendredi de 8 h à 12 h  
et de 13 h 30 à 19 h, le samedi de 8 h à 19 h

146 avenue Jean Maubert (ancienne Route du Plan) à Grasse  
[www.pepiniere-sainte-marguerite.com](http://www.pepiniere-sainte-marguerite.com)



# Hôtel Restaurant & Spa Cantemerle

## *Nature, espace et authenticité*

Ici, le luxe, c'est l'espace ! L'hôtel Cantemerle s'étend sur près de 2 hectares, où vous pourrez profiter d'une nature exceptionnelle et inspirante, en toute intimité et en respect des mesures de distanciation préconisées pour votre sécurité.

**T**out est prévu pour votre séjour, dans un cadre authentique et privilégié : restanques, solarium, piscine extérieure et ses transats, au cœur d'un vaste parc paysagé... Plus intimiste, découvrez le Spa Evasion Nature et sa piscine intérieure chauffée sous une verrière en pleine nature et le jacuzzi plein air avec vue sur la Méditerranée.

Vous recherchez un hôtel familial intime et confidentiel pour un séjour dépaysant et hors du temps ? L'hôtel Cantemerle se révélera l'endroit idéal pour satisfaire toute la famille. Que diriez-vous d'une promenade à cheval, d'une randonnée aquatique ou d'une balade à vélo, à seulement 10 minutes de l'hôtel ? Entre terre et mer, les activités pour se faire plaisir ne manquent pas : au Cantemerle, le seul risque à prendre c'est... d'être heureux !



### **Nature, space and authenticity**

*Here, luxury means space. The Cantemerle hotel covers close to two hectares, where you enjoy exceptional and inspiring natural surroundings, in an intimate atmosphere where all the recommended social distancing rules are observed.*

**E**verything awaits you here for a perfect stay in a gorgeous setting: terraces, solarium, and an outdoor pool surrounded by deckchairs, at the heart of an immense landscaped park...

*If you are after a more intimate setting, come to the Evasion Nature spa featuring an indoor heated pool surrounded by countryside, and the outdoor Jacuzzi affording a breath-taking view of the Mediterranean.*

*Are you looking for a secluded family hotel, off the beaten track, where you can enjoy some time away from the daily bustle of modern life? The Cantemerle hotel is the perfect place for a family getaway. How about a horseback adventure, an aquatic excursion, or a bicycle ride, only ten minutes away from the hotel? Nestled between the sea and the mountain, the establishment offers a plethora of activities: at the Cantemerle, the only danger you're facing is... being elated!*

Sur place, vivez des instants gourmands : La Table du Cantemerle propose une cuisine maison à base de produits frais de saison, issus essentiellement de producteurs locaux.

### Un cadre événementiel d'exception !

Pensez dès aujourd'hui à réserver vos événements de demain. Le Cantemerle est un lieu privilégié pour une organisation sur-mesure de vos séminaires et réunions professionnelles : l'alliance parfaite entre travail et plaisir ! Découvrez notre Bastide, nouveau lieu réceptif exceptionnel qui s'étend sur 150 m<sup>2</sup> modulables, ouvrant sur une terrasse de 60 m<sup>2</sup> au cœur d'un jardin provençal.



*The cuisine is also out of this world: The Table du Cantemerle offers home cooked meals prepared with seasonal and locally-sourced produce.*

### A great venue for your events!

*You can start booking your upcoming events now. The Cantemerle is the perfect venue for your customised seminars and work meetings: it offers the perfect combination of work and pleasure! Discover our Bastide, a new modular reception area covering an area of 150 m<sup>2</sup> and opening onto a 60-m<sup>2</sup> terrace surrounded by a Provençal garden.*



HOTEL - RESTAURANT & SPA  
**Cantemerle**\*\*\*\*  
VENCE - CÔTE D AZUR

### Contactez Emmanuelle Topie

Directrice Commerciale

**04 93 58 96 97 - 06 64 27 33 91**

[commercial@hotelcantemerle.com](mailto:commercial@hotelcantemerle.com)

[www.hotelcantemerle.com](http://www.hotelcantemerle.com)



# Mougins à l'air libre

5 juillet au 24 août

Du 5 juillet au 24 août, Mougins propose au grand public, des événements gratuits en plein air, au Village de Mougins, à l'Eco Parc et à Mougins-le-Haut.

From July 5 to August 24, Mougins offers the general public free outdoor events in the Village of Mougins, at the Eco Parc and in Mougins-le-Haut.

**A** La Chapelle Notre-Dame de Vie, retrouvez les sessions « Dimanche bien-être » avec au programme, pilates, renforcement ou réveil musculaire, à 10 h en juillet et août. A l'Eco Parc, la tendance sera aux séances de **cinéma en plein air** les lundi 20 juillet et 24 août, alors que Mougins village accueillera **trois sessions de théâtre**, toujours en extérieur, les 24 juillet (La grande bagarre de Don Camillo), et du 7 au 9 août prochains (La Ridiculosa).

Dans sa grande tradition de village gourmand, Mougins accorde une place de choix à la cuisine et proposera ainsi la « **Démo des chefs** » les dimanches 26 juillet Place des patriotes de 18 à 20 h et le 16 août, Place Isnard de 10 à 12 h. Le concept : les chefs Philippe Chanut du restaurant La Brasserie de Mougins et Basile Arnaud de l'hôtel-Restaurant\*\*\*\* Le Mas Candille assureront un show culinaire suivi d'une dégustation dans la cuisine de Célestin, le Tub Citroën mis à disposition par les Etoiles de Mougins. Une surprise attend les participants.

**Plus sur : [www.mougins.fr](http://www.mougins.fr)**



La Ridiculosa du 7 au 9 août prochains



«Démos des chefs» le 26 juillet et le 16 août

**A**t the Notre-Dame de Vie Chapel, find the "Well-being Sunday" sessions with pilates, muscle strengthening or awakening on the program, at 10 am in July and August. At Eco Parc, the trend will be **open-air cinema sessions** on Monday July 20 and August 24, while Mougins village will host **three theater sessions**, always outdoors, on July 24 (La grande brawl by Don Camillo), and next August 7 to 9 (La Ridiculosa).

In its great tradition as a gourmet village, Mougins gives pride of place to cuisine and will therefore offer the "**Chefs' demo**" on Sunday July 26 Place des patriotes from 6 to 8 p.m. and August 16, Place Isnard from 10 to 12 p.m. the concept: chefs Philippe Chanut from the restaurant La Brasserie de Mougins and Basile Arnaud from the hotel-restaurant \*\*\*\* Le Mas Candille will provide a culinary show followed by a tasting in Célestin's kitchen, the Citroën Tub provided by Les Etoiles de Mougins. A surprise awaits the participants.

## Scène 55 nouvelle programmation

Scène 55 reprend du service et tous les amateurs de spectacle vont pouvoir profiter d'une nouvelle saison pleine de surprises, qui sera dévoilée au public à la rentrée.

D'ici là, plusieurs dates sont à retenir. Ainsi, depuis le début du mois de juillet, la billetterie est ouverte pour les personnes qui souhaiteraient déjà souscrire un abonnement.

**Le mercredi 15 juillet** : ouverture des ventes pour les places à l'unité.

**Le mercredi 9 septembre à 19 h** se tiendra la présentation de la programmation au public. Enfin, date officielle d'ouverture de la saison 2020/2021 le **dimanche 4 octobre dès 19 h**.



Scene 55 is back in service and all show lovers will be able to enjoy a new season full of surprises, which will be revealed to the public at the start of the school year.

Until then, there are several dates to remember. Since the beginning of July, the ticket office has been open for people who

already wish to take out a subscription.

**Wednesday July 15**: sales open for single seats.

On **Wednesday, September 9 at 7 p.m.**, the program will be presented to the public. Finally, the official opening date of the 2020/2021 season is **Sunday October 4 at 7 p.m.**

**[www.scene55.fr](http://www.scene55.fr)**



# MOUGINS SCHOOL

*Mougins School follows the British curriculum and is open to students aged 3-18*



Purpose-built campus with  
state-of-the-art facilities

-  
Sport, Art, Music and Theatre are an integral  
part of the academic programme

Caring atmosphere welcomes  
and assists new families

Students of over forty  
nationalities promote tolerance and an  
understanding of cultural differences

-  
A wide-ranging programme which permits  
students to achieve their potential and  
enter prestigious universities world-wide



For further information, or to visit the School, please do not hesitate to contact

**MOUGINS SCHOOL - 615 Avenue Maurice Donat - CS, 12180 - 06252 MOUGINS Cedex**  
**+33(0)4 93 90 15 47 - [information@mougins-school.com](mailto:information@mougins-school.com) - [www.mougins-school.com](http://www.mougins-school.com)**

# Un été Pop'Arts à Antibes



Le « Summer Pop'Arts » d'Antibes Juan-les-Pins regroupe tous les événements et les nombreuses animations qui auront lieu cet été dans les rues de Juan-les-Pins et d'Antibes.

*Antibes Juan-les-Pins «Summer Pop'Arts» brings together all the events and numerous activities that will take place this summer on the streets of Juan-les-Pins and Antibes.*

**V**oir avec les expos, les performances d'artistes de rue ou les ateliers, écouter, sortir et bouger seront les maîtres mots d'un programme alléchant et éclectique, dont une édition spéciale du « Jammin' Juan » dans la petite pinède ! Un programme très riche qui vous promène du sport à la musique, en passant aussi bien par les marchés d'art, les feux d'artifice que les arts de la rue : une ou des animations que l'on retrouvera chaque jour -ou presque- de cet été 2020...

**S**eeing with exhibitions, performances by street artists or workshops, listening, going out and moving will be the watchwords of an enticing and eclectic program, including a special edition of the « Jammin' Juan » in the little pine forest! A very rich program that takes you from sport to music, also passing by art markets, fireworks or street arts: one or more animations that you will find every day -or almost- of this summer 2020...

**Découvrez l'intégralité du programme sur [antibes-juanlespins.com](http://antibes-juanlespins.com)**

## Les quatre grands musées sont ouverts !

Les Musées Picasso, Peynet et du Dessin Humoristique, Archéologie et le Fort Carré sont ouverts tout l'été ! Ils vous attendent pour des visites et activités, dans le respect des mesures de sécurité sanitaire en vigueur.

**A** noter que plusieurs formules sont disponibles : des visites pour apprendre et dialoguer mais aussi des visites pour créer, des « rendez-vous sous le kiosque » avec discussions et croquis au Musée Peynet et du dessin humoristique... Le programme est dense et nécessite de préparer en amont votre venue dans ces grands lieux de culture.



**The four major museums are open!**

*The Picasso, Peynet and Humorous Drawing, Archeology and Fort Carré Museums are open all summer! They are waiting for you for visits and activities, in compliance with the health security measures in force.*

**N**ote that several formulas are available: visits to learn and dialogue but also visits to create, «meetings under the kiosk» with discussions and sketches at the Peynet Museum and humorous drawing ... The program is dense and requires preparation upstream your coming to these great places of culture.

**Pour tout savoir et choisir la bonne formule, rendez-vous sur [antibesjuanlepins.com](http://antibesjuanlepins.com)**

JUILLET & AOÛT 2020

SUMMER  
**pop  
arts**

ANTIBES JUAN-LES-PINS

ÉCOUTER, VOIR, SORTIR, BOUGER

MANIFESTATIONS  
GRATUITES

L'ÉTÉ EST UNE FÊTE !

DÉCOUVREZ LE PROGRAMME SUR :

ANTIBES-JUANLESPINS.COM  
SMART ANTIBES JUAN-LES-PINS  
ANTIBESJUANLESPINS.COM



*Commerçants,  
Artisans,  
Entrepreneurs...*

Ce guide est **fait pour vous !**



Rejoignez **le 1<sup>er</sup> guide** de la **CASA**

**Boostez votre activité !**

Réservez votre communication, à partir de 700 € HT ●

**IN my City** c'est

▶ **50 000**  
Exemplaires

▶ **2 parutions par an**  
Automne / Hiver > 1<sup>er</sup> octobre  
Printemps / été > 1<sup>er</sup> avril

▶ **Distribution**

**Plus de 10 000 points de dépôts**

dans les rues principales (certifiés par cachet de l'entreprise)  
des **24 communes de la CASA, Sophia Antipolis et Mougins**

Contactez **Marc Pottier**  
votre attaché commercial



au **06 01 94 71 87**  
marc@in-magazines.com

# Valbonne

## *un été de festivités*

C'est un parfum d'été qui flotte dans la commune qui propose « Entrée libre », une série d'animations pour petits et grands tout l'été.

*It's a scent of summer that floats in the town that offers «Free entry», a series of entertainment for young and old all summer.*

Valbonne va proposer plusieurs concerts, organisés dans le cadre des soirées estivales du département, comme le **Frédéric Viale Trio** (métissage de rythmes d'Afrique et d'Amérique du Sud) ou le **David Atom Quartet**, un jazz joyeux ou encore le 9 août, le **Freddie Hall Band** pour une soirée soul haute en couleurs (le 9 août).

Valbonne se distingue aussi par le succès de ses **séances de cinéma en plein air**, qui auront lieu chaque dimanche en juillet et en août, alternativement à la Ferme Bermond et sur le Pré de l'Hôtel de Ville. Ce Pré, qui chaque mercredi soir en juillet et août, se transforme en **galerie d'art à ciel ouvert** à l'occasion des « Nocturnes », qui proposeront une grande sélection d'artistes exposants et d'artisans d'art, de performances dans une ambiance musicale, de 19 à 23 h. Pour compléter ce programme d'animations, des **chasses aux trésors**, **des expositions et des visites guidées** du patrimoine du village auront lieu tout l'été.



Valbonne will offer several concerts, organized as part of the department's summer evenings, such as the **Frédéric Viale Trio** (crossbreeding of rhythms from Africa and South America) or the **David Atom Quartet**, a joyful jazz or even on August 9, the **Freddie Hall Band** for a colorful soul evening (August 9). Valbonne also stands out for the success of its **open-air cinema sessions**, which will take place every Sunday in July and August, alternately at Ferme Bermond and on Pré de l'Hôtel de Ville. This Pré, which every Wednesday evening in July and August, turns into an **open-air art gallery** on the occasion of the "Nocturnes", which will offer a large selection of exhibiting artists and craftspeople, performing artists in a musical atmosphere, from 7 to 11 p.m. To complete this entertainment program, **treasure hunts, exhibitions and guided tours of the village's heritage** will take place throughout the summer.

**En savoir plus : [ville-valbonne.fr](http://ville-valbonne.fr)**

VALBONNE SOPHIA ANTIPOLIS

# Entrée libre !



© Ville de Valbonne Sophia Antipolis - R. Palomba - Juin 2020

**MARCHÉ NOCTURNE  
CINÉMA DE PLEIN AIR  
EXPOSITIONS  
CONCERTS**

LE PROGRAMME COMPLET À  
RETROUVER SUR  
[www.valbonne.fr](http://www.valbonne.fr)

  
VILLE DE VALBONNE SOPHIA ANTIPOLIS



# Evénement IN CLUB



Vendredi 26 juin  
EN IMAGES

en partenariat avec

## ESTÉREL AVENTURES

*Les distillateurs d'enthousiasme*

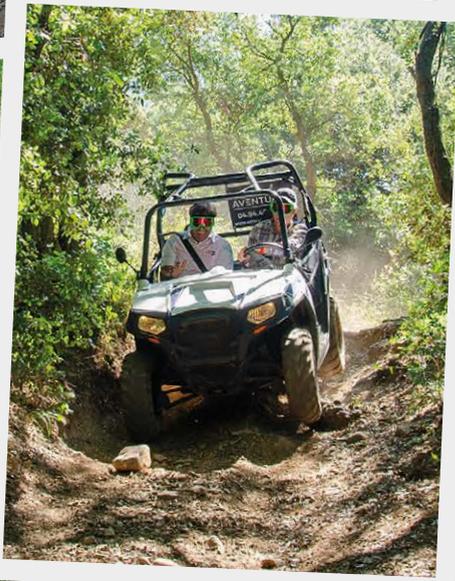
04 94 40 83 83 - info@esterel-aventures.com  
www.esterel-aventures.com

LES VIGNOBLES  
CHEVRON VILLETTE  
Comte Guillaume de Chevron Villette Vigneron

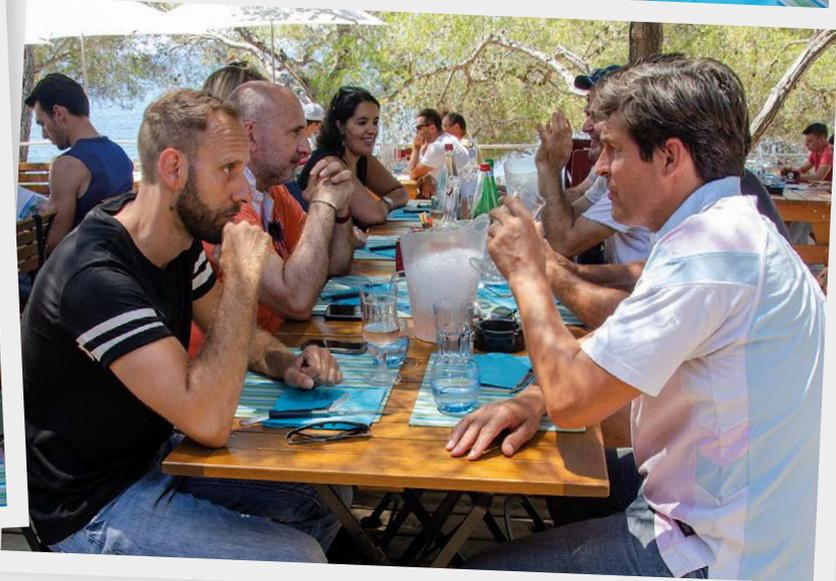


06 60 05 90 70 - f.claudet@cv-vigneron.com  
www.chevron-villette-vigneron.com









*Un grand merci pour l'organisation de cette merveilleuse journée dans l'Estérel. Une belle équipe, une belle complicité et des fous rires assurés !*

**Nathalie Stanek  
AVATACAR**



*Le groupe Pierre & Vacances, Center Parcs est IN !*

*Première journée et premières rencontres pour moi vendredi dernier de mes nouveaux partenaires IN CLUB. J'ai rejoins Eric et Aurélie pour une demi-journée sportive aux abords de l'Estérel. Un accueil très convivial et des membres très accueillants. De quoi se sentir IN dès les premiers instants ! Excellent déjeuner au bord de l'eau face à l'île d'Or chez un de nos partenaires restauration Pierre & Vacances, suivi de deux heures de Buggy dans la forêt avec Esterel Aventures. Pour ma part, une belle découverte avec des sensations au rendez-vous, balade sur la corniche d'or et pour finir en beauté, découverte d'une petite crique pour un peu de rafraîchissement. Soyez IN !*

**Manon Salice - Responsable Commerciale Sud Est  
PVCP MEETING & EVENTS**



*Je remercie toute l'équipe pour cette journée Buggy qui a été un agréable moment de convivialité et d'échanges. De plus, une organisation au top, les animateurs buggy très agréables, professionnels et sympathiques. Merci à vous tous pour ce moment de partage dans un endroit magnifique. Déjeuner très bien aussi !*

**Sandra Richard  
MANPOWER CONSEIL RECRUTEMENT**

*L'effet activité en petit groupe, avec déjeuner permet de bien se connaître, surtout dans un cadre agréable comme l'Estérel. Merci encore à toute l'équipe IN Magazines*

**Pierre Jourdain - STANLEY SECURITY**



Découvrez nos prochains événements sur [www.in-magazines.com](http://www.in-magazines.com)

# Découvrez nos prochains événements **IN Club**

sur [www.in-magazines.com](http://www.in-magazines.com)

**VENDREDI 17 JUILLET**

## **JOURNÉE GOLF RANDONNÉE À VALBERG**

Venez partager une journée Business Golf à Valberg #theplacetobe avec notre partenaire Mercedes BYmy)CAR. Vous pourrez découvrir les nouveaux modèles de la marque.

**De 8 h à 16 h**

**Un green fee avec voiturette et repas**

*Événement réservé aux membres IN Club titulaires de la licence de golf.*

  
**Valberg**  
the place to be

**BYmy)CAR**  
CÔTE D'AZUR

Places limitées - **inscription obligatoire**  
en ligne sur [www.in-magazines.com](http://www.in-magazines.com)



**JEUDI 27 AOÛT**

## **ENDLESS SUMMER PADEL BBQ**

**De 18 h à 23 h**

Initiez-vous à la pratique du padel avec des professionnels pour découvrir ce sport et profitez d'un barbecue au TCM Vence.

*Tenue de sport obligatoire*



Places limitées - **inscription obligatoire**  
en ligne sur [www.in-magazines.com](http://www.in-magazines.com)



JEUDI 10 SEPTEMBRE

## SOIRÉE PINK & PURPLE

De 18 h 30 à 23 h

Découverte de la Bastide Molinard, lieu chargé d'histoire, pour une soirée exceptionnelle autour de vos sens olfactifs et gustatifs.

Visite du musée, suivie d'un atelier parfum en team building et d'une dégustation de vins. Cocktail dinatoire.



Places limitées - inscription obligatoire en ligne sur [www.in-magazines.com](http://www.in-magazines.com)



JEUDI 24 SEPTEMBRE

## SOIRÉE BUSINESS CHIC & CHOC Cap Estérel à Agay

De 18 h 30 à 22 h

Un site incroyable pour un speed business meeting / apéritif suivi d'un dîner avec ambiance musicale face au soleil couchant.

Groupe

**Pierre & Vacances**  
*CenterParcs*



Places limitées - inscription obligatoire en ligne sur [www.in-magazines.com](http://www.in-magazines.com)



Vous souhaitez devenir **membre IN Club** et accéder à tous nos événements privés ?

[www.in-magazines.com](http://www.in-magazines.com)

Tél. **06 11 03 76 62**





Au cœur du réseau, **IN CLUB** vous fait vivre chaque mois plusieurs événements qui boostent votre notoriété et nouent de nouvelles relations de travail, en toute décontraction.

Chaque rendez-vous **IN CLUB** correspond à ce que vous voulez montrer de vous-même et de votre entreprise.

Afterworks, animations, spectacles, pièces de théâtre, concerts, actualités sportives ou culturelles : **IN CLUB**, c'est votre communauté, au-delà du business !



**Aurélie Suchet** *Chargée de clientèle IN Club*

**Port. 06 11 03 76 62 - Tél. 04 93 65 00 93 - club@in-magazines.com**

## *Ils nous* **REJOIGNENT**



### **O'PHIL DU CŒUR**

Ateliers PHILO LUDIQUES  
marion@ophilducoeur.com - 06 30 70 50 03  
www.ophilducoeur.com



### **PLEIN SUD IMMO**

contact@pleinsudimmo.com - 09 53 76 43 53  
www.pleinsudimmo.com



### **LA MINUT'RIT CONCIERGERIE**

denis.lannelucq@laminutrit.fr - 07 86 11 80 62  
www.laminutrit.fr



### **GOLF PLUS**

Sandrine VAYSSE 06 64 21 51 48 - svaysse@golfplus.fr  
www.golfplus.fr

## *Ils nous renouvellent* **LEUR CONFIANCE**



### **PHILIPPE WERNERT ASSURANCES**

phw.conseil@gmail.com - 04 93 13 17 44  
www.wernert-assurances.fr



### **ELEMENTS CARRELAGE**

elementterre@wanadoo.fr - 06 37 82 47 04  
www.elements-carrelage.fr



### **STUDIO GENTILE**

contact@studio-gentile.fr - 04 92 09 97 50  
www.studio-gentile.fr



### **GNEP**

www.chambre-notaires06.fr  
04 97 03 02 09

# LES VIGNOBLES CHEVRON NILLETTE

Comte Guillaume de Chevron Villette **Vigneron**



## LE RETOUR AUX AFFAIRES ET AUX PLAISIRS PARTAGÉS !



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé

latête&lesjambes

Château Reillanne Route de Saint-Tropez - 83340 Le Cannet des Maures  
Tél. : 04 94 50 11 70 - Fax : 04 94 50 11 75 - secretariat@cv-vigneron.com

Fabrice Claudel Directeur Commercial CHR - Mob. : 06 60 05 90 70 - f.claudel@cv-vigneron.com



[chevron-villette-vigneron.com](http://chevron-villette-vigneron.com)

# RENT a CAR



## -20% de réduction\*



+ options offertes  
**pour tout le personnel soignant**  
jusqu'au 31 décembre 2020

\*Sur tarifs publics disponibles en agence ou sur le site rentacar.fr selon date de départ. Offre réservée aux professionnels de santé sur production d'un justificatif officiel ou d'une carte professionnelle qui devra être présenté (e) en agence lors de la prise du véhicule : Médecins, infirmiers (es), personnel soignant, paramédical, et autres personnels de santé en première ligne pendant la crise sanitaire du Covid-19. La location doit être effectuée au même nom figurant sur le justificatif officiel. Offre non cumulable avec d'autres promotions, valable dans les agences participantes, selon disponibilité, pour toute location de voiture ou de véhicule utilitaire, (à l'exception de FREELOC) pour une durée de location inférieure à 30 jours. La liste des agences participantes est indiquée sur rentacar.fr et les conditions générales de location applicables sont disponibles en agences et sur rentacar.fr.

# La location réactive, moderne, sécurisée

**Rent A Car et les équipes de ses 14 adresses azuréennes sont plus que jamais au service de leurs clients !**

La crise sanitaire a permis d'accélérer le chantier de transformation digitale pour limiter -nécessité oblige- les échanges interpersonnels et rendre la location toujours plus sûre, tant au niveau du respect des règles sanitaires, (désinfection des véhicules, des clefs...) que de la gestion de la démarche de location.

Ainsi, Rent A Car a mis en place la signature électronique du contrat, l'état des véhicules en dématérialisé, ce qui assure une plus grande confiance.

## Auprès des professionnels de santé

Rent a Car ne s'est pas arrêté avec le déconfinement et lance une grande opération nationale à destination des professionnels de santé. Ainsi durant le confinement avait été mise à leur disposition, la location gratuite de véhicules. Aujourd'hui, **une offre exclusive sanctuarisée de -20 %** sur toute location (sauf Freeloc) et la gratuité des options « 2<sup>nd</sup> conducteur » et « Assistance » seront maintenus jusqu'à la fin de l'année.

## Le plein de nouveautés

De nouvelles prestations sont proposées pour les vacances comme le « Easy Péage » qui permet aux clients de Rent A Car de bénéficier d'un service de télépéages installés dans les véhicules afin de gagner du temps sur autoroute en utilisant la voie dédiée aux télépéages : plus de souci d'attente ou de monnaie...

Plus que jamais, Rent a Car se veut synonyme de réactivité, adaptabilité, modernité et sécurité.

**Rent A Car and the teams working at its 14 subsidiaries in the French Riviera are more than ever at the service of their clients!**

The health crisis allowed us to accelerate our digital transformation project aimed at limiting, as is now necessary, physical exchanges and at making its service safer, both in terms of complying with health regulations (disinfecting the vehicles, the keys...) and in terms of managing the rental procedure.

Rent A Car has therefore implemented a system to electronically sign rental contracts, and the inspection of the vehicles is now performed remotely, which increases trust in our company.

## In support of healthcare professionals

Rent A Car has maintained its support well beyond the end of the lockdown, and has launched a national operation to come in aid of healthcare professionals. During the lockdown, they were able to rent cars for free. Now, healthcare professionals benefit from **an exclusive special offer of -20%** on all car rentals (excluding Freeloc) along with free "2nd driver" and "Assistance" options maintained until year's end.

## All sorts of new offerings

New services are being unrolled for the holiday, such as "Easy Péage" that allows Rent A Car clients to use the electronic toll collection systems installed in our cars, and to save time on the motorway by using the special lane: no more worries about waiting times and loose change...

Now more than ever, Rent A Car wants to be a symbol of responsiveness, adaptability and safety.



**Aéroport Nice**  
04 93 19 07 07

**Nice RN 202**  
04 93 29 86 32

**Nice Gare**  
04 93 88 69 69



**Nice Port**  
04 93 56 45 50

**St Laurent Gare**  
04 93 19 07 07

**Antibes Gare**  
04 93 34 36 84



**Cannes Gare**  
04 97 06 01 25

**Cannes/Mandelieu**  
04 93 47 98 80

**Cannes Mistral**  
04 93 68 68 68

**Vence**  
04 93 58 04 04

**Carros**  
04 97 00 09 99

**Drap**  
04 93 53 50 66

**Grasse**  
04 85 90 09 00

**Puget sur Argens**  
04 28 01 00 10

**+ PROCHE, - CHER**

**rentacar.fr**



# ABONNEZ-VOUS !

GÉRARD DEPARDIEU • SYLVIE TESTUD  
GAD ELMALEH • GUILLAUME GALLIENNE  
ISABELLE CARRÉ • GASPARD PROUST  
MATHIEU AMALRIC • ALAIN SOUCHON  
FABRICE LUCHINI • BERNARD CAMPAN  
ÉRIC ELMOSNINO • JULIE DEPARDIEU  
PEEPING TOM • CLÉMENTINE CÉLARIÉ  
HELENA NOGUERRA • ÉDOUARD BAER  
LA COMÉDIE-FRANÇAISE • LE THÉÂTRE  
DE LA VILLE DE PARIS • ANDRÉS MARÍN  
LA FAMILLE SEMIANYKI • MICHEL FAU  
ÉRIC MÉTAYER • MOURAD MERZOUKI  
CHRISTOPHE ALÉVÊQUE • ALICE POL  
ROSCHDY ZEM • PHILIPPE DECOUFLÉ  
SAMI BOUAJILA • MICHEL BOUJENAH  
IMANY • FRANÇOIS-XAVIER DEMAISON  
FRANÇOIS BERLÉAND • BOB WILSON  
JAMES THIERRÉE • PIERRE RICHARD  
NIELS ARESTRUP • DANIEL AUTEUIL...

[anthea-antibes.fr](http://anthea-antibes.fr)

2  
0  
2  
0  
.  
2  
0  
2  
1

# ENSEMBLE, DONNONS DE L'AIR À NOS ENTREPRISES.

Achetons et consommons 06.

## #Jachète06etVOUS ?



 **BON  
DE COMMANDE  
VALIDÉ**



Avec le soutien de

