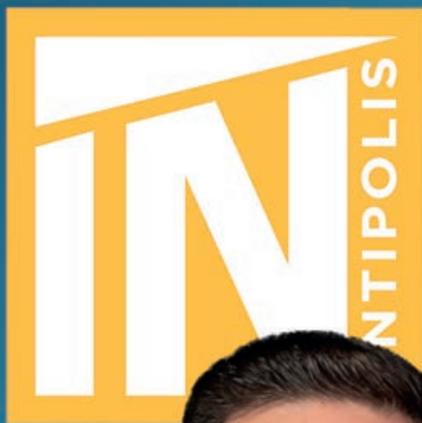


AOÛT / SEPTEMBRE 2018 04



GO SHARKS

PLACE AU SPORT EMOTION !

Julien Espinosa, Freddy Tacheny, Vincent Berard et Mathieu Le Naour

LEXUS LC 500h HYBRIDE

CONÇU POUR UNE NOUVELLE ÈRE

Le LC 500h Hybride est la concrétisation d'une collaboration entre les équipes de design et d'ingénierie de Lexus, créant ainsi un coupé de luxe exclusif marquant le début d'une nouvelle ère pour Lexus.



Consommations (L/100 km) et émissions de CO₂ (g/km) en cycle mixte : de 6,4 à 6,5 et de 145 à 148 (D).

Données homologuées CE.

* Vivez l'exceptionnel.

 **LEXUS**
EXPERIENCE AMAZING*

LEXUS NICE CAP PREMIUM

1 avenue Eugène DONADEI - Zone Cap 3000 - 06700 Saint-Laurent-du-Var - Tél. +33 (0)4 83 32 22 10



EN OCTOBRE AVEC **IN** MAGAZINES

En tant que professionnel,
**vous faites partie des
meilleurs** et accompagnez
au quotidien les entreprises
de votre région.

**Montrez votre
savoir-faire et
communiquez
dans notre grand
dossier BTOB**

09 83 79 29 56
commercial@in-magazines.com

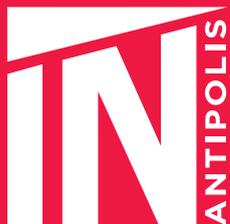
GRAND DOSSIER **BTOB** business to business

PRODUITS & SERVICES - CONSEIL & GESTION - PROMOTION & IMAGE



commercial@in-magazines.com - www.in-magazines.com





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

Direction : Gregory Paré
 direction@in-magazines.com

Service commercial : Eric Pottier
 commercial@in-magazines.com

Rédaction : Mickaël Lardet
 redaction@in-magazines.com

Conception graphique : Xavier Beck
 pao@in-magazines.com

Traduction : Nicole Perrier
 contact@voxlurialis.com
 www.voxlurialis.com

Photos : @Loïc Bisoli / @Fotolia.com

Couverture : @Loïc Bisoli

Impression : Imprimerie Petrilli

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



61% DES TRAVAILLEURS DÉSIRENT PLUS DE FLEXIBILITÉ AU TRAVAIL

Notre réseau de bureaux, espaces de coworking et salles de réunions permet de travailler dans pratiquement toutes les villes du monde. C'est l'une de nos nombreuses façons de contribuer au succès de nos clients.

*Appelez-nous au **0 800 023 077**, rendez-vous sur **regus.fr**
ou téléchargez notre application afin de découvrir nos sites
à Nice, Sophia Antipolis et Monaco.*

**Regus**TM

SOMMAIRE

Pages 8 à 21 **INFRAROUGE**

- 9** **Antibes Sharks**
Après le retour à l'équilibre, place au sport et à l'émotion !
After restoring break-even, time for sport and emotion!

Pages 22 à 35 **INFOS**

- 23** **L'UPE06**, au plus près des entreprises dans un dialogue constructif
UPE06, close to enterprises for constructive dialog
- 24** La gestion de patrimoine made by **Antom Patrimoine**
Wealth management by Antom Patrimoine
- 26** **Onet Sécurité Telem** :
Un deuxième semestre prometteur
Onet Sécurité Telem: A promising H2
- 32** **Groupe Ippolito : 50 ans**
Happy birthday !
- 34** **Le Planning éco**
Rendez-vous institutionnels, événements, conférences, salons... Prenez date !
*Institutional meetings, events, conferences, exhibitions ...
Make a date!*



Pages 36 à 43 **INTELLIGENCE ET INNOVATION**

- 37** Startups : **grosse battle le 10 octobre**
Start-ups: a big battle will rage on October 10
- 40** **Nautisme** : cap sur l'innovation
Sailing: towards innovation
- 42** Au cœur de l'**ESC**
(European Society of Cardiology)

Pages 44 à 55 **IN MY CITY**

- 46** **Biot** - Rêves de verre
Dreams of glass
- 48** **Mougins School**
« Nous privilégions l'éducation complète de l'enfant »
We place importance on a rounded education for our students

Pages 56 à 61 **IN VOUS CONSEILLE**

- 56** Des **fiches thématiques** pour bien piloter son entreprise
Thematic sheets to guide your firm



SOMMAIRE



Pages 62 à 67 VINS, HÔTELS ET BONNES TABLES

64 **Hôtel - Spa & Restaurant Le Cantemerle**
Authenticité, le vrai luxe
Authenticity: the real luxury

66 **L'été Vodka**
Summer of Vodka

Pages 68 à 71 INDOOR & OUTDOOR

69 **Maison connectée : dehors aussi !**
Connected home: outside too!

Pages 72 à 79 INTENSITÉ

75 **Rolls Cullinan, diamant brut**
Rolls Cullinan, rough diamond

76 **Alexander Levy**
Les valeurs du partage
Sharing values

78 **Padel : l'offensive d'un sport qui pourrait relancer le tennis**
Padel-tennis: a sport that could well restore the glory of tennis



Pages 80 à 83

81 Un Beauty Corner ouvre à l'**Hôtel Belles Rives ******
*A Beauty Corner now open in the Hôtel Belles Rives *****

82 On prolonge **les bienfaits de l'été**
We extend the benefits of summer

Pages 84 à 93 INSPIRATIONS

85 **Evasion**
Avec **MC2 Forces**, partez quelques jours en dernière minute ou préparez minutieusement votre voyage au long cours...
With MC2 Forces, take a few days off on the spur of the moment or carefully plan your long-haul trip...

88 **Agenda Culturel**
Ciné, spectacles, concerts, expos...

Pages 94 à 96 INCLUB

94 Faites grimper votre popularité avec le **IN CLUB**
Increase your popularity with IN CLUB





IN FRAROUGE

En immersion au cœur d'une entreprise azurienne
Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com



Après le retour à l'équilibre, place au sport et à l'émotion !

After restoring break-even, time for sport and emotion!

Freddy Tacheny, ancien directeur général de RTL Belgique, est actionnaire majoritaire du club de basket d'Antibes depuis six ans. Depuis le départ de Frédéric Jouve à la direction du club, ce spécialiste des médias et du sport a fédéré son équipe de direction autour d'une stratégie commune pour propulser les Sharks vers les sommets du championnat Jeep Elite. Entretien.



For 6 years now, Freddy Tacheny, former CEO of RTL Belgium, has been a majority shareholder of the Antibes basketball club. Since the departure of manager Frédéric Jouve, this media and sports specialist has rallied his management team around a common strategy to launch the Sharks to the summits of the Jeep Elite championship. Interview.

La saison est terminée. Le maintien en Pro A est assuré, vous êtes à la présidence depuis quelques mois, même si vous avez toujours été présent depuis plusieurs années déjà. Que nous réserve la rentrée ?

Freddy Tacheny : Tout d'abord, c'est une évolution, pas une révolution. Comme vous l'avez dit, j'étais là, je suis là et je serai là !

J'ai confiance dans ce projet depuis maintenant près de six ans. Entretemps, les Sharks ont été pressés de retourner en Pro A... ! Nous nous étions donnés 2020 comme cap de retour en Pro A et pour revenir à une situation financière sereine et équilibrée, ce que le club n'avait pas connu depuis un certain temps.

Et avec l'un des plus petits budgets de Pro B, les joueurs et leur entraîneur nous ont fait la surprise de remonter directement en Pro A ! Mais toute l'ossature, la restructuration des fondations de la maison n'avaient pas eu l'occasion d'être réalisées...

Depuis lors, il faut bien le

reconnaitre, nous sommes en Jeep Elite (nouvelle appellation de la Pro A, NDLR) avec un budget de Pro B, parce que je ne suis pas là pour recréer des trous financiers tels qu'ils ont pu exister par le passé.

Chaque année, nous progressons en termes de recette et donc de budget sportif.

La première phase s'est établie autour du marketing avec un nouveau positionnement, un nouveau prénom, les Sharks d'Antibes. C'était une volonté que j'avais d'insuffler une note de modernité au club en se tournant vers l'avenir et vers les Etats-Unis pour le show. Je suis un homme de médias et je voulais que l'on aille le plus vite possible dans ce sens.

Un club demande des investissements...

Oui et la deuxième étape-financière, a suivi. Etant à 80% actionnaire de ce club, nous avons progressivement apurés les dettes du passé. C'était une phase difficile mais indispensable. Je n'ai malheureusement pas de pétrole dans mon jardin ! Je travaille avec l'argent que nous avons et

The season is over and the team is guaranteed to remain in Pro A. You replaced your predecessor several months ago, although you have already been present for several years. What can we expect for the upcoming season?

Freddy Tacheny : Firstly, this is an evolution, not a revolution. As you have said, I was here, I am still here and will remain here!

I have had faith in this project for six years now. In the meantime, the Sharks have rushed to return to Pro A...! We had set 2020 as the date for our return to Pro A and to a serene and balanced financial status that the club had not enjoyed for a long time. And with one of the smallest Pro B budgets, the team and their coach surprised us with their direct return to Pro A! But the team's architecture and the restructuring of the foundations were not materialized ...

Since then, we must acknowledge that we are in Jeep Elite (Editor's note: new Pro A name) with a Pro B budget because I will certainly not dig more

holes in our finances as was the case in the past.

Our revenues and sports budget are growing yearly. The first step involves marketing a new positioning and a new name, Sharks d'Antibes. I was determined to modernize the club by looking to the future and to the U.S. for the show. I am a media professional and wanted to move along as fast as possible.

A club requires investments...

Yes, and the second step – financial, followed. As 80% interest shareholders of the club, we gradually settled the debts of the past. It was a difficult but indispensable step.

I have unfortunately not discovered oil in my garden! I make the best with the funds we have and those that we produce in the group I have formed. This money was therefore used to return the club to an economically sound status. This second step is now complete and the club's financial situation has been turned around. We were lacking in motivation to spur stronger commercial and structural growth.

Le grand public, c'est le plus important. Il n'y a pas de club sans passion, il n'y a pas de passion sans public, il est important de séduire et c'est ma priorité numéro un.

que nous produisons au sein du groupe que j'ai constitué. Cet argent a donc servi à rendre le club « sain » sur le plan économique. Cette deuxième phase est achevée et le club est désormais dans de bonnes conditions financières. Il manquait une impulsion vers une croissance plus forte en matière commerciale et en structuration sportive.

Qu'en est-il de votre stratégie au sujet de la conquête du public ?

Le grand public, c'est le plus important. Il n'y a pas de club sans passion, il n'y a pas de passion sans public, il est important de séduire et c'est ma priorité numéro un.

Il faut nous rapprocher de l'ensemble de nos fans, de nos licenciés, de notre association. Nous avons la chance d'avoir près de 500 jeunes qui jouent au basket dans le club, 500 autres qui jouent dans les dix kilomètres avoisinants. Ce sont 1.000 familles qui lavent le maillot des enfants chaque semaine ! C'est un asset, un actif excessivement important, essentiel ! C'est notre premier capital. Il faut un public encore plus nombreux.

Vous misez aussi sur les entreprises locales. Le Sharks Business Club peut encore accueillir des partenaires...

Notre second public, ce sont les entrepreneurs, les entreprises privées. Nous sommes nous-mêmes des entrepreneurs et nous nous adressons à eux avec les mêmes problématiques, la même volonté de croître, d'équilibrer nos affaires et de déployer une belle aventure économique, mais aussi sociale et sportive.

C'est évidemment un objectif fort

de nous voir accompagnés d'un maximum de partenaires.

Nous allons nous renforcer dans nos structures de fonctionnement afin d'être encore plus présent sur le terrain commercial. Nous avons en ce sens conclu un accord avec une régie commerciale nationale (Sport and Co) afin de nous épauler dans la recherche de nouveaux partenaires, et notamment dans le cadre du dossier très important du « Naming » de l'Azur Arena.

Enfin, nous sommes très proches des institutionnels : nous sommes porteurs d'une image, d'une identité. C'est en cela que ma première priorité était de stabiliser ce club. On ne construit pas un nouvel étage sans vérifier la stabilité des fondations...

A ce titre, je le dis clairement, je ne serais pas ici sans un homme, Jean Leonetti, qui a eu la vision de construire ce magnifique outil, en regardant vers le futur et pas uniquement vers le passé -certes glorieux, du club. Il fallait l'Azur Arena et je lui rends hommage dans cette période difficile d'avoir cru et d'avoir eu la vision d'investir dans cet outil, indispensable, surtout lorsqu'on s'appelle Antibes.

Comment passer à cette troisième phase de développement ?

Nous avons tenu récemment un séminaire complet avec l'ensemble de l'équipe pour fixer ce cap 2020. Les joueurs ont été plus vite que nous en accédant à la Pro A... Maintenant, tout doit être misé sur le sport et le budget sportif. Nous finissons 16^e, la saison était très serrée au niveau des clubs, car avec une victoire de plus que l'an dernier, nous terminons

Describe your strategy to conquer the general public:

The general public is the most important aspect. There can be no club without passion, there is no passion without fans, therefore my main priority is to conquer fans.

We need to build ties with all of our fans, our licensees, our association. We are lucky to have close to 500 young players who play in our club, and 500 others who play in other local clubs. This means that 1000 families wash their children's jerseys each week! This is an asset, a greatly important and crucial one! It is our main capital and we need a larger pool of fans.

You are also betting on local firms. The Sharks Business Club can still welcome new partners...

Our second audience is composed of entrepreneurs with whom we share the same issues, the same determination to spur growth, to balance our business and to deploy this deserving economic, social and sports adventure.

Obviously, our main objective is to attract as many partners as possible. We will strengthen our operational structures to boost our presence in the business. We have in this regard signed an agreement with a national commercial firm (Sport and Co) to assist us in seeking new partners, and mainly in the very important framework of the « Naming » project for Azur Arena.

And lastly, we work closely with

institutions: we are the bearers of an image, an identity. This is why my main goal was to return the club to stability. We must check the stability of the foundations before launching another step...

In this regard, I must say that I would not be here without the support of Jean Leonetti whose idea it was to build this magnificent tool, by looking to the future and not only to the certainly glorious past of the club. The Azur Arena plays a crucial role here and I can only pay tribute to him in these tough times for his faith in the club and to his decision to invest in this essential tool, particularly in the case of Antibes.

How will you launch the third step towards growth?

We recently organized a complete seminar with the entire team to charter our course to 2020. The players moved faster than us by returning to Pro A... We must now focus on the sport and its budget. We are currently ranked 16th as the season was hard for the clubs, because with only one more victory over last year, we end with a gap of two rungs. This is undeserved but such is sport!

We are looking for sustainable growth and are preparing a sports budget, both as regards team members and structure. We must also strengthen the bench, which is our weak point. The performance of our core team is pristine but we have downtimes during the games as we need rotations and we are less fortunate than other clubs.





HYUNDAI



COMMUNE D'AGGLOMERATION SOPHIA ANTIPOLIS

Région Provence Alpes Côte d'Azur

mutuelles du soleil

upe06

Région Provence Alpes Côte d'Azur

mutuelles du soleil

upe06

VILLE D'ANTIBES

Carrefour

LNB
Laissez-vous prendre au jeu

BURGER KING

CCI NICE CÔTE D'AZUR

upe06

Carrefour

BURGER KING

HYUNDAI

à deux places d'écart. C'est ingrat mais ce sont les aléas du sport ! Nous voulons une croissance permanente. Nous allons développer le budget sportif, tant en effectif qu'en structure. Nous devons aussi renforcer le banc. C'est là que nous pêchons. Notre équipe de base est particulièrement performante mais nous avons des creux pendant les matchs car il faut des rotations, et nous sommes moins nantis que d'autres équipes.

Vous êtes un homme de challenges, de projets à long terme. A quel niveau vos différentes activités vous apportent dans la conduite du club ?

Dès lors que j'ai voulu partir et fonder mon entreprise, Zelos, je n'ai eu de cesse de vouloir créer des piliers solides dans nos différentes activités. Il est important d'équilibrer un projet, de ne pas mettre tous ses œufs dans le même panier. Antibes fait partie de cet équilibre général. Nous aidons le sport sous tous ses angles. Je me suis vraiment donné ce challenge en me disant que ce club méritait que l'on s'y attarde aux niveaux économique et financier. Les autres piliers de Zelos ont pu progressivement nous aider à investir davantage et sécuriser la situation d'Antibes.

Vous comptez vous rapprocher des antibois :

Il y a une tradition, une passion sportive, un bel enjeu, avec un intérêt croissant des entrepreneurs. Il faut que cette salle devienne un vrai chaudron, et pas seulement lorsque l'on joue contre Monaco. C'est surtout lorsque l'on joue par exemple contre Cholet ou Gravelines, que l'on a besoin du public. Le public est le sixième homme. Notre priorité absolue : le conquérir. S'il répond présent, tout le monde sera là : partenaires, institutionnels, médias. C'est le moteur d'un club pro. Nous allons donc cadrer une communication BtoC importante et nous tourner vers Antibes. Ainsi, pour la première fois, plus de 500 joueurs seront présentés en même temps début

septembre au cœur d'Antibes, avec les nouveaux maillots. C'est une volonté de montrer notre fusion avec l'association et d'aller vers eux. C'est un premier pas qui sera suivi d'autres. Nous avons besoin des Antibois, des passionnés de basket et de tous ceux qui veulent voir un beau spectacle. Là, nous allons progressivement renforcer le caractère spectaculaire du show et investir dans ce domaine.

La tendance est marquée : nous allons vers des éléments beaucoup plus liés à l'image, à l'émotion. Le basket doit véritablement s'approprier cette salle, et nous allons y travailler.

Avez-vous d'autres projets en France avec Zelos ?

Je suis réaliste. Nous gérons un circuit en Belgique, organisons des événements importants (Superbiker de Mettet ou encore la manche Belge du Championnat du Monde WRX), 4 pilotes en MotoGP, un en WRX, des droits médias, une régie publicitaire... J'ai la chance d'avoir des équipes loyales, fidèles, mais qui me demandent de temps en temps de ralentir un peu cette créativité, ce lancement de projets ! Les Sharks d'Antibes sont ma seule priorité en France, c'est cette équipe magnifique qui mérite toutes les attentions. C'est pour cela que j'ai décidé de m'établir davantage à Antibes, où je viens tout juste d'acquérir un bien immobilier. Il y a une vraie synergie entre toutes les activités.

A quoi doit-on s'attendre avec vous ?

Une chose est sûre : je ne lâche jamais... Je donne rendez-vous à toutes celles et ceux qui veulent partager ce beau projet, le faire croître et participer à la montée dans le ranking des clubs en championnat : entrepreneurs, public, ils ne feront qu'accélérer les choses et ensemble, nous irons plus vite vers le haut. Mais je ne pourrai porter ce projet ni seul, ni là où nous n'en aurons pas les moyens. Alors, mobilisons-nous, le challenge est tellement beau pour Antibes, et pour toute notre région !



Zelos, la société fondée par Freddy Tacheny, a pris sous contrat de management plusieurs sportifs de haut niveau tels que Xavier Siméon (pilote en MotoGP)

You are a man who likes challenges, long-term projects. How do your other business activities help you in your management of the club?

Since I decided to leave to found my firm, Zelos, I have constantly worked on designing solid pillars in our many areas. A project must be balanced, and we must avoid putting all of our eggs in the same basket. Antibes is a component of an overall balance and we are avid supporters of the sport. I have vowed to take on this challenge myself, by considering that this club deserves economic and financial support. The other pillars of Zelos gradually helped us invest more to secure Antibes' status.

You intend to work more closely with the Antibes population:

There is a tradition, a passion for sports, an inspiring challenge, and entrepreneurs are more and more interested. The arena must become a genuine caldron, and not only when we play against Monaco. Our fans are genuinely essential when we play against Cholet or Gravelines. Fans are the 6th man. Our main priority is to conquer the general public, who, if present, will attract more fans: partners, institutions, media. This is the driver of all pro clubs. We will there-fore launch a large BtoC communication campaign focused on Antibes. For the first time, over 500 players wearing their new jerseys will be presented in September to the Antibes inhabitants. We are determined to showcase our merger with the association and to work with them. This first step will be followed by

others. We need the local population, fans of basket-ball and all those who like a good show. In this regard, we will gradually strengthen the spectacular feature of the show and invest in this field. The trend is obvious: we are moving towards events closer to the show, to build up emotion. Basketball must truly invest the Arena, and we are working to this end.

Does Zelos have other plans in the pipeline for France?

I am a realist. We manage a racetrack in Belgium, organize large events (Mettet Superbiker, the Belgian arm of the Monde WRX Championship), 4 MotoGP pilots, one WRX pilot, media rights, an advertising agency... I am lucky to work with loyal and devoted teams, who regularly ask me to control my imagination as well as to limit the number of project launches! The Sharks d'Antibes are my sole priority in France, and this magnificent team deserves our full attention. This is why I have decided to reside in Antibes where I have recently purchased a home. There is genuine synergy between our activities.

What else are you planning?

One thing is certain: I never give up... I appeal to all those who would like to share in this project, to grow it and partake in the Championship of club ranking: entrepreneurs, general public, as they will accelerate things and together, we will move to the top faster. But I cannot do this alone, or succeed in areas where we are devoid of means. So, for Antibes and for our entire region, we must pool our energies in support of this amazing challenge!



JULIEN ESPINOSA

Manager sportif

« Je veux créer une valeur ajoutée qui croît chaque année »

« I intend to contribute added value that grows every year »

Julien, présentez-nous votre parcours :

Je suis un ancien joueur du centre de formation d'Antibes. J'ai suivi des études en Sciences du sport à Nice et à Marseille et me suis lancé dans l'entraînement sportif dès que j'en ai eu l'occasion, à travers les équipes plus jeunes du club. Puis j'ai pris de l'expérience au sein de différents clubs et je suis revenu à Antibes en 2007, jusqu'à prendre en charge l'équipe des Sharks à part entière en 2014.

Votre rôle évolue encore aujourd'hui ?

Il nous manquait une vision stratégique au niveau sportif pour lancer un projet qui puisse se développer sur plusieurs saisons. Cette vision est traditionnellement incarnée par un directeur sportif que nous n'avons pas.

Nous avons décidé d'étoffer notre staff technique pour que je puisse déléguer certaines tâches opérationnelles. J'aurai à mes côtés 3 entraîneurs adjoints, ce qui va me permettre de devenir manager sportif. Mon rôle sera de déterminer cette stratégie de développement sur les trois ans à venir.

Quelles sont vos premiers objectifs à atteindre ?

Dès la saison prochaine, travailler en collaboration avec des joueurs qui ont un potentiel à développer, sur des contrats pluriannuels de minimum deux ans, voire trois. Donc de s'engager à faire progresser ces jeunes joueurs et les garder au club. Jusqu'à présent, nous trouvions des joueurs dans nos tarifs pour faire le job en Jeep Elite. On avait l'inconvénient de les perdre en fin de saison, sans

en tirer de plus-value, ni sportive, ni financière. Mon rôle va être de fabriquer une valeur ajoutée qui croît chaque année.

Le recrutement de Fernando Esposito comme pivot symbolise cette stratégie...

Oui : Fernando nous donne beaucoup de garanties sur le côté défensif du terrain et de notre côté, nous voulons lui donner l'opportunité de développer ses aspects offensifs. Il est -et nous sommes- très motivés pour passer un cap dans son évolution en Pro A.

Quels sont vos atouts dans le recrutement ?

Nous travaillons sur de gros potentiels, qui sont courtisés par des clubs de haut de tableau mais qui se voient proposer des responsabilités mineures. Nous avons pour argument d'engager ces joueurs en leur donnant des responsabilités importantes au sein de notre effectif. Nous avons un modèle de jeu clairement identifié en interne et savons exactement le type de joueur à intégrer.

Julien, tell us about your career:

I am a former player of the Antibes training center. I studied Sport Sciences in Nice and Marseille and, as soon as I could, I decided to work in sports training for the youngest members of the club. I later grew my experience in different clubs and returned to Antibes in 2007, and in 2014, I was hired to take charge of the entire Sharks team.

Is your role still evolving today?

We were lacking in sports-related strategic vision to launch a project able to cover several seasons. This vision is usually embodied by a sports Director that we do not have. We decided to consolidate our technical staff so that I could delegate some of my operational tasks. I will now be supported by a team of 3 deputy coaches, who will support my promotion to sports manager. My role will entail the design of a growth strategy over the next three years.

What priority objectives have you set for yourself?

By next season, we will work with our high-potential players to prepare 2 to 3-year multiannual contracts. This is our engagement to hone their skills

and keep them in the club. Until now, we recruited players we could afford to do the job in Jeep Elite. At the end of the season however they left the club, without benefiting from any added value, in the sport or financially. My role will entail the design of an added value that grows yearly.

The recruitment of Fernando Esposito is the kingpin of this strategy ...

Yes: Fernando shows great promise in defense in the field and on our end, we aim to give him the opportunity to sharpen his aggressive features. He is - and we are - highly motivated to charter a new course for his transition to Pro A.

What are your recruitment assets?

We work with high-potentials, who are courted by high-profile clubs, but who are only granted minor responsibilities. Our pitch is to engage these players by allowing them to take on significant responsibilities in our midst. Our game plan is clearly identified in-house and we know exactly what talented players we can bring in.



Pour le recrutement, nous travaillons sur de gros potentiels, qui sont courtisés par des clubs de haut de tableau mais qui se voient proposer des responsabilités mineures.



VINCENT BERARD

Manager général

« Nous aimons être les poils à gratter du championnat ! »

« We love to be the troublemakers of the championship!! »

Vincent, vous êtes manager général des Sharks. Quel est votre parcours ?

J'ai fait un Bac +5 en marketing du sport. Stagiaire au club, j'ai ensuite été intégré et j'ai gravi petit à petit les échelons, depuis 2001.

Quelle est l'organisation actuelle de l'entreprise Sharks ?

Freddy a délégué trois pôles. La partie organisation, juridique et financière dont j'ai la charge, le pôle sportif avec Julien Espinosa et le pôle commercial avec Mathieu Le Naour. Chacun organise son comité (exécutif, commercial et sportif) depuis fin février, des comités au cours desquels nous échangeons beaucoup.

Qu'est-ce qui va changer dans le management ?

Nous allons tout d'abord recruter du personnel. Nous sommes devenus une petite machine avec un budget de 3,5 M€. Nous allons donc engager deux personnes de plus : une pour l'organisation événementielle et une personne

chargée de l'organisation des déplacements, de la coordination et du suivi médical, ainsi que de la préparation sportive.

Quel est l'état d'esprit de l'équipe de direction avant la reprise de la saison ?

Nous sommes ambitieux. Nous aimons être les poils à gratter du championnat, que les grosses équipes tremblent un peu quand elles arrivent ici ! Cette année nous avons eu quelques belles victoires sur de grosses équipes : Strasbourg, l'Asvel, Pau... et ce, malgré l'un des plus petits budgets. Malgré cela, on a des idées et on n'a pas froid aux yeux concernant certaines prises de décision, notamment sur le recrutement ! Cela correspond à notre mentalité ambitieuse, ici à Antibes.

Parlez-nous des objectifs à tenir :

Notre cap est d'être clairement dans le top dix budgétaire dans les 3 ans. Il y a donc un million d'euros à aller chercher sur ces 3 années. C'est du travail mais nous sommes là pour ça !



Vincent, you are the general manager of the Sharks.

Tell us about you:

I passed my Baccalaureate followed by 5 years+ in sport marketing.

As an intern in the club, I was later employed and gradually climbed all the rungs since 2001.

How is the Sharks' enterprise currently organized?

Freddy has delegated three areas, organization, legal, and financials that I am in charge of, the sports cluster with Julien Espinosa and the Sales cluster with Mathieu Le Naour. We all have our committees (Executive, Sales, Sports) that we have set up ourselves since the end of February and our meetings are perfect for discussion.

What will change as regards management?

We will recruit staff because we have become a small machine with a budget of 3.5 M€. We will therefore

recruit two more people: one for events organization and one for travel, coordination and medical coordination, as well as sports conditioning.

What is the management team's state of mind before the upcoming season?

We are ambitious. We like to be the troublemakers of the championship, to see large teams shake a little when they get here! This year, we have won several nice victories over large teams: Strasbourg, Asvel, Pau... and this despite one of the smallest budgets. But we have ideas and are not afraid to make decisions, in particular as regards recruiting! This corresponds to our ambitious mentality, here in Antibes.

Tell us about your objectives:

Our course is to clearly be among the top ten in budget within 3 years and we are going to chase 1 M€ during that time. This requires work, but this is why we are here!





*Nous sommes ambitieux.
Nous aimons être les
poils à gratter du
championnat, que les
grosses équipes tremblent
un peu quand elles
arrivent ici !*

MATHIEU LE NAOUR

Directeur marketing et commercial

« Nous sommes un club à taille humaine »

« We are a human scale club »

Mathieu, vous êtes Directeur marketing et commercial des Sharks. Quel est votre parcours ?

Je suis originaire de Normandie où j'ai fait mes études en Fac de sport. Une opportunité de travailler dans le marketing commercial s'est présentée ici en 2006. Cela fait donc un peu plus de 11 ans que je suis là.

Vendre la marque Sharks, c'est compliqué ?

On peut dire que la marque est bien installée. Nous avons pris la bonne option avec ce renouveau, la marque a bien été assimilée. L'idée était de ne pas oublier le passé mais de l'intégrer dans quelque chose de plus moderne et cela a bien fonctionné. Nous sommes vus comme un club dynamique par nos clients et prospects. Nous avons 150 entreprises qui nous suivent, un chiffre en hausse, en nombre comme en chiffre d'affaires. Plus de 90 % de nos partenaires renouvellent chaque année leur engagement. Il y a une grande proximité avec eux : nous sommes vraiment un club à taille humaine.

Parlez-nous de vos offres à destination des entreprises ?

Les offres « hospitalité » fonctionnent bien, que ce soit en Business Seats ou en Loge bord de terrain, puisque nous accueillons en moyenne 450 personnes dans notre salon VIP principal chaque soir de match. Un véritable lieu d'échanges, en toute convivialité, où se côtoient les chefs d'entreprises, les institutionnels... Nous allons continuer à améliorer nos prestations actuelles et en développer de nouvelles, notamment des offres événementielles « one shot » pour permettre aux entreprises de faire leur propre soirée privée lors d'un match des Sharks.



Autre évolution à venir cette saison, le « ticketing entreprise » en proposant aux dirigeants de sociétés d'investir dans des packs de places « grand public » afin de les offrir à leurs collaborateurs et leurs familles. Un véritable outil de valorisation et de cohésion qui donne l'opportunité à tous les salariés d'une entreprise de se retrouver autour d'un match des Sharks.

Enfin, le projet à moyen terme est d'équiper progressivement l'Azurarena en écrans vidéo. Le basket est un sport-spectacle, il est indispensable d'interagir avec le public. Cela nous ouvre des possibilités illimitées, en termes d'animation et commercialisation d'espaces publicitaires.

Le taux de remplissage était de 70 % cette saison. Comment séduire plus de public ?

Nous revoyons notamment le positionnement tarifaire. Les prix seront plus intéressants, une offre plus large avec des tarifs « kids » et « étudiants ». Nous allons également faire vivre davantage l'Azurarena en avant match avec une « Fan Zone ». L'offre sports & loisirs, il ne faut pas l'oublier, il y en a partout ici sur la Côte d'Azur, nous devons donc nous différencier pour avancer...

Mathieu, you are the Marketing and Sales Manager of the Sharks. Tell us more about your career:

I was born in Normandy where I studied sports at the university. In 2006, I was given the opportunity to work in sales marketing here, and have been here for a little over 11 years.

Is it difficult to promote the Sharks brand?

We can say that the brand is firmly established. This renewal was the right choice, and the brand has been recognized. The idea was to always remember the past but also to integrate it in a more modern approach and this worked out well.

Our clients and prospects see us as a dynamic club. We have a following of 150 enterprises, a growing number in fans and revenue. Over 90% of our partners renew their engagement yearly. We are very close to them, as a human scale club.

Is this about your business offer?

The « hospitality » offers are enticing, whether for Business seats or for VIP areas near the field, as we accommodate on average 450 people in our main VIP lounge every game night. A genuine forum for

congenial exchanges where CEOs and institutions come together... We will continue to improve our current offering and design new ones, such as « one shot » events to enable firms to organize their own private events on Sharks game nights.

Another development is planned this season, our « business ticketing » that provides CEOs with the option to invest in « general public » seating packages for their employees and their families.

Lastly, the medium-term project is to gradually set up video screens in the Azurarena. As basketball is a show sport, it is essential to interact with the public. This provides unlimited opportunities, as concerns events and ad space sales.

The « general public » filling rate stood at 70% this season. How do you plan to attract more people?

We are revising our price positioning, to promote more attractive prices, a wider offer with « kids » and « students » prices. We will also revitalize the Azurarena in before-game options with a « Fan Zone ». The sports and leisure offer must be remembered as this exists everywhere on the Côte d'Azur, we must therefore diversify if we are to move ahead...

Le basket est un sport-spectacle, il est indispensable d'interagir avec le public. Cela nous ouvre des possibilités illimitées



JEAN-MARC CASABO

Président de la section amateur de l'OAJLP

Pros et amateurs, main dans la main

Pros and amateurs, hand in hand

Aujourd'hui Président de la section amateur, Jean-Marc Casabo œuvre pour le club depuis plusieurs décennies. A la tête de l'OAJLP, il a vécu tous les soubresauts qu'a pu connaître le basket antibois ces dernières années : en 2005, à la demande de la mairie, il avait même repris les rênes du club professionnel. Auteur du film « Semper Vivens » récemment primé au FICTS (Festival international du film sportif) et qui retrace un siècle de basket à Antibes, il nous livre son sentiment sur les liens qui se renforcent aujourd'hui entre sections amateur et pro.



Today Chairman of the amateur section, Jean-Marc Casabo has worked with the club for several decades; at the helm of the OAJLP, he has witnessed all the changes in Antibes' basketball club over recent years: in 2005, at the town Hall's request, he had even been chosen to head the professional club. Author of the « Semper Vivens » film, recently awarded the FICTS (International Sports Films Festival) that spans over 100 years of basketball in Antibes, he shares his feelings on the ties that are now strong between the amateur and pro sections.

Section amateur et pro se rapprochent : c'est une évidence...

Oui, depuis un certain temps déjà, nous avons prévu de vraiment faire des choses en commun. Le défi est clair : ensemble, comment faire pour encourager la pratique du basket, fidéliser le public, pousser Antibes à un niveau encore plus élevé ? Nous y travaillons.

Avec Freddy Tacheny, le courant passe bien ?

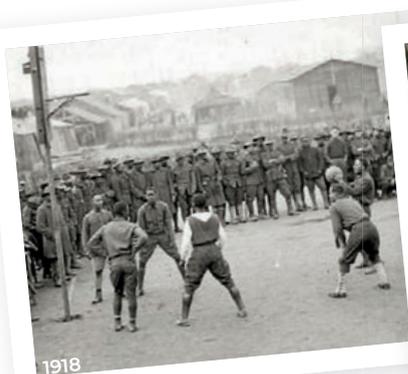
A la reprise du club, lorsqu'il nous a réunis, Freddy Tacheny nous a présenté les chiffres, en toute transparence. Il est très professionnel dans son approche du business et du sport. Je lui suis très reconnaissant d'avoir su prendre la température, évaluer tout ce qui gravitait autour

The amateur and pro sections now work closer together: an obvious fact...

Yes, for a while now, we have decided to work hand in hand. The challenge is clear: together, we can promote the discipline of basketball, to retain our fans, and to boost Antibes up to a higher level? We are working on this issue.

Do you get along with Freddy Tacheny?

When Freddy Tacheny took over the club, he presented its financial highlights, in full transparency. His approach to the business and sport is highly professional. I am very grateful to him for having been able to assess all factors pertaining to the club, and for knowing how and with whom to work.



1918

Antibes accueille les soldats américains blessés. Ils s'ennuient ferme. Et passent leur temps à jouer au basket-ball, notamment dans la cour de l'école Guynemer, dans laquelle ils ont installé un panier. Les antibois sont curieux : ce sport plaît.



1932

1932

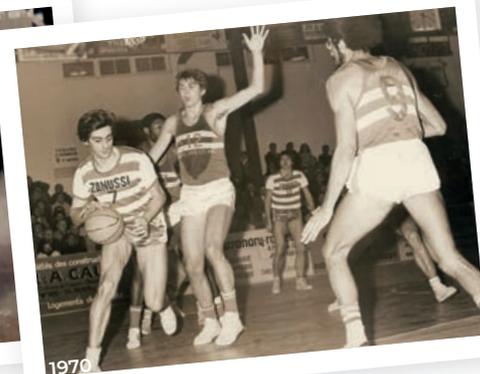
Les libellules est le premier club de basket-ball féminin à Juan Les Pins : c'est la naissance du Racing Club Juan Les Pins. Intéressés, les garçons suivent et se mettent à jouer...



1949

1936

Avec les congés payés se développe la pratique, l'été, sur les plages. Les petites villes n'ont pas de gymnase : on joue plus longtemps et plus facilement en extérieur sur la Côte d'Azur qu'ailleurs en France !



1970

1942

Jean Borotra, secrétaire d'état à la jeunesse et aux sports prend une mesure : les villes de moins de 30 000 habitants ne doivent pas compter plus d'un club de sport de la même discipline. Les clubs se rassemblent, les rivalités se dispersent. Antibes et Juan fusionnent : c'est la naissance de L'OAJLP.

1946, 47 et 49

L'OAJLP est champion de France en junior. Antibes est champion de France en 1951

Nous avons créé il y a quelque temps déjà une commission mixte qui se réunit à la demande, sur tous les sujets communs aux deux sections, notamment le centre de formation.

du club, pour savoir comment et avec qui travailler. Il a eu une approche très pragmatique. A son arrivée, il a su prendre en compte la municipalité, les partenaires financiers, mais aussi s'appuyer sur le club amateur, pour mener à bien sa politique. Il a très bien compris que nous sommes notamment l'échelon intermédiaire avec les autres clubs de la ligue : nous sommes une bonne courroie de transmission...

Comment se traduit ce travail en bonne intelligence ?

Nous avons créé il y a quelque temps déjà une commission mixte qui se réunit à la demande, sur tous les sujets communs aux deux sections, notamment le centre de formation. Dans l'ensemble, nous réussissons à lutter contre toutes les petites réticences ou les non-dits qui perduraient.



La meilleure illustration en est peut-être le logo sur les maillots des joueurs de la section amateur. Nous sommes très attachés à l'OAJLP pour ce qu'il représente et parce qu'il faut toujours se rappeler d'où l'on vient. Mais nous avons néanmoins fini par accepter le requin, logo des Sharks, sur ces maillots ! Avec Freddy Tacheny, nous avons beaucoup d'estime l'un pour l'autre et si des difficultés venaient à survenir, je reste persuadé que ce relationnel permettrait de les dénouer facilement.

His approach is very pragmatic. Upon his arrival, he was able to convince the municipality and its financial partners, as well as to support the amateur club, to successfully apply his policy. He quickly understood that we stand at an intermediate level with other clubs of the league: we are a strong booster...

How does this new joint approach work?

A while ago, we have created a joint committee that meets upon request, to discuss all the issues shared by both sections, and mainly as regards

the training center. By and by, we are more and more able to combat long-standing reluctance and unspoken prejudices. The best illustration is perhaps the logo on the amateur section players' jerseys. We are very close to the OAJLP in what it represents and because we must never forget where we come from. But we have nonetheless now accepted the Shark's logo on the jerseys! Freddy Tacheny and I share mutual esteem, and should difficulties arise, I am convinced that such a relationship will make it easy to restore our mutual faith.



1970



1974



1991



2013

1962
Robert Busnel, gloire du sport et personnage clé du monde du basket-ball français, lance les stages d'été en faisant venir des joueurs internationaux. D'excellents joueurs, notamment américains, débarquent à Antibes.

1970
Antibes décroche le titre de Champion de France en Nationale 1. La période est faste jusque vers 1974-1975.

1991
Antibes est champion de France de Nationale 1. En quelques mois est bâtie la salle Jean Bunoz.

1995
Titre de champion de France. Le basket s'est popularisé, professionnalisé et demande des investissements. Le club a du mal à tenir. Il est rétrogradé en NMI en 2007-2008.

2013
Antibes est sacré champion de France Pro B et retrouve l'élite en 2014.





INFO

L'éco azurienne

Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com



L'UPE06, au plus près des entreprises dans un dialogue constructif

UPE06, close to enterprises for constructive dialog

L'heure est au bilan pour le patronat azuréen. L'UPE06 a présenté le travail effectué durant l'année écoulée et son président, Philippe Renaudi, a annoncé les axes qui définiront l'action du syndicat pour les mois à venir. La proximité est au cœur de ses préoccupations.

L'UPE 06, c'est tout d'abord 8500 entreprises adhérentes et l'équivalent de 115.000 salariés. L'an dernier, 207 nouvelles adhésions ont été enregistrées (900 membres adhérent à l'UPE06). Comme son objet le laisse entendre, l'UPE 06 n'a eu de cesse de prendre la défense des entreprises par un travail de propositions et de lobbying local comme national. Au cœur de son action l'an dernier : la réforme du Code du travail, intervenu par ordonnances.

A ce sujet et sur d'autres, le syndicat s'est illustré par de nombreuses prises de position : prélèvement à la source, CICE, réforme fiscale, décret Plage, soutien aux emplois menacés chez Marineland... Nouveauté cette année, avec **les Rencontres Economiques Territoriales**, initiées et animées par Philippe Renaudi. Au nombre de 4 (à Cannes, Grasse, Menton et Cagnes-sur-Mer), elles permettent de définir les besoins locaux et entendre les doléances de chacun sur son territoire, de manière positive, dans un dialogue constructif de proximité.

Mais le travail du syndicat est de longue haleine, à tous les niveaux : « Plusieurs projets de loi sont en cours, qui doivent ouvrir de nouvelles perspectives pour nos entreprises. Il en va du **Plan d'Actions de Croissance et de Transformation des Entreprises** comme de la **réforme de l'apprentissage** et de la formation professionnelle », souligne Philippe Renaudi. Et le patron des patrons azuréens le sait bien, les sujets à défendre ne manquent pas : « La simplification de notre environnement législatif (...), la participation et l'intéressement, l'égalité des femmes et des hommes dans l'entreprise et pour finir la fiscalité locale sont autant de chantiers qui restent à venir et qui doivent nous mobiliser si nous voulons, salariés et chefs d'entreprise, ensemble, faire gagner nos entreprises ».

The time for assessment has come for local CEOs. UPE06 revealed its report drafted over the past year and Chairman Philippe Renaudi announced the pillars that will define the Union's actions over the next few months. Local presence is the priority.

UPE 06 is first and foremost 8 500 enterprise-members and the equivalent of 115 000 employees. Last year, 207 new members joined (UPE06 has 900 members). As its name announces, UPE06 has supported firms via its local and national proposals and lobbying activities. It stood up for its beliefs with a central focus on the following issues last year: Labor Code reforms, applied through ordinance. Income tax levied at the source, CICE, tax reforms, Beach decree, support to threatened Marineland jobs... New this year, with the **Territorial Economic Encounters** initiated and moderated by Philippe Renaudi. At least 4 events (Cannes, Grasse, Menton and Cagnes-sur-Mer) that will help to define local needs and hearing the expectations of local employees in a positive manner, in a close and constructive dialog. But the work of the Union is a long-term commitment at all levels: « Several draft laws are being prepared to open new perspectives for our enterprises. This is crucial to **the Growth and Transformation of our**



Philippe Renaudi, président de l'UPE06

firms, such as the reform of apprenticeship and vocational training », emphasizes Philippe Renaudi. And the boss of all local CEOs knows this well, there are many issues worthy of attention: « Simplifying our legislative framework (...), profit-sharing, women and men parity in business and to conclude, taxation, are as many worksites that await us and we must pool our energies if we, employees and CEOs, are to work together to help our firms win the reputation they deserve ».

900

Adhérents

95

ateliers thématiques
d'information et de
travail organisés en 2017

+ de 100

Événements
organisés en 2017

upe06
UNION POUR L'ENTREPRISE DES ALPES-MARITIMES

www.upe06.com



La gestion de patrimoine made by Antom Patrimoine

Wealth management by antom patrimoine



Sébastien Rogge, fondateur d'Antom Patrimoine

Imagine that life insurance policies, savings accounts or Sustainable Development accounts are no longer the one and only answer to savings enhancement objectives, to prepare your retirement or to secure family wealth... In any case, in Antom Patrimoine founder Sébastien Rogge's experience, this is all too often the case, and for several years now, he chooses to promote research and high-yield investment solutions, and more specifically abroad.

Innovation, research, high-potential asset classes, new solutions: these are Antom Patrimoine's favorite fields. Sébastien Rogge describes his view of the business, after acquiring over 20 years of experience in asset engineering:

Sébastien, what do you consider to be an innovative investment solution?

An asset class that provides long-term profitability and / or capital gains. This opportunity may be the result of market fluctuations, i.e., that the valuation of such assets is very much lower than their actual value, which is more specifically the case for rentals in Detroit where a 120 m² home can be purchased for \$55 000 and yields rental profitability of \$850 / month. There are also opportunities that can be derived from structured and asset engineering products.

How did you engineer the research for solutions?

An international presence is required to ensure positive results. I have therefore concluded partnerships with experts in the U.S.A., Portugal, Dubai... I have also recruited a team that is exclusively in charge of managing and structuring the new areas of opportunities that are guaranteed to strengthen our brand.

You are also working on designing a French investment offer for tax optimization purposes: why?

Firstly, this offer satisfies our clients' many objectives. I consider that real estate for tax optimization, is an alternative to tax payments that are non-refundable and helps to constitute

Et si l'assurance vie, le compte sur livret ou le LDD n'étaient plus la réponse absolue aux objectifs de valorisation de l'épargne, de préparation de la retraite, de sécurisation familiale ? C'est, en tout cas, la conviction de Sébastien Rogge, fondateur d'Antom Patrimoine qui mise depuis plusieurs années sur la recherche et la structuration de solutions d'investissements réellement performantes notamment à l'international.

Innovater, rechercher, des classes d'actifs à fort potentiel, structurer de nouvelles solutions, tels sont les domaines de prédilection d'Antom Patrimoine. Sébastien Rogge nous expose sa vision du métier, fort de son expérience de plus de 20 ans en ingénierie patrimoniale :

Sébastien, qu'est-ce qu'une solution d'investissement innovante pour vous ?

C'est une classe d'actifs qui offre une opportunité de rentabilité et / ou de plus-values à terme. Cette opportunité peut résulter d'une incohérence de

marché, c'est-à-dire que la valorisation de ces actifs est très inférieure à ce qu'elle devrait être, c'est notamment le cas de l'immobilier locatif sur la ville de Détroit où une maison de 120 m² s'acquiert pour 55 000 \$ et offre une rentabilité locative de 850 \$ / mois. L'opportunité peut également provenir de structurations de produits et d'ingénierie patrimoniale.

Qu'avez-vous mis en place pour la recherche de ces solutions ?

Pour performer, il est aujourd'hui nécessaire d'être présent à l'international. J'ai donc développé

des partenariats avec des structures américaines, portugaises, dubaïotes... J'ai également recruté une équipe exclusivement chargée de la gestion et de la structuration des solutions d'investissements que j'ai sélectionné. J'étudie en permanence de nouvelles pistes d'investissements qui viendront étoffer notre offre.

Vous travaillez également sur une offre immobilière française notamment en défiscalisation, pour quelles raisons ?

Déjà simplement parce que cette offre répond également à de nombreux objectifs de nos clients. Je considère que l'immobilier en défiscalisation est une alternative au paiement de l'impôt à « fonds perdus » et permet de se constituer un patrimoine sans apport financier, en utilisant le levier fiscal. En France, nous travaillons également beaucoup sur les résidences EHPAD avec le statut du Loueur Meublé Non Professionnel ou Professionnel, un outil particulièrement adapté à la préparation de la retraite.

Par ailleurs, la règle d'or en matière de gestion patrimoniale reste la diversification. Nos solutions plus innovantes représentent des actifs à fort potentiel, lesquels viennent en complément judicieux d'autres investissements.

Si vous deviez définir la philosophie d'Antom Patrimoine ?

Je parlerais de proximité et d'indépendance. Proximité, parce que la gestion de patrimoine nécessite une approche personnalisée et donc une relation privilégiée qui va nous permettre de relever les opportunités liées à la situation présente et future de nos clients. L'indépendance est essentielle pour garantir des recommandations exemptes de conflits d'intérêts. Ainsi, Antom Patrimoine ne dépend d'aucun groupe immobilier, financier ou bancaire. Par ailleurs, avec une offre de solutions multiples, nous assurons à nos clients un conseil sur mesure.

wealth without prior financial contributions, by using the tax leverage. In France, we also propose residences for the Dependent Elderly under the Professional or Non-Professional Furnished Renter status, a tool that is particularly well suited to prepare retirement.

Furthermore, diversification remains the golden rule of wealth management. Our most innovative solutions are high-yield assets, and are the right complement to other investments.

How would you define Antom Patrimoine's philosophy?

I would mention closeness and independence. Closeness: because wealth management requires personalized attention and therefore close ties with our clients; this enables us to seize opportunities for our clients' immediate and future solutions.

Independence: because it is crucial to guarantee recommendations devoid of conflicts of interest. This is why Antom Patrimoine is not involved with any real estate, financial or banking group. With our diversified offer, we ensure customized advice for our clients.

L'indépendance est essentielle pour garantir des recommandations exemptes de conflits d'intérêts. Ainsi, Antom Patrimoine ne dépend d'aucun groupe immobilier, financier ou bancaire.

AP
ANTOM PATRIMOINE

■ 955 Route des Lucioles
Les Ecolucioles Bâtiment A
Valbonne Sophia Antipolis
04 92 28 28 30
www.antom-patrimoine.com



Sur la ville de Détroit une maison de 120 m² s'acquiert pour 55 000 \$ et offre une rentabilité locative de 850 \$ / mois.



5 Continents

Antom Patrimoine se spécialise dans l'ingénierie patrimoniale aux quatre coins du monde pour trouver les solutions les plus sécurisées et les plus rentables.



2 500

maisons vendues à Détroit, plaçant Antom Patrimoine en position de leader français sur le marché immobilier de Détroit



24 Ans d'expérience

Sébastien Rogge connaît les rouages de la fiscalité française et les meilleurs produits d'investissement pour tous les profils

Onet Sécurité Telem : un deuxième semestre prometteur

Onet Sécurité Telem: A promising H2

Onet Sécurité Telem (branche sécurité du groupe Onet) débute un deuxième semestre conformément à ses prévisions de croissance pour son agence de Nice. Pour Frédéric Patte, qui a pris en charge l'axe méditerranéen depuis quelques mois, les perspectives de développement sont bonnes, renforcées par le degré de satisfaction client.

Onet Sécurité Telem (Security arm of the ONET Group) kicks off its H2 that displays the growth forecast for the Nice agency. Frédéric Patte, in charge of the Mediterranean region for several months now, says that growth forecasts are good, supported by high client satisfaction rates.

Le groupe familial marseillais Onet, spécialisé dans les services (65.000 collaborateurs, 1,6 Milliard d'euros de volume d'affaires), poursuit son expansion sur la Côte d'Azur. Mais y-a-t-il une recette pour performer dans cet environnement ultra concurrentiel ? Onet Sécurité Telem peut en avancer plusieurs, particulièrement sur la Côte d'Azur.

La plus visible ? La réactivité, qui reste dans les métiers de la sécurité, une priorité pour les clients. Sur ce point, Onet Sécurité Telem a mis d'importants moyens afin d'assurer des délais d'intervention courts.

SAV en force

« Avec 18 spécialistes uniquement dédiés au Service après-vente sur le secteur de Nice à Marseille, nous sommes particulièrement performants sur les délais d'intervention. Autre avantage : l'approvisionnement de nos stocks de pièces détachées qui nous permet de réduire encore ce laps de temps et satisfaire nos clients ».

Frédéric Patte, responsable de la région méditerranée pour Onet Sécurité Telem Côte d'Azur.



93 %
Des clients se déclarent satisfaits de la prestation d'Onet



63
Collèges varois vont être sécurisés par Onet Telem en 2018-2019

Ce taux de satisfaction clientèle, mesuré à 93 %, s'il permet d'améliorer le renouvellement de la signature de contrats, accentue aussi la confiance dans la prise de nouveaux clients. Ainsi, Onet Sécurité Telem a pu se positionner sur un marché émergent, lié au PPMS, le fameux Plan Particulier de Mise en Sécurité, qui prévoit en cas de risques majeurs dans les établissements scolaires, la mise en œuvre des mesures de sauvegarde des élèves et des personnels, en attendant l'arrivée des secours ou le retour à une situation normale.

Sécurisation sur-mesure

Des prises de décisions et des commandes qui n'étaient pas gagnées d'avance : « Les discussions

The Marseille-based family Onet Group, specialized in services (65 000 employees, 1.6 B€ in business volume), maintains its expansion on the Côte d'Azur. But is there a recipe to perform in this fiercely competitive sector? Onet Sécurité Telem can share a few such recipes, in particular on the Côte d'Azur.

The most visible feature? The agility that prevails in security businesses, one of the client's priorities. In this regard, Onet Sécurité Telem has invested generously in the means required to organize short-term operations.

Strong After-Sales SA

« With 18 specialists fully dedicated to After-Sales Services from Nice to Marseille, we are particularly well armed as regards operations times. Another advantage: the supply of our spare part inventory that facilitates keeping the time slot as short as possible to satisfy our clients ». While this client satisfaction rate, assessed at 93%, helps to improve the number of renewed contracts, it also strengthens the confidence in new client acquisitions.

In this way, Onet Sécurité Telem is well established on this emerging market of the Specific Precautionary Safety Measures Plan, that anticipates cases of major risk occurrences in schools, the implementation of security measures for the children and staff, before the arrival of rescue teams or the return to a normal situation.

Custom-designed Security Measures

Decisions and orders that were far from certain before: « The negotiations with local authorities

*Avec 18 spécialistes
uniquement dédiés au
Service après-vente
sur le secteur de Nice à
Marseille, nous sommes
particulièrement
performants sur les
délais d'intervention*



avec les collectivités ont débuté fin 2017 » précise Frédéric Patte.

Onet Sécurité Telem, sur ce chantier d'envergure, va donc accompagner les 63 collèges du Var dans la mise en place de leurs PPMS en 2018-2019. Et dès cet été, ce sont près de 20 établissements qui seront équipés. Cette adaptabilité aux sujets d'actualité et aux contraintes de tous les usagers permet aujourd'hui au groupe Onet et à sa filiale Sécurité de faire du sur-mesure et de couvrir un très large spectre de demandes : depuis le local de deux personnes à équiper pour le contrôle d'accès, jusqu'aux sites militaires qui accueillent plusieurs centaines d'officiers, nécessitant des moyens d'études, de diagnostic et opérationnels autrement plus conséquents.

En ce sens, la technopole de Sophia Antipolis et sa diversité d'implantations et d'activités offre un large panel de sites à sécuriser : un marché qui intéresse fortement le groupe marseillais. Onet Sécurité Telem réfléchit enfin à se développer dans le domaine industriel, en se lançant notamment dans une phase de certifications pour renforcer son expertise dans ce secteur d'activité.

were launched at the end of 2017 », stresses Frédéric Patte.

For this large-scale project, Onet Sécurité Telem will work with 63 colleges in the Var to implement their 2018-2019 Specific Precautionary Safety Measures Plan. And this summer, close to 20 establishments will be made secure.

With our capacity to take on burning issues and to understand the constraints of all users, ONET Group and its Security arm can provide tailored solutions covering a wide range of requirements: from small premises in need of access control to military sites that accommodate several hundred officers, whose have much more important needs such as study, diagnosis and operational tools.

In this sense, the Sophia Antipolis TechnoPark and its diverse establishments and activities provide a large selection of sites in need of Security: a market that the Marseille-based ONET Group keeps within its sights. Lastly, Onet Sécurité Telem is preparing to expand in the industrial sector via a certification phase to strengthen its expertise in this area.



■ ONET Sécurité Telem Côte d'Azur
RN7 - Villeneuve-Loubet - 04 92 02 47 00
fr.groupeonet.com

Onet Sécurité Telem va accompagner les 63 collèges du Var dans la mise en place de leurs PPMS en 2018-2019.



Kalray, la puce qui entre en bourse

Kalray: the listed chip

Après avoir ouvert à Sophia en fin d'année 2017 un centre de R&D dédié plus spécifiquement au véhicule autonome, Kalray, qui conçoit une nouvelle génération de processeurs à très haute performance et basse consommation, vient d'annoncer sa volonté de lever 47,2 M€ en bourse. Avec le feu vert de l'AMF, Kalray intègre ainsi l'Euronext. Au total, par le passé, 45,2M€ ont déjà été levés en plusieurs opérations par Kalray et cette entrée en bourse doit assurer à 60 % le développement technologique de l'entreprise et à 40 % sa croissance à l'international, en Asie et aux Etats-Unis. **L'objectif ? atteindre les 100 M€ de CA à l'horizon 2022** sur deux marchés plein de promesses : les datacenters et le véhicule autonome.

After having opened in Sophia at the end of 2017, an R&D center dedicated more specifically to autonomous vehicles, Kalray, that designs a new generation of very high performance and low consumption processors, recently announced its intention to levy 47.2 M€ on the stock exchange.

With the green light from the Financial Markets Authority Kalray therefore joins Euronext. In all, 45.2 M€ were already levied in the past by organizing several fund-raisers and this new listing should cover the firm's technological development to the tune of 60% and its international growth to the tune of 40%, in Asia and United States. **The goal is to reach 100 M€ in revenues by 2022** in two promising markets: datacenters and autonomous vehicles.



Eric Baissus, PDG de Kalray



www.kalrayinc.com

€
47,2 M€
Objectif de l'entrée en bourse

100.000
Processeurs livrés en 2022

Neoditel recrute

Neoditel recruits

Neoditel, spécialiste du conseil en gestion et optimisation des télécommunications en entreprise, ouvre 4 postes pour soutenir son développement, (CA en hausse de 20 % à près de 2,2 millions d'euros). La société prend totalement en charge la gestion technique, financière, contractuelle et opérationnelle des budgets Télécoms des entreprises qui font appel ses services. Neoditel, implanté à Sophia Antipolis et Paris, réunit 17 collaborateurs. Dans ce contexte, la société va fortement investir en 2018 pour renforcer ses équipes et recherche actuellement (en CDI, CDD, stages et contrats de qualification) **des profils d'assistant/e de gestion, téléprospecteur/trice, analyste Télécoms junior et gestionnaire Service Desk Télécoms.**

20 %
De croissance l'an dernier

€
2.2 M€
De CA en 2017

Pour postuler, rendez-vous sur www.neoditel.fr/recrutement

Neoditel, expert in management consulting and telecommunication optimization, seeks to recruit 4 people to support its growth, (revenues up 20% to nearly 2.2 M€). The firm takes full charge of the technical, financial, contractual and operational management of the telecommunication budgets of its client firms. Neoditel, established in Sophia Antipolis and Paris, has a staff of 17. In this context, Neoditel intends to increase investments to strengthen its teams and is currently looking to recruit (long-term contract, short-term contract, internships and qualification contracts), **PA profiles, call center employees, junior Telecom analyst and Service Desk Telecoms manager.**



Plus de sécurité alimentaire chez Expressions Aromatiques

More secure food with Expressions Aromatiques



L'entreprise de conception, développement et distribution d'arômes alimentaires franchit une étape supplémentaire dans la certification de sa production. Avec l'obtention **FFSC 22000**, Expressions Aromatiques renforce son système de management de la sécurité alimentaire et principalement la détection, la prévention et la mise en place de mesure contre les risques d'actes de malveillance à l'encontre de la chaîne alimentaire globale.

The producing, developing and distributing enterprise of food aromas is crossing another step in certifying its productions. With the **award of FFSC 22000**, Expressions Aromatiques strengthens its food security system management, and mainly detection, prevention and the implementation of measures to mitigate the risk of malevolent acts against the global food chain.



EXPRESSIONS AROMATIQUES
yours flavourty

www.expressions-aromatiques.com

Vox Pluralis

empathie.com

*The human factor
to better understand
the message*

De l'humain pour mieux transmettre le message

**Simultaneous Interpreting in conferences
and web-conferences**

**Webcast, written translations,
sworn translations**

**Voice-overs / speak / Support for
international conferences and seminars**

**Translation review, proofreading
and rewriting**

+33 9 6730 9882 +33 6 1418 1494
contact@voxpluralis.com - www.voxpluralis.com



Réseaux et interconnexions : du nouveau

Networks and Interconnections: news

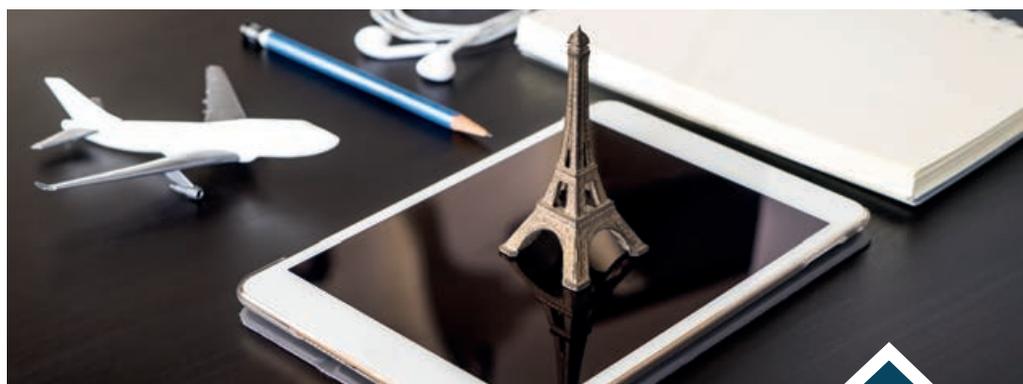
La Russie et Sophia

Acteur aux côtés de Pierre Laffitte de la création de Sophia Antipolis pendant près de 20 ans, puis pionnier de la présence en Russie de l'industrie française (en travaillant pour Schlumberger puis Enel), Dominique Fache lance **le Club Sophie Laffitte**, pour favoriser les échanges économiques avec la Russie.

« Des entrepreneurs de Sophia discutant de nouvelles technologies avec des industriels russes qui remplissent le vol quotidien d'Aeroflot pour Nice, voilà ce que propose ce club. Il sera ouvert et gouverné par des principes d'initiative et de tolérance, ainsi que de réciprocité », explique-t-il.

Un groupe Smart Travel au sein de SCS

Pour se fédérer autour des technologies liées à l'essor de l'industrie du tourisme, plusieurs PME et startups ont décidé de lancer le groupe « **Smart Travel Experience** » au sein du Pôle de compétitivité SCS. L'objectif ? Accélérer les développements de ces entreprises dans une industrie du tourisme et de la mobilité en pleine croissance (la France entend accueillir **100 millions de touristes annuels**, tandis que le trafic aérien pourrait doubler en 2030 avec 8 milliards de passagers annuels). Se regrouper, co-crée, identifier des projets de R&D communs, partager ses contacts composent le programme de ce nouveau cluster azuréen.



1
cluster



8 Milliards

Les passagers du trafic aérien mondial en 2030

Russia and Sophia

*Developer with Pierre Laffitte of Sophia Antipolis for close to 20 years, and later trail-blazer of the presence in Russia of the French industry (working for Schlumberger followed by Enel), Dominique Fache launches **Club Sophie Laffitte**, to promote business exchanges with Russia.*

« Sophia entrepreneurs will discuss new technologies with Russian counterparts who fill the daily Aeroflot flight to Nice: this is what the focus of the club. It will be opened and governed by initiative and tolerance principles as well as by reciprocity », he explains.

A Smart Travel group within SCS

*To come together around technologies associated with the growth of the tourism industry, several SMEs and start-ups have decided to launch the « **Smart Travel Experience** » group within the SCS Competitiveness Cluster. The goal is to accelerate the growth of these enterprises in a growing tourism and mobility industry (France intends to welcome **100 million tourists annually**, while air travel could double by 2030 with 8 billion passengers/year). To regroup, to create together, to detect joint R&D projects, and to share contacts: such is the program of the new local Cluster.*



Saint-Laurent-du-Var : ça bouge

Sur 33 ha, 4200 salariés et 330 entreprises composent le parc industriel de Saint-Laurent-du-Var, qui fait preuve d'un regain de dynamisme. Une récente étude commandée pour le club des entreprises qui le composent, a fait ressortir les préoccupations de l'ensemble des effectifs qui y travaillent: le stationnement, la sécurité et la mobilité. Dès lors, la signalétique a été entièrement revue et l'animation du parc se développe autour d'échanges entre membres, afterworks et événements.

Pour en savoir plus : apalassociation@yahoo.fr

Saint-Laurent-du-Var : on the move

Over 33 ha, 4200 employees and 330 enterprises compose the Saint-Laurent-du-Var industrial park that is displaying strong signs of recovery. A recent study commissioned by the business club of the site has revealed the preoccupations of all who work there: parking, safety and mobility. Ground signage has therefore been fully modified and the area's management is growing via exchanges between members, with after-work and other events.



330
Entreprises sur le parc industriel



4200
salariés



Un autre
regard sur
la propreté



Groupe Ippolito : 50 ans Happy birthday !

Le Groupe Ippolito – Azur Trucks vient de fêter ses 50 ans. D'acquisitions stratégiques en diversifications opportunes, le concessionnaire villeneuvois a grossi jusqu'à peser lourd dans l'économie régionale, en s'investissant dans 9 métiers autour du véhicule professionnel. Cette année, Ippolito – Azur Trucks se lance dans le tourisme et l'immobilier. Avec la même volonté de rester proche de ses clients tout en développant l'économie locale. Pierre Ippolito, petit-fils du fondateur, dirige aujourd'hui le groupe et en évoque avec nous les nouveaux projets.

The Ippolito – Azur Trucks Group recently celebrated their 50th anniversary. From strategic acquisitions to full-fledged diversification, the Villeneuve-Loubet-based dealership has grown to become a heavyweight in the regional economy, by investing in 9 of the professional vehicle businesses. This year, Ippolito – Azur Trucks is now present in the sectors of tourism and real estate. With the determination to remain close to its clients while growing the local economy. Pierre Ippolito, the founder's grandson, is now at the helm of the Group and describes his latest plans.



Le Groupe Ippolito fête ses 50 ans à l'hippodrome de la Côte d'Azur

Vous venez tout juste de fêter les 50 ans d'Azur Trucks...

Nous avons choisi l'Hippodrome pour fêter avec nos partenaires, nos employés et nos clients cet anniversaire. C'est un lieu emblématique et tout proche de notre siège de Villeneuve-Loubet. L'idée était de présenter tous les nouveaux services de notre groupe et lancer officiellement notre diversification.

Parlez-nous des métiers d'Azur Trucks :

Les neuf métiers historiques gravitent autour du camion, depuis les pneumatiques en passant par les groupes frigorifiques, la location et les ventes de pièces ou de véhicules. Cela a mis du temps pour atteindre cette maîtrise totale de la chaîne de valeur du véhicule : 48 ans...

Aujourd'hui, nous avons donc une solution à tous les problèmes que les clients peuvent rencontrer sur leurs véhicules. Nous avons accéléré cette diversification dans la branche automobile entre 2010 et 2015.

Qu'est-ce qui a motivé cette diversification ?

Des opportunités, notamment la vente du groupe Massa qui nous a permis d'aller sur la branche des pneumatiques, des opportunités d'acquisitions sur la partie groupes frigorifiques qui était une problématique importante pour nous et nos clients. Petit à petit, avec des créations et des rachats, le groupe a grandi.

Quelles sont vos nouveaux chevaux de bataille ?

Nous avons lancé une activité immobilière, avec une agence (gestion, location et transaction), une branche promotion en BtoC et une activité Marchands de biens.

De même en 2018, nous avons lancé la branche tourisme pour laquelle nous avons racheté deux établissements, un domaine hôtelier et viticole à Lorgues (Le Domaine de Fauveris) et une plage avec restauration à Sainte-Maxime, Le Saint Barth. L'idée étant de travailler sur des activités complémentaires pour créer des synergies.

You recently celebrated the 50th anniversary of Azur Trucks...

We chose the Racetrack to celebrate this anniversary with our partners, our staff and our clients. This is an iconic venue located close to our Villeneuve-Loubet HO. The idea was to present our Group's new services and to officially launch our diversification plans.

Describe Azur Trucks' business sectors:

The nine historical businesses revolve around trucks, from tires to refrigerated units via rentals and spare parts or vehicle sales. It took us 48 long years before we reached full control of the vehicle's value chain... Today, we have a solution to all of our clients' vehicle issues. We revved up our diversification in the automobile sector between 2010 and 2015.

What motivated this diversification?

Opportunities, and in particular the sale of the Massa Group that opened up the tire business; and acquisition opportunities in refrigerated units that were a significant issue for our Group and our clients. Little by little, with creations and buy-outs, the Group has grown.

What do your current plans entail?

We have launched a real estate entity with an agency (management, rentals and transactions), a BtoC promotion branch and a property traders activity. Similarly in 2018, we launched the tourism branch for which we acquired two establishments, a hotel and wine-growing business in Lorgues (Domaine de Fauveris) and a beach with restaurant in Sainte-Maxime, the Saint Barth. The idea being to work in complementary sectors to foster synergies.

Why did you pick this diversification approach that seems to be very remote from your core business?

Our automobile branch is present throughout the Paca region and we do not wish to grow beyond



Le Domaine de Fauveris à Lorgues et la plage Le Saint-Barth à Sainte-Maxime, nouvelles acquisitions par le Groupe Ippolito en 2018

Pourquoi cette diversification, qui semble éloignée de votre cœur de métier ?

Dans l'automobile, nous sommes présents dans toute la région Paca et nous ne souhaitons pas nous développer au-delà pour conserver cette proximité territoriale qui fait notre identité. Alors pour continuer notre croissance, nous avons voulu aller vers des activités complémentaires et à fort potentiel sur la région.

Quels développements prévoyez-vous pour le groupe ?

Aujourd'hui, sur la partie automobile, le développement se fera sur du maillage territorial pour les nouveaux départements acquis, notamment le 84, 13 et 04 où nous sommes présents sans avoir encore l'ensemble des métiers du groupe. La croissance est visible et simple dans l'automobile : nous n'allons pas doubler dans les dix prochaines années. En revanche, l'idée est qu'à moyen terme – entre 7 et 10 ans suivant les investissements, les trois branches représentent la même contribution financière pour le groupe.

Vous ne voulez pas vous étendre en dehors de la région. Pour quelles raisons ?

C'est historique et c'est une valeur fondamentale du groupe : la proximité. Aujourd'hui – et cela a commencé avec mon grand-père- nous essayons de développer l'économie, de créer de l'emploi, de la richesse en Paca. Toute la famille est très attachée à la région.

A ce sujet, combien d'emplois vont créer vos nouvelles activités ?

A moyen terme, une centaine de postes également. Nous sommes aujourd'hui 600 dans le groupe.

so as to maintain our regional presence that has forged our identity. In order to pursue our growth, we have decided to turn to local high potential and complementary activities.

What further growth are you planning?

Today, in the automobile sector, growth will stem from the territorial fabric in the newly acquired areas, such as 84, 13 and 04, where we are present without enjoying the full scope of the Group's professions. Growth is visible and simple in the automobile sector: we will not double in size over the next 10 years. Adversely, the idea is that in the medium-term – between 7 and 10 years according to the investment calendar - the 3 branches will need to account for the same financial contribution to the Group.

You are not ready to extend further outside the region. Why?

This is historical and one of the Group's fundamental values: a local presence. Today – and this was my grand-father's idea – we try to grow the local economy, to create jobs, and to return to wealth in the Paca region. Our entire family is loyal to the region.

On this point, how many jobs will your new activities help to create?

In the medium-term, 100 jobs. The Group today employs 600 people.



1058 RN 7
06270 Villeneuve-Loubet
Tél. 04 83 84 02 20
www.azur-trucks.fr



Pierre, Marc, Philippe et Xavier Ippolito dirigent le groupe éponyme

- 

50 ans
Le Groupe Ippolito fête son cinquantième anniversaire
- 

150 M€
Le CA du groupe
- 

30
Autour de 30 sites pour une vingtaine de sociétés composent le groupe
- 

100
Emplois environ seront créés dans les nouvelles branches Tourisme et Immobilier du groupe à moyen terme.

Le Planning éco

Rendez-vous institutionnels, événements, conférences, salons... Prenez date !



15 septembre

Palais des Festivals - tedxcannes.com

5^e TedXCannes : sortez de votre coquille !

Le pitch est fédérateur : « l'événement inspirant et fédérateur de la rentrée. Une journée dédiée au partage, à la découverte et au dépassement de soi. L'occasion de s'ouvrir à des idées audacieuses et susceptibles de changer notre perception du monde ». Cette année, TedXCannes propose 10 intervenants qui partageront leur expérience autour du thème « Out of the Shell ». Sortir de sa coquille, explorer l'inconnu, dépasser ses limites..

5^e TedXCannes: shed your shell!

The pitch is enticing: « this September event is both inspirational and motivational. A day dedicated to sharing, discovery and self-growth. The opportunity to welcome bold ideas that may change our perception of the world ». This year, TedXCannes has 10 guest speakers who will share their experience in the « Out of the Shell » theme. Shedding our shell, exploring the unknown, stretching our limits..

20 septembre

Sophia Antipolis

Plus d'infos & Inscriptions : www.challenge-mobilite-sophia.fr

Rendez-vous le jeudi 20 septembre 2018 pour relever le défi

3^e Challenge de la mobilité

Pour la 3^{ème} année consécutive, l'ADEME et Sophia Club Entreprises organisent, en partenariat avec la CASA, le Challenge de la mobilité inter-entreprises de Sophia Antipolis : LE rendez-vous incontournable des entreprises qui agissent pour améliorer les déplacements de leurs salariés. Objectif du Challenge de la mobilité : promouvoir l'ensemble des solutions de mobilité autres que la voiture en solo.

3rd Mobility Challenge

For the 3rd consecutive year, and in partnership with CASA, ADEME and Sophia Club Entreprises are organizing the Sophia Antipolis inter-firm mobility Challenge: THE most popular event of firms that work on improving the mobility of their employees. The goal of the Challenge is to promote all mobility solutions beyond the private car.



20 septembre

Sophia Antipolis, Business Pôle - www.cote-azur.cci.fr

La fête du management

C'est l'occasion de prendre de la hauteur, faire un « temps-mort », pour valoriser les bonnes pratiques managériales, partager les réussites, insuffler l'optimisme. Table-ronde, conférence, débats et forum autour de la thématique.

Celebrating management

It is the opportunity to stand back, take time out, highlight the best management practices, share successes, restore optimism. Round tables, conferences, debates and fora on the topic.



27 septembre

Nice - journées-international-paca.b2match.io

Journée de l'International

L'opportunité d'évaluer, structurer et valider ses projets d'exportation ou d'implantation à l'étranger. Une **conférence plénière** et **2 workshops sur des zones stratégiques à fort potentiel de développement** : Proche et Moyen-Orient et Asie ; **des rendez-vous individuels avec des experts** de plus de 40 pays mobilisés. Organisez vos rendez-vous sur la plateforme (inscription préalable obligatoire)

International Day

The opportunity to assess, structure and validate exports or foreign establishment plans. A plenary conference and 2 workshops in strategic high-growth potential areas such as the Near and Middle East and Asia; one-on-one meetings with experts from over 40 mobilized countries. Organize your appointments online (mandatory pre-registration)



Découvrez les solutions des boîtes locales pour booster votre commerce !

Apply the solutions of local firms to boost your business!

La « boutique du commerce » va sillonner le département en octobre pour présenter aux commerçants les solutions innovantes imaginées par des entreprises locales pour développer leur business.

The « Boutique du Commerce » will travel through our region in October to explain to retailers the innovative solutions imagined by local firms to grow their business.

Dans un contexte de mutation du commerce, la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice Côte d'Azur, dans une volonté de proximité, souhaite présenter des solutions et outils « du commerce de demain », réunis sur une même surface de 45 m² qui reproduit différents espaces d'une boutique. La « Boutique du commerce » sera en tournée dans plusieurs villes du département entre le 1^{er} et 16 octobre (Nice, Antibes, Cagnes-sur-Mer, Saint-Laurent-du-Var, Menton, Grasse, Saint-Martin-Vésubie, Cannes).

Pour des solutions accessibles et un vrai conseil

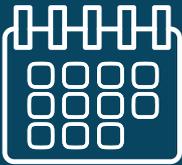
Au sein de cet espace seront présentées des solutions accessibles (tarif et technologie) face aux mutations du commerce, on pourra y découvrir des solutions connectées et services numériques, s'informer sur les concepts et idées qui vont bouleverser le commerce de demain et surtout bénéficier de conseils de professionnels de la digitalisation. Les entreprises qui présenteront leurs solutions dans ce commerce itinérant s'inscrivent dans l'un de ces sept secteurs : technologies appliquées aux points de vente, solutions de paiement, solutions et services pour les commandes et livraisons, outils de communication, entreprise dans les objets connectés, outils de fidélisation et technologies liées à la sécurité. Leurs solutions devront en outre présenter une facilité d'utilisation et de prise en main, être accessibles en termes de tarif et pertinentes vis-à-vis du commerce local.

Now that our consuming patterns are changing, the Nice Côte d'Azur CCI focuses on growing neighborhood retailers, and will present the solutions and tools « of the commerce of tomorrow », in a 45 m² area that mimicks the different spaces of a boutique. The « Boutique du commerce » will visit several local cities between October 1 and 16 (Nice, Antibes, Cagnes-sur-Mer, Saint-Laurent-du-Var, Menton, Grasse, Saint-Martin-Vésubie, Cannes).

Accessible solutions and useful advice

In the retail space, accessible solutions are displayed (prices and technology) to comply with current changes. Visitors will discover connected solutions and digital services; collect information on the concepts and ideas that will modify how we do business in the future and also to get the advice of digital transformation experts.

The firms that will present their nomadic commerce solutions work in one of the following seven sectors: technologies applied to POS, payment options for orders and delivery solutions and services, communication tools, connected objects, retention tools and high-tech safety solutions. Their solutions will also be easy to use and apply, affordable in terms of prices and relevant to local trade.



1 et 2 octobre : Nice
 3 octobre : Antibes
 4 octobre : Cagnes-sur-Mer
 5 octobre : Saint-Laurent-du-Var
 10 octobre : Menton
 11 octobre : Grasse
 12 octobre : Saint-Martin-Vésubie
 15 et 16 octobre : Cannes

www.cote-azur.cci.fr



La Boutique du Commerce





INTELLIGENCE & INNOVATION

Le futur est déjà présent

Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com

Startups : grosse battle le 10 octobre

Start-ups: a big battle will rage on October 10

La grosse session de compétition des startups, ça se passe à Nice, le 10 octobre. « Get in the ring » mettra aux prises les plus talentueuses d'entre elles, qui pourront se mesurer en finale nationale si elles remportent le match azuréen...

The largest start-up competition stage will take place in Nice on October 10. « Get in the ring » will oppose the most talented start-ups, that will compete in national finals if they win the Côte d'Azur game ...

« **G**et in the Ring » est un concours international organisé dans plus de 100 pays qui a pour objectif de valoriser des startups prometteuses auprès d'investisseurs internationaux à travers un concept pour le moins original puisque les entrepreneurs « s'affrontent » sur un ring sous la forme de « battles ». Comme lors d'une compétition de boxe, deux créateurs d'entreprises se retrouvent sur le ring et se mesurent face à un jury d'investisseurs. Sur la Côte d'Azur, c'est l'accélérateur de business BA06 qui organise la finale française, le 10 octobre au Casino Terrazur de Cagnes sur Mer.



In English, please!

Ce jury élira ensuite le meilleur projet qui participera à la compétition internationale organisée tous les ans au mois de Mai. International oblige, toutes les « battles » sont en anglais.

Pour candidater, quatre critères sont requis : un produit ou service innovant, un business model scalable, moins de 8 ans d'existence et parler anglais. La journée du 10 octobre débutera pour les startups sélectionnées par **une séance de coaching en anglais** suivie de la **sélection des 6 startups** qui monteront sur le ring par un jury d'investisseurs. Au cours de la journée, plusieurs animations sont prévues dont une session de **Rendez-vous en One to One** avec des investisseurs, financeurs, des entrepreneurs et des donneurs d'ordres. Une soirée « Prestige » clôturera l'événement.

« **G**et in the Ring » is an international competition organized in over 100 countries, focused on starring the most promising start-ups via an original concept where entrepreneurs « compete against each other » in battles waged in the ring. Much like a boxing match, 2 founders will vie against each other in front of a jury of investors. On the Côte d'Azur, the business 06 accelerator will organize the French finals, on October 10 at the Casino Terrazur in Cagnes sur Mer.

In English, please!

The jury will then select the best project that will take part in the international competition every year in May. As this is an international competition,

all battles will need to be held in English. Applicants will need to satisfy 4 criteria: an innovative product or service, a scalable business model, be under 8 years of age and speak English.

On October 10, the selected start-ups will begin with an **English language coaching session** followed by the **selection by a jury of investors of 6 start-ups** that will get in the ring. During the day, several side events are planned for a **session of One-on-One meetings** with investors, financial institutions, entrepreneurs and clients. A « Prestige » evening event will conclude the event.

■ **Contacter BA06: ba06.com**



5 rounds de 30 secondes pour convaincre sur le ring le jury



3 catégories

Lightweight (poids léger, valorisation <500 K€)
Middleweight (moyen, de 500 K€ à 2,5 M€)
Heavyweight (lourd, >2,5 M€)



300 startups accompagnées en 8 ans par BA06

1800 emplois créés dans le cadre de cet accompagnement

Qui fait quoi ? Easytrust

Who does what? Easytrust

A Sophia Antipolis, les ordis, les bureaux se suivent et se ressemblent. Mais au fait, qui fait quoi ? On se pose la question, avec, ce mois-ci, une visite chez Easytrust, nos voisins aux Espaces Antipolis.

In Sophia Antipolis, computers and offices come and go and are very much alike. But, in fact who does what? This month's issue explores the situation, a visit at Easytrust, our neighbors in Espaces Antipolis.

En mai 2017, Easytrust a été racheté par Usu, groupe allemand, maison mère de l'éditeur Aspera, l'un des 3 leaders mondiaux de solutions de gestion d'actifs logiciels. Au départ éditeur spécialisé dans l'inventaire automatisé de l'usage des logiciels Oracle, il s'est peu à peu ouvert aux autres grands noms (SAP, Microsoft, IBM...). La partie R&D d'Easytrust à Sophia Antipolis est dirigée par Stéphane Ricci, Manager, responsable R&D et production.

Dernière étape franchie par l'équipe locale : le passage de l'outil Smart Collect, à sa 5^e et ultime version. Il permet de collecter l'ensemble des données pour analyser les logiciels qui tournent sur les grands datacenters. Bravo !



In May 2017, Easytrust was purchased by Usu, a German Group, parent company of Aspera publisher, one of the 3 world leaders in software asset management solutions. Initially a publisher specialized in the automated inventory of Oracle software use, it gradually opened up to other leading brand names (SAP, Microsoft, IBM...). The R&D arm of Easytrust is managed by Stéphane

Ricci, Manager, in charge of R&D and production. Last threshold crossed by the local team: transition to its 5th and ultimate version, powered by the Smart Collect tool, to collect all data applicable to the analysis of the soft-ware in use in large data centers. Congratulations!

■ www.aspera.com/fr/easytrust/

1

Groupe allemand, USU, a racheté Easytrust en 2017

12 à 15

Personnes pour la R&D à Sophia

L'AI en questions à Sophia Antipolis

FAQ on Artificial Intelligence (AI) in Sophia Antipolis

La communauté scientifique de Sophia Antipolis avait forcément son mot à dire sur le sujet. En organisant un symposium international en octobre prochain sur l'intelligence artificielle (AI), ce sont les plus éminents spécialistes de la question qui vont plancher sur la question en fin d'année 2018. Ses implications sont multiples : d'ordre éthique, social, moral, économique... L'intelligence artificielle, qui dans son scénario le plus catastrophique, verra la machine supplanter l'homme, ne laisse pas indifférent. Les progrès

technologiques et humains qu'elle engendre, les craintes qu'elle laisse entrevoir, tout ceci nécessite des regards croisés d'experts de la question. Ainsi, **du 7 au 9 novembre prochains**, conférences scientifiques, débats, tables rondes et événements collaboratifs se succéderont afin de répondre à ces nombreuses interrogations.

Plusieurs sites accueilleront de nombreux événements de ce symposium : à découvrir sur www.sophia-summit.fr (inscriptions et programme).

The scientific community in Sophia Antipolis was naturally consulted and there was talk of organizing an international artificial intelligence symposium next October. To this end, the most distinguished specialists in the matter will work on the issue end of 2018.

There are multiple implications here: ethical, social, moral, financial. AI, which in its worst scenarios, predicts and raises questions as to the advent of machines over humans. Technology and the human advances it nurtures, the fears it fosters, all of this requires the sharing of expert experience. Thus, **from next November 7 to 9**, conferences, scientific conferences, debates, round-tables and participative events will solve many questions.

Several venues plan to welcome the many events of the symposium: to be discovered on www.sophia-summit.fr (registration & agenda).



R2M Solution, pour trouver le marché de vos projets de recherche

R2M Solution: finding the right environment for your research projects

R2M Solution accompagne les projets de R&D pour leur permettre de trouver leurs marchés et créer de la valeur. La branche française de cette entreprise italienne vient de se créer à Roquefort-les-Pins. R2M (pour Research To Market) France vient de débiter son activité. Régis Decorme, managing partner, nous explique l'activité de cette entreprise :

R2M Solution supports R&D projects in finding the right value-added environment. The French branch of this Italian firm was recently opened in Roquefort-les-Pins.

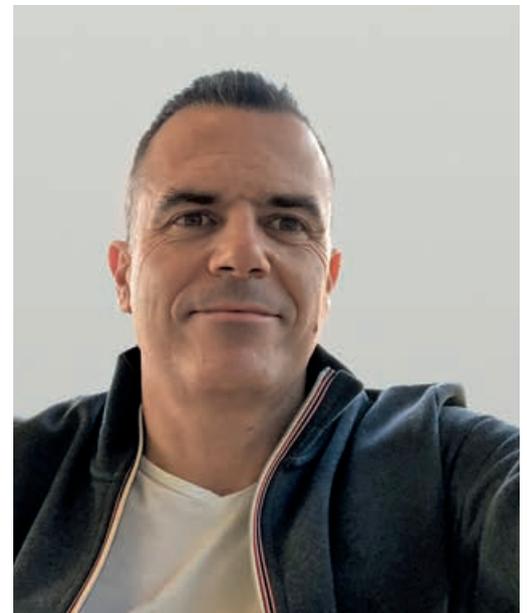
R2M (for Research To Market) France is now open for business. Managing Partner Régis Decorme tells us how the firm operates:



Régis Decorme



Dr Thomas Messervey



Pascal Torres

« Nous accompagnons les entreprises sur leurs projets de R&D, dans plusieurs domaines : principalement l'innovation, l'ingénierie dans l'environnement et le développement durable. Nous les aidons à remporter des financements européens pour ces projets ».

Votre différence ?

« Nous sommes toujours partie prenante du projet de recherche : à la différence d'autres cabinets de consultants qui assurent la seule prestation de montage de dossier, nous prenons en charge l'expertise des résultats. Nous réfléchissons toujours à l'après-projet ».

Un exemple de projet accompagné ?

« Dans le domaine du stockage d'énergies -à la fois thermique et électrique- pour les bâtiments résidentiels, un financement européen de 6M€ a été remporté, à répartir entre 21 partenaires ».

Quels sont vos objectifs pour 2018 ?

« Nous devrions atteindre 100.000 € de CA cette première année ».

« We support firms in their R&D projects in several sectors: mainly innovation, environmental engineering and sustainable development and help them receive the required European funding ».

Your differentiator?

« We are always a stakeholder in research projects: as opposed to other consulting firms that only cover project file formalities, we are also responsible for outcome expertise. We always include post-project follow-up ».

An example of a supported project?

« In the field of energy storage – both thermal and electric – for residential buildings, a European endowment of 6M€ was approved and shared between 21 partners ».

What projects are in your pipeline for 2018?

« We should harvest earnings of 100K€ for the first year ».

R2M Solution France a été fondée par Pascal Torres, déjà fondateur d'Osmose et Enoleo, le Dr Thomas Messervey, fondateur de R2M Solution et Régis Decorme Expert des programmes européens Horizon 2020 et représentant Onyx Solar France



www.r2msolution.com

DU NOUVEAU
POUR LES
MARS!



Nautisme : cap sur l'innovation

Sailing: towards innovation

Le monde nautique représente un champ d'investigation exceptionnel pour l'innovation en lien avec le développement durable. La pollution des mers et océans, la protection de la faune et la flore sous-marines, des récifs, l'énergie : autant de sujets passionnants à creuser.

Sailing is an exceptional field of investigation in sustainable development. Sea and ocean pollution, the protection of marine fauna and flora, reefs, energy: there are many topics to choose from.



Seazen.fr
Location de bateau solaire (sans permis)

inflatedwingsails.com
Une aile marine qui révolutionne le monde de la voile par son profil souple gonflable



Marina High Tech, le nouveau salon nautique de Villeneuve-Loubet, dédié à l'innovation nautique et au développement durable, a donné l'occasion à plusieurs entreprises locales comme plus lointaines de démontrer le formidable potentiel d'innovation que recèle le monde nautique.

Une jeune société azurienne, **Aquamodule**, tout juste labellisée JEI (Jeune Entreprise Innovante), lauréate du réseau Entreprendre, a conquis le cœur du jury avec sa bouée intelligente (voir ci-contre).

Mais ce n'est pas tout : l'association **La Mer et vous** (d.arcostanzo@gmail.com), de Saint-Cyr-sur-Mer, a pour objet la conception des premiers récifs artificiels. Elle a pour vocation de créer de nouveaux espaces sous-marins et promouvoir l'éco-tourisme.

Ludique, **Seazen**, basée à Beaulieu-sur-Mer, propose de vous louer son bateau solaire (sans permis) pour une balade en mer jusqu'à 8 personnes avec ou sans accompagnateur. Pionnier du bateau solaire, Seazen est Membre du Pôle Mer Méditerranée et ambassadeur de la marque Côte d'Azur France.

Un peu plus loin, en Suisse, **Inflated Wing Sails** a développé une étonnante aile marine qui révolutionne le monde de la voile par son profil souple gonflable. Le monde nautique n'a de cesse de se réinventer : un formidable vivier d'idées et de potentiel économique !

Marina High Tech, the new boating trade fair in Villeneuve-Loubet, focused on innovation and sustainable development, has given several local and more remote firms opportunities to demonstrate the extreme potential of the boating world.

A young local firm, **Aquamodule**, recently awarded the (JEI) Young Innovative Enterprise label, winner of the Entreprendre network, won the jury over with its smart buoy (see picture).

But that's not all: the **La Mer et vous association** (d.arcostanzo@gmail.com) also designs and builds the first artificial reefs. Its purpose is to create new submarine spaces and to promote eco-tourism.

Seazen based in Beaulieu-sur-Mer, is fun and rents solar boats for outings at sea (no permit) for up to 8 people with or without a skipper. Trail-blazer in solar boats, Seazen is a Member of Pôle Mer Méditerranée and Ambassador of the Côte d'Azur brand France.

A little further, in Switzerland, **Inflated Wing Sails** has designed an astonishing wind glider that is revving up the sailing world with its flexible and inflatable profile. The constantly changing sailing sector is also an incubator of ideas and full of economic potential!

Aquamodule plans to flood the market with its smart buoy

Aquamodule has won an innovation prize within the framework of the Marina High Tech Trade Fair. Founder Julien Negri revealed his smart buoy, modular and customizable, and stuffed with applications. within the framework of the Marina High Tech Trade Fair. Today, the young entrepreneur engineer is working on finding a serious industrial partner.

The number of buoys floating on our oceans are estimated to number 60 million ... As plastics engineer, Julien Negri is crazy about R&D and innovative technologies. In addition to working for a plasturgist, he founded Aquamodule in 2011, a business focused on renting and selling luminous floating pontoons. Their use is multiple: watersports centers, solar panel support, fireworks, restaurant or pop-up bar, showroom ... The activity is time-limited but is growing slowly, to such a degree that Julien

Aquamodule et sa bouée intelligente qui va inonder le marché

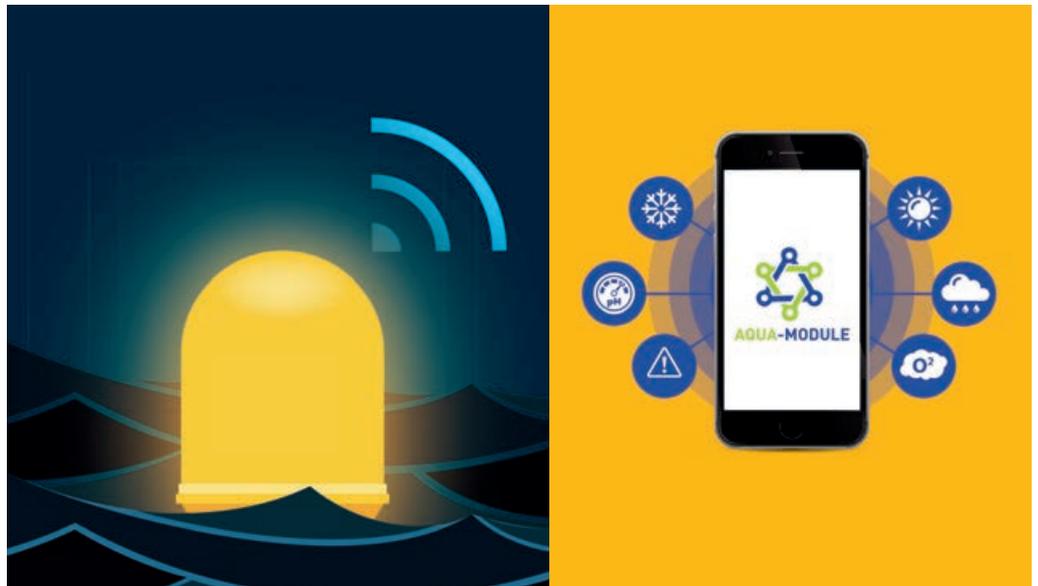
Aquamodule a remporté le prix de l'innovation lors du salon Marina High Tech. Julien Negri, son fondateur, y présentait sa bouée de balisage intelligente, modulable et paramétrable, aux multiples applications. Le jeune ingénieur entrepreneur cherche aujourd'hui un partenaire industriel sérieux.

On estime à 60 Millions le nombre de bouées qui flottent tout autour du monde...

Ingénieur plasturgiste, Julien Negri est avant tout un passionné de R&D et de technos innovantes. En parallèle de son emploi chez un plasturgiste, il a créé en 2011 Aquamodule, une activité axée au départ sur la location et la vente de pontons flottants lumineux. Leur usage est multiple : base nautique, support de panneaux solaires, base de pyrotechnie, restaurant ou bar éphémère, show-room... L'activité est ponctuelle mais se développe petit à petit, à tel point que Julien doit vite gérer de front deux activités chronophages. Car dans le cadre d'Aquamodule, ses recherches l'ont amené à concevoir cette bouée ingénieuse. Eco-responsable (elle est réalisée à partir de polyéthylène recyclé), elle est aussi auto alimentée par un panneau solaire intégré dans sa coque étanche ! Le tour de force ? Faire passer la lumière du soleil à travers le plastique, dont la composition a fait l'objet de recherches poussées et de plusieurs dépôts de brevets.

Utilisations multiples

Ses applications sont innombrables : on peut l'équiper de capteurs qui renseignent sur la qualité de l'eau, sa température (une application conçue par Aquamodule détermine avec une grande précision la température de l'eau à un point précis). Elles peuvent plus simplement servir de signalisation (elles s'allument dès la tombée de la nuit et s'éteignent automatiquement à la levée du jour), mais encore à délimiter les eaux de baignades, les zones aquacoles, sécuriser les zones maritimes (Vidéosurveillance, bouton SOS...). Et avec près de 60 Millions de bouées qui flottent à travers le monde, le marché est colossal. A ce sujet, Julien Negri réfléchit à deux orientations stratégiques pour Aquamodule dès ce second semestre. « Trouver un partenaire industriel qui investirait dans la société et notamment pour développer la distribution et le réseau commercial en France et à l'international » (le jeune homme a déjà fondé au Sénégal une société en charge de la commercialisation de ses bouées). L'autre alternative serait de s'allier à une PME locale qui adresse le même segment de clientèle ou qui évolue dans la même branche et qui pourrait commercialiser ses bouées par le biais de son propre réseau commercial et de distribution.



must now quickly manage two time-intensive businesses. Because as concerns Aquamodule, his research lead him to inventing this intelligent buoy. Environmentally friendly (made from recycled polyethylene), it is also self-charged by a solar panel embedded in its water-tight shell! The real feat is to weave the sunlight through plastic, a process that required in-depth research and multiple patent registrations.

Multiple uses

Its applications are numerous: the buoy can also be fitted with sensors that document water quality, temperature (an app designed by Aquamodule determines with great precision water temperature at a specific point). The buoys can more simply serve as signage (they light up at sunset and go out at dawn), but can also be used to circumscribe swimming waters, aquaculture areas, secure marine areas (video-surveillance, SOS button...). And with nearly 60 million buoys floating around on our oceans, the market is humongous. In this regard, Julien Negri is planning two new strategic orientations for Aquamodule in H2. « Finding an industrial partner interested in investing in the company and in growing sales in France and abroad » (in Senegal, the young man also founded a firm in charge of selling his buoys. The other alternative would be to form an alliance with a local SME working in the same customer segment or sector and that could sell his buoys via its own commercial and distribution network.



Pour contacter Julien :

09 54 73 04 03

julien.negri@aquamodule.com

Aquamodule SAS

401 route de la Roquette

06250 Mougins

www.ponton-flottant.com



200.000 €

Le CA prévisionnel
2018 d'Aquamodule



60 Millions

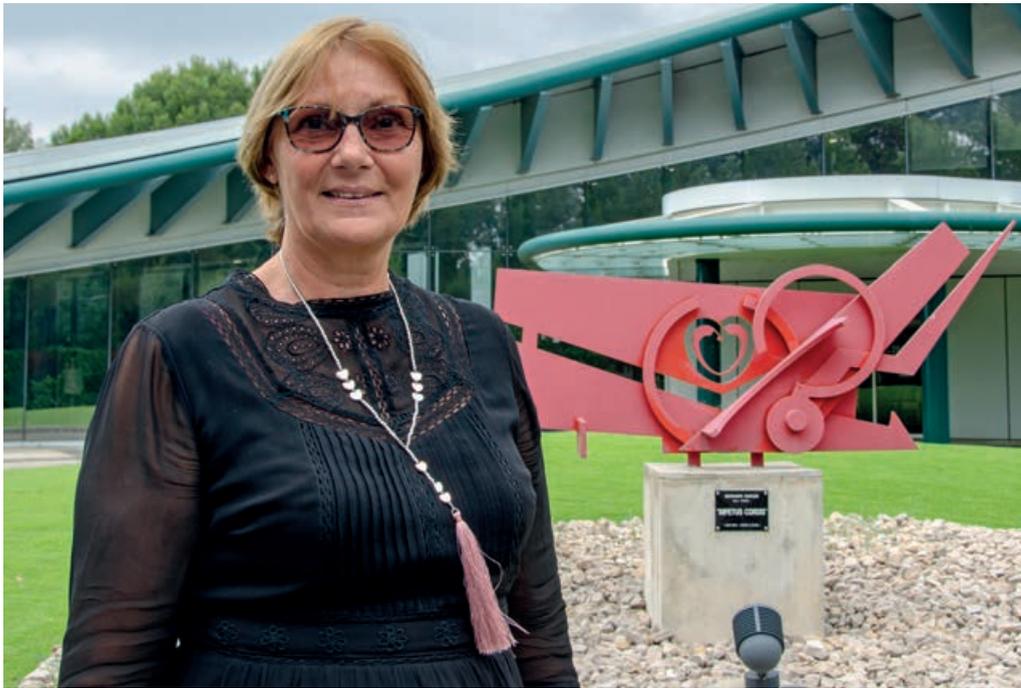
Le nombre de bouées
de signalisation
dans le monde

Au cœur de l'ESC

At the core of ESC

L'European Society of Cardiology fête les 25 ans de l'installation de la Maison du cœur (son siège) à Sophia Antipolis. Mais que se passe-t-il derrière les murs de cette société savante européenne, aux membres issus de près de 100 pays ? Sa directrice, Isabel Bardinet, nous en a ouvert les portes.

The European Society of Cardiology celebrates the 25th anniversary of its arrival in Sophia Antipolis (its HO). But what actually happens behind the walls of this European cardiology firm, with members from close to 100 countries? Director Isabel Bardinet, invites us in.



Isabel Bardinet, directrice d'European Society of Cardiology

How is the European Cardiology Society organized?

We are a learned society whose purpose is to reduce the burden of cardiovascular diseases. Our members are individuals and institutions as well as national cardiology societies, work groups, associations ... from close to 100 countries.

The ESC also manages 12 scientific publications, including the most prestigious: the European Heart Journal, the leading international journal on cardiovascular diseases. We also collect and disseminate accurate data on diseases, patients and establishments in order to support them in their battle against cardiovascular diseases.

And lastly, the most visible share of our activities is Congress organization, with 11 annual scientific congresses, including the very popular ESC Congress attended yearly by over 30 000 participants. And in our premises, we also propose courses and organize conferences year round.

Why did you choose to settle in Sophia Antipolis in 1993?

You must remember that at the time, Sophia's ambition was mainly focused on regrouping life sciences enterprises. Today, we are still satisfied with our local premises as Sophia firms work in digital and new technologies, a sector that impacts the medical sector more and more.

The ESC is also a member of several Sophia Club Entreprise commissions; the club is highly dynamic and enables us to maintain strong ties with Sophia Antipolis.

Why is it necessary to further expand your field of operations?

Because today, the damages due to cardiovascular diseases are still not sufficiently taken into account. Cardiovascular diseases are the first cause of mortality in France and worldwide, without mentioning the considerable economic weight associated with the treatment of these diseases. However, awareness-raising on cardiovascular risks is far from satisfactory.

What would you need to do?

To begin with, we could prepare a large-scale prevention plan as 80% of cardiovascular diseases

Comment s'organise la Société Européenne de Cardiologie ?

Nous sommes une société savante qui a pour mission de réduire le fardeau des maladies cardiovasculaires. Nous comptons des membres individuels et institutionnels avec des sociétés nationales de cardiologie, des groupes de travail, des associations... issus de près de 100 pays.

L'ESC gère aussi 12 publications scientifiques, dont la plus diffusée: le European Heart Journal est numéro 1 des publications mondiales liées au cardiovasculaire. Nous collectons et diffusons également des données très précises sur les maladies, les patients, les établissements afin de les soutenir dans la lutte contre les maladies cardiovasculaires.

Enfin, la partie la plus visible de notre activité est l'organisation de congrès, avec 11 congrès scientifiques annuels, dont l'ESC Congress, le plus connu, réunit plus de 30.000 personnes chaque année. Et ici même, à la Maison du cœur, nous organisons des cours et des conférences toute l'année.

Nous collectons et diffusons des données très précises sur les maladies, les patients, les établissements afin de les soutenir dans la lutte contre les maladies cardiovasculaires.

Pourquoi êtes-vous installés à Sophia Antipolis depuis 1993 ?

Il faut se rappeler qu'à cette époque, Sophia ambitionnait de regrouper principalement des entreprises qui évoluaient dans les sciences de la vie. Aujourd'hui, nous avons toujours un intérêt très marqué à nous trouver ici car les entreprises de Sophia travaillent sur le digital et les nouvelles technologies, un domaine qui impacte de plus en plus le milieu médical.

L'ESC fait également partie de plusieurs commissions du Sophia Club Entreprise, ce club est très actif et nous permet de conserver un lien fort avec Sophia Antipolis.

En quoi est-ce une nécessité de développer encore votre champ d'action ?

Parce qu'aujourd'hui la prise en compte des dégâts provoqués par les maladies cardiovasculaires est très insuffisante. Les maladies cardiovasculaires sont la première cause de décès en France et dans le monde, sans parler du poids économique considérable lié à la prise en charge de ces maladies. Pourtant la sensibilisation aux risques cardiovasculaire est loin d'être satisfaisante.

Qu'est ce qui serait nécessaire ?

Un grand plan de prévention, pour commencer. Avant 65 ans, 80 % des maladies cardiovasculaires sont évitables ! Les données que nous collectons montrent aussi de grandes disparités entre les pays dans lesquels nous sommes présents, dans l'accès aux soins par exemple. Nous militons donc pour réduire ces différences.

Vous faites du lobbying sur ces questions ? Quel est l'impact ?

Nous croyons en effet que des politiques publiques doivent être mises en place pour encourager la prévention et l'adoption des modes de vies plus sains. La science seule ne peut suffire à changer les taux de mortalités liées aux maladies cardiovasculaires. Nous avons donc ouvert depuis 5 ans un bureau à Bruxelles.

Nous avons déjà eu des résultats dont l'adoption d'une directive européenne sur les pacemakers et notamment dans les autorisations de mises sur le marché et l'accès au matériel de soins.

L'ESC représente quel budget ?

55 à 60 M€ par an. L'ensemble du budget est réinvesti puisque nous sommes une association. Nous fonctionnons avec les cotisations de membres, les congrès (vente d'espace, de tranches horaires, de publicité) et les abonnements aux journaux scientifiques (30.000 lecteurs par exemple sur le European Heart Journal et l'an dernier près de 3 millions d'articles téléchargés en 2017).



La partie la plus visible de l'activité de l'ESC est l'organisation d'événements, avec 11 congrès scientifiques annuels, dont l'ESC Congress, le plus connu, réunit plus de 30.000 personnes chaque année.

can be prevented before the age of 65! The data we collect also reveals the major disparities between the countries where we are established as concerns access to healthcare, for instance. We are focused on reducing these disparities.

Do you lobby in these sectors? What is your impact?

We indeed believe that public policies are needed to encourage disease prevention and adoption of healthier lifestyles. Science alone is not able to reduce the mortality rates due to cardiovascular diseases. For 5 years now, we have set up an office in Brussels. We have already obtained results with the adoption of a European Directive on pacemakers and more specifically as concerns sales authorizations and access to healthcare equipment.

What is the ESC budget?

55 to 60 M€/year. As an association, we reinvest the entire budget. We work with the contributions of our members, our Congresses (space rentals, time slots, ads) and the subscriptions of our scientific readership (for example, 30 000 readers for the European Heart Journal and in 2017, close to 3 million articles were downloaded).



2000

Bénévoles experts



19

Nationalités représentées à l'ESC



200

Plus de 200 personnes travaillent pour l'ESC à Sophia Antipolis



210 Milliards d'euros

Le coût que représentent en Europe les maladies cardiovasculaires

Maladies cardiovasculaires en France

- **180 000** décès par an (32% des décès totaux)
- **110 000** infarctus par an (obturation des artères)
- **130 000** accidents vasculaires cérébraux (premier motif de handicap en France)

The European Heart House

Les Templiers

2035 route des colles - Biot Antipolis

+33 04 92 94 76 00 - www.escardio.org





IN MY CITY
L'actualité des **municipalités azuréennes**
Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com

Animations pour tous à Valbonne

Events for all in Valbonne

En cette fin d'été, Valbonne n'en finit plus de s'animer ! Après le Festival des Arts de la rue, les soirées concert et cinéma anglophone, la ville va accueillir du 14 au 16 août la Fête de la Saint Roch, puis du 8 au 14 septembre, l'Art Shopping Festival.

Le **mardi 14 août**, après la **grande parade et le spectacle du cirque Arlette Gruss**, aura lieu une **paëlla festive** et un grand bal sur la Place des Arcades. Le **15 août** est prévue une **visite de la vigne communale (10 h)** puis une **pièce de théâtre** sur le Pré de l'Hôtel de ville (« La grande bagarre de Don Camillo » par la Cie de Théâtre du Verseau de Cannes).

Le **16 août**, procession traditionnelle, bénédiction des animaux, apéritif, aioli géant et soirée dansante sur le Cours Carnot.

En **septembre**, l'association Tweet Art présente la première édition d'Art Shopping Festival, du **8 au 16 septembre**, où une cinquantaine d'exposants présentera son travail, entre art moderne, contemporain, antiquités et design. De 10 à 19 h à l'Espace du Pré des Arts.



As summer nears its end, Valbonne is more and more dynamic! After the Street Art Festival, concerts and English language long feature films, the city will welcome the Fête de la Saint Roch from August 14 to 16; the Art Shopping Festival from September 8 to 14.

On **Tuesday, August 14**, after the **grand parade and the Arlette Gruss Circus**, visitors will be treated to a festive paella and dance the night away during a popular ball on the Place des Arcades. On **August 15**, at (10:00), a **tour of the commune's vineyards** is planned, followed by a **theater play** at Pré de l'Hôtel de ville (« La grande bagarre de Don Camillo » performed by actors of the Cie de Théâtre du Verseau de Cannes).

On **August 16**, the traditional procession, blessing of animals, aperitif, gigantic aioli and an evening ball on Cours Carnot.

In **September**, from the **8th to the 16th** the Tweet Art association presents the first edition of the **Art Shopping Festival**, where some 50 exhibitors will display their works, between modern and contemporary art, antiques and design. From 10:00am to 7:00pm at the Espace du Pré des Arts.

■ Renseignements complémentaires sur www.valbonne.fr

Rêves de verre

Dreams of glass

21 au 23 septembre - Big Festival

Le Biot International Glass (BIG) va être... i-m-m-e-n-s-e ! Un week-end dédié aux artisans d'art biotois et internationaux, qui vont en mettre plein la vue...

The Biot International Glass Festival (BIG) promises to be e-n-o-r-m-o-u-s! A week-end dedicated to Biot and international art craftsmen that are sure to dazzle you...

Ce festival, premier du nom, met en avant les artisans du verre biotois. A Biot comme ailleurs, leur connaissance du milieu des métiers d'arts et en particulier du verre, leur implication dans les réseaux spécialisés, leur participation à des événements similaires au niveau national et international, font de leur collaboration un atout majeur. Pour cet événement, le travail de 3 artistes invités sera mis à l'honneur.

Gabe Feenan

Américain, il s'intéresse à la façon dont le verre se plie, coule et filtre la lumière. L'artiste concentre son travail sur trois formes : la sphère, le cône et le cylindre.

Gérald Valtrin

Le français propose une œuvre axée sur ses connaissances de l'histoire de l'art. Inspirées et inspirantes, ses réalisations stimulent les sens avec émotion.

Richard Price

Il partage sa vie entre les Pays-Bas et la Thaïlande et axe son travail sur les animaux et les hommes, inépuisables sources d'inspiration.



Gabe Feenan

The first edition of this festival showcases the Biot glass craftsmen. In Biot and elsewhere, the knowhow of the Biot artists in the art professions and in particular in the glass industry, their involvement with specialist networks, their participation in similar events worldwide, highlight their collaboration as a major asset. For this event, the works of 3 guest artists will be presented.

Gabe Feenan

He is an American interested in the way glass folds, runs and filters light. The artist focuses his works on three shapes: spheres, cones and cylinders.

Gérald Valtrin

This Frenchman proposes works based on his art history knowledge. Inspired and inspiring, his art awakens our senses and emotions.

Richard Price

He lives in the Netherlands and in Thailand and focuses his work on animals and people, that are infinite sources of inspiration.

Gérald Valtrin



Richard Price



Tout autour du verre

Plusieurs animations seront programmées durant les trois jours du festival. **Une Exposition-Vente** se tiendra à la salle Paul Gilardi, et regroupera une trentaine de stands d'artistes verriers.

Une **exposition rétrospective** valorisant le savoir-faire verrier Biotois sera présentée.

Des **ateliers et démonstrations** seront proposés au village pour initier petits et grands à l'art du verre.

Des **projections de films** ainsi que des **conférences** pour les connaisseurs et amateurs du verre enrichiront le programme.

De plus, chaque artiste Biotois ouvrira son atelier pour des démonstrations et sera intégré dans des circuits de visite.

Enfin pendant la durée du Festival et ce jusqu'à la fin de l'année, **une exposition Internationale** aux salles d'Expositions Municipales ouvrira ses portes gratuitement. Elle accueillera les œuvres d'artistes verriers Français et européens, sélectionnés par un jury ainsi que les œuvres des artistes internationaux invités de cette 1^{ère} édition.



■ Pour toutes informations, contacter bigfestival@biot.fr

All around glass

Several events are planned over the three days of the festival. **An Exhibition and Sale** will be displayed in the Paul Gilardi room, and will bring together some thirty stands of glasswork artists.

A **retrospective exhibition** displaying the glasswork knowhow of Biot artists will be organized.

Workshops and demonstrations are also planned in the village to initiate children and adults to the art of glass.

Film screenings and conferences for glass works connoisseurs and amateurs will enrich the program.

Furthermore, every artist in Biot will plan open-door days for demonstrations and will join in the visitor circuit.

And lastly, during the Festival and until the end of the year, an international exhibition will be on display for the public in the Municipality's Exhibition rooms free of charge. This exhibition will host the works of French and European artists, selected by a jury, as well as those of the international guest artists invited to the 1st edition.



« Nous privilégions l'éducation complète de l'enfant »

We place importance on a rounded education for our students

Brian Hickmore, directeur de Mougins School, nous présente l'école internationale qu'il dirige depuis de nombreuses années au cœur de Sophia Antipolis.

Brian Hickmore, who has been the Headmaster of Mougins School for a number of years, presents this international School.

Quel est le programme académique suivi à Mougins School ?

Brian Hickmore : Nous suivons le programme britannique. Dans toutes les matières, l'apprentissage et la pédagogie priment sur le contenu. Cette approche pédagogique diffère peu du système américain. Pour résumer, il y a moins de notions à apprendre par cœur, et ce système place l'enfant au centre de tout l'apprentissage. Ici, les professeurs sont présents toute la journée, donc même quand ils n'enseignent pas, ils sont disponibles pour les élèves. On s'intéresse beaucoup plus au bien-être de l'enfant, dans sa globalité. De même qu'en matière artistique et sportive.

Nous avons 43 nationalités ici à Mougins School.

Systématiquement, dans chaque classe, vous avez donc près d'une dizaine de nationalités. Chacun a une opinion, une façon de voir les choses différentes...

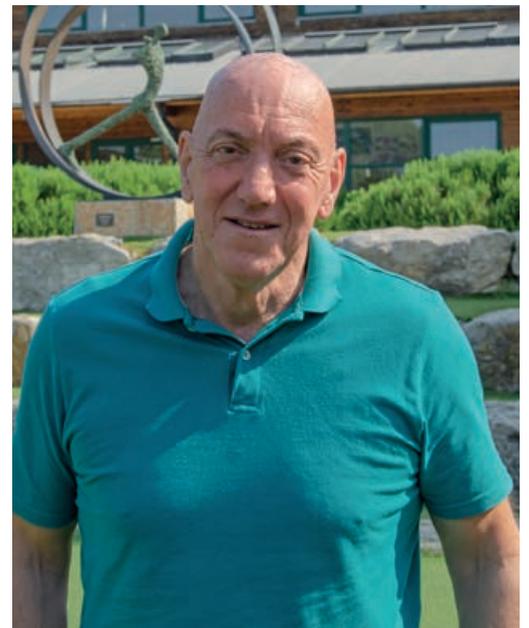
Parlez-nous justement des nombreuses activités extrascolaires :

Le système britannique forme des professeurs qui ont le plus souvent une activité en parallèle de leur discipline d'enseignement. Nous avons ainsi beaucoup de clubs gérés par des profs après les cours ou pendant les temps de midi ou de pause : clubs de sport, d'art, d'activités culturelles, scientifiques ou musicales...

Nous privilégions vraiment l'éducation complète de l'enfant ! Et les professeurs sont partie prenante de ce système. Nous avons également beaucoup de sorties à la journée pour découvrir le monde, à travers tout ce qui nous est proposé en local. Nous avons nos propres bus pour transporter les élèves.

Quels avantages présente l'éducation internationale ?

La différence est importante. A l'issue de leur scolarité, les enfants sont bien souvent plus matures, ouverts et tolérants, car exposés culturellement à beaucoup d'autres nationalités, d'autres apprentissages et découvertes. Ils apprennent à mieux écouter pour se forger leur



Brian Hickmore, directeur de Mougins School

What is the academic programme that you follow at Mougins School?

Brian Hickmore: We follow the British national curriculum. In all subjects we put most importance on a pedagogical way of learning, an approach which differs little from the American system. In other words, less importance is placed on learning by heart and the interests of the child are at the centre of all learning. Here, the teachers are present for the whole day therefore, even when not teaching, they are available for our students. We place importance on the global well-being of the child both academically and in the artistic and sporting domains.

Tell us something about the numerous extra curricular activities:

The British system trains teachers who often master an activity other than that of teaching a particular subject. We have a number of clubs run by teachers after school, during recreation or when the student has a free period: sports clubs, art which includes work with textiles, photography and printing, drama and singing, scientific clubs and a selection of musical instruments and choirs. We really do privilege the complete education of the child. We also organise a lot of local visits: cultural, geographical, historical and sporting as well as trips abroad. We have three buses for the transport of our students.





opinion. Nous avons 43 nationalités ici à Mougins School. Systématiquement, dans chaque classe, vous avez donc près d'une dizaine de nationalités. Chacun a une opinion, une façon de voir les choses différentes... Du coup, ils apprennent à mieux communiquer.

Les enfants expatriés qui ont deux parents issus de deux pays différents trouvent leurs propres racines à l'école, très souvent. D'où l'importance de se soucier de leur bien-être, de leur confiance en eux.

Combien d'élèves comptez-vous par classe ?

Les enfants sont entre 16 et 22 dans les sections qui correspondent à la maternelle et au primaire. Ils sont beaucoup moins (autour de 15) à partir des classes équivalentes à la 3^e. Nous sommes 510 élèves, ici à Mougins School, dans un environnement naturel exceptionnel.

What are the advantages of an international education?

The difference is important. At the end of their education the students are often more mature, open-minded and tolerant because they have been culturally exposed to diverse nationalities, teaching and discovery. They learn to listen and form opinions. We have 43 nationalities here at Mougins School. Systematically therefore there will be about a dozen different nationalities in each class thus they learn the art of communication. Expatriated students who have two parents from two different countries often find their own roots in the School and that is why it is so important to place such importance on their well-being and confidence in themselves.

How many students do you have in a class?

There are between 16 and 22 in the kindergarten, primary and secondary classes. There are less from Form 10 upwards (3^{eme}), around 15. We have 510 students at Mougins School on an exceptional campus in a natural environment.

43
Nationalités

15
élèves (environ)
par classes
équivalentes à la 3^e

Pour mieux découvrir Mougins School, prenez rendez-vous quand vous le souhaitez pour une visite personnalisée de l'école : +33(0)4 93 90 15 47
In order to discover Mougins School, call +33 (0)4 93 90 15 47 and make an appointment to visit us.



■ Mougins School - 615 Avenue Maurice Donat
CS, 12180 - 06252 MOUGINS Cedex
+33(0)4 93 90 15 47
information@mougins-school.com
www.mougins-school.com



scène 55
mougins



VOTRE
**SAI-
SON**
CULTURELLE
2018/19

#DANSE
#THÉÂTRE
#MUSIQUE
#CIRQUE
#MARIONNETTE

PROGRAMME // BILLETTERIE // ABONNEMENTS
SUR SCENE55.FR // 04 92 92 55 67



// **MOUGINS**
CÔTE D'AZUR
FRANCE



Au MIP, PERFUMIST vous fait explorer de nouvelles fragrances

During MIP, PERFUMIST will treat visitors to new fragrances.

La géniale application PERFUMIST fait son entrée au MIP sur une borne interactive qui va ouvrir votre champ olfactif !

The ingenious PERFUMIST app will be presented during MIP on an interactive terminal that is guaranteed to tantalize your sense of smell!

Pour fêter les dix ans de la rénovation du MIP, un espace relatif à la création et à la fabrication du parfum a été intégré au sein du parcours de l'exposition permanente. Le MIP, ne manque donc pas d'actualité et 2018 a vu plusieurs événements rythmer cet anniversaire : **10 rencontres avec des professionnels de la création en parfumerie, 3 expositions temporaires et la rénovation d'espaces d'exposition ainsi que la création d'une nouvelle salle sur le thème de : "Comment fabrique-t-on un parfum?"**.

Dans les salles Antiquité-Moyen-Age, les visiteurs pourront découvrir de nouveaux dispositifs muséographiques interactifs pour contextualiser les collections présentées et permettre d'élargir le discours aux cinq sens : vidéos, projections, bornes interactives, points olfactifs et tactiles. Aussi, une innovation interactive a fait son apparition au MIP, où elle prend clairement toute sa dimension : l'application PERFUMIST.



Frédéric Besson, fondateur de Perfumist

Appli « Perfume » N°1

Depuis son lancement en mai 2017 au prestigieux salon TFWA à Cannes, PERFUMIST est rapidement devenue l'application « Perfume » n°1 sur smartphones et tablettes, créant au passage une immense communauté internationale de plusieurs dizaines de milliers d'utilisateurs en quelques mois. L'application, via un algorithme très complexe, émet des suggestions de parfums basées sur les préférences olfactives de chacun. Après 22 ans en Asie, Frédéric Besson, fondateur de PERFUMIST, revient en France en juillet 2017 pour intégrer, la pépinière d'entreprises Innovagrasse. Entrepreneur spécialisé dans l'éducation et la promotion du parfums Français dans les pays émergents (Asie), l'homme œuvre à la démocratisation du parfum depuis plus de 10 ans.



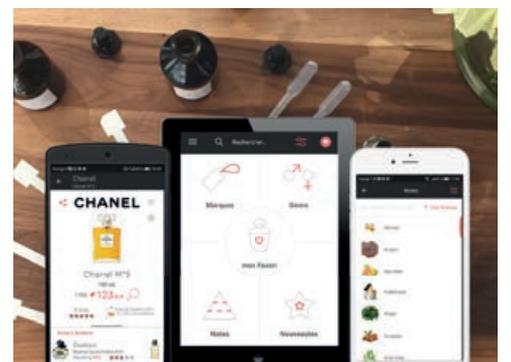
In celebration of the MIP's tenth anniversary of its renovation, a space dedicated to creativity and to the fabrication of perfume is now available in the permanent exhibition. The MIP has news to share and 2018 will be the year of several events to pace the anniversary: **3 temporary exhibitions and several renovated exhibition areas and the creation of a new room on the theme of "How is a perfume made?"**.

In the Antiquity-Middle Ages, visitors can discover new interactive museographic devices to contextualize the collections and feed the debates on the five senses: videos, screenings, interactive terminals, olfactive and tactile points. Within this context, an interactive innovation is now present during MIP, where it clearly takes on a new dimension: the PERFUMIST app.

« N°1 Perfume » app

Since its launch in May 2017 during the prestigious TFWA in Cannes, PERFUMIST quickly became the « N°1 Perfume » app on smartphones and tablets, launching in passing a large international community of several dozen thousand users in several months only. The app and its highly complex algorithm, proposes perfumes based on individual fragrance preferences. After living in Asia for 22 years, Frédéric Besson, founder of PERFUMIST, returned to France in July 2017 to join the

Innovagrasse business incubator. The entrepreneur is specialized in education and in the promotion of French perfumes on emerging markets (Asia), the man has since been busy working on democratizing perfume for over 10 years now.



Perfumist, application gratuite disponible sur Apple Store et Google Play



Musée International de la Parfumerie

2 boulevard du Jeu-de-Ballon, Grasse.

ouvert de 10 h à 19 h

Tél. +33 (0)4 97 05 58 11

www.museesdegrasse.com

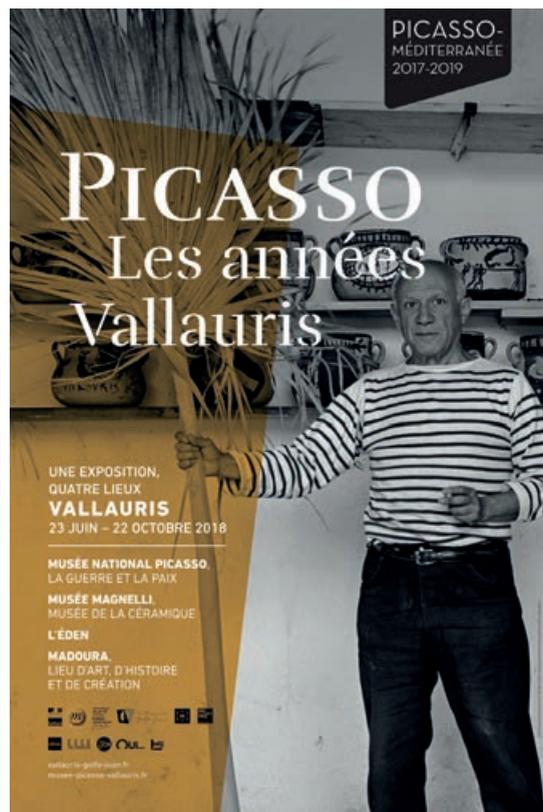
www.perfumist.fr et contact@perfumist.fr

Picasso, les années Vallauris

Picasso, the Vallauris years

Organisée dans le cadre de « Picasso-Méditerranée », l'exposition « Picasso, les années Vallauris » explore, au cœur de la ville, dans les lieux mêmes où l'artiste a vécu et travaillé de 1947 à 1955, la vie et l'œuvre de Picasso depuis son installation dans la ville provençale, à la villa « La Galloise », jusqu'à son départ pour Cannes.

Pour Picasso, les années Vallauris correspondent, après le drame de la période de la guerre, à un moment de bonheur familial : l'artiste, entouré de sa compagne, Françoise Gilot et de leurs deux enfants, Claude et Paloma, attire autour de lui un cercle artistique et littéraire, qui comprend notamment Edouard Pignon, Jean Cocteau, Jacques Prévert ou encore Paul Eluard.



Organized within the framework of "Picasso-Mediterranean", the exhibition "Picasso, the Vallauris years" explores, in the heart of the city, in the very places where the artist lived and worked from 1947 to 1955, the life and the Picasso's work since his installation in the Provençal city, at the villa "La Galloise", until his departure for Cannes. For Picasso, the Vallauris years correspond, after the drama of the period of the war, to a moment of family happiness: the artist, surrounded by his companion, Françoise Gilot and their two children, Claude and Paloma, draws around him an artistic and literary circle, which includes Edouard Pignon, Jean Cocteau, Jacques Prévert and Paul Eluard.

Jusqu'au 22 octobre

Musée national Pablo Picasso - Vallauris

www.musee-picasso-vallauris.fr

+33 (0)4 93 64 71 82

- ÉTÉ 2018 -

AGENDA

LES RENDEZ-VOUS DE L'ÉTÉ

EXPOSITIONS

THÉÂTRE DE LA MER JEAN MARAIS

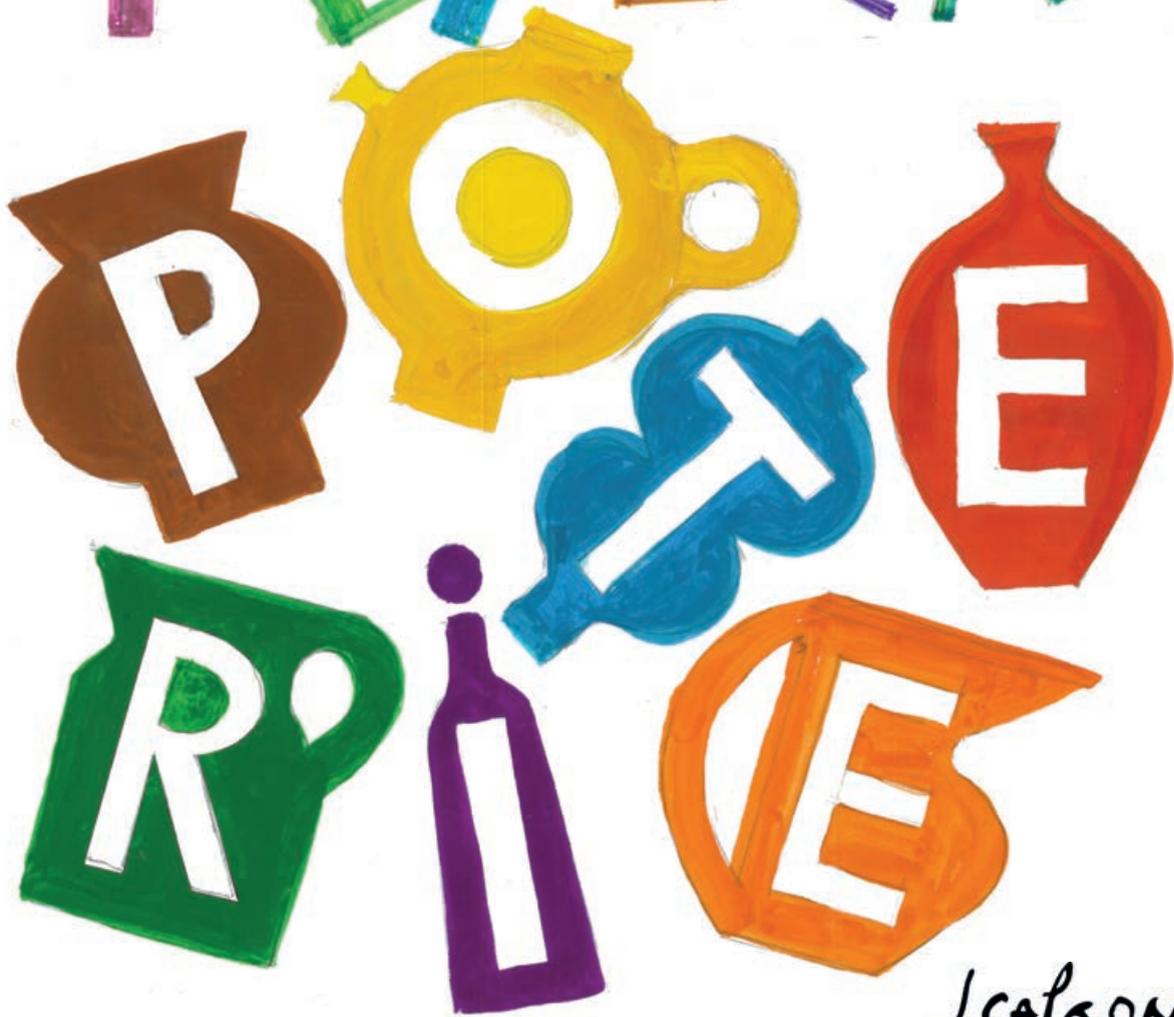
ÉVÉNEMENTS

WWW.VALLAURIS-GOLFE-JUAN.FR

Vallauris Golfe Juan

VALLAURIS

FÊTE LA



J. CARON

DIMANCHE 12 AOÛT 2018
de 10h à minuit



COMMUNAUTÉ
D'AGGLOMÉRATION
SOPHIA ANTIPOLIS

Village de la MOBILITÉ

Mardi 18 septembre
de 11h à 15h



Animations et information avec les acteurs Sophilopolitains de la mobilité. Rencontrez l'Association Choisir Vélo, l'Avem, Boogi, la CASA, Clean Energy Planet, DriveKidz, Eccity, Klaxit, Ridygo et Wever autour des sujets de vélo, covoiturage, véhicules électriques et autonomes...

Parvis St Philippe à Biot

Essais de vélos à assistance électrique

avec Clean Energy Planet
av. Roumanille

Challenge de la MOBILITÉ

Jeudi 20 septembre



Lors de la semaine européenne de la mobilité en septembre, c'est l'occasion de **découvrir et tester de nouveaux modes de déplacement**, plus durables et sécurisés.

Notamment en participant au **challenge de la mobilité inter-entreprise** organisé par l'ADEME et Sophia Club Entreprise :

EN 2017



65
entreprises participantes
1453
salariés



45 700
kms parcourus
+ d'1 fois
le tour de la Terre



4,3
tonnes de CO2 économisés

Vous ne savez pas comment participer ?
Venez aux **stands**, les agents **CASA** sont là pour **vous conseiller !**

Stand d'information

La CASA vous renseigne sur les **différents moyens de se déplacer** sur le territoire.

Vendredi 21 septembre
de 12h à 14h30

À place Bermond au Haut-Sartoux, Sophia Antipolis

Samedi 22 septembre
de 9h à 17h

À place des Martyrs de la Résistance, Antibes



Ouverture de la maison du vélo
« La CASA du vélo »*

Jeudi 20 septembre 12h30 à Garbejaire Sophia
* sous réserve de confirmation

+ d'infos sur

www.casa-infos.agglo-casa.fr/transports
sophia.challengemobilite.com

mobilite@agglo-casa.fr

Une saison estivale pour tous !

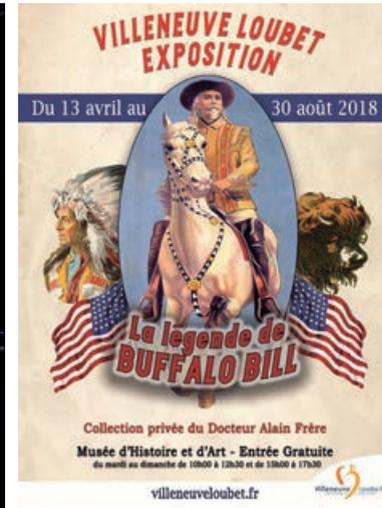
A summer season for all!

Lionnel Luca l'avait annoncé : « Notre philosophie est de proposer une saison estivale pour tous. Comprenez bien que tous les événements -ou presque - sont gratuits ! ». Gratuité, mais également diversité et qualité, pendant tout l'été !

As Lionnel Luca announced: « Our philosophy is to offer a summer season open to all. All – or almost all of our events are free of charge! ». Free admission, as well as diversity and talent throughout the summer!



Ava Corsica, le 24 août



Villeneuve-Loubet promotes local talents and thus presents a program with close to 90% local artists and professionals to pump up its summer season. With over 60 concerts between Port Marina, the banks of the Loup river and the village!

Recurrent events, such as the **Plages de feu** will be held every Friday in August from 8:30 to 11:00pm or the **Soirées Villeneuve Live Music**, every Friday and Saturday from 8:30 to 10:30pm, along the allée de la Plage and on Plage de la Figlière. offering a wide diversity of styles: Gipsy jazz, salsa, pop, rock, funk...

Then there are the surprises of the summer, as Beach party with DJ Ergo (August 15, Plage de la Figlière) or the excellent Corsican group "Ava Corsica" (August 24) Without forgetting night markets: it will be open on Tuesdays and Saturdays along the Boulevard des Italiens from 7:00pm to midnight.

Privilégiant les talents locaux, Villeneuve Loubet présente ainsi près de 90 % d'artistes et professionnels du cru pour animer sa saison estivale. Avec plus de 60 concerts entre Port Marina, les bords du Loup et le village ! Il y a les rendez-vous récurrents, comme les spectaculaires **Plages de feu**, tous les vendredis d'août, sur la Promenade Baie des Anges (20 h 30) ou le **Villeneuve Live Music**, les vendredis et samedis (20 h 30), de la Scène du Loup au village jusqu'à l'Allée de la Plage et Plage de la Figlière, dans tous les styles : jazz, salsa, pop rock, samba, zouk !...

Puis il y a les surprises de l'été, comme la Beach Party du 15 août avec **DJ Ergo** (Plage de La Figlière) ou encore la soirée corse avec l'excellent groupe « **Ava Corsica** » le 24 août... Sans oublier les marchés nocturnes les mardis et samedis sur le Boulevard des Italiens de 19 h à minuit.

Un festival de sensations...

Villeneuve-Loubet n'en finit pas de bouger et de vibrer.

Port Marina sera en fête le 25 août, de 17 h à minuit, avec animations pour enfants, shows, démonstrations (sauveteurs en mer, flyboards, jet skis...), spectacle son et lumière, marché nocturne ; Au village, les passionnés de vintage ne pourront manquer **Be Bop a Loubet** le 26 août de 10 h à 18 h (concerts, défilé, show burlesque, nombreux stands...). Enfin, pour les sportifs, le **1^{er} Aquathlon** du genre conjuguera natation et course à pied le 2 septembre au départ du centre nautique.

Côté patrimoine et culture, belle ambiance **Classic Auto Moto Rétro** le 9 septembre à Port Marina de 11 h à 16 h, et toujours de très belles expositions : « **Saveurs Café** » au Musée de l'art culinaire Auguste Escoffier, « **La légende de Buffalo Bill** » au Musée d'histoire et d'art (avec la collection unique au monde du Docteur Alain Frère), ou encore les expositions de la Salle Tosti (5 artistes cet été), ajoutées aux meilleurs clichés du club e-villeneuvois. De quoi garantir un festival de sensations jusqu'à la rentrée !

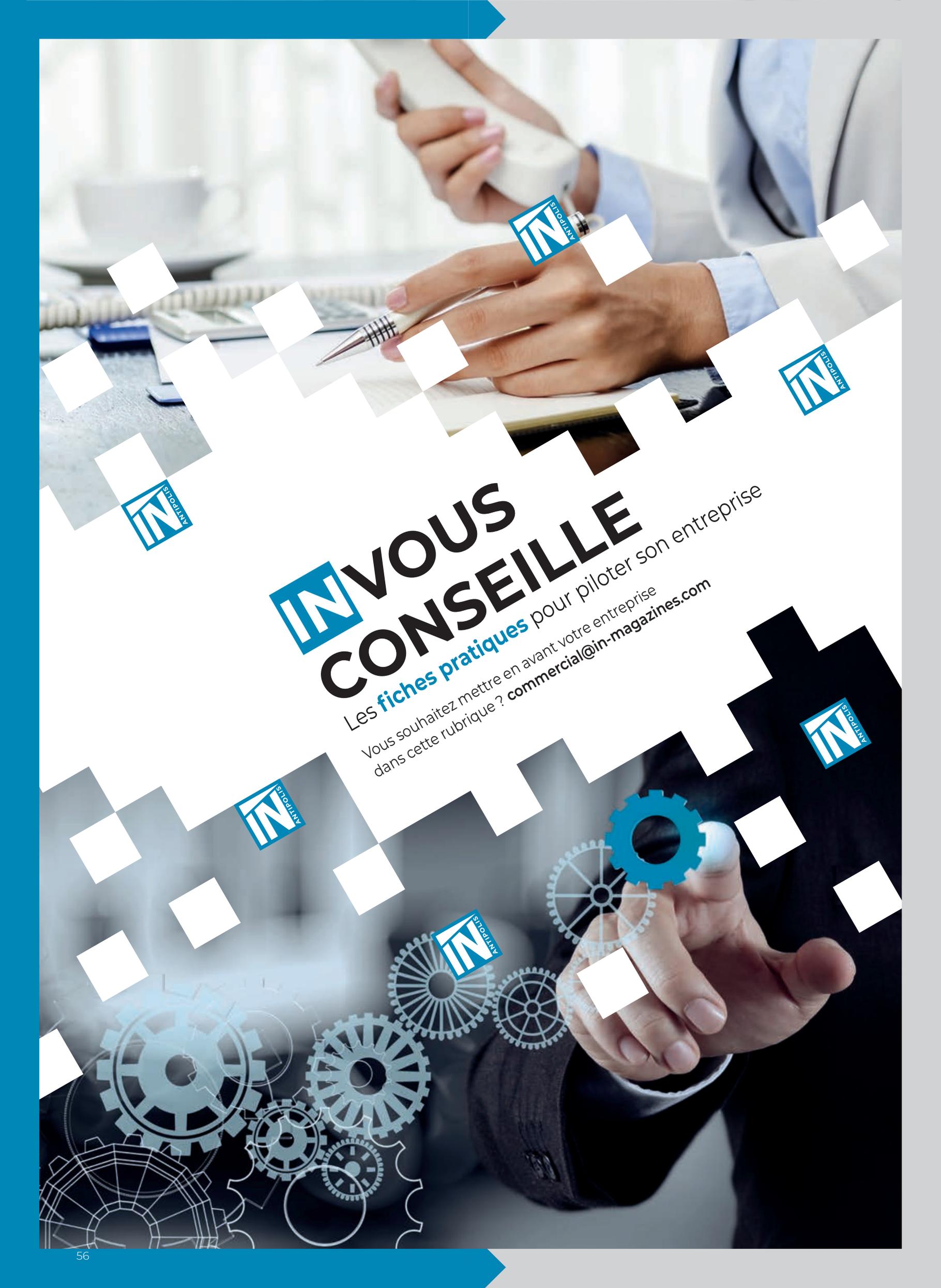


A festival of sensations ...

Villeneuve-Loubet is dynamic and vibrant and organizes one-shot festivities: **Port Marina sera en fête** on August 25, from 5:00pm to midnight, with events for children, shows and demonstrations (sea rescue, fly-boards, jet skis...), a sound and light show, night markets; the **1st Aquathlon** will combine a swimming and running race on September 2, departing from the Nautical center and the **Classic Auto Moto Rétro** will take over the Marina on September 9, from 11:00 am to 4:00pm. In the village, vintage enthusiasts are sure to enjoy **Be Bop a Loubet** on August 26, from 10:00am to 6:00pm with concerts, a parade, a burlesque show and many stands...

As regards heritage and culture, a selection of exhibitions such as « **Saveurs Café** » in the Auguste Escoffier Culinary Art Museum, and « **The legend of Buffalo Bill** » in the History and Art Museum (with the unique collection of Doctor Alain Frère); exhibitions in Salle Tosti that displays the works of no less than 5 artists during the summer, as well as the best pictures of the e-Villeneuve club members. All of these ingredients are sure to guarantee a festival of sensations until the fall!

Programme complet sur www.villeneueloubet.fr



IN VOUS CONSEILLE

Les **fiches pratiques** pour piloter son entreprise
Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com

CONTROLE D'ACCES

Avez-vous la bonne clef pour équiper vos locaux ?

Are your premises sufficiently protected?



Amaury Albertini

QUI Intégral Système

POUR ? Tous les locaux d'entreprise
All business premises

AVANTAGES

- Sécuriser les biens et les personnes
- Optimiser les flux et l'activité dans l'entreprise
- Faire du contrôle d'accès à votre entreprise un outil de diagnostic de votre activité
- *Secure belongings and people*
- *Optimize business flows and activity*
- *Access control to your company a diagnostic tool for your activity*

DURÉE OU DELAI

Un premier diagnostic complet détermine les actions à mener et leur durée / délai
First complete diagnosis determines the actions to be carried out and their duration / delay

Le contrôle d'accès n'est pas qu'une seule question d'ouverture et de fermeture de porte. Et parce que tous les flux dans votre entreprise ne sont pas les mêmes : clients, salariés, fournisseurs..., tous n'ont pas les mêmes prérogatives ou les mêmes besoins. D'où l'intérêt de se poser les bonnes questions sur l'accès à vos locaux. Intégral Système vous aide à diagnostiquer vos problématiques de contrôle d'accès.

Mon équipement est-il adapté ou conforme ? Entre la sécurité des biens et des personnes, dois-je faire un choix ? Tout chef d'entreprise se pose ces questions un jour ou l'autre dans la démarche d'aménagement de ses locaux. Imaginez une issue de secours que des voleurs emprunteraient systématiquement parce qu'elle resterait accessible très facilement ? « Il y a des solutions qui peuvent empêcher l'intrusion tout comme la sortie, sans pour autant condamner une issue de secours ! » prévient Amaury Albertini, gérant d'Intégral Système Paca Corse. Mais il faut être au fait de la réglementation et de l'innovation dans ces domaines. Les solutions sont aussi nombreuses que les interrogations : certains accès doivent être contrôlés en permanence, d'autres, non. Tapis sensibles de sécurité (avec contrôle du poids), verrous connectés, systèmes de comptages de passage : on peut travailler sur les statistiques comme sur la sécurité et aller jusqu'à utiliser la data pour faire de l'accès à vos locaux un outil de diagnostic de votre activité ! Qui rentre, qui sort, pourquoi ? Posez-vous les bonnes questions en commençant par prendre rendez-vous avec Intégral Système pour diagnostiquer avec précision votre situation.

Access control is not just an issue of opening or locking a door. And because all the people who come to your firm are different: clients, employees, suppliers..., they do not all have the same prerogatives or requirements. This is why it is interesting to ask yourself the right questions as concerns the access to your premises. Intégral System is able to provide the diagnosis of your access control issues.

Is my equipment adapted or compliant? Must I choose between the security of goods and people? At one time or another, all CEOs ponder these issues when organizing their premises. Imagine an emergency exit that thieves could systematically violate because it is not properly protected? « There exist solutions that can prevent intrusion and flight, without obstructing emergency exits! », says Amaury Albertini, Manager of Intégral Système Paca Corse.

But this requires experience in regulations and innovation in such cases. There are as many solutions as questions: some accesses will have to be controlled on a permanent basis, and others not. Sensitive safety mats (with weight control), connected locks, passage counting systems: we can work both on statistics and security and even go as far as to use data and make your premises the diagnostic tool of your business! Who enters, who leaves, why? Ask the right questions by first making an appointment with Intégral Système to facilitate the precise diagnosis of your situation.



70 %

Des solutions de sécurité choisies par les entreprises intègrent le contrôle d'accès et la vidéosurveillance



■ Intégral Système Paca Corse
2791 Chemin de Saint-Bernard
Bâtiment B - Vallauris
09 51 59 51 80 - www.integral-systeme.fr
Amaury Albertini : 06 26 28 45 81



INVESTISSEMENT

Un peu de bois... ne nuit pas !

A little bit of wood...goes a long way!



QUOI

L'investissement dans la filière bois
Wood sector investments

POUR ?

Tous les investisseurs qui veulent diversifier leurs actifs
Investors in rental real estate
All investors looking to diversify their assets

AVANTAGES

- Défisicalisation des travaux forestiers pour tous
- Crédit d'impôt de 18 % des travaux
- *Tax optimization applied to forestry works for all*
- *18% tax credit on works*



3 à 5 %

Rendement moyen d'une forêt gérée

3 %

Hausse du prix de vente de bois sur pieds en 2017

Avec ses 16,9 millions d'hectares de forêt, qui couvrent 31 % du territoire métropolitain, la forêt française est l'une des plus importantes d'Europe. Pour autant, sans investissement forestier, la filière forêt-bois ne pourra répondre aux enjeux stratégiques auxquels elle est confrontée pour les prochaines décennies : changement climatique, plus de bois pour desservir l'industrie et neutralité carbone à l'horizon 2050.

En soutenant la forêt, les investisseurs s'engagent sur une valeur bien réelle, participent au renouvellement des surfaces boisées et favorisent la production de bois, matériau d'avenir.

De même, un dispositif d'encouragement fiscal à l'investissement en forêt rend l'acquisition, l'exploitation et la gestion attractives.

Depuis fin décembre 2017, la défiscalisation des travaux forestiers (DEFI Travaux) a été élargie à tous les propriétaires, y compris ceux de moins de 4 hectares, ce qui n'était pas le cas auparavant. Ils peuvent désormais accéder à un crédit d'impôt de 18 % du montant de leurs travaux, bonifié à 25 %, via une organisation de producteurs (GIE, coopératives forestières...).

Prix en hausse

La Safer enregistre une hausse de 2,1 % du prix des forêts en 2016. Avec un prix qui progresse dans presque toutes les régions. Selon les spécialistes, une forêt gérée et exploitée peut rapporter de 3 à 5 % par an. Selon la Safer, le rendement moyen annuel au cours des 15 dernières années était de 5 %. La commercialisation du bois de la forêt constitue un apport non négligeable. En hausse de 3 % par rapport à l'année passée, l'indice général du prix de vente des bois sur pied en forêt privée s'affiche en 2017 à 58 €/m³.

With its 16.9 million ha of forests, covering 31% of the French metropolitan area, the French forest is one of the largest in Europe.

Nonetheless, without investments, the wood-forest sector will not be able to step up to the strategic challenges it is bound to face in future decades: with climate change, no more forests to serve the industry and achieve zero carbon by 2050.

By supporting the forest, investors pledge in favor of a truly genuine value, participate in renewing wooded surfaces and thus promote wood production, a high future potential resource.

In addition, a tax advantage serves to incentivize investments and makes for attractive acquisition, exploitation and management of forests.

Since the end of December 2017, tax optimization of forestry work (DEFI Travaux) has been extended to all forest property owners, including those who own under 4 ha, which was not the case in the past. They can now enjoy an 18% tax credit for the amounts of their works, as well as a 25% bonus, via producer organizations (EIG Grouping, forestry cooperatives...).

Prices are soaring

In 2016, the Safer recorded an increase of 2.1% in forest prices, due to overall price increases in almost all regions. According to experts, forest management and exploitation can yield from 3 to 5% profit per year, with prices soaring in all regions. According to the Safer, the average annual yield over the past 15 years stood at 5%; therefore, wood sales promote interesting gains. Up 3% vs. last year, the general private forest sales price index is now posted at 58 €/m³ in 2017.



COMPTABILITÉ

Logiciel de caisse : faisons le point !

Software for cash registers: Let's review this!



Gilles Perez, d'AGECO Cannes

QUI AGECO Cannes

POUR ?

Les professionnels assujettis à TVA qui fournissent une prestation ou vendent des biens à des particuliers *professionals subjected to VAT who provide services or who sell goods to individuals*

AVANTAGES

Libre choix du logiciel
free choice of software

DURÉE

Conservation des données obligatoire durant 4 ans
data back-ups are mandatory for a period of 4 years

Cette obligation ne concerne que les logiciels de caisse et non pas les logiciels de gestion ou comptabilité et est entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2018.

L'obligation concerne les professionnels assujettis à TVA qui fournissent une prestation ou vendent des biens à des particuliers, même si votre activité principale est B to B. Il n'y a pas d'obligation de s'équiper d'un logiciel de caisse à condition de respecter les conditions d'inaltérabilité, de sécurisation, de conservation et d'archivage des données (NF 525).

Mais le logiciel doit garder en mémoire toutes les opérations, y compris bien sûr, les annulations et doit prévoir que l'administration fiscale puisse accéder aux données d'origine enregistrées, ainsi qu'au détail daté et des corrections apportées pendant une durée suffisamment longue (**au moins 4 ans** pour respecter les délais de prescription fiscale).

La garantie de ces prérequis est donnée par le certificat ou l'attestation de l'éditeur.

La pénalité pour l'absence de logiciel de caisse aux normes est de 7 500 €.

Sur le plan fiscal, alors que l'administration devait trouver une faiblesse dans votre comptabilité avant de la rejeter (pas de stock, caisse créditrice, etc.), **l'absence de caisse aux normes suffira à l'administration pour rejeter votre comptabilité** et recalculer vos recettes en fonction de vos achats. Les opérations de contrôle restent donc classiques ensuite. Nous mettons à disposition des solutions de caisses à nos clients et saurons vous donner les meilleurs conseils quant à cette nouvelle obligation.

This obligation, enforced on January 1, 2018, only focuses on cash register software and not on management or accounting software and was.

The obligation concerns professionals subjected to VAT who supply services or sell goods to individuals, even if their main business is BtoB. If the conditions that apply to data inalterability, security, back-ups and storage are complied with (NF 525), cash register software is not mandatory.

But the software's memory must have the capacity to record all operations, including cancellations, and must ensure that the tax administration is given access to the initial data recorded, as well as dated details and corrections implemented for a sufficiently long time (at least 4 years to comply with the expiry date of the relevant tax legislation).

The guarantee of these prerequisites is given by the publisher's certificate or contract.

A fine of 7 500 € is the penalty applied in cases where non-compliant cash register software is not in use.

From the tax standpoint, should the tax administration find weaknesses in your accounting management before rejecting it (no inventory, absence of cash register software, etc ...), in the absence of fiscal standard-compliant cash registers, the fiscal administration will reject all accounting records and will recalculate revenues on a par with purchases. Traditional tax inspection audits remain the same. We can provide our clients with cash register solutions and give sound advice as regards this new obligation.



AGECO CANNES

116 Bd Carnot - Le Durango - Le Cannet
www.ageco-ec.fr +33 (0) 4 93 45 98 98



7500 €

L'amende en cas d'absence de caisse aux normes



MARKETING 360°

Trouver son positionnement avant d'agir

Select the best positioning before acting



Sophie Girone, dirigeante du Cabinet Highlights

POUR ?

De la TPE au groupe international
From very small businesses to international groups

AVANTAGES

- Connaissance du marché local de St Tropez à Monaco
- Structure marketing externe sans recrutement et maîtrise des coûts anticipés
- Mise en contact avec intervenants extérieurs de tous les métiers du marketing ou travail avec les forces vives de l'entreprise.
- *In-depth knowledge of the local market from St Tropez to Monaco*
- *Externalization of the marketing structure that needs no recruitment and upstream control of costs*
- *Building ties with external operators experienced in all marketing sectors or collaboration with company staff.*



20 ans
d'expertise en marketing 360°

Sophie Girone, dirigeante du Cabinet Highlights, fait bénéficier ses clients de plus de 20 ans d'expérience dans le marketing opérationnel avec une spécialisation dans l'univers du luxe et le CRM. Son métier ? Consultante en Marketing 360°.

Sophie Girone, CEO of Highlights treats her clients to her 20-year experience in operational marketing and is specialized in the luxury and CRM sectors. Her job: 360° Marketing consultant.

Qu'est-ce que le marketing 360° ?

Il s'agit d'une vision globale des besoins marketing d'une entreprise.

What is 360° marketing?

This is an overall study of business marketing requirements.

Quels types de besoins ?

Besoin en notoriété, en fidélisation, en prospection, en développement du chiffre d'affaires, en communication interne...

What sort of requirements do you cover?

Reputation, retention, prospection, earnings growth, internal communication ...

Quel est alors votre rôle ?

Nous procédons à un audit marketing puis à une recommandation stratégique avec la proposition de solutions et d'outils : une journée presse pour un lancement produit, un plan média pour l'ouverture d'une boutique, une campagne web pour plus de notoriété, la recherche d'un partenaire complémentaire... et ce, toujours après un travail de positionnement ou repositionnement.

What can you contribute?

We first audit the firm's marketing and provide strategic recommendations via suggestions in solutions and tools: press days for product launches, a media plan for the inauguration of a boutique, a web campaign to enhance reputation, finding additional partners... and this, after defining the appropriate positioning or repositioning.

Pourquoi cette étape préliminaire ?

Toutes les entreprises sont différentes par leurs histoires, leur savoir-faire et surtout les individus qui la composent. Le marketing n'est pas une science exacte. La connaissance intrinsèque de l'entreprise permet d'apporter des réponses adaptées.

Why is this preliminary step important?

All businesses are different in their histories, knowhow and mainly in their workforce. Marketing is not an exact science, and intrinsic knowledge of the firm helps to find the best solutions.

Quelle est la durée de vos missions ?

De quelques semaines à plusieurs années. Nous accompagnons les entreprises dans la stratégie proposée et pouvons aller jusqu'au recrutement et la formation de responsables marketing et/ou communication.

How long do your missions last?

From several weeks to several years. We support businesses in implementing the agreed strategy and this can include recruitment campaigns and training programs for marketing managers and/or communication.

Quels sont vos domaines d'intervention ?

Consulting, presse, mises en relation avec un réseau professionnel de partenaires ou fournisseurs, expertise CRM.

In which sectors do you operate?

Consulting, press relations, building ties with a professional partner network or suppliers, CRM expertise.

Quels sont vos univers de marque ?

Tous, en BtoC et BtoB, et depuis plusieurs années les professions libérales, la décoration d'intérieur, l'aviation d'affaire, l'automobile de luxe, le golf, le yachting...

What are your preferred brands?

All in fact: BtoC and BtoB and for several years now, freelance professionals, interior design, business aviation, deluxe automobiles, golfing, yachting...



**20 A. de Fontvieille
98000 Monaco
Tel. 00 377 97 77 26 78
Mob. 06 40 61 17 11
www.highlights.mc
sophiegirone@highlights.mc**

FISCALITÉ

Impôt sur le revenu : le prélèvement à la source et vous

Income tax: withholding income tax at source and you



Anthony Pietri, Jérôme Goffard et François Hoffert Nicolai

QUI Compta06

POUR ? Chef d'entreprise et particulier
CEOs and Individuals

AVANTAGES

- Impôt payé en temps réel ;
- Flexibilité de l'impôt ;
- Facilité de gestion de la trésorerie du contribuable
- *Taxes paid in real-time;*
- *Tax flexibility;*
- *Easy management of tax-payer treasury*

DUREE OU DELAI :

- Mise en place à partir du 1^{er} janvier 2019
- *Implementation scheduled for January 1, 2019*



1^{er} janvier 2019

Date de la mise en place
du prélèvement à la source

A compter du 1^{er} janvier 2019, les modalités de recouvrement de l'impôt sur le revenu évoluent. De nombreuses modifications ont vu le jour. Mais concrètement, qu'est-ce que cela change ?

Le prélèvement à la source se matérialise de deux façons : une retenue à la source ; un acompte prélevé directement sur le compte bancaire du contribuable.

Plus de chèques, plus de virement et donc une plus grande simplicité dans la gestion du recouvrement par le trésor public.

Cependant, des éléments viennent complexifier cette mise en place : responsabilité accrue pour les tiers payeurs (surtout pour les employeurs), nouvelles obligations, mais également des sanctions.

Pour le chef d'entreprise cela se matérialise par des tâches supplémentaires. Comme par exemple la gestion des informations sensibles des salariés, la déclaration et le recouvrement de l'impôt dû et la gestion psychologique de la réforme sur le pouvoir d'achat des salariés.

Le contribuable a également un rôle à jouer dans la gestion de son impôt notamment dans la relation avec l'administration fiscale : notification dans un délai de deux mois des changements de situation du foyer, possibilité de modulation de l'impôt à la hausse ou à la baisse, choix du taux neutre ou individualisé, choix du règlement trimestriel des acomptes. Compte tenu de ces nouveaux enjeux, particulier comme professionnel, nous ne pouvons que vous conseiller de nous contacter !

As of January 1, 2019, new modalities will be enforced for income tax collection. Many modifications will apply. But in practice, what does this entail?

The withholding tax at the source is applied in two ways: a withholding tax at the source; an instalment withdrawn directly from the taxpayer's bank account.

No more checks, no more wire transfers and therefore simplified tax collection management for the Tax Administration.

However, other components complicate the implementation of the new modalities: accrued responsibilities for third-party payers (for employers mainly), new obligations as well as sanctions.

For CEOs, this involves an additional workload. As for example, the management of sensitive employee data, the declaration and collection of due taxes and the psychological management of the reform of employee purchasing power.

Taxpayers also have to comply with new obligations in the management of their income tax, particularly as concerns their relationship with the Tax Administration: information on the household's situation within a period of two months, the adjustment of the tax, up or down, choice of neutral or individualized rates, choice of quarterly instalment payments.

In view of these new challenges, we urge individuals and professionals to get in touch with us!



www.compta06.com

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

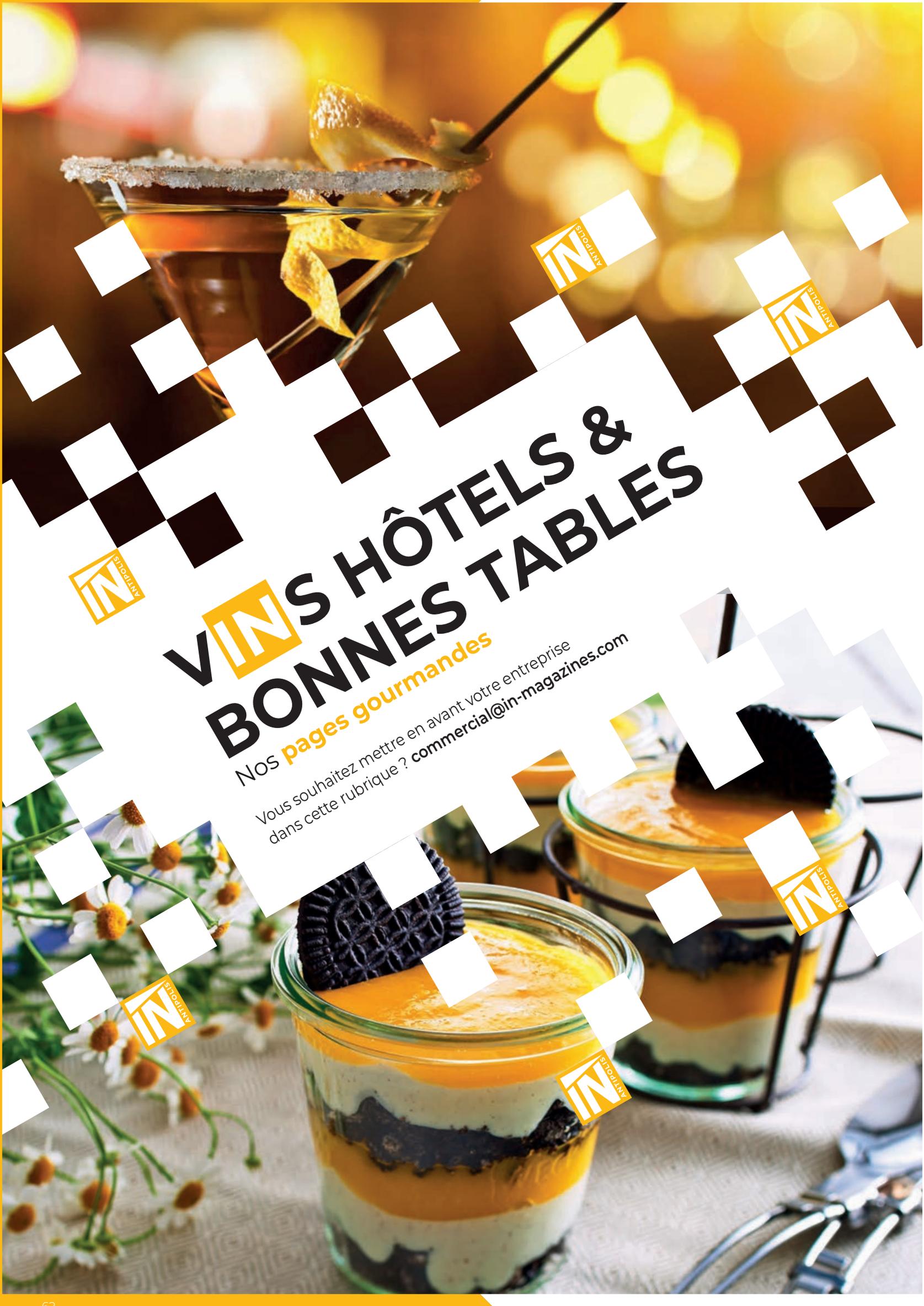
Nice Nord - 3 boulevard Auguste Raynaud

Villeneuve-Loubet - 753 route de la Colle,

Les Hameaux du soleil - 04 93 22 46 40

Châteauneuf de Grasse - 490 route de Nice

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



VINS HÔTELS & BONNES TABLES

Nos **pages gourmandes**

Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com

Salade de pêches rôties et jambon Serrano

Roasted peach salad with Serrano ham



20 min

Préparation



Recette pour

6 personnes

Ingrédients

- 6 tranches de jambon Serrano
- 3 pêches
- 50 g de tomates cerises rouges
- 50 g de tomates cerises jaunes
- 1 botte de basilic
- 20 g de beurre doux
- 1 cuillère à soupe de sucre

Préparation

Peler les pêches, ôter les noyaux et les couper en quartiers. Dans une poêle chaude avec du beurre moussé, faire colorer les quartiers de pêches avec un peu de sucre. Couper les tomates cerises. Dans un saladier, mélanger les pêches, les tomates, des feuilles de basilic et de la chiffonnade de jambon Serrano.

Truc de chef : Pour encore plus de couleur et de goût dans l'assiette, variez la couleur des tomates en utilisant des variétés anciennes.

Peel the peaches, remove the stones and cut into quarters.

In a hot skillet with sparkling butter, brown the peach wedges with a little sugar. Cut the cherry tomatoes. In a salad bowl, mix the peaches, tomatoes, basil leaves and Serrano ham chiffonnade.

Chef tip: For even more color and taste on the plate, vary the color of the tomatoes using old varieties.



Mousse de chèvre avocat pamplemousse au jambon

Roasted peach salad with Serrano ham



20 min

Préparation



Recette pour

6 personnes

Ingrédients

- 3 tranches de jambon Serrano
- 2 avocats
- 1 pamplemousse
- 100 g de chèvre frais
- 1 botte de ciboulette
- 2 cl de crème liquide
- 1 citron jaune
- 3 pincées de sel fin
- 3 tours de moulin à poivre



Préparation

Couper les avocats en deux, ôter les noyaux, enlever la peau et couper la chair en petits dés et les citronner. Peler le pamplemousse à vif, prélever les segments et les couper en petits dés. Ciseler la ciboulette. Mélanger le chèvre avec la crème, le sel, le poivre et la ciboulette. Couper le jambon en fine julienne. Monter les verrines avec la crème au fond, l'avocat et le pamplemousse, puis terminer par le jambon.

Truc de chef : Pour relever légèrement la crème, ajoutez un peu de piment d'Espelette.

Cut the avocados in half, remove the stones, remove the skin and cut the flesh into cubes and lemon.

Peel the grapefruit raw, take the segments and cut into small dice. Chop the chives. Mix the goat cheese with the cream, salt, pepper and chives. Cut the ham into fine sticks. Arrange the verrines with the cream, avocado and grapefruit, then finish with the ham.

Chef tip: To slightly raise the cream, add a little Espelette pepper.



Authenticité, le vrai luxe

Authenticity: the real luxury

L'Hôtel Cantemerle, établissement de charme de Vence repris voici dix ans par Francine et Christian Eberhardt, agrandit ses dépendances et d'ici moins d'un an, offrira à ses hôtes de nouveaux espaces à vivre dans une ambiance bucolique et authentique.

Jérôme Héraud, chef exécutif et directeur de l'établissement, nous parle de ce projet mûri voici déjà plusieurs années.

Hôtel Cantemerle, the charming establishment in Vence, now for 10 years managed by Francine and Christian Eberhardt, is extending its outbuildings and will, within one year, treat its guests to new living spaces in a bucolic and authentic atmosphere.

Jérôme Héraud, Chief Executive and Director of the hotel, tells us more about this project matured over several years.

A l'image des lieux, de leur caractère bucolique, où la nature jouit pleinement de ses droits, l'Hôtel Spa & Restaurant Cantemerle va s'agrandir sans renier son style et son positionnement. Pour Jérôme Héraud, ce nouveau projet aura été l'aboutissement d'une longue réflexion, nécessaire pour préserver l'exclusivité des lieux.

Ainsi, et pour rester dans le concept de naturalité cher au Cantemerle et à ses dirigeants, les deux constructions qui verront le jour d'ici le printemps 2019, s'élèveront au cœur d'une nature préservée, avec plusieurs espaces où elle pourra s'exprimer à travers la culture de légumes et plantes aromatiques que les clients pourront même participer à faire pousser avec soin. « Le vrai luxe, finalement, c'est cet espace, cette nature qui devient si chère à préserver » commente Jérôme Héraud, dont la cuisine ne ment pas et s'inspire toujours des produits locaux à chaque saison.

Une certaine idée du luxe...

La bastide aux agrumes, bâtisse de charme, proposera à ses hôtes un hébergement de six chambres confort et une suite avec jacuzzi privatif. Dédiée aux événements professionnels (journées d'étude, séminaires, repas d'affaires...) La Bastide pourra aussi accueillir des événements privés (mariages, baptêmes, fêtes familiales...) sur l'ensemble de ses 1.000 m² privatisables. On y retrouvera par ailleurs 120 m² d'espaces modulables à la lumière du jour qui s'ouvrent sur un splendide jardin paysager provençal.

Le Castel, une bâtisse du XIX^e siècle entièrement réinterprétée et dont une partie du mobilier d'époque a été restauré, offrira à ses convives une expérience bucolique inoubliable. Au cœur d'un jardin également mis en scène par Jean Mus (comme pour La Bastide), au bord d'une piscine avec vue panoramique sur la mer, chacun vivra une parenthèse nature, pour se ressourcer et vivre pleinement un séjour empreint d'authenticité.



Jérôme Héraud, chef exécutif et directeur de l'Hôtel - Spa et Restaurant Le Cantemerle



Dédiée aux événements professionnels (journées d'étude, séminaires, repas d'affaires...) La Bastide aux Agrumes pourra aussi accueillir des événements privés (mariages, baptêmes, fêtes familiales...) sur l'ensemble de ses 1.000 m² privatisables. Ouverture printemps 2019

Supporting the image of the venue and its bucolic features, where nature fully enjoys its rightful place, the Hôtel Spa & Restaurant Cantemerle will evolve without negating its former style and positioning. For Jérôme Héraud, the new project is the outcome of a long maturing period that was required to preserve the exclusive features of the venue. In this way and to maintain the natural concept cherished by the Cantemerle and its managers, the completion of the renovation work in both outbuildings will be delivered in the spring of 2019. The renovated buildings will stand in the midst of a preserved natural environment, such as the vegetable and aromatic plant garden where guests will be able to satisfy their urge to plant.

« In fact, the real luxury is this space, this preserved nature that is so cherished » comments Jérôme Héraud, whose cuisine is always authentic and prepared with local seasonal products.



Le Castel, une bâtisse du XIX^e siècle entièrement réinterprétée et dont une partie du mobilier d'époque a été restauré, offrira à ses convives une expérience bucolique inoubliable. Ouverture printemps 2019

Un ensemble de charme qui ouvrira au printemps 2019.

Ces deux bâtisses vont permettre de porter l'offre réceptive du Cantemerle à plus de 40 chambres, et d'axer son offre sur un accueil premium de ses convives autour de la naturalité. « Nous sommes en mesure d'aider nos clients à faire passer leur message à leurs équipes, avec un outil qui leur offrira de l'événementiel haute couture. Nous sommes plus que des hôteliers ou des restaurateurs, nous devenons créateurs d'expérience ! » sourit Jérôme Héraud.

Une nouvelle offre pour laquelle vous pouvez déjà prendre une option de réservation auprès d'Emma au 06 64 27 33 91 ou par mail à commercial@hotelcantemerle.com

A certain idea of luxury ...

La bastide aux agrumes, a lovely house, where guests will enjoy six comfortable rooms and a suite with private spa.

Dedicated to professional events (study days and seminars, business meals...), the 1 000 m² of La Bastide will be privatized for family events (weddings, baptisms, family parties...). It will also provide 120 m² of sunlit modular spaces that will open onto a splendid landscaped Provencal garden.

The inauguration of this charming area is scheduled for June 1, 2019.

Le Castel, a fully revisited 19th century house, where pieces of the period furniture will be restored, will take guests on a memorable bucolic journey. In a poolside garden also designed by Jean Mus (as in

the case of La Bastide), and its panoramic view of the sea, guests will restore their energy and experience a truly authentic visit. The Castel and La Bastide will be inaugurated next spring and will extend the Cantemerle's reception capacities with over 40 rooms; the offer will focus on the premium welcome of guests in a natural environment. "We are able to assist our clients in sending a message to their teams with high definition events. More than only hotel managers or restaurant owners, we will become experience designers!" says Jérôme Héraud with a smile.

A new offer that you can enjoy by reserving with Emma at +33 6 64 27 33 91 and by e-mail at commercial@hotelcantemerle.com

La Bastide aux Agrumes et ses 120 m² d'espaces modulables à la lumière du jour qui s'ouvrent sur un splendide jardin paysager provençal.



Hôtel - Spa & Restaurant Le Cantemerle
258 chemin Cantemerle - Vence
04 93 58 08 18
www.cantemerle-hotel-vence.com
info@hotelcantemerle.com

L'été Vodka

Summer of Vodka

Bloody Mary

Ajoutez les ingrédients dans un verre à mélange avec des glaçons. Verser dans le verre et ajouter à votre convenance sel de céleri, sel et poivre. Décorez d'une tige de céleri ou d'un piment séché.

Add the ingredients in a mixing glass with ice cubes. Pour into the glass and add celery salt, salt and pepper to your taste. Decorate with a stalk of celery or dried pepper.

- 5 cl de vodka Veuve Capet
- 10 cl de jus de tomate
- 2 cl de jus de citron
- 1 trait de Worcestershire sauce
- 2 gouttes de Tabasco
- 1 pincée de sel de céleri
- 1 pincée de poivre



Terroir

Shaker puis servir sur glace dans un verre tumbler en allongeant avec du vin pétillant naturel.

Shaker then serve on ice in a glass tumbler while lengthening with natural sparkling wine.

- 3.5 cl de Vodka Veuve Capet
- 2 cl de jus de citron jaune
- 1.5 cl de sirop de shiso & citron noir
- 1 cl de vermouth



CHEVRON VILLETTE

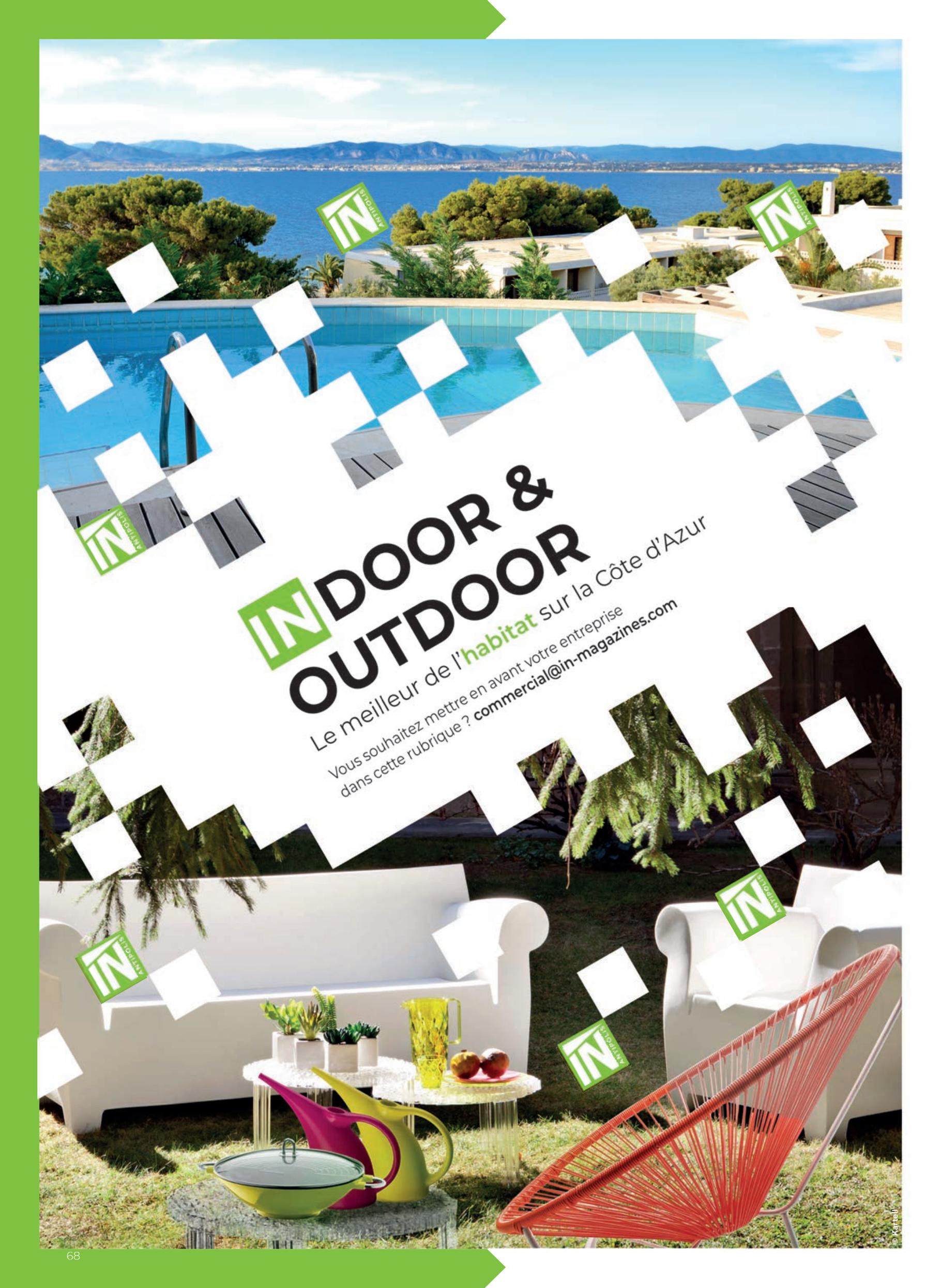
Comte Guillaume de Chevron Villette *Vigneron*

Offrez-vous le meilleur...



Château Reillanne
met LA CÔTE
D'AZUR &
EMOA





IN DOOR & OUTDOOR

Le meilleur de l'**habitat** sur la Côte d'Azur
Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com

Maison connectée : dehors aussi !

Connected home: outside too!

Si nous sommes tous au fait de solutions connectées pour améliorer le confort de notre habitat, certaines fonctionnalités peuvent aussi réduire nos efforts à l'extérieur de la maison... Que diriez-vous d'une pelouse qui se tond toute seule ?

If we are all aware of connected solutions to improve the comfort of our home, some features may also reduce our efforts outside the home ... How about a lawn that mows alone?

Robot tondeuse à gazon

De nombreux fabricants se sont lancés sur le créneau. A partir de 700 € et jusqu'à 3.000 €, l'utilisation, la surface, le coût de maintenance (lames notamment) sont à prendre en compte dans votre choix. Mais... le voir faire à notre place, ça n'a pas de prix, avouez-le !

Many manufacturers have entered the niche. From 700 € and up to 3.000 €, the use, the surface, the cost of maintenance (blades in particular) are to be taken into account in your choice. But ... see it do it for us, it's priceless, admit it!

Plus d'infos et tests sur www.lesnumeriques.com



Ico, l'îlot piscine

Ico est simple d'utilisation : l'îlot connecté à votre piscine analyse, anticipe et contrôle l'eau pour vous guider dans l'entretien de votre bassin, en temps réel grâce à l'application smartphone.

More focused on water treatment, Ico is simpler: the island connected to your pool analyzes, anticipates and controls the water to guide you in the maintenance of your pool, in real time thanks to the smartphone application.

www.ondilo.com





GOCONTROL
SPÉCIALISTE DE LA MAISON CONNECTÉE

HOME AUTOMATION

06 14 09 95 48

go@gocontrol.fr - www.gocontrol.fr
381 Avenue Rhin & Danube - 06140 Vence

Un projet de construction ou de rénovation ?

GO CONTROL vous propose
des solutions adaptées pour équiper
votre habitation en domotique

- Economie et gestion d'énergie
- Contrôle du chauffage à distance
- Scénarios de lumière
- Centralisation des volets roulants
- Multiroom audio
- Home cinéma
- Connexion wifi
- Contrôle par smartphone ou tablette

Icônique... incassable

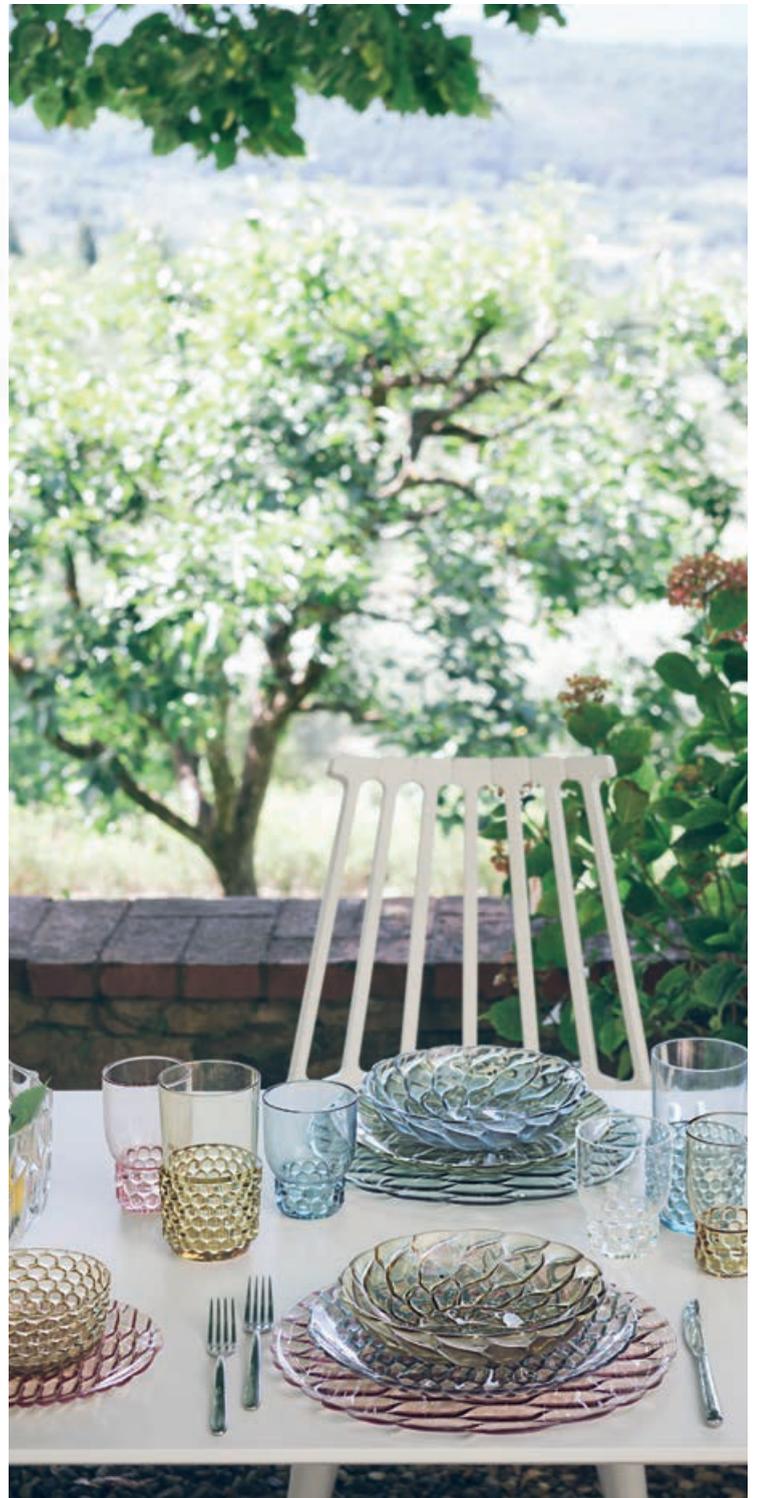
Iconic ... unbreakable

Voici la Jellies Family collection, designed by Patricia Urquiola pour Kartell.

Une riche gamme d'assiettes, de plateaux, de verres, de bols et de carafes réalisée dans un PMMA (polymère thermoplastique transparent) brillant, coloré et transparent. Particularité de cette collection : chaque modèle présente un motif différent s'inspirant clairement de la nature et de l'organique et rappelant les moules qui servaient autrefois à faire les gélâtines. Elle met ainsi en évidence la temporalité et donc aussi la variété caractérisant chacun des passages de l'entrée au dessert.

Here is the Jellies Family collection, designed by Patricia Urquiola for Kartell.

A rich range of plates, trays, glasses, bowls and carafes made of bright, colored and transparent PMMA (transparent thermoplastic polymer). Special feature of this collection: each model has a different pattern clearly inspired by nature and organic and recalling the mussels that used to make gelatines. It thus highlights the temporality and therefore also the variety characterizing each of the passages from the appetizers to the dessert.



DEPUIS PLUS DE 37 ANS À VOTRE SERVICE

Gagnez en économie d'énergie et en confort

SARL SICILIANO
Le Froid le Chaud

Chauffage & Climatisation
Plomberie & Sanitaire
Chauffage par le sol
Ventilation & Traitement de l'air
Hottes professionnelles
Filtration de piscine
Entretien & Dépannage

90 Route de la Paoute
06130 Le Plan de Grasse
04 93 70 28 28
06 09 52 79 61

RGE QUALIBAT
domofinance
à un crédit bénéficiez d'impôt
PME à TAUX ZERO
PARTENAIRE SOLUTIONS HABITAT D'EDF
Professionnel Associé bynerCiel

■ Jellies Family Collection, disponible chez Kartell Nice.
 21 Rue de la Buffa - 04 93 87 94 69
 nice@kartellflag.com



DOMOTIQUE | HOME AUTOMATION
 ETUDE | INTÉGRATION | PROGRAMMATION

**HOME
 SMART
 HOME**

Gérez vos ambiances lumineuses, les ouvrants, la température de vos pièces, votre installation audio et vidéo, les systèmes de sécurité et les accès depuis votre smartphone ou tablette.

HOME SMART HOME vous accompagne, de la conception de votre projet domotique à l'intégration et la programmation de votre habitat.

06 32 76 74 13 info@homesmarthome.fr
 Showroom : 13, Chemin du Vallon des Vaux, 06800 Cagnes sur Mer
www.homesmarthome.fr

Kartell

Flagship Store Nice
 21 Rue de la Buffa • 06000 Nice • t. 04 93 87 94 69 • nice@kartellflag.com



IN TENSITÉ

Adrénaline, **sport & mobilités**

Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com

Bullitt : 50 ans

Bullitt: 50th Anniversary



Pour célébrer le 50^{ème} anniversaire du film devenu culte, la nouvelle Ford Mustang Bullitt édition spéciale a été présentée pour la première fois en Europe à l'occasion du Salon de l'automobile de Genève. La production européenne de cette nouvelle Mustang Bullitt a débuté en juin dernier.

Exclusivement disponible en boîte manuelle 6 vitesses, la Mustang Bullitt est propulsée par le moteur Ford V8 5.0 l délivrant une puissance de 464 ch et près de 529 Nm de couple. Ce sont notamment les éléments d'admission empruntés à la Shelby GT350 qui ont permis de booster les performances du V8 de la Mustang GT. Disponible en deux teintes - noir « Shadow Black » et le vert d'origine « Dark Highland Green » - la Mustang Bullitt est dotée de jantes en aluminium de 19 pouces et d'étriers de frein Brembo rouges.

To celebrate the 50th anniversary of this emblematic film, the new Ford Mustang Bullitt special edition was presented for the first time in Europe during the Automobile Show in Geneva. The European production of the new Ford Mustang Bullitt started last June.

Exclusively available in the 6-speed manual transmission version, the Mustang Bullitt is propelled by an amazing Ford V8 engine 5.0 l, that generates 464HP and close to 529 Nm torque. The conveyor components borrowed from the Shelby GT350 are what boosted the V8's performances on the Mustang GT. Available in two colors - « Shadow Black » and the original « Dark Highland Green » - the Mustang Bullitt sports 19-inch aluminum wheel rims and red Brembo braking system.



82

exemplaires seulement
pour la France



1000 Watts

Système audio Bang & Olufsen
avec une douzaine de haut-parleurs



10500 €

Malus écologique français

Moteur(s)	V8
Cylindrée	4951 cm³
Puissance max.	464 ch (331 kW)
Puissance fiscale	37 cv
Transmission	Propulsion arrière
Boîte de vitesses	manuelle 6 vitesses
Prix	54900 €

RENT @ CAR

+ P R O C H E , - C H E R



Déménagez, emménagez... en toute sérénité !

Relocate, move in ... with confidence!

Parce que changer d'appartements ou de bureaux peut s'avérer être une tâche fastidieuse et compliquée, Rent A Car se positionne comme un partenaire idéal et un guide pratique de votre déménagement.

Utilitaire de 3 à 20 m³, à la demi-journée ou pour le week-end, auprès de l'une de nos nombreuses agences ou depuis notre site Internet clair et intuitif, choisissez et réservez le véhicule adapté à vos besoins !

Et parce que notre credo le dit bien, « plus près... moins cher », nous saurons satisfaire votre situation avec des formules adaptées à vos demandes les plus spécifiques. Vous avez besoin de plus d'informations et souhaitez bénéficier de tarifs pros ? Contactez nos équipes et déménagez en toute sérénité !

Changing apartments or offices can be tedious and complicated. This is why Rent A Car is the ideal partner and practical guide for your moves.

Rent your commercial vehicle from 3 to 20 m³, for a half-day or for the weekend, from one of our many agencies or on our user-friendly website; choose and reserve the vehicle that suits your needs!

And because our creed says it well, « closer and cheaper », we will be able to satisfy your situation with formulas adapted to your most specific requests. If you need more information and are looking for our pro rates, contact our agents and move without a hitch!

Aéroport Nice
04 93 19 07 07

Nice Gare
04 93 88 69 69

Antibes Gare
04 93 34 36 84

Vence
04 93 58 04 04

Nice RN 202
04 93 29 86 32

Nice Port
04 93 56 45 50

Cannes Gare
04 97 06 01 25

Carros
04 97 00 09 99

St Laurent Gare
04 93 19 07 07

Cannes/Mandelieu
04 93 47 98 80

Drap
04 93 53 50 66



rentacar.fr



Rolls Cullinan, diamant brut

Rolls Cullinan, rough diamond



La plus exclusive des marques automobiles mondiales ne pouvait plus résister à la folie SUV. Rolls Royce vient de dévoiler le Cullinan, une réponse tout en démesure à la concurrence... Si son équipement pléthorique n'étonnera personne (il compte même une glacière à Champagne dans son accoudoir avant), c'est aussi sur le plan de la technique que le constructeur innove en proposant pour la première fois une transmission intégrale et -déjà inaugurées sur la Phantom, quatre roues directrices. Un petit bijou (Cullinan est le nom d'un des plus gros diamants au monde, découvert en 1905) qui vous demandera (les prix ne sont pas encore officialisés) un chèque d'un peu plus de 300.000 €.

The most exclusive of the world's automobile brands could no longer ignore the madness for SUVs. Rolls Royce recently unveiled the Cullinan, a hard blow for the competition... While fittings include plethora gadgets that will astonish no one (even a champagne freezer in the front armrest), the manufacturer innovates technically as well, by proposing for the first time an integral transmission and - already inaugurated on the Phantom, a four-wheel drive. A nugget (Cullinan is the name of one of the world's largest diamonds, discovered in 1905) that will require (prices as yet unknown) a check of some 300.000 €.

Moteur(s)	V12
Cylindrée	6 749 cm ³
Puissance max.	571 ch (420 kW)
Couple max.	850 Nm
Transmission	Intégrale
Boîte de vitesses	BVA à 8 rapports ZF
Poids à vide	2 660 kg
Vitesse maximale	250 km/h
Consommation mixte	15 L/100 km
Émission de CO2	341 g/km



Alexander Levy

Les valeurs du partage

Sharing values

Le sourire est sans aucun doute ce qui vous interpelle d'abord chez Alexander Levy. Un visage lumineux qui s'offre à vous lors de votre première rencontre. En dépit de son succès et de ses nombreuses victoires, le Numéro 1 français aime en effet partager.

At first glance, his smile and bright open face are undoubtedly Alexander Levy's characteristic features. Despite his success and many victories, the French leader likes to share.



Alexander Levy a à cœur de transmettre sa passion aux autres et particulièrement aux jeunes golfeurs.

He shares his knowhow and experience; he shares life's small moments such as his many travels, one of his famous encounters or the work done in his new apartment.

A frank and benevolent guy who makes you understand that the high level at which he practices his sport since the age of 21 requires, in addition to being an innate talent, hard work and permanent exchanges with others. With his elders of course, but also with those who, small or tall, admire him already. Alexander Levy is a simple man who endeavors to transmit his passion to others and more particularly to young golfers. A passion and a taste for work that he inherited from his father who always encouraged him to practice the sport at high level, under the condition that he gives his all.

Born in the U.S., Alexander Levy grew up in Southern France where, despite his many travels, he constantly returns to restore his energy. This is why he has decided to partner with the Riviera Golf de Barbossi in Cannes Mandelieu. A technical and unique approach to golfing with his art collections of course, and also as a family and congenial sport. An exclusive green where parents and children like to come together to share meals in the club house restaurant, to share his experience with the Riviera Golf Academy, to enjoy one of the activities or events on offer to members and visitors.

A green as generous as Alexander Levy who cultivates the art of being a champion in all humility.

Partager son savoir-faire et son expérience. Partager aussi des petits moments de vie tels que l'un de ses nombreux voyages, une de ses fameuses rencontres ou encore les travaux en cours de son prochain appartement.

Un garçon direct et bienveillant qui vous fait comprendre que le haut niveau tel qu'il le pratique depuis l'âge de 21 ans c'est, en plus d'un don, beaucoup de travail et un échange constant avec les autres. Avec ses aînés bien sûr mais aussi avec ceux qui, petits ou grands, l'admirent déjà. D'une grande simplicité, Alexander Levy a à cœur de transmettre sa passion aux autres et particulièrement aux jeunes golfeurs. Une passion et un goût du travail que lui a transmis son père qui l'a toujours encouragé à pratiquer ce sport à un haut niveau, à condition d'aller jusqu'au bout.

Né aux Etats-Unis, Alexander Levy a grandi dans le sud de la France où, malgré ses nombreux déplacements, il vient sans cesse se ressourcer. C'est ainsi qu'il a décidé d'être partenaire du Riviera Golf de Barbossi à Cannes Mandelieu. Un golf technique et unique avec ses collections d'art certes, mais aussi familial et convivial. Un golf où parents et enfants, amis et relations professionnelles, aiment se rencontrer et se confronter sur un parcours d'exception. Un golf où domine l'art de jouer. Mais aussi l'art de partager au restaurant du club house, de transmettre à la Riviera Golf Academy, de s'amuser grâce aux activités et animations proposées aux abonnés et aux visiteurs.

Un golf d'une grande générosité, à l'image de celle d'Alexander Levy qui cultive avec une immense humilité, l'art d'être un champion.



■ Riviera Golf de Barbossi
802, Avenue des Amazones
06210 Mandelieu La Napoule
Tel. 04 92 97 49 49
www.domainedebarbossi.fr

Alexander Levy

N°1 Français

N°14 Européen

N°47 Mondial

Vainqueur du Trophée Hassan II 2018

1^{ère} participation aux Players USA

Champion EurAsia Cup 2018 (team Europe)

Champion du Volvo China Open en 2017

Champion du Porsche European Open en 2016

Champion du Volvo China Open en 2014

Champion des Portugal Masters en 2014



Padel : l'offensive d'un sport qui pourrait relancer le tennis

Padel-tennis: a sport that could well restore the glory of tennis



Patrick Fouquet, sélectionneur de l'équipe de France de Padel et directeur sportif du Tennis Club Roquettan.

Affiliated to the French Tennis Federation, the popularity of padel-tennis has grown over the past years.

This racket game, fun to play and easy to learn, half-way between tennis and squash, now has more and more fans in PACA. At La Roquette sur Siagne, Patrick Fouquet, sports director of the Tennis Club Roquettan, is also the French padel-tennis team coach. Interview:

How did you launch padel-tennis?

In 2000, I was invited to attend a demonstration performed by the former federation, inviting sports directors to discover this sport, by playing with the discipline's best pros. I went home, put my tennis racket away and have since continued to play padel-tennis!

Are you precursors in this area?

Yes, but today, tennis clubs have understood that padel-tennis could increase the footfall in their infrastructures that was slowly declining in recent years.

Will these clubs invest in such infrastructures?

Yes, clubs are investing but we are already well endowed in the region. In France, with-in a space of two years, we have gone from 100 to close to 400 courts! We also inaugurated our third court in July. Locally, we are located in a region that has the largest number of courts and players. Grasse has its clubs, while Mouans-Sartoux and Mougins also have a plan...

Padel-tennis was born in private clubs, according to the squash model where players reserve courts and come to play. This modus operandi remains the standard in the region, mainly to boost profitability. Here, we have chosen a two-speed system: an annual subscription to reduce hourly reservation fees (2€).

Will padel-tennis gradually replace tennis?

Not yet, but this is happening in Spain, the birthplace of padel-tennis. In Spain, when a residence is built, padel-tennis courts are preferred to tennis courts! The formula is quite simple: firms like the sport and invest

Rattaché à la Fédération Française de Tennis, le Padel connaît un développement exceptionnel ces dernières années. Ce sport de raquette, ludique et très facile d'accès, à mi-chemin entre le tennis et le squash, compte de plus en plus d'adeptes en Paca. A La Roquette sur Siagne, Patrick Fouquet, directeur sportif du Tennis Club Roquettan, est surtout sélectionneur de l'équipe de France de Padel.

Nous l'avons rencontré :

Comment avez-vous débuté dans le padel ?

J'ai été invité en l'an 2000 à une démonstration avec l'ancienne fédération qui proposait aux directeurs de clubs de tennis de découvrir ce sport, en jouant avec les meilleurs pros de la discipline. Je suis rentré chez moi, j'ai rangé la raquette de tennis et n'ai plus fait que du Padel depuis !

Vous êtes des pionniers ici ?

Oui mais aujourd'hui, les clubs de tennis ont bien compris que le Padel pouvait sauver la fréquentation de leurs structures, en petite perte de vitesse depuis quelques années.

Ces clubs vont-ils investir dans ces structures ?

Oui, les clubs investissent mais nous sommes déjà assez gâtés dans la région. En France, nous sommes passés en deux ans de 100 à près de 400 courts ! Nous même ici, avons ouvert notre troisième court, inauguré en juillet.

Localement, nous sommes la région de France la plus développée, en terrains comme en joueurs. Grasse a ses terrains, Mouans-Sartoux aussi et Mougins a également un projet...

Le Padel est né grâce aux clubs privés, sur le modèle du squash où les joueurs viennent et louent le court. Ce mode de fonctionnement reste la norme dans la région, pour des questions de rentabilité notamment. Nous, ici, avons choisi un système à double vitesse : une cotisation annuelle qui permet de minorer le prix de location des terrains à l'heure (2 €).

Le padel va-t-il finir par prendre le pas sur le tennis ?

Pas encore mais c'est ce qui se passe en Espagne, qui est le pays du padel. Là-bas lorsqu'une résidence se construit, des courts de padel sont installés plutôt que de tennis ! C'est une formule très libre : les entreprises aiment bien ce jeu et investissent dedans, il y a de nombreux petits circuits privés pour jouer dans tout le pays, on joue de 7 à 77 ans...

Doit-on s'attendre à des nouveautés au niveau national ?

Avec le développement que connaît le Padel, la fédération va prendre des décisions d'ici octobre sur de nombreux sujets : circuit français, tournois, diplômes, formation des jeunes...

Les championnats de France ont lieu en septembre à Toulouse.

Vous êtes sélectionneur.

Comment vont-ils se passer ?

Des équipes sont sélectionnées dans chaque ligue. Il y en a 14 en France. 10 équipes restent à choisir. Puis les deux équipes qualifiées pour les phases finales le seront automatiquement pour le championnat du monde au Paraguay, pour lequel j'aurai 4 noms à choisir pour compléter les participants.

On devient vite accro au padel.

Combien de temps faut-il pour bien pratiquer ?

Je prends toujours l'exemple d'une femme de 35 ans qui veut se mettre au sport. Elle vient au tennis. Sans jamais avoir fait de sport, il lui faudra dix leçons avant de parvenir à faire deux échanges. Au padel, le court est plus petit, la raquette est un peu le prolongement de la main et on a cette facilité d'échanger au bout d'une demi-heure seulement... Et c'est de là que vient cet engouement.



in it; there are many small private circuits to play at National level, where people play from the age of 7 to 77...

Can we expect novelties at the national scale?

With the growing popularity of padel-tennis, the federation will take many decisions by the month of October: French circuit, tournaments, certificates, and training for young hopefuls.

The French Championships are scheduled in Toulouse in September.

You are the coach.

How will they be organized?

Teams are selected in every league and there are 14 leagues in France. There are still ten teams to be chosen. Then the 2 teams qualified for the finals will automatically be selected for the World Championship in Paraguay, for which I will need to choose from 4 names to complete the participants' list.

Padel-tennis can quickly become addictive. How long does it take to play well?

I always use the example of a 35-year old woman who wants to train in the sport. She plays tennis and will need 10 lessons before being able to hit the ball twice. As regards padel-tennis, the racket prolongs the player's arm and it is easy to exchange balls after only a half-hour practice...And this is why the sport is so popular.



10 x 20 m

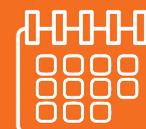
La surface d'un court de padel

13

Clubs dans le département

½ h

Le délai d'accoutumance pour un débutant !



21 au 23 septembre

Championnats de France à Toulouse

28 octobre

au 4 novembre

Championnats du monde au Paraguay

ET ELLE EST OU LA PISCINE ??



Padel Tennis Club Roquetan

1691 av de la République
06550 La Roquette sur Siagne
04 92 19 10 50 - tcr@fft.fr



WELL BE'IN

Beauté, santé et **bien-être**
Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com

A Nice, le Spa 27 sur la Promenade

In Nice, Spa 27 on the Promenade

Depuis quelques mois, la Promenade des Anglais dispose d'un nouveau lieu de bien-être et de relaxation.

Le **Spa 27** vous accueille sur 400 m² dans son **espace de beauté et de bien-être** nouvellement créé. Des **soins Sothys® et Thalgo®** vous seront prodigués.

Vous y retrouverez un espace forme et détente avec **sauna, hammam et bassin de nage à contre-courant** et un espace beauté et spa avec **5 cabines de soins dont une cabine de balnéothérapie et une cabine VIP double avec douche sensorielle**. Profitez aussi la **zone de relaxation avec son mur de sel** : savourez une tisane ou une boisson rafraîchissante en vous relaxant.

Offre spéciale du moment : 1 heure de coaching privé et 1 heure d'accès libre au spa pour 90 €.

■ **Spa 27 – Westminster Hôtel**
27 Promenade des Anglais à Nice
+33 4 92 14 86 86
reservation@westminster-nice.com



For several months now, the Promenade des Anglais is home to a new wellbeing and relaxation space. **Spa 27** opens the doors to its new 400 m² **beauty and wellbeing space**, offering **Sothys® et Thalgo®** treatment and care options. Visitors will find a fitness and relaxation area complete with **sauna, steam baths and an upstream swimming pool**, as well as beauty and

spa options with **5 treatment cabins including one balneotherapy center and a VIP cabin for two and its sensorial shower**. Guests will also enjoy the **relaxation area with salt wall**: herbal teas or refreshing beverages will be served for more relaxing moments.

Special offer: 1 hour of private coaching and 1 hour free access to the spa for 90 €.

Un Beauty Corner ouvre à l'Hôtel Belles Rives *****

A Beauty Corner now open in the Hôtel Belles Rives *****

Succès fulgurant pour l'Hôtel Belles Rives*** qui vient d'ouvrir les portes de son Beauty Corner.**

*Smashing success for the Hôtel Belles Rives***** that has recently inaugurated its Beauty Corner.*

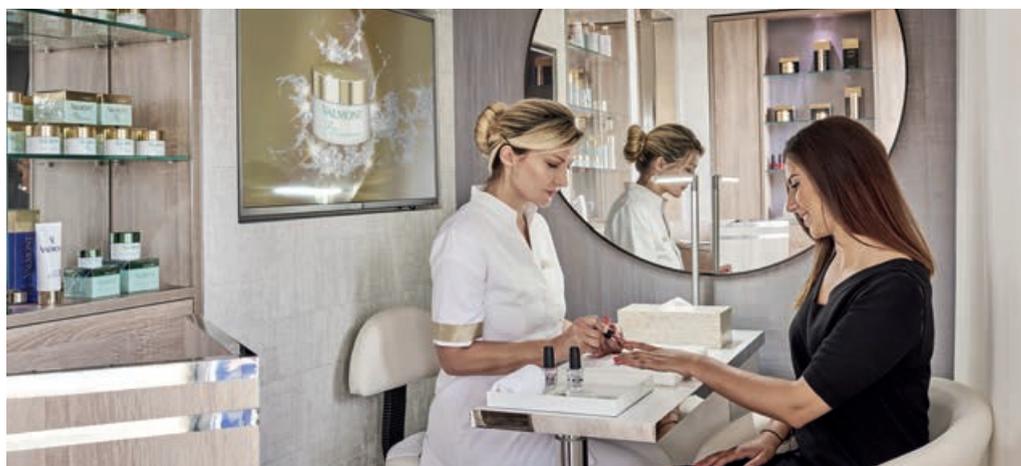
En partenariat avec la marque suisse **Valmont**, le palace a réuni une sélection des meilleurs rituels de soins de beauté, inspirés de l'expertise de la prestigieuse enseigne.

Niché dans un écrin de cactées en bord de mer, dans une atmosphère douce et intimiste, ce Beauty Corner dessiné par le décorateur

Patrick Le Large est dédié au bien-être et à la relaxation. Sa cabine aux lignes contemporaines et épurées offre une parenthèse de sérénité où les thérapeutes proposent un service personnalisé d'exception, grâce à des soins et rituels à la carte, déclinés en quatre gammes de traitement : **soins du visage, du corps, massages et soins esthétiques**.

In partnership with the Swiss brand Valmont, the deluxe hotel has selected the best beauty care rituals, inspired by the prestigious banner's expertise.

Nestled in the seaside cactus garden, in a peaceful and intimate atmosphere, the Beauty Corner designed by decorator **Patrick Le Large** is dedicated to wellbeing and relaxation.



Its contemporary and elegant cabin provides a serene atmosphere and therapists propose exclusive customized services, including 4 different treatment options and a wide range of care and rituals: **facials, body care, massages and cosmetic treatments**.

■ **Réservation : directement auprès de L'Hôtel Belles Rives au +33 (0)4 93 61 02 79**

On prolonge les bienfaits de l'été

We extend the benefits of summer



Une peau repulpée

Le rituel **Vichy Liftactiv Specialist** réactive la production naturelle de Collagène et d'Acide hyaluronique pour des effets immédiats et à long terme sur tous les signes de l'âge.

Plumpered skin

The **Vichy Liftactiv Specialist Ritual** reactivates the natural production of Collagen and Hyaluronic Acid for immediate and long-term effects on all signs of aging. Available in pharmacies and parapharmacies from September 2018.

■ Le pot de 50 ml - 40 €
Disponibles en pharmacies et parapharmacies dès septembre 2018



Senteurs provençales

Prolongez l'été et les senteurs provençales avec **Collines de Provence**. Quatre eaux de parfum, une eau de Cologne, aux notes hespéridées ou musquées, ont été élaborées par le nez de la marque, à Grasse, dans le respect du savoir-faire français. Versions disponibles : **Pure Cologne, Musc Blanc, Pamplemousse Rose, Bois de Cédrat ou Bergamote Sauvage.**

Provençal scents

Extend the summer and the Provençal scents with **Collines de Provence**. Four eaux de parfum, a cologne, citrus notes or musky, were developed by the nose of the brand in Grasse, in respect of French know-how. Versions available: **Pure Cologne, White Musk, Pink Grapefruit, Cedarwood or Wild Bergamot.**

■ Eau de Parfum 100 ml - 34,90 €
Savon douche 250 ml - 13,90 €
Savon plissé 150 gr - 6,95 €
Fabrication française - numéro conso. 04 92 76 69 02
www.collinesdeprovence.com



Saril Désirève - Entreprise Indépendante Membre du réseau de franchise Dessange - dessange.com

Maison de la Beauté DESSANGE

6, boulevard du Président Wilson

06600 ANTIBES - **04 93 34 43 12**



Ina - Praticienne SPA
Maquilleuse - In Antipolis



Miléna - Styliste
Coiffeuse - In Antipolis

DESSANGE
PARIS



INSPIRATIONS

Voyages, sorties culturelles... **Evadez-vous!**

Vous souhaitez mettre en avant votre entreprise
dans cette rubrique ? commercial@in-magazines.com

Avec notre partenaire MC2 Forces, partez quelques jours en dernière minute ou préparez minutieusement votre voyage au long cours...

With our partner MC2 Forces, take a few days off on the spur of the moment or carefully plan your long-haul trip ...

Courts séjours

Lac de Côme - Villa Serbelloni : luxe, calme, volupté et bien être

Lake Como - Villa Serbelloni: luxury, peace, lust and wellbeing



Profitez d'une situation époustouflante en bord de lac dans cet hôtel authentique datant du 19^{ème} siècle. Situé à une heure de Milan, tout peut se faire à pied une fois sur place, puis en bateau sur le lac de Côme. Après une journée de visite pour explorer les alentours du Lac, détendez-vous dans le centre de soins de votre hôtel.

Enjoy the breathtaking view on the banks of the lake in this 19th century authentic hotel. Located one hour away from Milano, everything on site is within walking distance and a boat ride on Lake Como. After the visits of the day to explore the area, relax in the hotel's spa.



Week-end
4 jours / 3 nuits



Vol direct
Nice - Milan

à partir de
1150 €
par personne

(incluant les vols + hébergement à l'hôtel Villa Serbelloni avec petits-déjeuners)

Plus d'informations au 04 93 81 26 26

Milan, temple de la mode hyperluxe et des outlets shopping



Week-end
3 jours / 2 nuits



Vol direct
Nice - Milan

Plus d'informations : 04 93 81 26 26

à partir de
380 €
par personne
Hébergement
hôtel 3*** avec petit
déjeuner et
transfert aéroport

Milano: temple of hyper-deluxe fashion and shopping outlets

On y va pour s'inspirer, s'en mettre plein les yeux... et plein la valise ! Milan est le QG de la mode hors de prix et des créateurs de luxe. La galerie Vittorio Emanuele II ainsi que le quadrilatère de la mode Via Montenapoleone, Via della Spiga, Via Manzoni et Via San Andrea sont les spots des plus grandes enseignes : Moschino, Versace, Prada, Fendi, Cavalli... Ne manquez pas de faire un tour par le grand Magasin La Rinascente sur la piazza Duomo, pour encore plus de boutiques ainsi que « 10 corso como », un concept store mode et design avec de nombreux jeunes créateurs.

Tourists come for inspiration, to feast their eyes... and pack up the suitcase! Milano is the HQ of exorbitantly priced fashion and luxury designers. The Vittorio Emanuele II gallery as well as the famous fashion district on Via Montenapoleone, Via della Spiga, Via Manzoni and Via San Andrea are the setting of major brands: Moschino, Versace, Prada, Fendi, Cavalli... Do not miss a visit to the La Rinascente Department store on piazza Duomo, for more boutiques and the « 10 corso como », a concept store of fashion and design with many young creators.

Longs séjours : été indien et printemps éternel

Long stays: Indian summer and eternal spring



Les Canaries, l'archipel du printemps éternel

The Canary Islands: the archipelago of eternal spring



Les Canaries



Vol direct

au départ de Marseille

à partir de

950 €

par personne

Séjour d'une semaine en pension complète dans un hôtel 4**** - Transfert aéroport – hôtel aller-retour inclus

Plus d'informations au **04 93 81 26 26**

Des belles plages de **Fuerteventura** au sommet volcanique de **Tenerife**, découvrez des îles à la beauté unique. Vous aurez l'occasion de vous détendre au bord de l'eau ou de partir à la découverte d'une infinité de paysages dans les parcs nationaux et d'explorer les panoramas lunaires forgés par les éruptions volcaniques passées. Laissez-vous aussi charmer par l'architecture authentique des villes comme **Betancuria, Santa Cruz et Las Palmas** sans oublier le centre historique de **Gran Canaria**.

*From the beautiful **Fuerteventura** beaches on the volcanic summit of **Tenerife**, tour islands of extraordinary beauty.*

*Seize the opportunity to relax by the water or go on the tour of the infinite landscapes of the national parks and explore the moon-like panoramas forged by past volcanic eruptions. Yield to the charm of authentic urban architecture, such as in **Betancuria, Santa Cruz and Las Palmas** without forgetting the historical center of **Gran Canaria**.*





Circuit de 10 jours / 9 nuits

Montreal - Montebello -
Sacacomie - Tadoussac - Quebec



Vols
au départ de Nice

à partir de
1850 €
par personne
en pension complète

Plus d'informations au **04 93 81 26 26**

L'été Indien au **Canada**

Canada's Indian summer

La destination est idéale pour allier des visites de villes comme Montréal, Québec, mais aussi découvrir la nature et les paysages incroyables. Partez en exploration dans la réserve faunique Mastigouche au départ de Sacacomie et observez les baleines à Tadoussac, vous serez charmé par la diversité des paysages.

The destination is ideal to combine tours of such cities as Montreal and Quebec, to discover the stunning natural landscapes.

Depart from Sacacomie to explore the Mastigouche fauna reserve and sight whales in Tadoussac: the diversity of landscapes is bewitching.



MC2 FORCES

630 route des Dolines - Ophira 2 - SOPHIA ANTIPOLIS / 10 avenue Félix Faure - 06000 NICE

Tél. : +33 (0)4 93 81 26 26 - www.mc2forces.fr



LIC 006140001

CINEMA

1^{er} août **Jean-Christophe et Winnie**

Film d'animation de Marc Forster, avec Ewan Mc Gregor, Hayley Atwell, Bronte Carmichael

Ah, Jean-Christophe... Il a bien grandi, et Winnie et ses amis s'en désolent. Il va falloir qu'il retrouve de son innocence perdue et qu'il perde de son sérieux. Comment faire ? Et si on allait faire un tour dans le monde réel ?

Jean-Christophe... He has grown well, and Winnie and his friends are sorry for it.

He will have to find his lost innocence and lose his seriousness. How to do? What if we went for a ride in the real world?

8 août **Neuilly sa mère, sa mère !**

Comédie de Gabriel Julien-Laferrière, avec Samy Seghir, Jérémy Denisty, Denis Podalydès

Dix ans déjà que Samy a découvert avec effroi Neuilly-sur-Seine...

Alors qu'il termine ses études de sciences-po, son cousin Charles a des ennuis et doit venir habiter à Nanterre, Cité Picasso, chez Samy !

Ten years already that Samy discovered with horror Neuilly-sur-Seine ... While he finishes today in beauty his studies of political science, his cousin Charles de Chazelle is in trouble ...

8 août **Under the silver lake**

Comédie policière de David Robert Mitchell, avec Andrew Garfield, Riley Keough

Au chômage, Sam a 33 ans et rêverait de célébrité. Sa vie bascule lorsque sa drôle de voisine disparaît du jour au lendemain dans des circonstances troublantes. Sam va alors se lancer dans une enquête improbable qui va le mener de surprises en surprises.

Unemployed, Sam is 33 years old and dreaming of celebrity. His life changes when his odd neighbor disappears overnight in troubling circumstances. Sam will then embark on an improbable investigation that will lead him from surprises to surprises.

12 septembre **Première année**

Comédie de Thomas Lilty, avec Vincent Lacoste, William Lebghil

L'un arrive du lycée pour entamer sa première année de médecine quand l'autre va démarrer sa... troisième première année ! Entre révisions interminables et compétition à tous les étages, chacun va devoir mouiller la chemise pour franchir cette grande étape.

One comes from high school to begin his first year of medicine when the other will start his ... third year! Between interminable revisions and competition, everyone will have to work hard to take this big step.

26 septembre **I Feel good**

Comédie de Gustave Kervern et Benoît Delépine, avec Jean Dujardin, Yolande Moreau

Jacques, la quarantaine, vient d'être poussé à la porte de chez ses parents et décide de devenir riche et célèbre. Son idée ? La chirurgie esthétique low cost... Avec conviction, il va persuader une vraie tribu de faire le voyage jusqu'en Roumanie pour en revenir tous très beaux !

Jacques, in his forties, has just been pushed to the door of his parents' home and decides to become rich and famous. His idea ? Low cost cosmetic surgery ... With conviction, he will persuade a real tribe to make the trip to Romania to come back all very beautiful!



CINE PLEIN AIR

Des toiles à Cannes

Proposées par la Municipalité, dans le cadre de sa politique estivale d'animation des quartiers, les projections gratuites de films grand public ont lieu dans différents secteurs de la commune afin que les habitants et les estivants puissent profiter pleinement d'une toile sous les étoiles.

Proposed by the Municipality, within the context of its summer neighborhood animation policy, free of charge outdoor screenings of long-feature films will be available in several neighborhoods of the commune for the enjoyment of residents and summer visitors, under the starry sky.



Lundi 20 août

Le brio

D'Yvan Attal avec Daniel Auteuil, Camélia Jordana et Yasin Houicha

Projeté au Lycée Carnot, 90 boulevard Carnot à Cannes

Renseignements au 04 97 06 48 00 - www.cannes.com



Dimanche 26 août

Cosi fan tutte

(Royal opéra house)

De Jan Philipp Gloger avec Johannes Martin Kränzle, Daniel Behle et Alessio Arduini

Projeté Place de la Castre, Le Suquet à Cannes (séance à 21 h)

Entrée libre (dans la limite des places disponibles) Ouverture des portes à 21 h, séance à partir de 22 h.

Renseignements au 04 97 06 48 00 - www.cannes.com

**OUVERT TOUS LES JOURS
à partir de 20h**

AZUR PARK
de GOLFE de STROPEZ

www.azurpark.fr

TENTEZ SANS ATTENDRE
LE MYSTÈRE ET L'AVENTURE
AVEC LES 2 NOUVEAUTÉS
TOUTANKHAMON
XFACTORY

Avec les cartes Pass* 15 Manèges = 16€ *Baby pass
Ouvert tous les jours à partir de 20h

THEATRE

16 et 17 août à 21 h Théâtre de Grasse délocalisé

Andon et Saint-Auban à 21 h

Prisma Teatro - Les Oiseaux

En -404 avant Jésus Christ, le monde est en crise et les citoyens d'Athènes sont accablés par les impôts destinés à éponger la dette publique et à financer la guerre. Deux compères (Troupeau et Utopie), dégoûtés par les pratiques corrompues des puissants, décident de quitter la cité et de s'en aller par les chemins, à la recherche d'un monde meilleur. Mais où se cache cette contrée bénie des dieux ? Pour le savoir, il suffit de se faire guider par ceux qui ont une plus large vision du monde que nous : les oiseaux.

In the year 404 before Jesus Christ, the world is in crisis and the citizens of Athens are over-taxed to refund the public debt and to fund the war. Two people (Troupeau & Utopie), disgusted by the corruption of the powerful, decide to leave the city and roam the land, in search of a better world. But where is this God-blessed land hiding? To find it, they turn to those who have a larger view of the world than humans: birds.



13 septembre à 20 h Le Royal comédie à Nice

Coups bas et talons hauts

Après « Mais qui a tué Mr Georges ? » et « Hot Fidélité », voici la nouvelle comédie écrite par Alfred. Le pitch ? Peut-on changer d'orientation sexuelle avant son mariage ? Surtout après avoir couché avec son futur patron et... beau-père ? Et qui, plus est, à un mois du mariage avec une fiancée issue de la haute bourgeoisie ?

After « Mais qui a tué Mr Georges? » (Who killed Mr. Georges?) and « Hot Fidélité », this is Alfred's new comedy. The pitch? Can we change our sexual preferences before our wedding? Particularly after sleeping with the boss and ... father-in-law? And in addition, one month before the wedding to a fiancée of the upper social class.




Marineland
SPECIAL EVENTS

SOIRÉE DE GALA • SOIRÉE PRIVATIVE • SÉMINAIRE • INCENTIVE • TEAM BUILDING
MARIAGE • DEMANDE EN MARIAGE • ÉVÈNEMENT PRIVÉ
MARINELAND HÔTEL *** 95 CHAMBRES

Un **nouvel espace affaires**
à proximité de Sophia Antipolis

Demi-journée d'étude - Journée d'étude - Séminaire résidentiel
Tout un éventail de choix pour vos séminaires à partir de Septembre 2018 !

3 salles de réunion modulables
face au lagon des dauphins
pouvant accueillir jusqu'à 140 personnes

Un Hôtel*** 95 chambres



Contact : Aurélie BOSCHEL - Responsable Commerciale - a.boschel@marineland.fr - evenementiel@marineland.fr - Tél. +33 (0)4 93 33 82 72



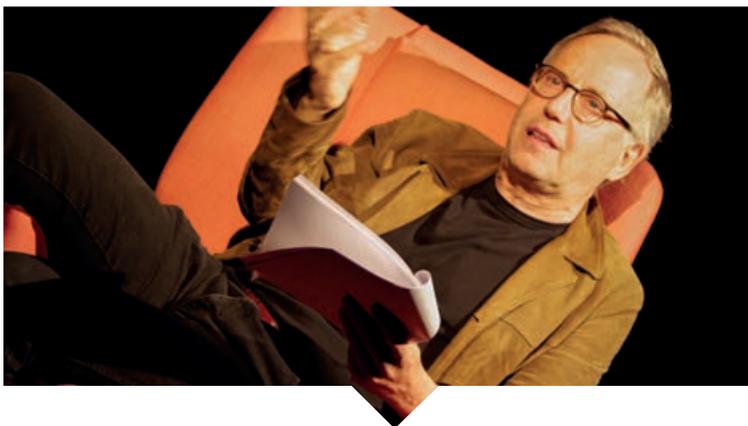
© Emilie Deville

5 octobre à 20 h 30 Théâtre Croisette de Cannes

La leçon de danse

Senga est une danseuse qui a dû abandonner la scène suite à une blessure ; son voisin, Ademar, est un jeune professeur de géoscience, autiste réfractaire aux contacts physiques et désarmé face aux échanges sociaux les plus communs. Décidé à faire bonne figure lors d'un gala auquel il doit participer, celui-ci lui demande de lui apprendre à danser.

Senga is a dancer who had to give up the scene following an injury; his neighbor, Ademar, is a young professor of geoscience, autistic, refractory to physical contact and disarmed in the face of the most common social exchanges. Determined to look good at a gala he must attend, he asks him to teach him how to dance.



10 et 11 octobre à 20 h 30 Théâtre Princesse Grace à Monaco

Des écrivains parlent d'argent - Fabrice Luchini

Voici ce qu'il en dit : « La joie de dire du Charles Péguy, de poursuivre avec Sacha Guitry, Émile Zola, Jean Cau, etc. Tout cela dans un exercice précis, la lecture rigoureuse, sans obligation de spectaculaire, sur un sujet très investi, qui résonne en chacun de nous, et que les écrivains éclairent avec leur intuition stylistique. »

Here is what he says about it: "The joy of saying Charles Péguy, to continue with Sacha Guitry, Emile Zola, Jean Cau, etc." All this in a precise exercise, the rigorous reading, without obligation of spectacular, on a very invested subject, which resonates in each of us, and which writers enlighten with their stylistic intuition.

© Serge Martinez

Du 17 au 19 octobre Théâtre National de Nice

Le malade imaginaire de Molière

Le metteur en scène Michel Didym prend ici un malin plaisir à rejoindre l'irrévérent Molière dans son attaque comique de la médecine. Du classique burlesque et musical, une véritable bouffée d'oxygène !

The director Michel Didym takes pleasure in joining the irreverent Molière in his comic attack on medicine. Burlesque and musical classic, a real breath of fresh air!



18 octobre à 20 h 30 Théâtre Princesse Grace à Monaco

A toi pour toujours, Ta Marie-Lou

Léopold et Marie-Lou, unis pour l'éternité, s'échangent des vérités. Dix ans plus tard, Carmen et Manon, leurs filles, s'opposent autour de l'évènement qui a changé leur vie. Ensemble, ils jouent une partition caustique qui traverse le temps et l'espace. Un portrait de famille sans concession...

Leopold and Marie-Lou, united for eternity, exchange truths. Ten years later, Carmen and Manon, their daughters, oppose the event that changed their lives. Together, they play a caustic partition that crosses time and space. An uncompromising family portrait ...



© Philippe Dupouy

Sophia Live Music, le top des talents locaux

13 & 14 septembre

Sophia Live Music: local talent hitparade

C'est la troisième édition de ce festival de rentrée pour la communauté de Sophia. Une vraie sélection qui vous permettra de découvrir le top des talents locaux, les 13 et 14 septembre prochains.

Et c'est dans le cadre bucolique et lounge des hôtels Mercure et Ibis que les deux soirées du Sophia Live Music auront lieu. 45 groupes de tous styles (jazz, blues, pop, rock, soul, funk, musique brésilienne...) avaient candidaté et seuls quelques formations ont été retenues. Salariés, étudiants, groupes locaux amateurs, tous ont été entendus et si la surprise sera de taille, que l'on se rassure : la qualité est sûre d'être d'ores et déjà au rendez-vous !

Le cadre exceptionnel des deux hôtels où se déroule le festival n'est pas étranger à son succès et c'est d'ailleurs un tout nouvel hôtel Mercure fraîchement rénové qui accueillera une partie des festivités.

Les deux soirées pourront être réservées en ligne à partir du 14 juillet sur www.sophialivemusic.com (5 € en prévente + frais de location et 7 € pour le Pass Fan deux soirs + frais de location). L'accès est gratuit pour les enfants de moins de dix ans et vous pourrez retrouver une petite restauration snacking sur place.

For the Sophia community, this will be the 3rd edition of this fall event. The selection of artists will enable our readers to discover the local talent hitparade, on September 13 and 14.



And two evenings of Sophia Live Music will be held in the lovely country setting and lounge of the Mercure and Ibis hotels.

Although 45 bands from all musical backgrounds had applied (jazz, blues, pop, rock, soul, funk, Brazilian music ...), only a few were selected. Employees, students, local amateur bands, all were auditioned and while the surprise is unexpected, rest assured: all performers know their stuff! The exclusive setting of both hotels where the

festival will be held plays a part in its success; and the newly renovated Mercure hotel will host some of the festivities.

Both evenings can be reserved online as of July 14 at www.sophialivemusic.com (5 € during pre-sales + rental fees). Admission is free for children under 10 years of age and snacks are available on site.

www.sophialivemusic.com



Tables et musique

Tables and music



21 août à 21 h



Grasse



Glory Gospel Singers de New York

A la Cathédrale de Grasse.
Billets en vente sur place.



Au fil du temps

Cuisine provençale et raffinée,
avenue Auguste Renoir à
Magagnosc, 04 93 36 20 64



14 août à 21 h



Vallauris Golfe-Juan



André Cécarelli & Friends

Quartet audacieux pour une
jolie fusion jazz-rock.



Café Llorca

Bistrot chic face au Musée
Picasso. 04 93 33 11 33



© SOPHIE LE ROUX

17 août à 21 h



Gold

Pour fêter 50 ans de succès,
sur le port Camille Rayon.



Le 61

Cuisine sympa face au port,
avenue des frères Roustan.
04 89 89 19 78



15 août à 21 h 30



Villeneuve Loubet



Beach Party

Avec DJ Ergo, plage de
la Figlière.



Piz'zatti

Allée de la Plage,
04 92 021 021.



23 au 25 août



Nice



Festival Crossover

Lomepal, Eddy de Pretto,
Angèle, Darius... Théâtre de
Verdure, 04 97 13 51 16 et le
week-end au 04 92 07 97 60.



Oliviera

Cuisine méditerranéenne de
passionnés, 8 bis rue du Collet,
Vieux Nice, 04 93 13 06 45.





IN CLUB

Welcome **IN** the **CLUB**

Vous voulez être IN ? commercial@in-magazines.com



Retour en images sur cette belle **soirée IN Club du jeudi 5 juillet**. Un moment **INtense**, dans une ambiance détente et business, sur fond de musique live.

Merci pour son accueil à l'**Hôtel Mercure d'Antibes Sophia Antipolis**, à la décoration fraîchement revisitée : le nouveau spot de l'été !
Merci enfin à tous nos invités !





Vous avez manqué cette belle soirée ?

Rendez-vous dès le 13 septembre
pour passer des moments
INoubliables avec IN Club !
Agenda sur
www.in-magazines.com





ÉVÉNEMENT EXCEPTIONNEL



TOURNOI DE GOLF & SOIRÉE SMOKING



Jeudi 13 septembre au Riviera Golf de Barbossi

802 avenue des Amazones à Mandelieu-la-Napoule



TOURNOI DE GOLF

Parcours 18 trous

Rendez-vous à **13 h**

Prix : 40 €

Places limitées / Réservation obligatoire



SOIRÉE SMOKING

Rendez-vous à **19 h**

Dress code

Événement gratuit

Places limitées / Réservation obligatoire

Cocktail dinatoire, musique live, DJ, spectacle et nombreuses surprises !!!

Événement réservé aux chefs d'entreprise - Inscriptions et renseignements :

www.in-magazines.com - 06 09 86 03 03 - club@in-magazines.com





HAMECHER

Le plus **beau** tournoi
sur la plus **belle** place !



**TOURNOI INTERNATIONAL
14-15-16 sept. 2018
PLACE DU CAPITOLE
TOULOUSE**

Entrée libre

▶ Espace Sport Santé Bien-être **MUTUELLE** du **REMPART** ◀
Salon du padel et sports de raquettes **PADEL MAGAZINE**

opendefrancedepadel.org





LOCATION DE **VÉHICULES PREMIUM**
DE UN JOUR À 3 MOIS

SERVICE DE VOITURES **AVEC CHAUFFEUR**

www.gpluxurycarhire.com

Call on +33 9 81 34 99 15 ■ booking@gpluxurycarhire.com

200 avenue de Roumanille - Bâtiment Neri - 06410 BIOT SOPHIA ANTIPOLIS



NOUVELLE BMW X4.

RÉVEILLE TON INSTINCT.



Le plaisir
de conduire



BAYERN AVENUE

155 CHEMIN DE FONT GRAISSAN, 06250 MOUGINS

DÉMÉNAGEMENT PRÉVU LE 03 SEPTEMBRE 2018.

Pour plus d'informations : 04.93.94.86.20 - www.bayern-avenue.fr

Consommations en cycle mixte selon motorisations de la Nouvelle BMW X4 : 5,4 à 9,1 l/100 km. CO₂ : 142 à 206 g/km selon la norme NEDC corrigée.
BMW France, S.A. au capital de 2 805 000 € - 722 000 965 RCS Versailles - 3 avenue Ampère, 78180 Montigny-le-Bretonneux.