

AVRIL / MAI 2021 20

IN magazine

**LAURENT
BOURRELLY**
Fondateur
du Groupe BTF

Groupe BTF

LE CHAMPION CARBURE
À LA SATISFACTION CLIENT



novelty
AZUR

VOTRE PARTENAIRE TECHNIQUE
Expert & Spécialiste à votre Service

SOLUTIONS TECHNIQUES AUDIOVISUELLES

Un savoir-faire et un accompagnement sur-mesure en
VIDÉO | SON | ÉCLAIRAGE | STRUCTURE SCÉNIQUE |
DISTRIBUTION ÉLECTRIQUE.



NOVELTY AZUR vous
accompagne dans la réalisation
de vos **ÉVÉNEMENTS DIGITAUX**

NOVELTY vous accompagne sur toutes
vos prestations techniques à travers ses agences.



Buro Aménagement crée des solutions et façonne des projets d'aménagement de bureaux professionnels, locaux et espaces de travail.



Notre valeur ajoutée : faire de vos espaces le reflet de votre identité et le moteur de votre développement.

Notre bureau d'études :

Conseil Etude Conception Réalisation

Créativité Efficacité Réactivité

<https://www.buro-amenagement.com>
04 97 21 90 42

ÉDITO

CHANGER D'AIR

Change of scenery

Facile à dire ! Bon, dans tous les cas, si ce n'est pas le gouvernement, c'est la saison qui nous y invite...

Côté business, nombre d'entreprises viennent tout juste d'opérer leur mue printanière. Afin de rester performantes et durables, elles ont activé tous leurs leviers RSE : notre dossier spécial les met à l'honneur...

Besoin de vous mettre au vert ? Venez décompresser chez nous, en ligne avec IN Club : sophrologie, sport, cuisine...

Et à défaut de changer d'air, on se change les idées : ce numéro 20 de IN Magazine (Eh oui, déjà !) est tout indiqué pour ça...

Bonne lecture !

Easy to say! Well, in any case, if it's not the government, this is the season that invites us ...

On the business side, many companies have just undergone their spring moult. In order to remain efficient and sustainable, they have activated all their CSR levers: our special dossier puts them in the spotlight ...

Need to go green? Come and unwind with us, online with IN Club: relaxation therapy, sport, cooking...

And if you don't change your mind, you change your mind: this number 20 of IN Magazine (yes, already!) is perfect for that...

Good reading !

INmagazine

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
www.in-magazines.com



Direction : Gregory Paré
direction@in-magazines.com

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

Directeur de la rédaction : Mickaël Lardet
redaction@in-magazines.com

Infographie / Rédaction : Xavier Beck
pao@in-magazines.com

Impression : Imprimerie Petrilli - Corso Limone Piemonte, 21 Bis - 18039 Ventimiglia
Tél. +39 0184 35 24 83 - www.petrilligroup.com

Chargés de clientèle IN Club :

Aurélie Suchet : club@in-magazines.com
Marc Pottier : marc@in-magazines.com

Traduction : Studio Gentile
contact@studio-gentile.fr - www.studio-gentile.fr

Photos : ©Terence Dewaele - Ultima Studio
www.ustudio.fr/ ©Adobe Stock

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



Nouvelle Audi Q3 TFSI e

L'hybride rechargeable selon Audi



À partir de

399€/mois⁽¹⁾

1^{er} loyer de 4 500 € après déduction du bonus écologique de 2 000 €

Location longue durée sur 37 mois et 45 000 km avec Garantie⁽²⁾, Entretien plus⁽³⁾ et Assistance inclus. 1^{er} loyer de 6 500 € ramené à 4 500 € après déduction du bonus écologique gouvernemental de 2 000 € et 36 loyers de 399 €. Offre valable du 1^{er} février au 30 juin 2021 et sous réserve de bénéficier du bonus écologique de 2 000 € (conditions sur www.economie.gouv.fr). (1) Exemple pour une Audi Q3 45 TFSI e avec option incluse dans les loyers : 1 an de garantie supplémentaire. **Modèle présenté** : Audi Q3 45 TFSI e S tronic S line avec options incluses dans les loyers : peinture métallisée, vitrage privacy, pack noir, rampes de pavillon noires (jantes présentées non commercialisées en France) et 1 an de garantie

additionnelle, 1^{er} loyer de **6 500 €** et 35 loyers de **690 €** en location longue durée sur 36 mois et pour 45 000 km maximum, hors assurances facultatives. (2) Garantie 2 ans + 1 an de garantie supplémentaire incluse. Offre réservée aux particuliers et valable chez tous les Distributeurs présentant ce financement, dans la limite des stocks disponibles pour toute commande du 01/02 au 30/06/2021, sous réserve d'acceptation du dossier par VOLKSWAGEN BANK GMBH - SARL de droit allemand - Capital social : € 318 279 200 - Siège social : Braunschweig (Allemagne) - RC/HRB Braunschweig : 1819 - Intermédiaire d'assurance européen : D-HNQM-UQ9MO-22 (www.orias.fr) - Succursale France : Bâtiment Ellipse, 15 avenue de la Demi-Lune - 95700 Roissy-en-France - RCS Pontoise : 451 618 904 - Administration et adresse postale : 11, avenue de Boursonne - B.P. 61 - 02601 Villers-Cotterêts Cedex. (3) Entretien plus obligatoire souscrit auprès de Volkswagen Bank GmbH, détail et limites prévues dans les conditions générales, disponibles sur demande auprès de votre Distributeur. Volkswagen Group France S.A. 11 avenue de Boursonne Villers-Cotterêts, RCS SOISSONS 832 277 370. Publicité diffusée par le concessionnaire enregistré à l'Orias sous le n°71328550, en qualité d'intermédiaire en opération de banque à titre non-exclusif de Volkswagen Bank. **Cycle mixte gamme Audi Q3 TFSI e : consommation électrique (kWh/100 km) WLTP : 16,1 - 17,3. Consommation (l/100 km) WLTP : 1,6 - 2,0. Rejets de CO2 (g/km) : 0 (mode électrique en phase de roulage) - 44 (mode hybride WLTP). Valeurs au 21/01/2021, susceptibles d'évolution. Plus d'informations auprès de votre partenaire.** Depuis le 1^{er} septembre 2018, les véhicules légers neufs sont réceptionnés en Europe sur la base de la procédure d'essai harmonisée pour les véhicules légers (WLTP), procédure d'essai permettant de mesurer la consommation de carburant et les émissions de CO2, plus réaliste que la procédure NEDC précédemment utilisée. Vorsprung durch Technik = L'avance par la technologie.

NICE LA PLAINE
98 avenue Simone Veil

Tél : 04 89 08 44 05
audinice.fr

NICE CENTRE-VILLE
45 rue de la Buffa

Tél : 04 93 88 24 24
audinicecentre.fr

MOUGINS
609 rte de la Roquette

Tél : 04 92 92 99 07
audi-mougins.com

SOMMAIRE

8 **Groupe BTF**
Le champion carbure à
la satisfaction client
A champion fuelled by customer satisfaction

INFRAROUGE

DOSSIER SPÉCIAL
28 RSE : s'investir
Découvrez l'engagement
de nos partenaires
Discover the commitment of our partners

RSE : S'**IN**VESTIR

55 55 Pearl Partner
Un nouveau centre d'affaires
en plein cœur de Nice
A new business centre at the very heart of Nice

56 Transcan développe son offre
Transcan is developing its offering

58 Nadège Pastorelli
A Breil-sur-Roya, pour redynamiser
la vie locale
Energising the local economy of Breil-sur-Roya

INFO

62 Université Côte d'Azur
Innovation : de nouvelles façons
d'interagir avec le territoire
Innovation: new ways of interacting with the territory

INTELLIGENCE
& INNOVATION

65 Jardin
On se confine dehors
We confine ourselves outside

66 Walter Stores
Protection solaire : on joue l'innovation
Sun protection: we play innovation

INDOOR OUTDOOR

72 Château de Crémat, l'exclusif

74 MMD Events
Offrez-vous la parenthèse de printemps
Treat yourself to a spring break

76 Hôtel Restaurant & Spa Cantemerle
Nature, espace et authenticité
Nature, space and authenticity

83 Livres
Petites frayeurs

INTENSITÉ

86 IN GAMES
Les 1^{er} jeux inter-entreprises
sur la région PACA organisés
par un Club Business !

88 Découvrez les nouveaux
membres qui nous rejoignent

90 L'agenda des prochains
événements IN Club en visio

INCLUB

Allianz Riviera Business & Events vous propose ses solutions Séminaires et Conventions

FORMULE CLÉS EN MAIN

- Salon équipé et modulable
- Accueil café suivi d'un déjeuner-cocktail
- Accès parking
- Régisseur pour vous accompagner
- WIFI HD



FORMULE SUR MESURE

- Convention à partir de 100 personnes
- Dîner de gala en intérieur et en extérieur
- Concert privé en salon ou dans l'arène
- Événement exclusif



Contact

Claire CASTELLAN
claire.castellan@allianz-riviera.fr
04 89 22 42 60
www.allianz-riviera.fr

Allianz  **Riviera**
Nice Côte d'Azur

Le lieu de tous vos événements

GROUPE BTF

LE CHAMPION

CARBURE

à la satisfaction client

BTF, késaco ? Si de prime abord, ce nom ne vous évoque rien, vous devriez vous pencher un peu plus sur l'histoire de cette PME azurée. Vous avez tout à y gagner : spécialisée dans la réduction des frais généraux et l'optimisation des achats, BTF déploie de nombreuses solutions à même de vous faire réaliser jusqu'à 20 % d'économies en moyenne... Avec un CA 2019 de 60 M€, la PME créée par Laurent Bourrelly voici 15 ans, ressemble à une jolie réussite bien ancrée dans l'écosystème azuréen : clients locaux, fort taux de fidélisation, rachats, diversification et des projets plein la hotte.

A champion fuelled by customer satisfaction

What is BTF? You might well have never heard of BTF, but it is worth your while to examine the history of this medium-sized company based in the French Riviera. You will find your efforts rewarded: specialising in the reduction of overhead expenses and acquisition optimisation, BTF deploys many solutions that can earn you up to 20% of savings on average... With 2019 revenues of 60 M€, the medium-sized company created by Laurent Bourrelly some 15 years ago is another example of success with firm roots in the French Riviera ecosystem: local clients, high loyalty building rates, reacquisitions, diversifications, and a plethora of projects.

Sorti major de promotion de son Master d'ingénierie financière, Laurent Bourrelly commence par travailler au sein d'une entreprise chargée de faire réaliser des économies à ses clients, en B to B. Les frais généraux des entreprises sont passés au crible et on traque les économies à réaliser tout azimut. Un concept qui plait au jeune homme, mais c'est plutôt l'état d'esprit de la direction qui ne l'enchantent guère... « Ils m'ont montré tout ce que je ne voulais pas faire avec des salariés si je devais monter ma boîte un jour ! » Pour cela, malgré de bons résultats, il décide de partir. ►

Graduating first of his promotion with a master's degree in financial engineering, Laurent Bourrelly started his career with a company working on generating savings for their clients, in B to B. The overhead expenses of companies are carefully parsed for any nature of potential savings. The concept was enticing enough to the young man, but management's state of mind held much less appeal... "They showed me everything I wanted to avoid with my employees if I was one day to launch my own company!" Despite achieving good, Laurent decided to leave. ►



“ *Entrepreneur né, Laurent, armé de son téléphone, prospecte et trouve les 1.000 premiers clients de BTF (pour « Baissez Toutes vos Factures » !) avec un argument fort pour les convaincre de le suivre : chez lui, pas d’engagement, juste des économies !* ”

Laurent Bourrelly
Fondateur du Groupe BTF

Groupe BTF
SOLUTIONS EFFICIENTES

38 Av. Marcellin Maurel
06140 Vence
04 89 24 13 90 - groupebtf.fr

LE GROUPE BTF EN QUELQUES DATES

2006
Cipières
Laurent crée BTF



2019
Vence
Installation de BTF à Vence
Lancement de Purexpert



2020
Nice
Ouverture du centre
Purexpert à Cap 3000



2007
Création de la carte
carburant

2009
Lancement de
REDUCPRO

2015
Croissance externe :
rachat d'Ecofleet
et Efficarb

2019
Rachat de
REDUCBOX

2020
Naissance
de BTF Agri

2021
Lancement du
Cryo-truck
de Purexpert

Entrepreneur né, il lance donc BTF, de manière « artisanale ». Nous sommes en 2006 et le jeune homme a 24 ans. Installé dans l'appartement familial de Cipières, village du moyen-pays, qui bénéficie du statut de Zone de Revitalisation Rurale (ZRR), Laurent peut profiter d'avantages fiscaux et de certaines exonérations de charges : un bon tremplin pour débiter sereinement son activité.

Armé de son téléphone, il prospecte et trouve les 1.000 premiers clients de BTF (pour « Baissez Toutes vos Factures » !) avec un argument fort pour les convaincre de le suivre : chez lui, pas d'engagement, juste des économies ! Un leitmotiv qui lui facilite l'arrivée de nouveaux clients, désireux de faire fondre leurs factures sans se sentir « prisonniers » d'un contrat. Mais Laurent a bien conscience que c'est une arme à double tranchant... « ils sont aussi libres de partir quand ils le souhaitent... C'est à nous d'être bons pour les garder ! » sourit-il.

En France : pas de pétrole, mais des idées... et des pétroliers !

Satisfaits de ses services, ses nombreux clients, en majorité azuréens, sollicitent naturellement Laurent en 2008 : c'est

“ La PME de Cipières déménage à Vence pour de plus grands locaux et en 2019, BTF réalise près de 60 M€ de Chiffre d’Affaires. Aujourd’hui, ce sont plus de 4.000 clients qui sont détenteurs en France d’une ou plusieurs cartes carburant délivrées par BTF. ”

la crise... Alors, si le jeune entrepreneur pouvait faire quelque chose pour leur facture de carburant... La demande est entendue. « J'ai d'abord étudié le marché. Les pétroliers, les offres de cartes, les abonnements ». Son Master d'ingénierie financière l'aide à affiner un business plan, basé sur une conclusion simple mais imparable : plus que sur tout autre marché, pour avoir du poids et compter auprès des producteurs de pétrole, il faut leur acheter... de gros volumes. Alors Laurent conçoit son business model : il s'engagera sur l'achat de très gros litrages auprès des pétroliers et les fournira à ses clients via une carte carburant, à prix négociés. Le pari est osé et pour tout dire risqué, mais l'idée est bonne. Elle séduit

As a born entrepreneur, he launched BTF in "artisanal" fashion. The year is 2006 and Laurent is 24 years old. Occupying the family apartment in Cipières, a village of the backcountry with a Rural Revitalisation Zone (ZRR) status, Laurent enjoyed various tax advantages and exemptions: it was a good springboard to start an activity with relative peace of mind.

Armed only with a telephone, he embarked on a prospection campaign and found the first 1'000 clients of BTF (which stands for "baissez toutes vos factures" or "lower all of your bills"), with a compelling argument to convince them to follow him: with Laurent, no commitment, just savings!

This strategy was conducive to attracting new customers, all eager to reduce their bills without being entrapped by a contract. But Laurent understands that this is a double-edged sword... "they are also free to leave at any time, so it's up to us to be good enough to be able to retain their patronage!" he explains with a smile.

In France: no petrol but plenty of ideas... and oil companies!

Many clients, most of whom are from the French Riviera, are satisfied with Laurent's services and turn to him in 2008: the financial crisis has struck... so, if there is anything the young entrepreneur might do to reduce their fuel bill... Their request is heard loud and clear. "I started studying the market. Petrol companies, card offerings, subscriptions". With a master's degree in financial engineering, he was quickly able to put together a business plan, based on a simple and obvious observation: more than in any other market, to pull some weight among petrol companies, you must buy in bulk. Laurent designed the following business model: he commits to buying large volumes from petrol companies, and to supplying them to his clients

d'ailleurs le responsable du pétrolier BP en France et son service commercial. La machine est lancée... Laurent est ambitieux et se porte caution solidaire, de même qu'il sollicite la contribution de sa famille pour le soutenir.

Et très vite, de gros volumes sont atteints. La PME de Cipières déménage à Vence pour de plus grands locaux et en 2019, BTF réalise près de 60 M€ de Chiffre d'Affaires. Aujourd'hui, ce sont plus de 4.000 clients qui sont détenteurs en France d'une ou plusieurs cartes carburant délivrées par BTF. Un succès que l'on peut imputer à plusieurs facteurs : la gratuité de la carte, une facturation unique pour l'ensemble des produits et services liés au véhicule comme la géolocalisation, l'assurance perte de points, les badges autoroutes... Plus besoin de tickets, une simplification très pratique pour toutes les entreprises qui adhèrent. 2020, évidemment difficile, s'est ainsi terminée sur des

volumes de carburant moindres mais les perspectives de développement sont belles et la diversification est dans l'air du temps. Ainsi, courant 2021, la nouvelle plateforme d'avantages et loisirs REDUCBOX sera opérationnelle. Dans un tout autre domaine, la cryothérapie, Laurent crée Purexpert en 2019, qui compte déjà deux centres situés à Cap 3000 et Vence. Bientôt, vous verrez un « Cryo-Truck » sillonner les routes de France pour se rendre sur les grands événements sportifs ou encore en entreprise, pour proposer des séances Cryothérapie Corps Entier pour la récupération, le bien-être, la gestion du stress...

at negotiated rates, using a fuel card system. It is quite the challenge, but the idea is sound enough. Even the head of BP's business operations in France finds it quite appealing. The ball has started rolling... Laurent is ambitious and puts himself up as collateral, and even asks for his family's help in this endeavour.

In no time at all, large volumes are reached. The medium-sized company of Cipières moves to larger premises in Vence, and in 2019, BTF's revenue was close to 60M€. Today, there are more than 4'000 clients in France who have one or several BTF-issued

fuel cards. This success is explained by several factors: free card, single billing for all vehicle-related products and services such as geolocation, loss of points insurance, motorway badges... No need for tickets, a very practical simplification for all companies who adhere

2020 was certainly a difficult year, and ended on smaller fuel volumes, but great diversification and development projects are just around the corner. Thus, in 2021, a new benefits and hobbies platform, REDUCBOX, will become operational. In an entirely unrelated field, Laurent created Purexpert in 2019, the cryotherapy brand, with two locations in Cap 3000 and Vence. Soon, you will see a "Cryo-Truck" crisscrossing the roads of France to go to major sporting events or even in business, to offer Whole Body Cryotherapy sessions for recovery, well-being, stress management...

“ Laurent conçoit son business model : il s'engagera sur l'achat de très gros litrages auprès des pétroliers et les fournira à ses clients via une carte carburant, à prix négociés. Le pari est osé et pour tout dire risqué, mais l'idée est bonne. ”



LE GROUPE BTF EN QUELQUES CHIFFRES



6 Centimes,

c'est le montant de la remise en euros par litre d'essence, sur le prix barème dans le réseau BP, avec la **carte carburant BTF**



21 %

REDUCPRO vous fait économiser en moyenne 21 % sur vos achats non stratégiques (téléphonie professionnelle, équipement de bureau, véhicules, ressources humaines, entretien des locaux, consommables...)



+150 000

offres négociées et renouvelées en permanence sur la **plateforme REDUCBOX**



80 %

Jusqu'à 80 % de remise sur les prix publics, de même que des exclusivités



200

Partenaires Plus de **200 marques** représentées sur Reducbox.com



600 €

par an : **économie moyenne** réalisable pour une famille de 4 personnes avec Reducbox.com

Groupe BTF
SOLUTIONS EFFICIENTES

Entreprendre, c'est aussi un sport

Entrepreneurship is also a sport

Sil n'avait pas créé BTF, Laurent aurait peut-être mené une carrière de sportif de haut niveau. Enfant, s'il commence par s'intéresser au rugby, c'est pour rassurer sa maman (!) -un peu inquiète des bleus qu'il collecte lors des entraînements- qu'il bifurque vers le football, malgré de bonnes dispositions dans le monde de l'ovalie. Très vite, le ballon rond lui réussit et il est sélectionné en centre de formation. À la sortie, le jeune homme est même pressenti pour partir jouer à Caen... Mais ce sont les rigueurs du climat calvadosien qui l'en dissuade !

Finalement à la suite de blessures, il décidera de ne pas poursuivre dans cette voie. Dès lors, naît chez le jeune homme un vif intérêt pour les sciences économiques et la finance. Avec la réussite que l'on connaît...

Pour autant, aujourd'hui encore, le sport fait partie intégrante de sa vie d'entrepreneur et de son mode de fonctionnement. Esprit compétitif, sens du travail en équipe, objectifs communs : Laurent aime se challenger.

Et le trail, version extrême de la randonnée, lui permet de maintenir une bonne connexion avec la nature, tandis que le vélo (il rallie parfois deux fois de suite le Col de Vence entre 12 et 14 h !) lui fait travailler l'endurance que requiert les belles ascensions, qu'elles soient topographiques ou... entrepreneuriales.

Entrepreneurship is also a sport
If he hadn't created BTF, Laurent might well have had a career as a top-level athlete. As a child, he was initially drawn to rugby and displayed some talent for the game, but to reassure his mum, who was concerned about the bruises he was bringing home from training, he turned to football. Very quickly, he excelled at the sport and was sent to a national training centre. Upon leaving the centre, he was invited to play for Caen... but the inhospitable Calvados climate finally dissuaded him.

Finally, owing to injuries, he decided not to pursue a career in football. And so, the young man developed a strong interest for economic science and finance. And, as we know, he was met with tremendous success...

But today still, sports remain an integral part of his life as an entrepreneur, and of his work method. A spirit of competition, of teamwork, and of shared goals: Laurent loves a good challenge.

He enjoys trail running, an extreme form of hiking, as it allows him to remain connected to nature, whereas cycling (he can climb Col de Vence twice during his lunchbreak, from noon to 2pm) allows him to work up the endurance required for ascents, be they entrepreneurial or topographical.

LAURENT BOURRELLY

Economie locale, territoire : UN PARCOURS INVESTI

Simple, d'un abord chaleureux, visionnaire, Laurent Bourrelly est un entrepreneur atypique. Tombé dans l'ingénierie financière parce qu'il devait faire un choix et mettre un terme à une formation de sportif de haut niveau, il crée BTF à seulement 24 ans. Passionné de grands espaces, locavore convaincu, ce père de famille sportif investit également dans son territoire, à l'image de sa récente entrée au capital de la holding qui gère le Stade Niçois, l'historique club de rugby azuréen. Entretien avec un garçon qui casse les codes de l'entrepreneuriat, et dont la vision de l'économie à long terme s'inscrit dans le développement local sans s'interdire de bousculer les apriori.

Local economy, the territory: a personal path

A humble and warm man with a vision, Laurent Bourrelly is not your run-of-the-mill entrepreneur. Fell into financial engineering, which he chose over a career as a high-level athlete, he created BTF at the age of 24. With a love for the great outdoors and local food, this father and athlete is investing in his territory, as seen in his recent contribution to the capital of the holding that manages the Stade Niçois, the historic rugby club of the French Riviera. We sat down with this man who is breaking down the codes of entrepreneurship, whose long-term vision for the economy relies on local development, and who is not averse to shaking things up a little.



Le foot de haut niveau et plus généralement le sport, t'ont apporté un sain esprit de compétition. Explique-nous ta vision des choses :

Laurent Bourrelly : Oui, j'ai un précepte, qui tient en ces mots : « si tu le fais, fais-le à fond ». Cela paraît simpliste comme raisonnement, mais cela me vient du sport. Si tu perds un match, ne te pose qu'une seule question : t'es-tu donné à fond ? Si ce n'est pas le cas, tu ne t'en prends qu'à toi, tu es fautif. Si tu t'es complètement investi : aucun regret, mais un seul constat : ceux d'en face étaient plus forts !
Je fonctionne comme cela dans tout, cela évite les déceptions et permet une saine remise en question ! ►

Top-tier football, and sports more generally, have instilled a healthy competitive spirit in you. Tell us how you see things:

Laurent Bourrelly: I have a motto, and it is simple enough: "Whatever you do, give the best of yourself". It may seem quite simplistic, but it is something I have taken from sports. When you lose a game, there is only one question you should be asking yourself: did I do my best? If the answer is no, you only have yourself to blame, it was your fault. But if you have given the best of yourself, there can be no regret, just a simple conclusion: the other team was better! I operate like that in every aspect of life; it helps me avoid disappointments and pushes me to conduct healthy self-reassessments! ►

Partant de ce précepte, où se situent tes limites ?

Tant que je prends du plaisir à travailler, je n'ai pas de limite à lancer de nouveaux projets ; ce qui me manque le plus, c'est le temps à y consacrer. Aujourd'hui, j'ai conscience que le Groupe BTF a franchi une étape. Chacun de mes salariés travaille dans un univers bien défini. Je suis donc de moins en moins dans l'opérationnel. Je passe plus de temps sur la stratégie et à faire des points avec les équipes de BTF sur tel ou tel sujet, qu'à développer le commercial, par exemple.

Quand t'es-tu confronté à nouveau à la prospection commerciale, à la gestion opérationnelle de BTF ?

Cela arrive encore très régulièrement, par exemple lorsqu'il faut remplacer des employés. Je prends le téléphone s'il le faut et assure le service client. Ou lors de l'intégration d'une nouvelle personne, comme je l'ai fait avec Thierry : j'ai pris le téléphone, pour montrer comment je faisais ma prospection, les années précédentes.

Alors... toujours dans le coup ?

...C'est peut-être le syndrome de la « chance du débutant » (!), mais je n'ai pas perdu la main, finalement : sur trois appels téléphoniques, les trois se sont concrétisés par un contrat !

Quand tu créais ton offre carburant, rencontrer le patron de BP ici, à Cipières, pendant ses vacances estivales, c'était un joli coup de poker, non ?

Surtout une surprise. J'en avais parlé avec le responsable commercial du secteur, et lui, il a invité son patron à me rencontrer à Cipières. Ses vacances étaient une très bonne occasion de lui présenter mon projet ! Cela peut paraître un peu prétentieux mais lorsque je lui ai expliqué mon étude du marché sur la carte carburant en France, les différents freins, le business model... Il a compris que j'avais vu juste et que ma vision allait loin.

Où est la clef de la réussite ?

Chez le client... Être à son écoute, ce n'est pas une simple posture. J'ai trouvé les 1.000 premiers clients

de BTF. Proposer le bon produit est évidemment primordial. La réduction sur le carburant aussi. La carte est gratuite, aucun engagement n'est à prendre... Mais nous ne sommes pas les seuls sur ce marché : le plus important est donc de fidéliser notre clientèle. Qu'ils puissent nous faire confiance. Garder un client, c'est aussi être à l'écoute de ses besoins du moment. C'est toute l'histoire de BTF : en 2007, alors que je proposais déjà de faire baisser la facture de tout un panel de services, tous mes

“ *Le plus important est de fidéliser notre clientèle. Qu'ils puissent nous faire confiance. Garder un client, c'est aussi être à l'écoute de ses besoins du moment.* ”

clients me disaient : « il faudrait faire quelque chose sur le carburant... » Je crois qu'au vu du succès de la carte, on peut dire aujourd'hui que nous les avons entendus !

Laurent, tu es un enfant du pays, Je t'ai suivi à Cipières, sur les terres de ta famille. Tu es ici chez toi... Tu serais incapable de vivre ailleurs ?

Non, c'est vrai, ce serait difficile... Mais je crois modestement que c'est dans un esprit de transmission que je veux que ce village -et plus généralement que ce territoire- puisse vivre de ce qu'il est, de ce qu'il produit, qu'il ne devienne pas - ou ne reste pas- un village dortoir. J'ai acheté beaucoup de terres ici. Pour perpétuer cette tradition familiale, mais aussi parce que je suis convaincu que je peux faire quelque chose dans un esprit constructif. Attention, je ne parle pas d'un projet immobilier. Je cherche à ce que ces terres aient une vocation d'utilité que je qualifierais de « publique », aussi bien pour l'homme que pour la faune, qu'elles ne soient pas dénaturées et qu'elles servent plutôt un projet responsable.

Avec « BTF Agri », lancé en 2020, nous étudions les possibilités de le faire cette année. C'est un nouveau projet auquel je crois beaucoup...

With this vision of life, what are the limits?

As long as I enjoy working, there are no limits to starting new projects; what I lack the most is time to invest in them. Now, I am aware that BTF group has reached an important milestone. Each of my employees works in a well-defined universe. I am less and less involved in the operational aspect. I spend more time on strategy and on touching base with BTF teams on a variety of subjects, or on developing the business for instance.

France, the various obstacles, the business model... He understood that I was onto something and that my vision was far-reaching.

What is the key to success?

It is with the customer... Being attentive to their needs and not just posturing. I found BTF's first 1'000 clients. Having the right product to offer is obviously essential. The reduction of their fuel costs is too. The card is free, and no commitment is needed... But we are not alone in this market, so the most important is to build loyalty among our clients, so that they may trust us.

Retaining a client means being attentive to their needs of the moment. This reflects BTF's history: in 2007, as I was proposing to lower the bill of an entire range of services, all my clients were saying: "something must be done about the fuel item..." I believe, in view of the card's success, that we heard their request!"

Laurent, you are close to your land. I followed you in Cipières, in your family's land. You are truly at home here... Could you consider living anywhere else?

No, honestly, that would be hard... But I humbly believe that it is in a spirit of sharing that I want this village, and more broadly the territory, to live from its identity, from its resources, and not to become or remain a dormitory village. I bought a lot of land here. The idea is to keep up the family tradition, but I am also convinced that I can do something constructive here. Remember, I am not after a real estate project. I want this land to be used for the public, for the people and fauna that live there, so that it may keep its nature and become part of a sustainable project.

With "BTF Agri", launched in 2020, we are looking into opportunities to get things done this year.

It is a new project that I fervently believe in...

When did you get back into prospecting for clients, and into the operational management of BTF?

It still happens quite frequently, for example when we replace employees. I pick up the phone, if needed, and provide customer services. Or when integrating a new person, as I did with Thierry: I picked up the phone to show him how I used to prospect in previous years.

So... do you still have the moves?

...It might have something to do with "beginner" luck" (!), but I haven't lost any of my moves: out of three phone calls, all three ended with a contract!

When you were creating your fuel offering, meeting BP's boss here in Cipières during the summer break was quite a bold move, wasn't it?

It was a surprise to be honest. I had discussed the idea with the company's business manager for the area, who in turn encouraged his boss to meet me in Cipières. His holiday was a great opportunity of presenting my project to him! I might come across as slightly pretentious, but when I explained my market analysis of the fuel card in



BTF Agri : l'idée se cultive

the idea is cultivated

C'est la nouvelle marotte de Laurent... La structure est créée, il reste à savoir dans quel domaine elle va se développer... Déjà, les bons produits locaux retiennent tout l'intérêt du patron de BTF... Ainsi, certains clients reçoivent du jambon en fin d'année, issu de la salaison « maison » de Laurent : un cadeau très apprécié ! Prochaine étape ? Le miel, la violette ? Réponse dans quelques mois...

This is Laurent's new passion... the structure is created, it remains to be seen in which area it will develop... Already, good local products hold all the interest of the boss of BTF... Thus, some customers receive ham at the end of the year, resulting from Laurent's "house" salting: a very appreciated gift! Next step ? Honey, violet? Answer in a few months ...

“ Tant que je prends du plaisir à travailler, je n'ai pas de limite à lancer de nouveaux projets. ”

JULIE PULONG

CULTIVER LES PROJETS *et l'autonomie de chacun*

Julie est la plus ancienne employée de Laurent chez BTF. Aujourd'hui responsable administrative, elle le seconde plus largement dans la gestion de l'entreprise et ses nombreux projets : un tandem basé dès le début sur la confiance.



Cultivating projects and the independence of everyone

Julie is Laurent's longest-serving employee at BTF. Now heading the administrative department, she also assists her boss in the company's management and his many projects: a partnership based, since the very beginning, on trust.

“**D**uring my first week in Cipières, we had just received fuel cards that were up for renewal. There were more than 150 of these, all in different mail bags! We had to sort through them, write renewal letters, it was mainly administrative work” Julie Pulong says with a smile, as she remembers her first months at BTF. Now, the atmosphere of the small country village has faded away, and the “home-made” aspect of the job is a distant memory.

Julie's work has evolved considerably over the years, something she is quite happy about. It should be noted that with her master's degree in Corporate Strategy and International Development, she was eager to work for a company that nurtured bold ambitions

In the course of her studies, the young woman worked successively, under co-op contracts, for a transport company and for an electronics company. But faced with unrelenting sexism and obstacles to her career, she was unhappy... Her honesty and a fiercely independent streak compelled her to set up her own shop after her studies, working on administrative tasks (accounting, quotes, billing...) on behalf of very small companies that could not afford to hire employees to fill these essential positions.

Trust and honesty

Initially, Julie took a part-time job with BTF, and spent the rest of her time working for her own company. But BTF and Laurent soon required her full investment: customer relations, growing and diversifying the activity, and the HR department, with the recruitment of new hires. Julie had a decision to make and chose BTF. For the past year, Julie has been a Jack of all trades (she can do everything in the company!), following an internal reorganisation designed to carry BTF's ambitions.

« **L**a première semaine où je suis arrivée à Cipières, nous venions de recevoir les cartes carburant à renouveler. Il y en avait plus de 150 réparties dans des sacs postaux ! Nous devons trier, préparer les courriers de renouvellement, c'était surtout un travail administratif » sourit Julie Pulong en se remémorant ses premiers mois chez BTF. Aujourd'hui, l'atmosphère de petit village rural s'est estompée et le côté « artisanal » est un peu loin.

En effet, le travail de Julie a évolué au cours des années et ce n'est pas pour lui déplaire. Il faut dire qu'avec son Master en Stratégie d'Entreprise et Développement International, elle avait hâte d'évoluer dans une entreprise aux ambitions un peu musclées... Durant ses études, la jeune femme a travaillé

“ *Avec Laurent, la confiance mutuelle permet d'avancer librement, en autonomie et... sans filtre.* ”

successivement en alternance dans une entreprise de transport et de produits électroniques. Mais confrontée à un machisme assumé et aux barrières à l'évolution, elle ne se sent pas à l'aise... Sa franchise et son caractère indépendant lui dictent alors de se mettre à son compte à la fin de ses études, afin de réaliser l'administratif (comptabilité, devis, facturation...) de T.P.E. qui ne peuvent embaucher de salariés à ces tâches essentielles.

Confiance et franchise

Au départ, Julie travaille en quart temps pour BTF et consacre le reste à sa propre société. Rapidement, BTF nécessite un investissement total de sa part auprès de Laurent : gestion de la clientèle, croissance et diversification de l'activité, auxquels s'ajoute le volet R.H avec l'arrivée de nouveaux employés. Julie doit choisir et elle opte pour BTF. Depuis un an, Julie la « multi-carte » (elle peut tout faire dans l'entreprise !), s'appuie sur une réorganisation interne en harmonie avec les ambitions de BTF.

« Nous sommes aujourd'hui une quinzaine, ce qui nécessite plus d'écoute pour que tous se sentent bien à leur poste. Nos entretiens individuels annuels nous ont permis de mieux cerner les attentes. L'objectif ? Que chacun trouve sa place et que cela rejaille sur la performance collective. Cela marche bien : l'autonomie s'installe et chacun se responsabilise de mieux en mieux ». Ainsi Julie peut se concentrer avec Laurent sur la gestion de projets, comme le développement de Purexpert, la marque de cryothérapie, ou sur BTF Agri, la nouvelle activité du groupe.

« Avec Laurent, la confiance mutuelle permet d'avancer librement, en autonomie et... sans filtre ! Je suis assez « cash » mais aussi très à l'écoute : l'échange est très important pour moi et ça permet d'avancer ensemble pour faire évoluer la société ».

Sa réputation au bureau ? « On dit que Laurent a l'habitude de dire oui et que... moi je dis non ! (rires) Ce n'est pas tout à fait vrai... Je suis très raccord avec ses projets ! Je suis assez confiante »

Comme dans le jardin qu'elle aime bien cultiver chez elle, dans l'arrière-pays vençois : « Sans a priori, je tente, je plante, je m'en occupe, j'y mets du cœur... et on voit si ça pousse... ! »

"Today, there are 15 of us, so we have to be attentive to everyone's wishes so that everyone is happy in their job. Our yearly individual interviews allow us to better grasp their expectations. What is the purpose? The purpose is that we all find our place, and that it reflects on our collective performance. It is working quite well: independence is growing and every one of us is displaying more and more initiative". Julie is therefore free to concentrate with Laurent on the management of their projects, such as the development of Purexpert, the cryotherapy brand, or of BTF Agri, the group's new activity.

"With Laurent, mutual trust enables us to progress freely, autonomously, and without filters! I am a straightforward person, but I know how to listen too: sharing is very important to me, it allows us to move forward together as we steer the company's evolution".

Her reputation around the office? "They say that Laurent tends to say yes, and that I say no! (laughter) That is not exactly true...

I am very connected to these projects! I am quite confident"

This is reflected in the attentive care she shows as she looks after her garden in the backcountry of Vence: "Without too much forethought, I try, I plant, I tend to my garden, putting my heart into it... and let's see what grows...!"

Julie Pulong

Responsable administrative, seconde Laurent Bourrelly dans la gestion de l'entreprise et ses nombreux projets.



Pour Julie, BTF en 3 mots

According to Julie, BTF in three words

Local

« La plupart de nos clients, comme de nos partenaires, sont locaux : c'est dans notre ADN »

Local

"Most of our clients and most of our partners are based in the region: working locally is in our DNA"

Projets

« J'adore que BTF lance des projets... Cela nous demande du temps et de l'énergie, mais quelle satisfaction ! »

Projects

"I love the fact that BTF is launching projects... It takes time and energy, but the satisfaction is immense!"

Souvenirs

« Trier, plier, affranchir plus de 2 000 factures clients ! Allumer la cheminée à Cipières : toute une histoire !!! »

Memories

"Sorting, folding, and stamping more than 2'000 client invoices!" Lighting the fire in Cipières: quite an endeavour!!!"

RECETTE *gagnante*



Tous les ingrédients sont là... Les marques existent, il faut les vendre. Il ne manque pour cela que la bonne touche d'épices... De la communication au marketing, Jean-Sébastien Gino-Antomarchi, secondé d'Adeline Bantwell, élaborent la recette du succès de BTF.

Winning recipe

All the ingredients are there... Brands already exist; it is all about selling them. All that is needed is a few spices... From communications to marketing, Jean-Sébastien Gino-Antomarchi, assisted by Adeline Bantwell, are developing BTF's recipe for success.

Adeline Bantwell

Aux commandes de l'e-mailing, du CRM et du programme de fidélisation client BTF.

Après un bac S.E.S., une prépa Lettres et un cursus universitaire en Histoire, Jean-Sébastien fait une école de journalisme. Touche à tout, il travaille pour le quotidien local à Nice puis en Corse. De retour sur le continent, c'est à la faveur d'une rencontre avec Laurent, qui cherche à harmoniser la communication et le marketing de BTF, que les talents du jeune homme vont pouvoir être mis à l'épreuve... Réseaux sociaux, partenariats, relations presse, création de contenu, branding : Jean-Sébastien pilote l'ensemble de la stratégie de communication de BTF,

en accord avec la direction. « Je suis un peu cuisinier, plaisante-il. Tout est sur le feu, mijote, il faut surveiller, vérifier tout ce qui sort, goûter et au besoin... Améliorer la recette ! ». Car la diversité du travail ne manque pas : avec quatre marques, il faut préparer les campagnes de communication, adapter le positionnement et les contenus aux supports (web, réseaux sociaux, presse, BtoB, BtoC...)... Au quotidien, Jean-Sébastien orchestre les réunions de suivi, rédige les argumentaires, les offres ou encore le contenu adapté à chaque marque... Un point commun, un liant à tous ces ingrédients dans la cuisine

With a baccalaureate in social and economic science, a preparatory literary course under his belt, and university instruction in history, Jean-Sébastien went on to study journalism. As a jack of all trades, he worked for a daily newspaper in Nice, and then in Corsica. Back on the mainland and following a chance encounter with Laurent, who was keen to harmonise BTF's communication and marketing strategy, the young man's skills were to be put to the test... Social media, partnerships, press releases, content creation, branding; Jean-Sébastien is steering the entire communication

strategy of BTF, with management's approval. "I am a bit of a cook, he jokes. Bringing everything to a simmer, watching carefully over it, checking the result, and even tasting if need be... And improving the recipe!". It is true that the work is very varied: with four brands, communication campaigns must be prepared, the position and the content must be adapted to various formats (internet, social media, press, BtoB, BtoC...). Every day, Jean-Sébastien organises meetings and prepares arguments, offers, and even content that is adapted to each brand... But is there a common point, a binder of all the ingredients that go into Jean-Sébastien's cooking? "Our

“ Notre discours est structuré autour de la confiance. Et c’est logique car c’est une valeur très forte du groupe. ”

Jean-Sébastien Gino-Antomarchi

Pilote l’ensemble de la stratégie de communication de BTF

de Jean-Sébastien ? « Notre discours est structuré autour de la confiance. Et c’est logique car c’est une valeur très forte du groupe ».

Une qualité pour le job ? « Rester simple, direct ». Il faut aussi de la réactivité et de l’efficience... : « Laurent a 1.000 projets ! Il faut le suivre ! » sourit Jean-Sébastien. « Mais c’est ce qui fait tout le sel de mon travail » glisse-t-il en conclusion.

Team spirit

Tout récemment, Adeline Bantwell a rejoint BTF pour seconder Jean-Sébastien sur le volet webmarketing. Depuis novembre 2020, la jeune femme est aux commandes de l’e-mailing, du CRM et du programme de fidélisation client BTF. Ex-journaliste, le profil d’Adeline est pluriel. Elle est aussi rompue au webmarketing qu’elle a pratiqué dans l’e-commerce. Le tout permet d’enrichir la créativité de BTF.

Ce qui lui plaît ? « Le webmarketing permet de quantifier les retombées générées. J’aime l’idée que, grâce à mon travail, je participe aussi à la réalisation du chiffre d’affaires de la société, et du même coup, que cela fait grandir l’entreprise ».

L’échange entre les services, l’opportunité de se former, le partage... Autant de composantes du travail d’Adeline qui lui plaisent chez BTF.

« C’est un plaisir de partager un vrai esprit d’équipe, on m’a très bien accueillie » souligne la jeune sportive, accro au vélo, à la randonnée, à la natation et à l’escalade !

approach is structured around trust. This makes perfect sense as trust is a very strong value within the group. Is there a special quality needed for the job? "Staying simple and direct". Responsiveness and efficiency are needed too...: "Laurent has 1'000 projects! It is a challenge to follow them all!" Jean-Sébastien says with a smile. "Therein lies the pinch of salt added to my work" he concludes.

Team spirit

Very recently, Adeline Bantwell joined BTF to assist Jean-Sébastien with marketing. Since November 2020, the young woman oversees emailing, CRM, and the BTF loyalty programme. As a former journalist, Adeline has a wide range of skills. She is also a deft hand at the webmarketing, which she learned in e-commerce. Her extensive skillset enriches BTF's creativity.

What does she enjoy about the work? "Webmarketing provides a way of quantifying the results generated. I like the idea that, thanks to my work, I contribute to the company's revenue, while also helping the company grow".

Exchanges among various departments, the chance of learning something new, sharing... All these components of Adeline's work are what appeal to her at BTF.

"It's a pleasure to share a true team spirit, and I was warmly welcomed" adds this young athlete, who is passionate about cycling, swimming, and climbing!



MELISSA RODRIGUES & CEDRIC TARNOWSKI

REDUCBOX : *avantages à tous les étages*

REDUCBOX, la plateforme avantages & loisirs, va se dévoiler cet été dans une version remaniée. Cet outil révolutionne le concept des avantages liés à un Comité d'entreprise (appelé aujourd'hui CSE), même lorsqu'une entreprise n'en dispose pas...

This summer, REDUCBOX, the advantages and leisure platform, will reveal its revamped version. This tool is revolutionising the whole notion of benefits dished out by corporate committees (now known as CSEs), even when the company in question does not have such a committee...

Depuis 2019, REDUCBOX fait partie de l'offre BTF, avec Cédric et Mélissa comme principaux interlocuteurs.

Since 2019, REDUCBOX is part of the BTF offering, and Cédric and Mélissa are the contact persons for this tool.

Pour Laurent Bourrelly, les économies des entreprises peuvent aussi concerner leurs collaborateurs. Dans cette approche et pour enrichir les avantages liés à la carte carburant tout en offrant un système de club avantages à ses clients, il se penche sur le concept du « comité d'entreprise externalisé ». C'est dans ce cadre qu'il rencontre Cédric Tarnowski, cofondateur de REDUCBOX en 2015. Séduit par le concept, Laurent investit dans 20 % de l'entreprise, avant de racheter REDUCBOX en 2019. Cédric reste le seul à poursuivre l'aventure. Aujourd'hui, le spectre de son intervention est large, de la partie stratégique au commercial en passant par la recherche de nouveaux partenariats. « Avec Laurent, nous avons un très bon affect : avec REDUCBOX, entre nous, c'est une histoire de parole

“ Je suis chargée de la gestion clientèle. Je contacte les clients, gère les appels SAV et communique sur l'arrivée de la plateforme nouvelle version. ”

Melissa Rodrigues

Fait l'interface avec les clients ou prospects tentés par l'offre REDUCBOX

d'hommes. En ce sens, c'est une vraie satisfaction de mettre mon expertise du marché au service de REDUCBOX. On se positionne entre les acteurs qui ne travaillent qu'avec les CSE et les pure players, uniquement digitaux : le meilleur des deux mondes ».

L'avantage pour l'entreprise cliente ? Même si sa taille ne l'autorise pas à disposer d'un CSE (au moins 11 salariés), REDUCBOX va lui permettre de mettre en place une politique de gratification

For Laurent Bourrelly, savings achieved by a company should also benefit the company's employees. With this approach and to bolster the benefits that come with the fuel card, while continuing to offer an advantage club system to his clients, he is started studying the concept of an "externalised corporate committee". In doing so, he met Cédric Tarnowski, cofounder of REDUCBOX back in 2015. Finding the concept appealing,

Laurent invested some 20% of his company, before buying REDUCBOX in 2019. Cédric continues the adventure alone. Now, his area of intervention is broad, from strategy aspects to purely business considerations, when he is not actively searching for new partnerships. "With Laurent, we get on tremendously; with REDUCBOX, we have found that we are both men of our word. In this context, I am immensely gratified to be able to put my expertise of the market at the service of REDUCBOX. We are positioned among stakeholders who only work with CSEs and among pure players, who are exclusively involved in the digital universe: the best of two worlds".

So, what is the advantage for the client company? Even if it is not large enough to have its own CSE (at least 11 employees), thanks to REDUCBOX the company is

et de QVT (Qualité de Vie au Travail) pour ses salariés. « C'est un vrai CSE externalisé qui offre de nombreux avantages au chef d'entreprise (exonérations de charges sociales, patronales, subventions...). Nous proposons ainsi un pack RH musclé et sympa, pour récompenser et fidéliser les salariés », explique Cédric.

Du numérique, mais de l'humain, bien sûr

Plus de 150.000 offres tournent sur REDUCBOX et près de 150 accords-cadres majeurs ont été négociés avec des fournisseurs : parcs d'attractions, loisirs, cinéma, séjours, magazines, services, équipements, mode... Cerise sur le gâteau, les salariés peuvent utiliser la somme de leur cagnotte, allouée par l'entreprise, pour n'importe quel autre achat orienté « loisir », comme un abonnement à une plateforme de streaming ou une inscription à un club sportif local...

Cette plateforme, si elle est digitale, s'humanise aussi : c'est le rôle de Mélissa Rodrigues.

La jeune femme se fait l'interface avec les clients ou prospects tentés par l'offre REDUCBOX. Après un BTS Commerce International, Mélissa a travaillé près d'un an pour un site e-commerce, mis en difficulté par la crise sanitaire, avant d'entrer chez BTF en novembre dernier. « Je suis chargée de la gestion clientèle. Je contacte les clients, gère les appels SAV et communique sur l'arrivée de la plateforme nouvelle version ». Ce qu'elle apprécie, chez BTF ? « On ne sent pas le poids de la hiérarchie et on est particulièrement bien intégré ici : ce n'est pas le cas dans toutes les entreprises ! ». En cette période troublée par la crise sanitaire, Mélissa apporte beaucoup d'importance au lien tissé avec ses clients au téléphone : « Entretien ce rapport, cela me plaît et c'est primordial pour le développement de nos activités ». Un état d'esprit qu'elle retransmet dans son approche clientèle...

able to implement a reward and quality of life at work policy for its employees. "This is an outsourced CSE that offers many advantages to CEOs (exemptions on social security charges, employer contributions, subsidies...). We offer a strong and fun HR pack, to reward and build loyalty among employees" Cédric explains.

Digital, but never without the human dimension

More than 150'000 offers are on REDUCBOX and close to 150 major framework contracts have been negotiated with various suppliers: amusement parks, leisure, cinema, magazines, services, equipment, fashion... The icing on the cake is that employees can use the entire sum of their earnings, allocated by the company, for any other "leisure" purchase, such as subscribing to a streaming platform or to a local health club...

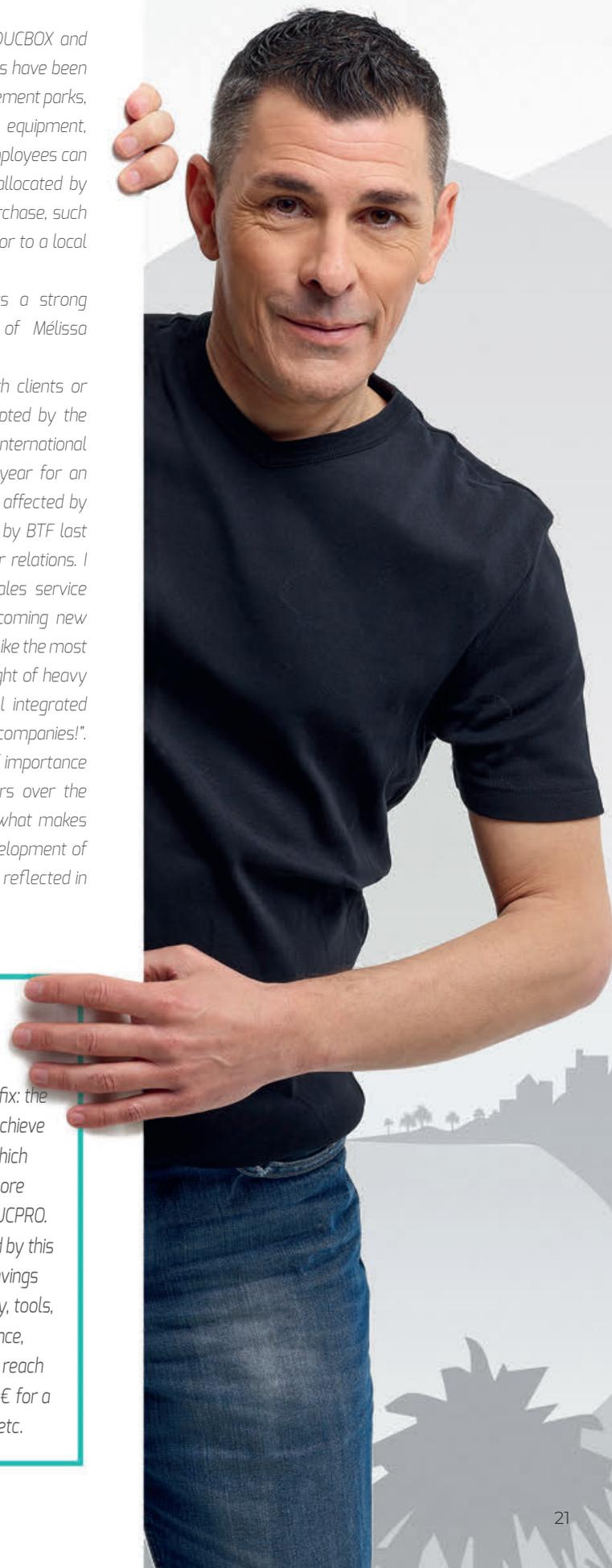
This platform, although digital, shows a strong human dimension: this is the role of Mélissa Rodrigues.

The young woman is the interface with clients or prospective clients who might be tempted by the REDUCBOX offering. With a degree in International Trade, Mélissa worked for close to a year for an e-commerce site, which was adversely affected by the health crisis, before being recruited by BTF last November. "I am in charge of customer relations. I get in touch with clients, field after-sales service calls, and communicate about the upcoming new version of the platform". What does she like the most BTF? "We are not burdened by the weight of heavy hierarchy and we are particularly well integrated here, which is far from the case in other companies!". In this health crisis, Mélissa puts a lot of importance on the relations forged with customers over the phone. "Maintaining this relationship is what makes me happy, and it is essential to the development of our activities". This state of mind is also reflected in her approach to clients...

“ Avec Laurent, nous avons un très bon affect : avec REDUCBOX, entre nous, c'est une histoire de parole d'hommes. ”

Cédric Tarnowski

Co-fondateur de REDUCBOX en 2015



L'offre pro *The professional offering* www.reducpro.com

► Elle commence par le même préfixe : la plateforme REDUCPRO permet de réaliser des économies sur les frais généraux, activité historique de BTF. Plus de 4.000 clients utilisent aujourd'hui REDUCPRO. Grâce aux offres de cette plateforme, ils réalisent en moyenne 20 % d'économies sur les fournitures de bureau, les véhicules, l'énergie, l'outillage, les assurances... Pour un transporteur, par exemple, le montant d'économies annuel peut atteindre 3000 € TTC ; 2100 € pour une pharmacie ; 1600 € pour un maçon, etc...

► It begins with an essential prefix: the REDUCPRO platform enables to achieve savings on overhead expenses, which is BTF's historical activity. Now, more than 4'000 clients are using REDUCPRO. Thanks to the advantages offered by this platform, they achieve 20% of savings on office supplies, vehicles, energy, tools, insurance... For a hauler, for instance, the amount of yearly savings can reach 3'000 € all taxes included; 2'100 € for a pharmacy; 1'600 € for a mason, etc.

Jouer la carte de la CONFIANCE



BTF achète chaque année de très gros volumes de carburant auprès de son pétrolier partenaire, revendu à ses clients via sa carte. Le risque d'impayé incombe donc à l'entreprise, qui se doit de gérer son portefeuille de clients avec la plus grande attention. Accueil, fidélisation, confiance. Ce sont les rôles dévolus à Christelle et Dominique, chargées de clientèle chez BTF.

Playing the trust card

Every year, BTF buys huge volumes of fuel from its partner oil company, and then sells the fuel to its clients who are holders of its fuel card. The company bears the risk of unpaid bills and is therefore forced to manage its client portfolio with the utmost caution. Welcoming attitudes to build loyalty and trust, these are the qualities required by Christelle and Dominique, who are in charge of customer relations for BTF.

Dominique Colombani

En charge de la création des cartes, des enregistrements de mandats bancaires, délivre les badges autoroute, responsable du courrier pour BTF

Christelle Minassian assure le volet recouvrement. Le plus important pour ce métier ? « Ne jamais être dans la confrontation. Je dois sentir si le client est en difficulté et toujours désamorcer les situations si elles deviennent compliquées ». La clé ? « Je travaille toujours avec le sourire et cela se ressent au téléphone. Je peux parfois passer 30 appels sur deux semaines avant d'avoir mon client au bout du fil... Quand il répond, je ne suis pas dans le jugement, je suis dans l'humour, l'accueil, le sourire... Je tempore toujours de la même façon : l'essentiel est de pouvoir nous faire confiance mutuellement ». Le rôle de Christelle pèse beaucoup dans l'équilibre financier car en quelques jours,

Christelle Minassian heads the debt collection department. What is the most important aspect of her job? "Never become confrontational. I must be able to feel whether the client is in trouble and defuse situations when they threaten to escalate". What is the key? "I wear a smile to work and people can feel it, even over the phone. I might call my client 30 times over two weeks without getting an answer... When they do finally pick up, I am not judgemental, I try to have a sense of humour, I am welcoming, and I smile... I always bide my time: the most important is to establish mutual trust". Christelle's job is essential to the group's financial health, because it only takes a few days for a defaulting client to run up a considerable bill... Experience and intuition are crucial assets: "On the phone, with time, I have learned to determine whether a relation of trust is possible..." the young woman says with a smile. Other aspects of her work: loyalty building with the renewal of cards and the presentation of associated offers: vehicle geolocation, road toll badges...

Dominique en toutes lettres

Dominique in letters

Fidélisation / Loyalty building

« Parvenir à fidéliser comme Laurent l'a fait jusqu'ici, c'est un beau défi ! »
"Being able to build loyalty like Laurent has done so far, that is a real challenge!"

Nature / The outdoors

Arrivée d'un village des Alpes de Haute-Provence, elle ne s'épanouit qu'au contact de la nature... Vence... c'est déjà un peu la ville !!!

Arriving from an Alpine village in Haute-Provence, she only finds fulfilment in the great outdoors... Vence is a bit of a city after all!!!

A familiar voice

This is assuredly one of BTF's secrets: creating relationships, a true human contact, a familiar voice, miles

“ Ne jamais être dans la confrontation. Je dois sentir si le client est en difficulté et toujours désamorcer les situations si elles deviennent compliquées. ”

Christelle Minassian
Assure le volet recouvrement

l'addition peut être salée pour BTF si le client s'avère indélicat... L'expérience et l'intuition sont les atouts pour ne pas se tromper : « Au téléphone, avec le temps, j'ai appris à déterminer si la confiance pouvait s'installer... » sourit la jeune femme. Autres volets de son travail : la fidélisation avec le renouvellement des cartes et la présentation des offres connexes : géolocalisation des véhicules, badges autoroutiers...

Une voix familière

Et c'est assurément l'un des secrets de BTF : créer de la relation, un vrai contact humain, une voix familière, à cent lieues des plateformes téléphoniques offshores devenues insupportables, tant pour le client particulier que pour le chef d'entreprise soucieux de la bonne gestion de son entreprise au quotidien. Ainsi, Dominique Colombani est l'une des voix que vous aurez systématiquement au téléphone si vous appelez BTF à propos de votre carte carburant. Avoir un même interlocuteur est très rassurant pour la gestion de cette dépense : « Je suis en charge de la création des cartes, des enregistrements de mandats bancaires, je délivre les badges autoroute et suis responsable du courrier pour BTF ». Arrivée il y a près de deux ans et demi, Dominique a très rapidement pris ses marques auprès de l'équipe : « L'ambiance est très bonne et l'on se serre les coudes, il y a beaucoup de solidarité. J'apprécie aussi la diversité des tâches administratives qui me sont confiées. » Un engagement dans le collectif qu'elle poursuit activement dans le milieu associatif, comme secrétaire d'une équipe de passionnés de moto trial.

away from remote call centres that have become unbearable, both for individual clients and for the CEO who worries about the proper daily management of their company.

Dominique Colombani is one of the people who will certainly answer the phone if you call BTF about your fuel card. Having a single contact person is very reassuring for the employee in charge of this expenditure item: "I am in charge of issuing cards, recording money orders, delivering toll badges, and I am responsible for BTF's mail".

Having started some two-and-a-half years ago, Dominique rapidly felt at home among the team: "The atmosphere is fantastic, and we form a close-knit team, with a great deal of solidarity. I love the diversity of the administrative tasks that are given to me." She actively extends her contribution to collective wellbeing to the associative sector, as the secretary of a team of trial motorbiking enthusiasts.

Christelle en chiffres Christelle in figure

50 Ce peut-être le nombre d'appels qu'elle passe à ses clients chaque jour. Avec, à la clef... 50 décisions à prendre !

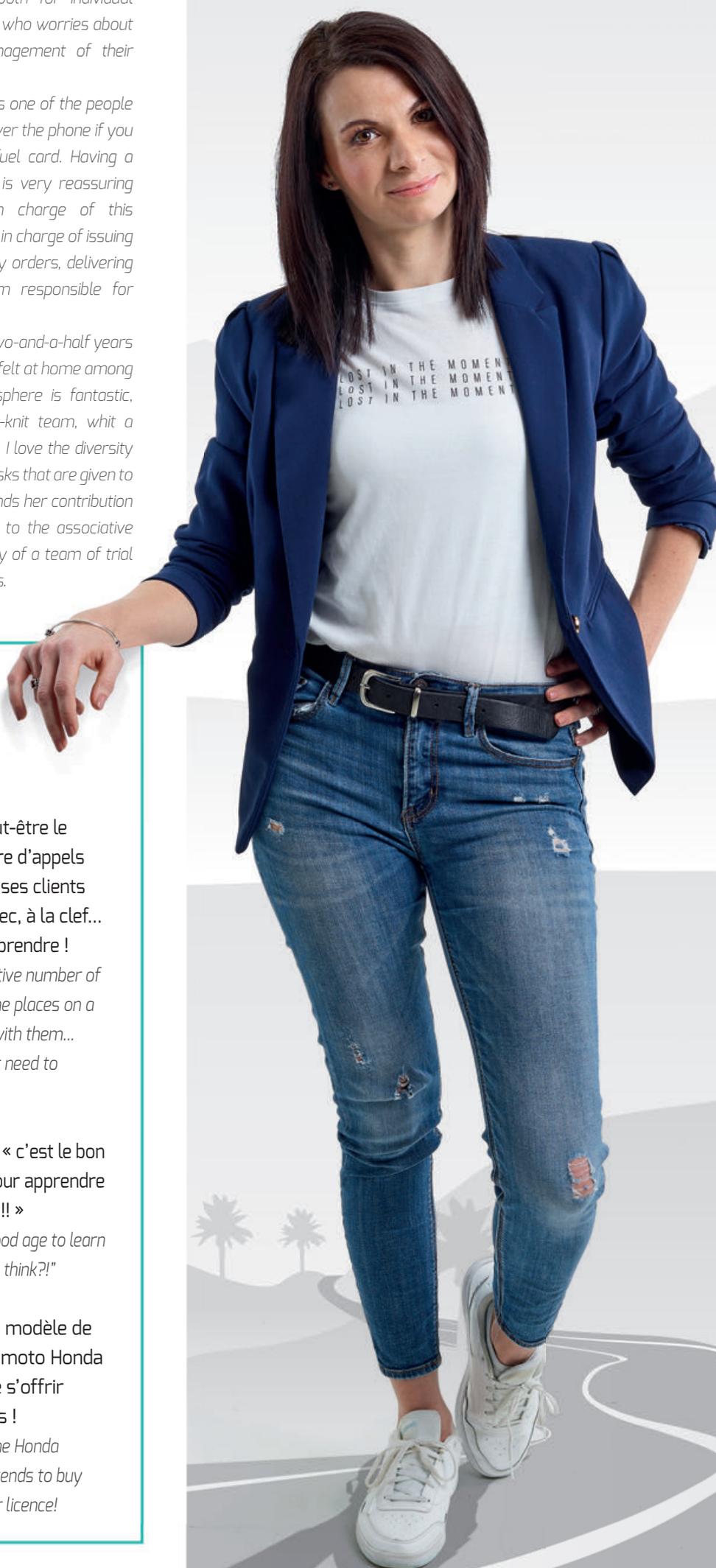
Is the approximative number of calls to clients she places on a daily basis. And with them... 50 decisions that need to be made

35 ...ans, « c'est le bon âge pour apprendre l'Anglais, non ?!!! »

... years old, "a good age to learn English, don't you think?!"

650 Le modèle de la moto Honda qu'elle compte s'offrir après le permis !

Is the model of the Honda motorbike she intends to buy when she has her licence!



Esprit de **CONQUÊTE**

Être convaincu de la pertinence de son produit, c'est une bonne base de travail... Bien le vendre, c'est la deuxième étape. Laurent a fait ses preuves et trouvé les 1.000 premiers clients de BTF. Pour la suite, il s'est entouré de Véronique, Didier et Thierry, afin de continuer à mailler le territoire avec ses cartes carburant et un éventail de services annexes qui facilitent la vie du chef d'entreprise.

Conquering spirit

Absolute certainty as to the relevance of one's product is a good place to start... Selling the product in question is the second step. Laurent showed his worth when he found BTF's first 1'000 customers. He then surrounded himself with Véronique, Didier, and Thierry, who took over and criss-crossed the territory, offering fuel cards and a range of associated services designed to facilitate the CEO's existence.

“ Je me fixe mes propres objectifs, en termes de litrages mensuels à atteindre. ”

Véronique Arbey
Commerciale pour les produits de BTF

Didier Gillot a connu Laurent dans une autre vie : il a été son maître de stage quand le jeune homme faisait ses armes. « Nous sommes restés en contact. Lorsqu'il m'a parlé de son projet, j'ai senti qu'il y avait beaucoup de potentiel », commente cet ancien spécialiste Telecom qui a débuté sa carrière à Paris la Défense.

Bien lui en prend : « On est très rapidement passé de zéro à 1 million de litres ! ». Hormis Total, la concurrence est alors inexistante... Et après le rachat de deux entreprises qui couvraient le secteur de la région parisienne, BTF se développe de manière exponentielle. « Je suis très heureux de participer à cette histoire, j'ai plus de 1.000 clients qui consomment mensuellement et depuis mon arrivée en 2013, j'ai signé plus de 3.500 contrats » explique le commercial « historique » de BTF. Aujourd'hui, l'heure est à une fidélisation accrue : la carte est gratuite et engage simplement à payer son carburant en fin de mois. Il faut alors fidéliser en développant des services annexes, comme

Didier Gillot knew Laurent in another life: he was his internship supervisor at a time when the young man was coming up through the ranks. "We stayed in touch. When he mentioned his project, I understood it had great potential" explains the former telecom specialist who started his career in the Défense district of Paris.

He made the right choice: "In no time at all, we went from zero to a million litres!". Apart from Total, there was no competition at all back then... And having acquired two companies that covered the Paris market, BTF grew significantly. "I am delighted to be a part of this adventure, I have more than 1'000 clients who are regular consumers, and since my arrival in 2013, I have signed more than 3'500 contracts" BTF's long-standing sales representative explains. Nowadays, the company is focusing on strengthening loyalty: the card is free and the only commitment it entails is the settling of a monthly fuel bill. Loyalty building is therefore all about developing associated services, such as geolocation

“ Je suis très heureux de participer à cette histoire, j’ai plus de 1.000 clients qui consomment mensuellement et depuis mon arrivée en 2013, j’ai signé plus de 3.500 contrats. ”

Didier Gillot

Commercial « historique » de BTF



la géolocalisation ou l'utilisation de plateformes comme REDUCBOX ou REDUCPRO. Un enjeu commercial majeur, que Didier se fait fort de relever sur le terrain, essentiellement, même si tout passe d'abord par le téléphone... Et sa Dashcam, qui filme la route quand il roule est aussi son alliée : « le soir, je relève les coordonnées des véhicules d'entreprises qui roulent autour de moi : ils sont susceptibles d'avoir besoin d'une carte carburant... ! ».

Croire au produit : l'indispensable prérequis

Véronique Arbey, habituée à la téléprospection dans le monde de la publicité, s'épanouit à commercialiser les produits de BTF depuis 5 ans. Rigueur, méthode, récurrence : Véronique connaît bien les fortes exigences de ce métier, qui lui apporte néanmoins une très grande satisfaction. « Je me fixe mes propres objectifs, en termes de litrages ►

or the use of platforms like REDUCBOX or REDUCPRO. Loyalty building represents a major business challenge, one that Didier is ready to take on in the field, essentially, even if initial contacts are established by phone... His dashcam, filming the road as he travels the land, is also a trusted ally: "in the evening, I take down the contact information associated with the company cars that share the roads with me: their drivers are likely to need a fuel card...".

Believing in the product: an essential condition

Véronique Arbey used to work in advertising and is a specialist of telephone sales. She joined BTF five years ago and finds fulfilment in commercialising the company's products. Discipline, method, recurrence: Véronique is aware of how demanding her job ►

“ C’est un challenge de tous les instants, il faut convaincre et on a peu de temps pour accrocher son futur client : les chefs d’entreprises sont sollicités de toute part et leur temps est compté. ”



mensuels à atteindre ». Concentrée, sa téléprospection lui impose de croire en son produit afin de mieux le commercialiser : « La gratuité de la carte m’aide, le non-engagement aussi et la qualité du service qui l’entoure : l’équipe dédiée, avec Julie, Christelle et Dominique. Le fait que les interlocuteurs soient les mêmes, tout ceci inspire confiance et convainc plus facilement les chefs d’entreprise de nous choisir ».

Thierry Sagot, quant à lui, est le dernier arrivé au sein du service commercial de BTF. Il n’est pourtant pas débutant dans la fonction : entrepreneur et créateur d’entreprises dans le domaine de la menuiserie aluminium, il connaît bien les enjeux du développement commercial d’une activité concurrentielle.

Il se lance auprès de Laurent dans ce pari « ...parce que j’aime la conquête client. C’est un challenge de tous les instants, il faut convaincre et on a peu de temps pour accrocher son futur

Thierry Sagot

Entrepreneur et créateur d’entreprises dans le domaine de la menuiserie aluminium, il connaît bien les enjeux du développement commercial d’une activité concurrentielle.

client : les chefs d’entreprises sont sollicités de toute part et leur temps est compté ».

Sa prospection commerciale passe par les annonces légales, les annuaires professionnels et les réseaux sociaux pro de type LinkedIn : « c’est particulièrement intéressant, de même que le travail réalisé par le service marketing qui permet d’amener des leads aux commerciaux ».

Les atouts de BTF ? « La culture d’entreprise et la jeunesse de l’équipe, c’est très dynamisant ! » Ce qui le surprend ? « Je suis souvent bluffé par les idées de Laurent, cela me rend curieux, de même que la forte cooptation des clients entre eux : cela fait près de 15 ans que l’entreprise existe et tous les ans, BTF est en progression... »

can be, and yet she derives immense satisfaction from her work. "I set myself my own goals, in terms of monthly volumes to reach". She is focused, and working the phone, she must absolutely believe in her product to be able to sell it: "I am aided by the fact that the card is free, by the "no strings attached policy", and by the quality of the service surrounding the offering: the dedicated team that includes Julie, Christelle, and Dominique. CEOs are happy to have a single contact person, it inspires trust and convinces them to choose us".

Thierry Sagot is the latest recruit in BTF's sales department. He is, however, no newcomer to the job: entrepreneur and business creator in the field of aluminium frames, he is knowledgeable about the challenges

of developing a business in a highly competitive area.

It is the challenge he rose to by joining Laurent "...because I love winning over a client. It is a challenge of every moment, one has to be convincing, and we have only a very limited amount of time to hook a prospective customer: CEOs are often extremely busy and have very little time on their hands.

For his prospection work he examines legal notices, professional directories, and professional social networks such as LinkedIn: "this is particularly interesting, as is the work carried out by our marketing department, providing leads to our sales representatives".

What are BTF's assets? "The corporate culture and the team's youth, it's all very energising!" What surprises him? "I am often astounded by Laurent's ideas, they make me curious, as does the level of co-option among our clients: BTF has been in existence for 15 years, and every year, the company keeps on growing..."

Le lexique de BTF, de A à Z

BTF, ce sont des chiffres, bien sûr... Au-delà des pourcentages et des litres de carburant, voici BTF dans le texte.

BTF, it is all in the figures, of course... But beyond percentages and litres of fuel, here is BTF in words.

A comme Alpes-Maritimes

Laurent n'a jamais envisagé un seul instant d'installer ses activités ailleurs que dans son département de cœur.

Laurent could never imagine moving his activity out of his beloved department.

B comme BTF

Pour... Baissez Toutes vos Factures ou un clin d'œil à « Bernard Tapie Finance » (!), le thème du mémoire de fin d'études de Laurent sur l'ex-holding du sulfureux tycoon français...

For... Baissez Toutes vos Factures (Reduce all your bills), or a nod to "Bernard Tapie Finance" (!), the subject of Laurent's graduation dissertation on the former holding company owned by the (in)famous French tycoon...

C comme Cipières

Tout part de là... Du petit village perché, siège historique du groupe. « Nous n'avions pas de boîte aux lettres. Le facteur déposait le courrier sur les escaliers en pierre qui mènent à la maison de village... Comme du temps de mon grand-père » !

That is where it all started... the small high-perched village, the group's historical headquarters. "We didn't even have a letterbox. The mailman left the mail on the stone staircase that led to the village's house... As in my grandfather's day!"

D comme Développement durable

Si l'activité phare de BTF, la carte carburant, n'est pas très « green », il y a BTF Neutral, la compensation carbone gratuite pour ses clients. BTF réfléchit à d'autres solutions, notamment avec sa nouvelle branche BTF Agri.

Although BTF's key activity is fuel, which can hardly be described

as "green", there is also BTF Neutral, a free carbon compensation scheme offered to the company's clients. BTF is thinking about other solutions, in particular with its new subsidiary, BTF Agri.

H comme Humain

A l'heure de la digitalisation et de la distanciation, le dénominateur commun reste l'humain. Laurent embauche avant tout des personnes qui partagent ses valeurs. Et en qui il peut avoir confiance.

At a time when things are getting increasingly remote and digital, the common denominator remains the human dimension. Laurent hires people who share his values... and in whom he can trust.

P comme Purexpert

La marque axée sur la cryothérapie, la santé naturelle, le bien-être et la récupération sportive, lancée par Laurent en 2019.

The brand launched by Laurent in 2019 is all about cryotherapy, natural health, wellbeing, and athlete recovery.

S comme sport

Trail, vélo, football... Esprit compétitif, solidarité, efforts et victoires collectives : l'esprit BTF !

Trail running, cycling, football... Competition, comradeship, solidarity, efforts, and collective victories: that is the BTF spirit!

Z comme « zéro engagement »

Tout l'attrait des solutions BTF qui oblige le groupe de Laurent à s'engager à 100 % pour satisfaire ses clients !

And that is the huge appeal of BTF solutions, forcing Laurent's group to give their very best to satisfy their clients!

Groupe BTF

SOLUTIONS EFFICIENTES

www.groupebtf.fr



www.carte-carburant-btf.fr



www.reducpro.com



www.reducbox.com



www.purexpert.fr



RSE : S'INVESTIR

Elle sera plus durable, plus éthique, plus solidaire, plus performante : l'entreprise de 2021 se donne de beaux objectifs !

Pour y parvenir, la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises/Organisations) lui apporte des clefs !

SOMMAIRE

Découvrez l'engagement de nos partenaires



30 DSI Méditerranée

Eiffage Global Services (EGS) :
aller plus loin dans l'inclusion avec DSI
EGS: greater inclusion with DSI

Crédit Agricole Provence Côte d'Azur
Recrutement : 200 % humain !
Recruitment: 200% human!



CAISSE D'ÉPARGNE
COTE D'AZUR

34 Caisse d'Épargne Côte d'Azur

Dans l'action en faveur du territoire
Active on behalf of the territory



36 ARAPL2CA

RSE : en interne et auprès des adhérents
CSR: both internally and for its members



38 HAPEAZ

RSE : Bonnes pratiques en interne
Proper practices, internally

40 GSF

Créateur de valeur durable
Creator of lasting value



42 Linguapolis

Formation : un levier RSE incontournable !
Training courses: an essential CSR tool!



44 Kyanite Conseil

Pour réinventer l'entreprise performante
Reinventing the high-performance company



Orient'action®

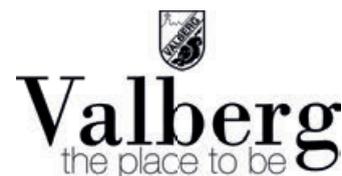
46 Orient'Action

Evolution professionnelle : vous avez les moyens de changer !
Your career: the opportunity for change is in your hands!



48 SII

Pionnière, visionnaire, innovante
Pioneer, visionary, innovator



50 Valberg

La station 4 saisons qui mise sur la RSO
Valberg, the four seasons resort that is banking on OSR



53 CQS

Au service de vos projets de
Développement Durable et de RSE
At the service of your Sustainable Development and CSR projects



La Prise de Confiance

53 STME

remporte le trophée RSE 2020 de la PME
STME wins the CSR 2020 trophy for SMEs

EGS : ALLER PLUS LOIN *dans l'inclusion avec DSI*

Jean-Philippe Faure dirige Eiffage Global Services (EGS), l'entité chargée d'organiser les fonctions support d'Eiffage, l'un des leaders européens du BTP et des concessions. A l'origine d'un Centre de Services Partagés (CSP) qui mutualise la digitalisation des systèmes d'informations RH, comptabilité et paie de tout le groupe en France (48 000 salariés), EGS a également inscrit sur la feuille de route de sa transformation digitale sa volonté impérieuse de travailler principalement avec des fournisseurs français. Voici comment, dans cette organisation, DSI apporte sa pierre à l'édifice.

DSI nous a aidés à mettre en place des process de traitement des notes de frais (préparation, numérisation, mise en place d'une GED dédiée entre DSI et EGS), qui font toute la différence, notamment avec des contrôles de conformité.

Jean-Philippe Faure dirige
Eiffage Global Services (EGS)

Tout commence avec un fournisseur d'EGS qui ne lui donne pas entière satisfaction. Et pour sa prestation -le traitement de ses 6 000 notes de frais mensuelles à l'échelle nationale, EGS fait donc désormais appel aux équipes de DSI : « Leur équipe est très performante, ils sont montés dans la chaîne de valeur. Concrètement, l'entreprise nous a aidés à mettre en place des process de traitement des notes de frais (préparation, numérisation, mise en place d'une GED dédiée entre DSI et EGS), qui font toute la différence, notamment avec des contrôles de conformité ». Ces opérations gagnent désormais en valeur ajoutée.

Doper la dimension humaine de sa RSE

Signe de cette satisfaction : « Nous voulons encore renforcer notre collaboration avec DSI en allant plus loin et en intégrant près d'une vingtaine de leurs collaborateurs chez nous d'ici cet été, dans nos services de production paie et en comptabilité », confirme Jean-Philippe Faure. Ultime ambition avec l'entreprise adaptée, sur la Côte d'Azur : « Enfin, nous réfléchissons à ce que DSI Méditerranée intègre d'autres activités d'EGS, en élargissant son domaine de compétences » précise le patron d'Eiffage Global Services.

EGS: greater inclusion with DSI

Jean-Philippe Faure heads Eiffage Global Services (EGS), the entity in charge of organising back-office operations for Eiffage, one of Europe's leaders in the construction industry and dealerships.

Initially a Shared Services Centre tasked with pooling the information systems for the HR, accounting, and payroll services of the group's French operations (48'000 employees), EGS has now extended its roadmap for digital transformation to include its goal of working primarily with French suppliers. This is how, in this organisation, DSI is contributing.



It all started with an altogether unsatisfactory EGS supplier. Now, for the service the supplier was providing, i.e. the processing of 6'000 expense accounts every month nationally, EGS is relying on DSI teams: "Their team is highly efficient, and they are becoming more and more relevant in the value chain. In fact, the company has helped us implement methods to process our expense accounts (preparing, digitalising, implementing a dedicated DMS for DSI and EGS) that make a huge difference, especially in terms of compliance controls". These operations now represent significant added value.

Boosting the human dimension of its CSR

To evidence this level of satisfaction: "We want to reinforce our collaboration with DSI, by going further and integrating about 20 of their employees into our teams by the summer, in our payroll management and accounting departments", Jean-Philippe Faure confirms. What is the ultimate ambition for this French Riviera-based adapted company? "Finally, we are thinking of a way for DSI Méditerranée to incorporate other EGS activities, by broadening its area of expertise" the boss of Eiffage Global Services explains.

DSI MÉDITERRANÉE



www.eiffage.com



6 000

Notes de frais traitées chaque mois par DSI pour le groupe Eiffage



10

Emplois pérennes de personnes en situation de handicap créés



530

Le nombre de collaborateurs d'Eiffage Global Services en France



650

Entreprises distinctes composent le groupe Eiffage en France, n°3 français du secteur

Persuadé de la nécessité d'uniformiser ses systèmes de production en back office pour gagner en productivité et en qualité, EGS mise sur une collaboration à long terme avec l'ensemble de ses fournisseurs, désormais rompus à son organisation et à ses process. L'objectif sous-jacent ? « Plus largement, nous visons à très largement dépasser les 6 % réglementaires d'inclusion de personnes en situation de handicap dans nos effectifs » souligne Jean-Philippe Faure. Ou comment doper sa politique RSE dans sa dimension la plus noble : celle liée aux enjeux humains.

Nous voulons encore renforcer notre collaboration avec DSI en allant plus loin et en intégrant près d'une vingtaine de leurs collaborateurs chez nous d'ici cet été

Convinced of the necessity of pooling its back-office operations for increased productivity and quality, EGS is banking on a long-term collaboration with all its suppliers, who are now familiar with its organisation and processes. What is the underlying objective? "More broadly, we want to largely exceed the required 6% of disabled employees in our workforce" Jean-Philippe Faure adds. It is all about boosting the CSR policy in its most noble dimension: the human aspect.

Frédéric Billeri :

« Un dialogue quotidien dans une démarche d'amélioration continue »

Frédéric, chez DSI, comment avez-vous co-construit votre solution de traitement des notes de frais d'EGS ?

Nous avons répondu bien au-delà du cahier des charges initial en proposant, en plus de la dématérialisation des notes de frais, une solution technique qui simplifie et généralise le contrôle des éléments comptables. Le dialogue demeure quotidien dans une démarche d'amélioration continue.

Comment aller encore plus loin avec des partenaires comme EGS dans l'interactivité digitale ? Quelles entreprises sont susceptibles d'être intéressées par vos compétences sur cette ligne de services ?

Nous proposons d'analyser et traiter toutes les activités de « back office » qui bien que n'étant pas au cœur du métier de nos clients/prospects, sont indispensables à leur production. Avec DSI, le partenaire peut accélérer sa politique RSE, remplir ses obligations d'emploi de personnes en situation de handicap (entreprises de plus de 20 salariés) tout en déléguant à un professionnel fiable une activité, un service, une innovation...



Frédéric Billeri
Responsable Business
Process Outsourcing

Définissez vos besoins avec DSI

DSI peut-elle vous aider dans votre transformation digitale et dans la mise en place de vos process d'organisation de production ? Vous avez besoin de ressources humaines dans vos fonctions supports, le back office de votre activité ? Faites auditer vos besoins en interactivité digitale auprès de DSI Méditerranée et contactez l'équipe dirigée par Nicolas Guérin au 06 79 48 56 78.

Frédéric, at DSI, how did you co-develop your expense account processing solution for EGS?

We went far beyond the initial requirements by offering, in addition to the remote processing of the expense account, a technical solution that simplifies and broadens oversight of different accounting items. We engage in dialogue every day, as part of our approach based on continuous improvement.

Can you go even further in terms of digital interactivity with partners like EGS? What sort of company is likely to show an interest in your expertise in this area?

We propose to analyse and process all "back office" operations. These, albeit

not central to the core businesses of our clients and prospective clients, are indispensable to their success. With DSI, a partner can boost their CSR policy, meet their requirements in terms of hiring disabled workers (companies with more than 20 employees), while delegating an activity, a service, or an innovation to a reliable professional...

Define your needs with DSI

Can DSI help you with your digital transformation and the implementation of your production organisation processes? Do you need human resources to manage the back-office operations supporting your activity? Have your digital interactivity needs audited by DSI Méditerranée, and contact the team working under Nicolas Guérin at 06 79 48 56 78.



DSI MÉDITERRANÉE

80 Route des Lucioles, Les
Espaces de Sophia - bâtiment K
06560 Valbonne Sophia Antipolis
05 62 74 10 00 - dsi-ap.com

RECRUTEMENT :

200 % humain !

En réalisant en moyenne 150 embauches annuelles, la caisse régionale Crédit Agricole Provence Côte d'Azur (2600 collaborateurs) travaille à une politique de recrutement qui fait de la banque un employeur responsable, avec des engagements qui portent notamment sur l'inclusion des personnes en situation de handicap. Sur ce volet, un nouveau contrat lie l'entreprise adaptée DSI Méditerranée avec Crédit Agricole Provence Côte d'Azur, qui souhaite intégrer de nouveaux talents en CDI en 2021.

Recruitment: 200% human!

With an average of 150 new recruits every year, the regional branch of Crédit Agricole Provence Côte d'Azur (2'600 employees) is working on a hiring policy that ensures the bank is a responsible employer, with commitments made in terms of including disabled workers. For this purpose, a new contract binds DSI Méditerranée, an adapted company, to Crédit Agricole Provence Côte d'Azur, who wishes to recruit new talent under open-ended contracts in 2021.

Pascal Crescent, Directeur des ressources Humaines et de la Transformation pour le Crédit Agricole Provence Côte d'Azur, et Géraldine Moreau, relais RH en région pour DSI, évoquent ce travail commun au service de l'inclusion.

Présentez-nous le Crédit Agricole Provence Côte d'Azur :

Pascal Crescent : Depuis plusieurs années, nous avons un principe : si nous créons de la valeur, nous devons créer de l'emploi. Le maillage de notre territoire (3 départements d'implantation) est à cette image : de Manosque à Menton en passant par Draguignan, on compte plus de 200 agences. Même si nous avons les meilleurs standards sur le digital, j'ai coutume de transformer notre slogan : plutôt que « 100 % digital et 100 % humain », je considère que nous sommes « 100 % digital et... 200 % humain » ! Notre capital humain est très important, il est un élément de différenciation fort.

Votre politique d'employeur responsable est un marqueur fort de votre démarche RSE, quelles sont les initiatives du Crédit Agricole Provence Côte d'Azur en matière d'employabilité responsable ?

PC : En premier lieu, nous veillons à maintenir un équilibre entre la satisfaction du client et celle de nos collaborateurs. Ainsi, l'intégration au Crédit Agricole Provence Côte d'Azur comprend une période d'apprentissage de 4 mois et demi, puis nous créons des parcours d'expression et d'écoute en donnant la parole à nos équipes. Ils peuvent interagir en donnant leur avis et en émettant des observations sur l'activité, l'organisation du travail, l'efficacité des outils de la banque... Cette « verticalité inversée » donne de bons résultats sur la satisfaction de chacun et sur l'amélioration de la performance de l'entreprise.



Pascal Crescent, Head of Human Resources and Transformation for Crédit Agricole Provence Côte d'Azur, and Géraldine Moreau, regional HR contact person for DSI, talk about their collaboration at the service of inclusion.

Tell us about Crédit Agricole Provence Côte d'Azur:

Pascal Crescent: For several years, we have been guided by one principle: if we create value, we must create jobs. Our presence throughout our territory (three departments) reflects this very principle: from Manosque to Menton or Draguignan, we have more than 200 agencies.

We have adopted the best possible standards on the digital side, but I am in the habit of rephrasing our slogan: instead of "100% digital and 100% human", I consider that we are "100% digital and... 200% human"! Our human capital is crucial, it is what helps us stand out!

Notre capital humain est très important, il est un élément de différenciation fort

Pascal Crescent, Directeur des ressources Humaines et de la Transformation pour le Crédit Agricole Provence Côte d'Azur

Par ailleurs, nous intégrons chaque année 100 étudiants en alternance dans nos équipes. C'est pour nous un engagement sociétal majeur de participer en tant qu'acteur important du territoire à la formation et à l'intégration de nos jeunes, futurs talents de l'entreprise.

Plusieurs projets sont également mis en œuvre au service des femmes et des hommes de notre entreprise autour de la Mixité, de la construction des trajectoires professionnelles, de l'organisation du travail.

Your responsible employer policy strongly reflects your CSR approach, so what initiatives has Crédit Agricole Provence Côte d'Azur implemented in terms of responsible employability?

PC: First, we are careful to maintain a balance between customer satisfaction and our staff's satisfaction. So, a career with Crédit Agricole Provence Côte d'Azur starts with a four-and-a-half-month learning period, after which we create communication channels so that we can remain attentive to what our teams have to say. They can interact, provide an opinion, make observations on our work, the way it is organised, the efficiency of the bank's tools... This "inverted verticality" yields good results in terms of everyone's satisfaction and improving corporate performance.

DSI MÉDITERRANÉE



www.credit-agricole.fr/ca-pca/



150

embauches annuelles pour le Crédit Agricole Provence Côte d'Azur



100

étudiants en alternance chaque année



11

profils de chez DSI en contrat tremplin au Crédit Agricole Provence Côte d'Azur

Pour stimuler l'employabilité des personnes en situation de handicap, vous faites notamment appel à l'entreprise adaptée DSI Méditerranée. En quoi ce partenariat est-il vertueux pour le Crédit Agricole Provence Côte d'Azur ?

PC : Dans notre politique de recherche de talents, nous nous posons la question de savoir comment gommer les écarts entre candidats à l'entrée au sein du Crédit Agricole Provence Côte d'Azur. Avec DSI Méditerranée, après avoir mis en place des missions d'accueil en agence mais aussi de la maintenance multitechnique et du back-office sur nos sièges et nos agences, pour lesquelles nous étions très satisfaits, notre recherche de talents s'est concentrée depuis 2019 sur l'intégration de conseillers commerciaux au sein de nos agences.

Quelles étaient les attentes en matière de recrutement et chez DSI, comment avez-vous répondu aux demandes de Crédit Agricole Provence Côte d'Azur ?

Géraldine Moreau : Notre partenaire, le Crédit Agricole a souhaité s'encrenner dans une démarche RSE forte, notamment sur la sphère handicap.

Depuis 2019, nous accompagnons notre client dans cette démarche via le contrat Tremplin.

Cœur de notre métier, la thématique du handicap en milieu professionnel est un pilier dans la performance des entreprises. Notre regard se base sur une approche équitable, durable et viable pour tous les acteurs.

A partir de leurs besoins en recrutement de conseillers commerciaux, nous détectons des compétences pour recruter la bonne personne.

Puis, durant 12 mois, nous intégrons et accompagnons nos collaborateurs afin de les emmener vers l'emploi durable au sein des agences bancaires.

En 2021, combien de collaborateurs de DSI Méditerranée sont dans le programme CDD Tremplin pour Crédit Agricole Provence Côte d'Azur et combien ont accédé à un CDI avec le Crédit Agricole à l'issue de ce programme ?

GM : Depuis 2019, nous avons su accompagner une vingtaine de collaborateurs en situation de handicap. A ce jour, 4 salariés ont déjà signé un CDI et 11 autres sont en cours de contrat Tremplin. Par ce partenariat ambitieux et innovant, DSI prouve que le handicap n'est pas une fatalité mais peut être un formidable tremplin vers l'emploi !

Furthermore, we also integrate one hundred students in our teams for work-linked training programmes. For us, as an important stakeholder of the territory, our contribution to the education and inclusion of our youth, the future talents of the company, is a major social commitment.

Several projects have also been implemented for the men and women of our company around diversity, career development, and work organisation.

To boost the employability of disabled workers, you are relying on the adapted company DSI Méditerranée. What is the virtue of this partnership for Crédit Agricole Provence Côte d'Azur?

PC: In our recruitment policy, we ask ourselves how we can erase gaps between candidates starting at Crédit Agricole Provence Côte d'Azur. With DSI Méditerranée, having conducted agency introduction missions, and implemented multi-technical maintenance and back-office operations in our headquarters and agencies, with which we were highly satisfied, our search for talent has been focusing, since 2019, on integrating business consultants in our agencies.

What were expectations in terms of recruitment and how have you been meeting the needs of Crédit Agricole Provence Côte d'Azur at DSI?

Géraldine Moreau: Our partner, Crédit Agricole, wanted to adopt a strong CSR policy, in particular relating to disabilities.

Since 2019, we have been helping our client achieve their goals with the Tremplin (springboard) contract. At the heart of our business line, the issue of disabilities in the professional world is a pillar of corporate performance. Our vision is based on a fair, sustainable, and viable approach for all those involved.

Based on the recruitment needs of our business consultants, we determine what skills are needed and recruit the right candidate.

Then, for twelve months, we integrate our employees and help them navigate towards a lasting job at one of the bank agencies.

In 2021, how many DSI Méditerranée employees are included in the Tremplin fixed-term contract programme for Crédit Agricole Provence Côte d'Azur and how many of them have signed an open-ended contract with Crédit Agricole after the programme?

GM: Since 2019, we have accompanied some 20 disabled workers. To date, four of them have already signed an open-ended contract, and another 11 are still working under a Tremplin contract. For this ambitious and innovating partnership, DSI proves that disability is not necessarily a fatality, it can also be a great springboard to employment!



Géraldine Moreau,
Relais RH en région et
Responsable CDD Tremplin



DSI MÉDITERRANÉE

80 Route des Lucioles, Les
Espaces de Sophia - bâtiment K
06560 Valbonne Sophia Antipolis
06 79 48 56 78 - dsi-ap.com

DANS L'ACTION

en faveur du territoire

Pour la Caisse d'Épargne Côte d'Azur, la RSE se conjugue dans de nombreuses actions, en direction de ses clients comme de ses salariés et essentiellement en faveur du territoire azuréen. Catherine Blancal, Secrétaire générale de la CECAZ, nous explique le fonctionnement de la banque et son implication locale.

Active on behalf of the territory

For Caisse d'Épargne Côte d'Azur, CSR translates into a plethora of actions undertaken for the benefit of its clients and of its employees, and more broadly for the benefit of the French Riviera. Catherine Blancal, Secretary General of CECAZ, tells us how the bank operates and shows us the extent of its local involvement.

La gouvernance est un élément essentiel de la RSE. En tant que Banque coopérative régionale, quelles sont vos spécificités ?

Nous sommes une banque coopérative depuis 1999, ce qui signifie que notre capital, constitué de parts sociales, est détenu par nos clients sociétaires et par nos salariés. Il n'est donc pas soumis à un cours de bourse.

Notre mode de gouvernance est bicéphale et se compose d'un directoire et d'un Conseil d'Orientation et de Surveillance, renouvelé tous les 6 ans. Celui-ci, en cours de renouvellement, sera nommé en avril 2021 : il compte des hommes et femmes à parité, qui représentent, les clients sociétaires, les salariés ainsi que les collectivités territoriales.

« Vous être utile », votre slogan, prend tout son sens dans le contexte actuel. Comment cela se traduit-il sur le terrain ?

Les Caisses d'Épargne sont des banques fortement ancrées sur leurs territoires. Leur vocation consiste à orienter l'épargne, placée par les clients sur leurs livrets et comptes bancaires, vers le financement de projets locaux : construction d'équipements publics, création et développement d'entreprises, associations... Les décisions d'investissement des Caisses d'Épargne sont prises au niveau local et concernent essentiellement le territoire azuréen. Nous sommes en quelque sorte dans un « circuit court » opérationnel.

En période de crise, nous pouvons très rapidement répondre aux besoins de financement de nos clients, comme nous l'avons fait avec la mise en place des PGE (Prêts Garantis d'Etat) pour un montant de 500 M€. Notre action est aussi solidaire avec des aides exceptionnelles, à l'image de ce que nous avons fait pour les sinistrés de la tempête Alex avec un don de 50.000 € au Secours Populaire, ou en faisant très rapidement un don de mobilier auprès des services publics sinistrés.



Catherine Blancal, Secrétaire générale de la CECAZ

► Pour la 3^{ème} année consécutive, nous lançons un appel à projets avec une dotation de 30 K€ à la clef, qui sera répartie entre un ou plusieurs candidats selon la qualité des projets retenus. La date limite de dépôt des candidatures est le 30 avril. Le thème retenu pour cette année : **« Quelles solutions pour réduire l'empreinte carbone ? »**.

Governance is essential to CSR. As a cooperative regional bank, what are your specificities?

We have been a cooperative bank since 1999, which means that our capital, made up of shares, belongs to our shareholder clients and employees. It is therefore not subject to stock exchange variations.

Our governance mode is two-headed, including a Management Board and a Steering and Oversight Board, which are renewed every six years. The latter is coming up for renewal, and a new board will be appointed in April 2021: it includes the same number of men and women, representing shareholder clients, employees, and territorial communities.

Your slogan, "You are useful", makes a lot of sense in the current context. How does it translate in the field?

Caisse d'Épargne establishments are banks that are firmly rooted in their respective territories. Their mission is to steer savings, which are placed by our clients on their bank accounts, towards the funding of local projects: the construction of public facilities, company creation and development, associations... The investment decisions of Caisse d'Épargne establishments are made locally, and for us concern essentially the French Riviera. We are, in a way, in an operational "short circuit".

In a crisis, we are able to rapidly meet the financing needs of our clients, as we did with the implementation of state-backed loans in the amount of 500 M€. Our action is also driven by solidarity, with exceptional relief packages, much like what we did for the victims of storm Alex, with a 50'000 € donation to the Secours Populaire, or by rapidly giving away furniture to public services that were affected in the wake of the storm.

As a proximity stakeholder, you are at the heart of the territory's transformations, in particular the Ecological and Energy Transition. What actions are you implementing?

We very much want to reduce our carbon footprint. We are working on our greenhouse gas emissions

CAISSE D'ÉPARGNE COTE D'AZUR

**ACTEUR DU TERRITOIRE**

La CECAZ oriente l'épargne en faveur du financement de projets locaux

**SOLIDAIRE & MECENE**

Des aides exceptionnelles en faveur des sinistrés et du mécénat avec « Finance et Pédagogie »

**RECOMPENSE LES SOLUTIONS**

Lancement de l'appel à projets « Quelles solutions pour réduire l'empreinte carbone ? »

**TRI & RECYCLAGE**

La CECAZ recycle les chèquiers et depuis peu les cartes bancaires

En tant qu'acteur de proximité, vous êtes au cœur des transformations du territoire, et notamment la Transition Ecologique et Energétique. Quelles actions mettez-vous en place ?

Nous avons à cœur de réduire notre empreinte carbone. Nous pilotons les émissions de gaz à effet de serre afin de réduire leur impact. Encouragés par les effets de la crise sanitaire, nous réduisons nos déplacements et développons les RDV à distance. En parallèle, nous aidons financièrement nos salariés à utiliser des modes de déplacements doux (transports en commun, vélos à assistance électrique, covoiturage). Au sein même de la banque, des actions sont réalisées quotidiennement afin de limiter les déchets générés par notre activité directe (tri sélectif par exemple), recyclage des chèquiers et plus récemment des cartes bancaires, que nous pouvons désormais assurer à quasi 100 % (il suffit de nous les restituer en agence ou en boîte aux lettres).

Les Caisses d'Épargne ont été créées par des philanthropes, afin de lutter contre la pauvreté. Que représente le mécénat en CECAZ ?

Nous poursuivons notre engagement dans la vie locale, qui est volontaire et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie globale RSE. Pour la 3^{ème} année consécutive, nous lançons un appel à projets avec une dotation de 30 K€ à la clef, qui sera répartie entre un ou plusieurs candidats selon la qualité des projets retenus. La date limite de dépôt des candidatures est le 30 avril. Le thème retenu pour cette année : « Quelles solutions pour réduire l'empreinte carbone ? ». Il s'adresse à la fois aux associations et aux entreprises de l'ESS (Economie Sociale et Solidaire). Le mécénat conduit par la CECAZ se traduit aussi par des actions comme celle portée par l'association « Finance et pédagogie », qui propose des sessions d'apprentissage de gestion de budget pour tous, public scolaire comme défavorisé ou en rupture avec la société et par le soutien des projets des associations locales lors de nos commissions philanthropiques bi-annuelles. Nous assurons également des financements de microcrédits pour des particuliers comme des professionnels qui souhaitent créer leur activité. ■



to reduce their impact. Encouraged by some consequences of the health crisis, we are reducing our travels and are busy developing remote appointments. In parallel, we are providing financial help to employees who want to use soft mobility (public transport, electric bicycles, carpooling). Even within the bank, actions are implemented on the daily to limit the waste we generate directly through our activity (waste recycling for instance). We are now able to ensure that 100% of our cheque-books, and more recently our bank cards, are recycled (simply return these to your agency or drop them in our letterbox).

Caisse d'Épargne establishments were created by philanthropists who wanted to combat poverty. What do sponsorships represent at CECAZ?

We will continue to be committed to our local economy. We are happy to do it, it is an integral part of our global CSR strategy. For the 3rd year running, we are calling for projects, with a budget of 30 K€ to be distributed among one or several candidates, depending on the quality of selected projects. The deadline to submit a project is the 30th of April. This year's theme is: "What solutions are there to reduce our carbon footprint?". It is intended both for associations and companies of the Social and Solidary Economy. CECAZ sponsorship also translates into specific actions, such as that undertaken by the "Finance and Education"

Nous avons à cœur de réduire notre empreinte carbone. Nous pilotons les émissions de gaz à effet de serre afin de réduire leur impact.

association that offers budget management courses to all (schools, the underprivileged, or people living in the margins), and into support to local associations during our semestrial philanthropic commissions. We also provide financing through microloans to individual clients and to professionals who want to start their own business. ■



CAISSE D'ÉPARGNE
COTE D'AZUR

Siège : 455 Promenade des Anglais 06205 Nice Cedex 3
Centre d'affaires de Sophia Antipolis
04 97 23 13 50
www.caisse-epargne.fr/cote-d-azur/

RSE : EN INTERNE ET *auprès des adhérents*

Depuis plus de 40 ans, l'organisme de gestion agréé permet aux professionnels libéraux (et depuis 2018 aux commerçants et artisans) un accompagnement sans équivalent dans la gestion et le développement de leur entreprise, assorti d'un programme de formation des plus variés.

La RSE y a toute sa place, particulièrement auprès des collaborateurs, mais elle s'inscrit aussi dans une démarche réfléchie liée au développement durable et rejillit plus généralement sur tout ce qui est proposé aux membres de l'ARAPL2CA.

CSR: both internally and for its members

For more than 40 years, the certified management body has been providing liberal professionals (and since 2018, business owners and craftspeople too) unparalleled support in the management and development of their company, complete with a broad training programme.

CSR lies at the heart of this, particularly for the association's employees, but it is also part of a carefully thought-out approach driven by sustainable development that tends to be reflected in the services offered to ARAPL2CA members.

A l'ARAPL2CA, la RSE a pris tout son sens dans l'accompagnement de l'équipe dédiée aux adhérents. Pour continuer de les suivre et proposer une offre de service en accord avec les besoins des membres de l'ARAPL2CA, une forte mobilisation se poursuit, depuis déjà plus d'un an et le début de la pandémie. Cet accompagnement passe par la mise en place d'outils désormais pérennisés pour maintenir le contact. L'une des premières « portes » d'entrée vers votre ARAPL est le téléphone.



La RSE, à l'ARAPL2CA, passe aussi en interne par le suivi d'une politique de développement durable axée sur la course à la réduction des déchets et la lutte contre le gaspillage énergétiques.

H-Michel Dau
Directeur Général de l'ARAPL2CA

Pour faciliter la mise en place du télétravail plusieurs fois par semaine pour chaque collaborateur, des transferts d'appel vers les mobiles ont été mis en place. Pour satisfaire les demandes des adhérents, il a également fallu organiser une permanence de courriel chaque week-end. Une veille qui permet de garder ce lien indispensable avec les services de l'ARAPL.

La politique RSE de l'ARAPL2CA passe aussi par le mieux-être de ses collaborateurs.

Ainsi, une connexion sécurisée à un serveur dédié leur permet de retrouver de manière dématérialisée l'ensemble des outils bureautiques et

digitaux à la maison et leur offre ainsi des conditions de travail optimales pour un maintien du service qui n'impacte pas l'adhérent.

Formations : le « phygital » se démocratise

A mi-chemin entre le physique et le digital, le « phygital » ce nouveau mot-valise résume bien la tendance actuelle : pouvoir assister et participer à une formation depuis son domicile, en visioconférence, comme de la suivre sur place, dans les locaux de l'ARAPL2CA pour ceux qui le souhaitent, sous réserve d'un nombre restreint de participants.

At ARAPL2CA, CSR is a crucial component of the support afforded to the team working at the service of members. Hoping to continue providing this level of support and services tailored to meet the needs of ARAPL2CA members, a strong campaign has been set in motion over the past year, since the beginning of the pandemic. This approach relies on the implementation of sustainable tools designed to let us stay in touch. One of the first "gateways" to your ARAPL is your phone.

To make life easier for all our employees, who are now working from home several days a week, calls are forwarded

to their mobile phones. To satisfy the requests of the association's members, a team has been set up to respond to emails received during the weekend. This presence allows you to maintain an essential contact with ARAPL services. ARAPL2CA's CSR policy is also founded on the notion of improving the wellbeing of its employees.

Therefore, a secure connection to a dedicated server allows them to access all their office and digital tools remotely from home and affords them the best possible working conditions so that they can maintain their level of service without any impact for members.

ARAPL2CA

**CONDITIONS DE TRAVAIL ADAPTÉES**

- ▶ **3 500** personnes formées, dont plus de **2 000** en visioconférence



Pour aller plus loin et maintenir de la convivialité, l'innovation est au rendez-vous, avec un système de caméras qui suivent l'interlocuteur lorsqu'il s'adresse aux autres participants.

En 2020, souligne H-Michel Dau, Directeur Général, « l'ensemble de ces mesures a fait que nous avons maintenu un chiffre élevé de 3500 personnes formées, dont plus de 2.000 au travers de séances de formations en visioconférence ».

Autre tendance : la multiplication du format webinaire au menu des formations dispensées par l'organisme de gestion agréé.

Enfin, la RSE, à l'ARAPL2CA, passe aussi en interne par le suivi d'une politique de développement durable axée sur la course à la réduction des déchets et la lutte contre le gaspillage énergétiques. « Ainsi, les imprimantes individuelles ont totalement disparu des bureaux, le scan est la règle pour la dématérialisation des documents, la consommation de papier est optimisée, tout comme le recyclage de ce dernier, des encres, et des toners, qui est systématique. ■

Training: "phygital" is the new trend

Between physical and digital, phygital is a new word that was coined to describe a recent trend: following courses from home, by videoconference, or physically attending the lessons, at ARAPL2CA's facilities, for those who so wish. The number of participants attending physically is of course limited.

Taking the concept a little further and for maintained conviviality, innovation is also in the air; with a system of cameras that follow the speaker as they are addressing the other participants.

H-Michel Dau, Director of the association, tells us that in 2020, "the measures we took meant that we could provide training to some 3'500 members, among which more than 2'000 sessions were conducted remotely".

Another trend: the proliferation of the webinar format in the training programmes offered by the certified management body.

Finally, CSR at ARAPL2CA also relies, internally, on a sustainable development policy focusing on the reduction of waste and on fighting against energy wastage. "Thus, individual printers have disappeared from our offices, we scan everything so that documents are accessible remotely, paper consumption is optimised, as is the systematic recycling of ink, paper and toners. ■

ARAPL2CA**▶ La RSE, depuis quand ?**

À l'ARAPL2CA, considérer et prendre en compte la Responsabilité Sociétale des Entreprises, c'est très naturel, et cela se passe depuis toujours : l'accompagnement, l'optimisation du développement de l'activité professionnelle des adhérents est une démarche de tous les instants, qui induit une forte augmentation de la QVT (Qualité de Vie au Travail) pour les travailleurs libéraux, commerçants et artisans qui adhèrent à l'ARAPL2CA.

At ARAPL2CA, considering Corporate Social Responsibility is very natural, and it has always happened: support and optimization of the development of the professional activity of members is an approach which induces a sharp increase in the QVT (Quality of Life at Work) for liberal workers, traders and craftsmen who adhere to ARAPL2CA.



26 000
Membres accompagnés



362
Professions différenciées



20 €
Par mois

ARAPL2CA

L'Arapl de la Côte d'Azur

ACCOMPAGNEMENT
FORMATIONS
SÉCURISATION FISCALE
CONSEILS GÉNÉRALISTES
AIDE À LA GESTION
OPTIMISATION
CLUB AVANTAGES

*Prévention,
liens de proximité,
réseau,
veille constante :
la garantie de
"dormir tranquille" !*

RSE : BONNES PRATIQUES

en interne

Hapeaz, cabinet d'expertise comptable issu de la fusion de plusieurs entités azuréennes, a fait de la proximité avec ses clients un marqueur fort. En interne, cette proximité s'exprime également entre collaborateurs à travers des actions qui favorisent une culture d'entreprise axée sur le partage et les bonnes pratiques de RSE.

Proper practices, internally

Hapeaz, the firm of chartered accountants born from the merger of several entities based in the French Riviera, places high importance on its proximity to its clients. Internally, this proximity-based philosophy exists among employees, through actions that bolster a corporate culture based on sharing and proper CSR practices.



Fabrice Olivari, associé-fondateur

Chez Hapeaz, nos actions visant à favoriser l'environnement se concentrent en priorité sur nos consommables et leur meilleure réutilisation

Au sein des PME, la Responsabilité Sociétale des Entreprises commence et trouve le plus souvent écho dans les bonnes pratiques estampillées développement durable et protection de la planète. Sur ce point, « Chez Hapeaz, nos actions visant à favoriser l'environnement se concentrent en priorité sur nos consommables et leur meilleure réutilisation », note Fabrice Olivari, associé-fondateur. Ainsi, le recyclage du papier consommé par l'ensemble des équipes est assuré par une entreprise spécialisée qui le récupère directement sur place.

La RSE pour une meilleure QVT

Mais la RSE s'exprime aussi dans la QVT (Qualité de Vie au Travail). Ainsi, pour donner du liant, certaines actions culturelles sont proposées au fil des saisons : Hapeaz est par exemple partenaire du club Le Carré du théâtre Anthea. Plus ludiques,

In small- to medium-sized companies, corporate social responsibility begins with adopting proper practices, which are then crowned by sustainable development and environmental protection certifications. On the last point, "At Hapeaz, our efforts aiming at protecting the environment focus on our consumables and how to better recycle them", Fabrice Olivari, founding partner, explains. Besides, a specialised company comes and collects the paper used by the teams for its recycling.

CSR for improved quality of life at work

CSR also translates into quality of life at work. Cultural events proposed throughout the year help bring the teams together: for instance, Hapeaz is a partner of the Le Car ré club of Anthea theatre. Leisure activities are regularly organised, such as last year's sea cruise in a catamaran of the coast of Cannes, which delighted the staff. There is also a wellbeing-oriented programme with meditation sessions offered to anyone who is interested, providing a haven of relaxation at the very heart of the company.

RSE is also about learning ways to consume locally and sustainably, even at work: at Hapeaz, this translates into the possibility of ordering, each week, a basket of locally-farmed fruit and vegetable: more than a third of staff have opted for the programme. Gender equality is also firmly in



la RSE passe par la QVT : au programme chez Hapeaz, sortie en mer, événements culturels, méditation...

HAPEAZ

**ACTIONS SOLIDAIRES**

Soutien pour un voyage humanitaire au Bénin

**EGALITE HOMME-FEMME**

Au cœur des préoccupations d'Hapeaz, avec 2 femmes associées sur 5, et 67 % du management au féminin

d'autres événements sont organisés, comme la sortie en mer à bord d'un catamaran au large de Cannes, qui avait séduit l'an dernier les collaborateurs, tandis qu'orienté well-being, un programme de séances de méditation offrait à tous ceux qui le souhaitaient, une parenthèse de bien-être au cœur même de l'entreprise.

Et comme la RSE, c'est aussi apprendre à consommer durable ou local, même au travail ; chez Hapeaz, cela se traduit par la possibilité de commander chaque semaine votre panier de fruits et légumes issus de l'agriculture locale : une pratique qui séduit déjà plus d'un tiers des employés !

L'égalité homme-femme est également bien ancrée chez Hapeaz. 2 associés sur 5 sont des femmes ainsi que 67% du management.

Tout comme, l'implication dans l'économie locale qui se concrétise, par exemple, à travers notre partenariat au trophée Rotary 2021 de la création d'entreprise.

Cette culture d'entreprise se traduit enfin par des actions solidaires : ainsi, en 2020, pendant la période fiscale, Hapeaz aura permis à l'une de ses employées de mener à bien son projet de voyage humanitaire au Bénin en effectuant auprès de ses équipes une collecte de fournitures et de cadeaux. Ou quand la RSE prend des accents solidaires, en rapprochant les collaborateurs dans leurs convictions personnelles... ■



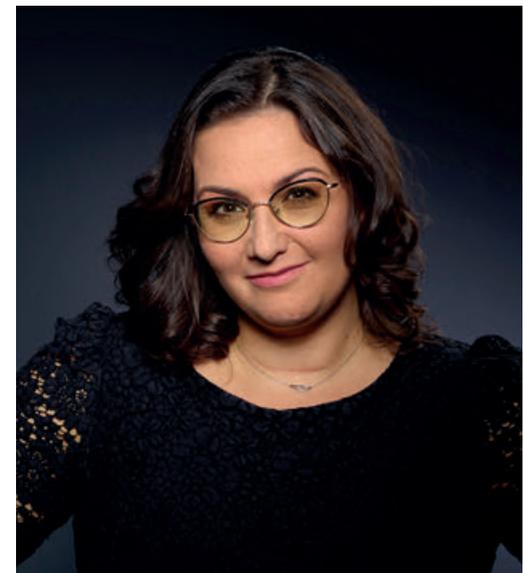
Chaque semaine l'équipe peut commander son panier de fruits et légumes issus de l'agriculture locale

place at Hapeaz. Two of the five partners are women, as are 67% of the managerial staff. The company's involvement in the local economy can be seen in its partnership with the 2021 Rotary Trophy for business creation.

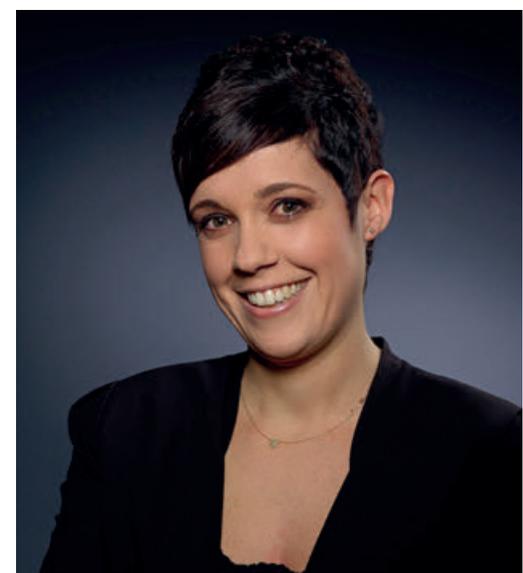
This corporate culture finally translates into solidarity actions: thus, in 2020, during the fiscal period, Hapeaz allowed one of its staff to complete her humanitarian project in the Republic of Benin by collecting supplies and gifts from its teams. This shows how CSR can be made to work at the service of solidarity, by bringing employees together around shared personal values. ■



Céline Verdone, associée en charge de l'activité de Social Expertise



Chrystelle Luccioni, associée



Ludivine Martin, directrice du développement

Siège : Les Taissounières B1 - 1681 route des Dolines
06560 Valbonne Sophia Antipolis
04 93 65 44 87 - www.hapeaz.fr

Social Expertise
Toute la paie
www.socialexpertise.fr

CRÉATEUR

de valeur durable

Responsable et éthique, GSF fait de la Responsabilité Sociétale un marqueur fort, un engagement permanent. Leader de la propreté et des services associés, le groupe mène une politique RSE ambitieuse et l'a encore musclée en 2020, avec à la clef, une création de valeur durable.

Plus que jamais engagé avec le Global Compact des Nations Unies (pacte mondial créé à l'initiative de l'ONU afin de responsabiliser les entreprises), GSF passe un cran au-dessus l'an dernier en rejoignant **Ambition Accelerator**, le programme qui met l'accent sur les enjeux considérés comme étant prioritaires pour l'atteinte des objectifs fixés pour l'Agenda 2030. 2020 a marqué l'entrée dans la décennie d'action pour les **Objectifs de Développement Durable des Nations Unies (ODD)**. S'il est encore possible de faire évoluer le monde et d'atteindre ces ODD d'ici 2030, des actions urgentes, d'envergure et en partenariat sont nécessaires. Ainsi, **changement climatique, inégalités, santé et résilience des économies** sont, selon l'ONU, les **enjeux majeurs** de notre époque. Consciente que les entreprises peuvent aider à les relever, le Global Compact des Nations Unies a développé une série d'ateliers en ligne, le **SDG Ambition Accelerator**. Il permet aux entreprises d'aller au-

delà de ces objectifs et d'accélérer le changement en renforçant la résilience de l'entreprise et en permettant une croissance à long terme.

En parallèle, GSF a bâti sa **matrice de matérialité**, afin d'offrir une vision globale de sa politique RSE. Construire une matrice de matérialité des enjeux RSE est une pratique issue du monde financier qui vise à hiérarchiser les enjeux économiques, financiers, sociétaux et environnementaux au regard de l'ambition de l'entreprise et des attentes de ses principales parties prenantes. Chez GSF, **la transformation digitale, la maîtrise de l'empreinte environnementale, la satisfaction et la fidélisation clients, le service sur mesure, le respect de la réglementation et le management responsable** sont des items prioritaires de cette matrice.

Les clients, co-constructeurs des solutions de demain

Laurent Prulière, Directeur du service R&D pour GSF, rappelle que l'innovation participe aussi à la satisfaction des clients et des collaborateurs et rejoint



Nous souhaitons améliorer la QVT chez nos clients : en tant que spécialistes de l'hygiène des surfaces de travail, nous sommes très à l'écoute de leurs demandes.

Laurent Prulière, Directeur du service R&D, animateur du comité RSE

Creator of lasting value

Responsible and ethical, GSF has turned Social Responsibility into a critical marker of its lasting commitment. A leader in the field of cleaning and associated services, the groups drives an ambitious CSR policy, which it has bolstered in 2020 to deliver even more lasting value.

More than ever committed to the United Nations Global Compact (worldwide pact created at the initiative of the UN to promote corporate accountability), GSF shifted gears last year by joining the **Ambition Accelerator**, a programme that focuses on the challenges considered to be top priorities if we are to reach our sustainable development goals (SDGs) in 2030. 2020 marked the beginning of a decade of action in terms of the **United Nations Sustainable Development Goals**. Urgent and significant actions carried out in partnership are necessary if we are to change the world and reach our SDGs by 2030. Thus, **climate change, inequality, health, and economic resilience** are, according to the UN, the most **important challenges** of our times. The UN Global Compact acknowledges that companies can help us face these challenges, which is why it has developed a series of online workshops, the **SDG Ambition**

Accelerator. It allows companies to exceed their goals and to drive change by boosting the company's resilience and promoting long-term growth.

In parallel, GSF has built its **materiality index**, to offer a global vision of its CSR policy. Building a materiality matrix of CSR challenges is a practice that comes from the world of finance and aims at sorting economic, financial, social, and environmental challenges with respect to the company's ambitions and the expectations of the main stakeholders. At GSF, **digital transformation, controlling the environmental impact, the satisfaction and loyalty of its clients, regulatory compliance, and responsible management** are the top-priority items of this matrix.

Clients are the co-developers of tomorrow's solutions

Laurent Prulière, Head of the R&D department of GSF, reminds us that





RELATIONS FOURNISSEURS DURABLES
GSF détient le label Relations Fournisseurs et Achats Responsables



GLOBAL COMPACT
Engagé pour franchir les ODD (Objectifs de Développement Durable) édictés par les Nations Unies

en cela les engagements RSE du groupe : « Nous souhaitons améliorer la QVT chez nos clients : en tant que spécialistes de l'hygiène des surfaces de travail, nous sommes très à l'écoute de leurs demandes. Ces derniers mois, tout a changé et les attentes ne sont plus les mêmes qu'en 2019. La co-construction de notre offre de services au plus proche de nos clients est donc une notion primordiale de notre action. (...) De même, les outils issus de l'IA, les bâtiments intelligents, nous permettent déjà et de plus en plus, de mesurer la satisfaction, les flux et plus généralement de nombreuses

Former le capital humain

Pour renforcer ce travail, en lien avec les clients comme avec les fournisseurs, une importance toute particulière est apportée au capital humain du groupe. Avec plus de 36.500 collaborateurs dans le monde, chez GSF, la promotion interne est une valeur importante et la montée en compétences de chacun est une composante essentielle de la politique sociale du groupe. Ainsi, la formation n'a jamais cessé, même en période de crise sanitaire. Avec un protocole safe, l'Université GSF, basée à Vallauris, a par exemple continué de délivrer de la formation en s'adaptant



demandes des utilisateurs de ces sites. Cela nous aide à travailler sur l'offre de services. L'ensemble des directions de GSF sont concernées par cette co-construction : la Direction générale, la DSI, la R & D, ainsi que la communication pour modéliser et marketer l'offre ». Des outils de suivi et de contrôle, comme l'application **Optima**, ont par ailleurs été développés, afin d'apporter aux clients des solutions fonctionnelles pour le suivi et le contrôle des services apportés par GSF.

Côté fournisseurs, GSF a obtenu le label **Relations Fournisseurs et Achats responsables**, que seules 50 entreprises françaises peuvent se prévaloir d'arbore. Ce label, décerné par le Ministère de l'Économie et des Finances, récompense les entreprises qui font preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs.

Le e-learning est en vogue avec plus de 50 nouveaux modules notamment sur les nouveaux métiers et services.

aux contraintes. Le **e-learning** est par ailleurs en vogue avec plus de 50 nouveaux modules disponibles, notamment sur les nouveaux métiers et services.

Enfin, signe de sa forte implication, le groupe sophilopolitain a obtenu la labellisation **EcoVadis Platinum**, qui consacre le top 1 % des entreprises évaluées par l'organisme de notation et certification développement durable. ■



985 M€
Chiffre d'affaires en 2019 (dont 65 M€ à l'international)



36 500
Salariés travaillent chez GSF



190 000 h
De formation dispensées en 2019



+46 %
De formations disponibles en e-learning

innovation is also conducive to creating satisfaction, for clients and for employees, which reflects the CSR commitments made by the group: "We want to increase the quality of life at work for our clients: specialising, as we do, in cleaning work areas, we are very attentive to their needs. These last months, a lot has changed, and these needs are not the same as in 2019. A crucial part of our action therefore resides in co-developing, with our customers, our service offering. (...) Furthermore, AI tools, such as smart buildings, are increasingly allowing us to measure satisfaction rates and circulation patterns, and more broadly to understand the needs of the users of these sites. This in turn helps us work on our service offering. All the departments of GSF are involved in this co-development: general management, IT, R&D, and communications, to model and market the offering". Monitoring and control tools, such as the **Optima app**, have been developed to provide clients with practical solutions enabling them to monitor and assess the services offered by GSF.

In terms of our suppliers, GSF has received the **Supplier Relations and Responsible Acquisitions certification**, held by only 50 companies in France. This certification, awarded by the Ministry of Economy and Finance, rewards companies that have forged lasting and fair relations with their suppliers.

Training the human asset

To further strengthen this work conducted with clients and suppliers, a lot of stock

is put in the group's human capital. With more than 36'500 employees throughout the world, for GSF, internal promotions are an important value, and the skills enhancement of every employee is an essential component of the group's social policy. Training programmes were never disrupted, even during the health crisis. With a safe protocol, the GSF university in Vallauris has, for example, continued to provide its training courses and managed to adapt to various constraints. **E-learning** is all the craze, with 50 new modules available, especially on new business lines and services.

Finally, as a sign of its strong commitment, the Sophia Antipolis-based group has received its **EcoVadis Platinum** certification, given to the top 1% of companies rated by the body assessing sustainable development and issuing certificates to the most deserving corporations. ■



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

FORMATION :

un levier RSE incontournable !

Vous êtes un (e) entrepreneur (e) responsable. Et en cela, vous mettez un point d'honneur à ce que vos employés soient régulièrement formés...

Cela tombe bien car la dernière réforme de la formation, entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2019, met l'accent sur la responsabilité sociale de l'employeur (obligation de former) qui doit remplacer l'obligation fiscale (obligation de dépenser) qui prévalait auparavant.

Et chez Linguapolis, que vous soyez entreprise ou stagiaire apprenant, on vous accompagne dans toutes les étapes de votre projet d'apprentissage des langues.

Training courses: an essential CSR tool!

You are a responsible entrepreneur, which is why you make a point of ensuring your employees undergo regular training courses...

This is good news because the latest training reform, which came into force on the 1st of January 2019, focuses on the employer's social responsibility (duty to train), now replacing the tax obligation (duty to spend) that was, until then, the norm. With Linguapolis, regardless of whether you are a company or a budding intern, you are supported throughout every step of your language learning project.

Depuis 2008, Véronique Langer vous forme à l'apprentissage des langues étrangères à Sophia Antipolis et sur toute la Côte d'Azur. Accompagnée de sa dream team de formateurs qui n'enseignent que leur langue maternelle, **Linguapolis** propose d'apprendre au choix l'anglais, le français, l'allemand, l'italien, l'espagnol, le portugais, le russe, l'arabe, le chinois ou le japonais.

La première étape pour juger de la faisabilité d'étudier une langue étrangère consiste à **faire le point sur votre besoin** : « Mon objectif est-il de rester compétitif, de développer de nouveaux marchés à l'international ? Suis-je intéressé par la découverte d'une langue étrangère avant un départ en vacances, une expatriation de quelques mois ? J'arrive à Sophia Antipolis et je parle très peu le français ? » interroge Véronique. Autant de cas qui trouveront une réponse et adaptée chez Linguapolis. Avec un atout non négligeable : « Nous prenons en charge ou accompagnons tout le volet administratif de la formation : c'est l'une de nos expertises », ajoute Véronique Langer.



Since 2008, Véronique Langer has been teaching foreign languages in Sophia Antipolis and along the French Riviera. With a dream team of teachers who dispense their lessons exclusively in their mother tongue, **Linguapolis** offers a wide range of courses, including English, French, German, Italian, Spanish, Chinese, or Japanese.

The first step when assessing the feasibility of studying a foreign language is to determine exactly **what your actual needs are**: "Is my goal to remain on top of my game, to develop new international markets? Am I interested in discovering a foreign language in preparation for a holiday, or because I am about to spend a few months overseas? Have I just arrived at Sophia Antipolis and my French is poor?" Véronique enquires. Whatever the specific need, it will be suitably met at Linguapolis. There is also another significant asset: "We handle the entire administrative aspect of the training course: this is one of our many areas of expertise", Véronique Langer adds.

Financement & démarches administratives : facile !

A ce sujet, depuis 2020, Linguapolis est certifiée Qualiopi, certification obligatoire (1^{er} janvier 2022) pour tous les organismes de formation qui souhaitent **accéder aux fonds publics et mutualisés** (OPCO, Caisse des Dépôts et Consignations pour le CPF, marchés publics...). Cette certification atteste de la qualité des processus appliqués par l'organisme.

Nous prenons en charge ou accompagnons tout le volet administratif de la formation : c'est l'une de nos expertises

Véronique Langer, fondatrice de Linguapolis

Financing and administrative work: it is all made so easy!

On the same subject, since 2020, Linguapolis is Qualiopi-certified, which is mandatory (as of the 1st of January 2022) for all training bodies wishing to **benefit from public and pooled funding** (OPCO, Deposits and Consignments Fund for the CPF, public contracts...). This certification confirms the quality of the processes adopted by the entity.

LINGUAPOLIS

LINGUAPOLIS, C'EST AUSSI...



La visioconférence ou le présentiel, ou un mix des deux

Lessons given remotely by videoconferencing or in person



95,4 % de taux de satisfaction des apprenants

95.4% satisfaction rate among learners



Environ 250 à 300 personnes formées chaque année

Approximately 350 to 400 learners trained every year



Un blog pour se tenir au courant des actualités de la formation et de ses obligations réglementaires

A blog to remain up to speed with the latest news relating to the course and other legal obligations



Un accompagnement et des conseils sur mesure

Customised support and advice



► A SAVOIR, A RAPPELER

- Depuis septembre, une entreprise peut co-financer un CPF : l'employeur peut participer à la formation de ses employés à travers le CPF
- Tous les six ans -c'est légal et obligatoire pour toutes les entreprises- doit avoir lieu un bilan professionnel, pour lequel il faut valider au moins deux de ces points :
 - Le salarié a connu une évolution salariale et/ou professionnelle,
 - Il a suivi une formation
 - Il a acquis une certification ou une qualification supplémentaire ou une validation des acquis de l'expérience (VAE)

Pensez-y : suivre une formation certifiante en langue avec Linguapolis permet de répondre à cette obligation.

Worth noting, worth remembering

- Since September, a company can co-fund a CPF: the company can therefore contribute to the education of its employees,
- Every six years, and this is a legal requirement for all companies, a professional report must be prepared, in which two points must be validated:
 - The employee has undergone some evolution, in terms of their wages or career,
 - The employee has followed a training course,
 - The employee has received further certification or qualifications with a validation of the content learned (VAE).

Remember: taking a language course with Linguapolis ensures that these two points are validated.



Car évidemment, **le financement** est au cœur de la problématique de la formation. Véronique Langer et son équipe se chargent donc d'étudier votre éligibilité aux différents financements de la formation. En ce sens, le CPF n'a aucun secret pour Linguapolis. Cette organisation, très différente du DIF et pilotée par l'apprenant (et non plus par la seule entreprise) permet de débiter une formation en 48 h après avoir décidé de son contenu et validé les informations administratives !

Et si le français langue étrangère (par exemple pour les nouveaux arrivants étrangers dans la technopole) et l'anglais sont les premières langues enseignées (près de 80 % de l'activité de Linguapolis), de nombreuses autres langues sont disponibles, à la carte, selon vos besoins. ■

Obviously, **financing** is a major issue at the heart of training programmes, which is why Véronique Langer and her team examine your eligibility in terms of available training funds. In that respect, CPF holds no secrets for Linguapolis. This organisation, which is quite different from DIF and under the control of the learner (and no longer of the company) allows to start a training course in under 48 hours after having determined the content and validated the administrative information!

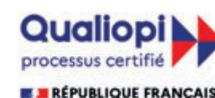
Although French as a foreign language (for people who have only recently moved to the technopole) and English are the first languages taught (close to 80% of Linguapolis's volume of work), many other programmes are available and can be tailor-suited to your needs. ■



535, route des Lucioles, Les Aqueuds B3
06560 Sophia Antipolis
09 81 35 49 97 - www.linguapolis.fr



Depuis 2020, Linguapolis est certifiée Qualiopi



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie « Actions de formation »

POUR RÉINVENTER *l'entreprise performante*

La performance, on y associe beaucoup de choses... Elle peut se baser sur des chiffres, être opérationnelle, mais elle doit surtout être durable. Kyanite Conseil, fondée par Laurence Allançon, vous aide à faire le point sur la performance de votre entreprise, avec, à la clef, les bons outils pour anticiper et maîtriser sa transformation, en phase avec vos ambitions RSE.

Reinventing the high-performance company

The word "performance" has many associations... It can be used when describing figures or operational capabilities, but in both cases, performance must be lasting. Kyanite Conseil, founded by Laurence Allançon, is a firm that analyses the performance of your company. It also provides the right tools to anticipate and control its transformation, keeping it aligned with your CSR ambitions.

Avant de fonder Kyanite Conseil, Laurence Allançon a pratiqué le monde de l'entreprise durant 23 ans. Ingénieur, Docteur en mécanique des fluides, son parcours professionnel l'a amenée à devenir directrice des approvisionnements, des achats, ou des opérations, au cœur des projets de transformation de plusieurs entreprises de tailles et de secteurs d'activité divers. Mise en place d'équipes, formation... réorganisation après départs, etc... Laurence avait pour mission de maintenir la dynamique et garder la motivation intactes au cœur de nouveaux projets pensés pour des entreprises en phases de changement.

C'est de cette riche expérience que lui est venue l'envie de créer **Kyanite Conseil**. La kyanite est un minéral qui a une vertu particulière : celle de mettre en résonance plusieurs énergies disparates... **Connexion à l'environnement, bienveillance et respect de l'autre** : voici les énergies mixées par Laurence Allançon.

La RSE est au cœur du dispositif : « Je suis convaincue que la RSE est un élément essentiel de la stratégie d'entreprise. C'est une démarche de progrès, et toutes les entreprises quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité peuvent s'engager dans cette démarche ». Alors, comment aide-t-elle les entreprises à améliorer leur compétitivité, à pérenniser leurs vertueuses ambitions ?

La RSE, gage de pérennité de l'entreprise

Pour y parvenir, Kyanite Conseil travaille sur quatre « piliers ». Le **management des achats**, ou comment accompagner les entreprises dans la mise en place de leur stratégie achats, qui n'est plus uniquement axée sur le coût, mais plutôt sur l'achat « durable », à travers une approche cycle de vie et coût global. Il s'agit pour l'entreprise de trouver de nouvelles façons d'acheter en prenant en compte l'empreinte



Before founding Kyanite Conseil, Laurence Allançon spent 23 years toiling in the corporate world. As an engineer with a PhD in fluid mechanics, she has worked as manager of procurement, purchasing, or operations, taking part in transformational projects on behalf of various companies of varied sizes and specialisations. Team building, training, reorganisation after departures, etc... Laurence's mission was to maintain the dynamic and motivation intact when working on new projects for companies navigating through their transformation phases.

The idea of creating **Kyanite Conseil** stemmed from her wealth of experience. Kyanite is a mineral that features the characteristic of being able to resonate several different types of energy... **connecting to the environment, kindness, and respect**: these are the energies that Laurence Allançon is bringing together. CSR is at the heart of the system: "I am convinced that CSR is essential to corporate strategy. It is a path of

progress, and any company, regardless of its size or area of expertise, can benefit from committing to this approach". So, how exactly does she help companies improve competitiveness, and sustain their lofty ambitions?

CSR, the guarantee of a company's long-term survival

To achieve these ambitions, Kyanite Conseil works on four "pillars". Firstly, there is the **management of purchasing**, which is all about helping companies implement sound purchasing strategies that do not focus solely on cost, but also on the "sustainable" quality of the purchase, through an approach based on lifecycles and global costs. For the company, the idea is to identify new purchasing strategies that take into account the carbon footprint, social equality, and the human dimension. Purchasing can be leveraged to show new solutions to operatives and to work on short distribution circuits with suppliers, or on the recycling of products nearing the end of their lifecycle... And

KYANITE CONSEIL

▶ **ACHATS DURABLES**

Accompagne l'entreprise dans sa politique d'achats responsables et durables

▶ **INTELLIGENCE EMOTIONNELLE**

Accompagnement du capital humain dans le changement

carbone, le droit social et humain. Les achats sont un levier pour présenter aux opérationnels de nouvelles solutions et travailler avec les fournisseurs sur des axes de circuits courts, de récupération des produits en fin de vie... C'est ainsi que tout naturellement, le deuxième pilier se base sur le suivi des **relations contractuelles**. L'objectif pour l'entreprise est d'asseoir ses relations dans un partenariat à long terme avec ses contractants, afin de bien accompagner le développement de ses projets. « Peu de personnes connaissent les tenants et aboutissants, les devoirs & obligations liés à un contrat, quel qu'il soit, explique Laurence. La prestation de contract manager permet de réduire les risques de dysfonctionnement, d'incompréhension et d'avoir une relation suivie, partagée avec les parties prenantes tout au long de la vie du projet de l'entreprise et donc de s'y adapter ».

Ce qui amène à un autre pilier fondateur de l'action de Kyanite Conseil : **Le Risk management**, une démarche qui permet d'identifier les forces et les faiblesses comme les opportunités que présente un projet. La démarche de management du risque est au cœur de la RSE, à travers la notion de responsabilité des décisions prises par l'entreprise sur son environnement, et ses parties prenantes, et s'intègre dans le triptyque de performance objectifs / résultats et ressources.

Intelligence émotionnelle

Enfin, le pilier central de l'action de Kyanite Conseil s'attelle à travailler sur **le capital humain**.

« Nous proposons un accompagnement des organisations dans la relation avec l'autre. Nous passons plus de 70 % de notre temps à interagir avec les autres. Il faut mieux se connaître et mieux connaître autrui pour avancer ensemble. Tout cela se travaille sous l'angle du développement de l'intelligence émotionnelle, notamment dans le cadre d'ateliers team buildings, d'accompagnement au changement. Et en ces périodes compliquées, c'est souvent l'occasion de créer du lien et une dynamique commune ».

Pour cela, Kyanite Conseil propose des ateliers d'équi-coaching, une pratique qui observe les réactions du cheval pour mieux comprendre l'humain. Cette approche développe la confiance en soi, le leadership, la vision, la motivation, l'assertivité, la gestion du stress et des émotions.

Et vous, êtes-vous assez performant ? Mesurez-vous, testez-vous avec Kyanite Conseil ! ■



Laurence Allañon, fondatrice de Kyanite Conseil

so, quite naturally, the second pillar is based on the monitoring of **contractual relations**. For the company, the purpose is to base these relations on a long-term partnership involving all contracting parties, so that the development of corporate projects is adequately supported. "Not many people are fully aware of the intricacies, duties, and obligations relating to a contract, regardless of its nature, Laurence explains. The contract manager service reduces the risks of dysfunction or of misunderstanding, and it helps forge a closely-monitored relationship, which is shared by all participating parties throughout the corporate project's lifecycle. Therefore, it allows us to make necessary adaptations".

Emotional intelligence

Finally, the central pillar of Kyanite Conseil's action focuses on **human capital**.

"We offer to help organisations improve relations with one another. We spend more than 70% of our time interacting with others. If we are to advance together, we must know ourselves and one another better. This can be achieved by developing our emotional intelligence during team building workshops that focus on accompanying change. In these trying times, these workshops often afford the opportunity of creating relationships and a shared dynamic".



Kyanite Conseil propose des ateliers d'équi-coaching, une pratique qui observe les réactions du cheval pour mieux comprendre l'humain.

This brings us to another founding pillar of the service provided by Kyanite Conseil: **Risk management** is an activity that helps identify the assets and weaknesses of a project, as well as any opportunity the project might afford. Risk management is at the heart of CSR, and it is based on the notion of accountability regarding the decisions taken by the company on its environment and its participating entities; it is therefore part of the performance, goals/results, and resources triad.

For instance, Kyanite Conseil offers "equine coaching" workshops, a practice whereby the reactions of the horse are observed and used to better understand the human dimension.

This approach develops self-confidence, leadership, vision, motivation, assertiveness, and stress and emotion management.

How about you, what is your performance like? Measure and test yourself with Kyanite Conseil! ■

EVOLUTION PROFESSIONNELLE :

vous avez les moyens de changer !

Leader de l'accompagnement professionnel, Orient'Action® vous ouvre les portes du changement. A Nice, Annick Georges et son équipe vous proposent d'accomplir vos rêves d'épanouissement personnel en prenant en main votre vie professionnelle.

Your career: the opportunity for change is in your hands! Orient'Action®, a leader in the field of career counselling, is paving the way towards change. In Nice, Annick Georges and her team offer to make your dreams of personal fulfilment come true and help you take control of your professional life.

Avec beaucoup d'empathie, de professionnalisme et une expertise issue de ses années d'expériences comme consultante RH Grands Comptes, Annick Georges prend la direction d'une agence Orient'Action® en plein cœur de Nice. « Diverses tâches m'étaient confiées : formation, accompagnement des équipes, gestion des RH, des compétences et des techniques de management mais aussi dialogue social... Je me suis ensuite tournée vers le bénévolat pour lutter contre les inégalités, me sentir utile et aider les autres. Cette passion pour l'autre m'a naturellement poussé à devenir consultante en évolution professionnelle ». L'ouverture d'une agence Orient'Action® à Nice devient alors une évidence. Ici chacun peut faire le point sur sa vie professionnelle et personnelle pour évoluer. Les mots clés ? Bienveillance, professionnalisme, engagement, flexibilité. La promesse ? Définir ou redéfinir vos ambitions tant professionnelles que personnelles, construire un projet épanouissant, faire un travail qui a du sens pour vous, en accord avec vos valeurs. C'est aussi partir en quête de connaissance de vous-même pour découvrir un travail qui vous correspondra.



LA PROMESSE ? *Définir ou redéfinir vos ambitions tant professionnelles que personnelles, construire un projet épanouissant, faire un travail qui a du sens pour vous, en accord avec vos valeurs.*

Osez le Bilan de Compétences : qu'est-ce que vous y gagnez ?

Les effets positifs d'une telle démarche se manifestent par une confiance en soi accrue, un mieux-être au travail évident, une connaissance de soi précieuse, une gestion de ses émotions. Cela apporte une meilleure connaissance de ses compétences, un projet de formation, voire un changement de poste. Cela assure enfin une prise de recul bénéfique, un temps de réflexion profitable qui peut évoluer vers un changement d'entreprise.

A l'issue du Bilan de Compétences, la mise en place d'un plan d'action vous permet efficacement de réaliser votre projet : « Ce road mapping est très différent d'un profil à l'autre. Il y a une méthode bien sûr, mais la capacité d'écoute et le sur-mesure sont

With a great deal of empathy and professionalism, Annick Georges uses her experience as a former Key Account HR consultant to manage an Orient'Action® agency in the centre of Nice. "I was given various tasks: training, team support, HR management, managerial skills and techniques, and engaging in a social dialogue... Later, I turned to volunteer work in an effort to fight inequality, to feel useful, and extend a helping hand. My decision to become a career advisor stems from my desire to help others". It then made a lot of sense to open an Orient'Action® agency in Nice. Professionals come here to discuss their career and personal goals and find a way of better pursuing them. Our values? Kindness, professionalism, commitment, flexibility. Our Pledge? To define, or redefine, your ambitions,

both professional and personal. We help you build a fulfilling project or find a job that makes sense to you, that is aligned with your personal values. It is all about going on an exploration journey to find a job that suits you.

If you dare yourself to undergo a skills assessment, what is there to gain?

The positive outcomes of this approach are increased self-confidence, improved wellbeing at work, valuable knowledge of self, and a way to better control your emotions. This, in turn, leads to a better understanding of one's skills, a training project, or even a change of career. Finally, it gives you a moment to step back and to reflect, which can sometimes lead to a change of employer.

ORIENT'ACTION



► **PLUS DE 20 000**
salariés ont été
accompagnés par
Orient'Action®



► **97 %**
Le niveau de
satisfaction



**Annick Georges, directrice de l'agence
Orient'Action® de Nice**

capitaux. Parfois, une formation ou un changement radical ne sont pas nécessaires. C'est dans la sphère personnelle que la solution se trouve » admet Annick. Les résultats sont très satisfaisants et les nombreux témoignages du livre d'or d'Orient'Action® Nice en attestent... avec un niveau de satisfaction qui atteint 97 %.

Salarié et employeur : faites le lien avec Orient'Action®

Votre Bilan de compétences est financé de diverses manières et notamment à 100 % par votre CPF (Compte Personnel de Formation). D'autres prestations dispensées par Annick et son équipe le sont aussi : la **VAE** (Validation des Acquis de l'Expérience) et **l'accompagnement à la création d'entreprise**. Par ailleurs, la mise en relation du salarié et de l'employeur est l'une des spécialités de l'agence de Nice. Entreprises, vous ne savez pas comment gérer l'évolution de carrière de l'un de vos salariés ? Osez **l'Outplacement** avec Orient'Action® Nice.

Et parce que le monde d'aujourd'hui offre d'incroyables opportunités de changement quel que soit votre âge, votre parcours, vos expériences, osez pousser la porte de l'agence Orient'Action® et laissez-vous accompagner dans votre volonté de changer : Annick vous répondra qu'« Un bilan de compétences est unique. A chacun le sien ! » ■

Following the skills assessment, an action plan is implemented to help you efficiently achieve your goals. "This roadmap varies widely from one profile to the next. There is a method of course, but the ability to listen and to customize solutions is vital. Sometimes, a training program or a radical change are not necessary. Sometimes, the solution is to be found in your personal circumstances" Annick tells us. The results are highly satisfactory, with many encouraging messages in Orient'Action® Nice's records attesting to the agency's success...and a satisfaction level that reaches 97 %.

Employer and employee: make the connection with Orient'Action®

There are different ways of financing your skills assessment, one of which is having it fully paid for by your CPF (personal training account). Other services provided by Annick and her team can also be funded in the same way: The VAE (validation of skills gained through experience) and the support for company creation, for example. Furthermore, connecting employees and employers is one of the agency's areas of expertise. What about companies that are unsure of how to handle the career evolution of an employee? Give Outplacement a try, with Orient'Action® Nice.

Today's business landscape offers some amazing opportunities for change, so, regardless of your age, your career, your experience, take a bold step and enter the world of Orient'Action® and get the help you need to effect the change you want: Annick will tell you that "A skills' assessment is unique. Each has their own" ■



Orient'Action® Nice

34 rue Gioffredo – Nice

07 81 81 76 78

annick.georges@orientaction-groupe.com

www.orientaction-groupe.com

*Orient'Action® est une licence de marque :
L'agence de Nice, gérée par Annick Georges est
l'une des 250 agences présentes sur le territoire.*

► Un bilan de compétences : comment ça marche ?

Plus de 20.000 salariés ont été accompagnés par Orient'Action® depuis sa création en 2008. Le bilan de compétences débute par un entretien préalable gratuit et sans engagement (45 min) au cours duquel vous sont exposés la méthode Orient'Action® et les résultats attendus. La durée ? 24 h, dont 16 h d'entretiens individuels et 8 h de travail personnel (tests, travaux dirigés, enquêtes métiers, étude de faisabilité). Il existe également une formule plus courte pour jeunes diplômé(e)s ou jeunes actifs.

A Skills Assessment: how does it work?

More than 20'000 employees have received the support of Orient'Action® since it was created in 2008. The Skills Assessment starts with a preliminary interview (45 min), no strings attached, during which the Orient'Action® method and its expected outcomes are explained to you. How long does it all last? 24 hours, including 16 hours of individual interviews and 8 hours of personal work (tests, directed work, professional surveys, feasibility study). There is also a shorter formula for young graduates or people who have just started their career.

► Pour les ados mal orientés

Combien de fois les consultants d'Orient'Action® Nice n'ont-ils pas entendu la sempiternelle réponse : « A l'époque j'ai mal été orienté... », lorsqu'ils interrogent leurs clients sur leur choix professionnel ?

Car bien souvent, tout vient de là : les établissements scolaires, mal préparés ou/et aux moyens limités, n'offrent pas un bon système d'orientation aux adolescents. C'est dans ce sens qu'Annick Georges lance à Nice les « Bilans Jeunes ». En suivant ses conseils, vous obtiendrez toutes les réponses à vos questions sur l'orientation scolaire de votre adolescent, qui pourra choisir en fonction de ses aspirations et de ses potentiels.

If the consultants of Orient'Action® Nice have heard it once, they have heard it a thousand times: "Back then, I wasn't getting the right career advice...", is the answer they get when they ask their clients about their professional choices.

Quite often, it all starts at school, where poor preparation and insufficient means mean that teenagers are not guided towards the right career. Which is why, Annick Georges is launching the "Youth Assessments" in Nice. They will provide advice and answers to all your questions relating to your teenager's academic choices, based on their aspirations and potential.

SII : PIONNIÈRE, *visionnaire, innovante*

A Sophia Antipolis, elle compte parmi les pionnières des ESN en activité, installée depuis plus de 35 ans. Et comme pionnière signifie pour SII en avance de phase sur l'innovation, le groupe mise sur la RSE pour dynamiser sa culture d'entreprise, afin d'accompagner au mieux les structures de toute taille dans leur transformation digitale. Voici les atouts de l'ESN distinguée l'an dernier comme la 3^e Best Place to Work*.

SII: pioneering, visionary, innovating

At Sophia Antipolis, this is one of the technopole's trailblazing IT consultancy firms, with a 35-year presence in the technopole. For SII, pioneering means being ahead of innovation, which is why the group is banking on CSR to energise its corporate culture and to better support its structures, regardless of size, in their digital transformation. These are the assets of the IT consulting firm, which was last year named the 3rd Best Place to Work.*

Si elle a fêté ses 40 ans en 2019, la jeune quadra SII reste en pointe sur l'innovation. Décentralisée, son organisation se déploie sur 80 sites dans le monde, dont celui de la technopole : à Sophia Antipolis, ses 250 collaborateurs planchent sur un spectre large de l'IT, de l'infrastructure à l'engineering. « Nous sommes en partenariat actif avec les principaux donneurs d'ordres de la technopole » confirme Etienne Andreoni, jeune directeur qui succède à Thierry Audier à la tête de l'agence sophilopolitaine.

Pour SII, le capital humain participe en tout premier lieu à la création de valeur. Normal qu'il soit au centre des préoccupations de l'ESN. Sa 3^e place au classement des « Best Place to Work » en 2020 en témoigne. Ici, l'évolution professionnelle est stimulante avec l'an dernier 95 166 heures de formation dispensées à ses 8600 collaborateurs en France et dans le monde.

Vecteur d'épanouissement et de performance

La culture d'entreprise s'est encore plus matérialisée il y a quelques années par la création d'une marque employeur fédératrice : le mouvement **#fungénieur**. Un terme qui mélange le savoir-faire des équipes, leurs compétences (Génieur) et leur savoir être, leur curiosité, leur créativité (le Fun). Un mouvement d'universitaires et ingénieurs fiers d'être acteurs du développement des logiciels qui changent le monde... L'épanouissement et la participation des salariés de l'entreprise passent aussi par les **Speak'Ups**. Des interventions d'employés de SII sur des thématiques diverses liées à leur passion pour la technologie, sous quelque forme que ce soit, afin de partager ses connaissances et nourrir le débat, qu'il soit de nature technologique ou culturelle.



Despite celebrating its 40th anniversary in 2019, SII is constantly ahead of innovation. Decentralised, its organisation is distributed through 80 sites worldwide, including the one in the technopole: at Sophia Antipolis, its 250 employees are working on a broad range of IT-related projects, from infrastructure to engineering. "We have ongoing partnerships with the biggest contractors of the technopole" according to Etienne Andreoni, the young manager who has taken over from Thierry Audier at the head of the Sophia Antipolis agency. For SII, human capital is what drives the creation of value. So, it makes perfect sense that this

consideration remains central to the IT firm's concerns. Its 3rd place in the ranking of Best Places to Work in 2020 bears witness to its commitment in this area. In the company, careers are stimulating, and last year saw 95'166 hours of training given to its 8'600 employees in France and abroad.

Vector of fulfilment and performance

Corporate culture gained renewed importance some years ago with the creation of a federating employer brand: the **#fungénieur** movement. The term was coined to reflect the know-how of the teams, their skills (the *génieur* of *ingénieur*, or engineer) and their attitude, their curiosity, and their creativity (as in *Fun*). It is a movement of academics and engineers who are proud of the role they play in developing world-changing software... The fulfilment and participation of the company's employees also rely on **Speak'Ups**. These are interventions by SII employees on various topics relating to their passion for technology, in whatever form, with the idea of sharing knowledge and fuelling debate, be it cultural or technological.

Another specificity of the group's internal organisation: the creation of work groups to identify possible areas



SII



► **SANTE**
73 % Des entités SII ont instauré des mesures contre le stress



► **EMPLOYEUR DURABLE**
81,76 % Des recrutements sont des CDI
52 % Des stagiaires accueillis chez SII ont signé un contrat au terme de leur stage



Nous sommes en partenariat actif avec les principaux donneurs d'ordres de la technopole

Etienne Andreoni,
directeur de SII Sophia Antipolis

of improvement in the company's management and organisation, and to escalate these, in full transparency, to management. The idea is to establish two-way communications, so that employees can positively contribute to the conditions of their life at work.

Committed to sustainability

"The corporate culture of SII group is based on commitment, transparency, trust, and professionalism. We are aware of the extent of our activities around the world, and we implement all sorts of measures to minimise our impact," Eric Matteucci, Chairman of the Board of SII, explains.

SII's CSR approach is committed and aims at reaching the Sustainable Development Goals under the Agenda 2030 of the United Nations. Health (promoting wellbeing and the balance between personal and professional life), a strong partnership in customer relations (promoting a shared and sustainable economic growth and full employment), as well as an environmental policy adapted to its own ecosystem (waste management, sustainable consumption, charter of responsible acquisitions) are at play to ensure the company is a committed and responsible employer and an outstanding manager of talent, working at the service of its clients to help them sustain their performance. ■

Autre particularité de l'organisation interne : la constitution de groupes de travail pour identifier les points d'amélioration possible dans le management et l'organisation de l'entreprise, pour les faire remonter en toute transparence, auprès de la direction managériale. Une communication à double sens, afin que les salariés soient de vrais acteurs de leurs conditions de travail.

Engagée dans le durable

« La culture d'entreprise du groupe SII est basée sur l'engagement, la transparence, la confiance et le professionnalisme. Nous avons conscience de l'étendue de nos activités autour du monde, et mettons tout en œuvre afin de limiter au maximum notre impact », explique Eric Matteucci, Président du Directoire du Groupe SII.

La démarche RSE de SII se veut engagée pour atteindre les ODD (Objectifs de développement Durable) édictés par l'Agenda 2030 des Nations Unies. La santé (promouvoir le bien-être et l'équilibre vie personnelle / vie professionnelle), un partenariat fort dans la relation client (promotion d'une croissance économique partagée et durable, du plein emploi) ainsi qu'une politique environnementale intégrée dans son écosystème (gestion des déchets, consommation responsable, charte d'achats responsables...) interfèrent pour faire de l'entreprise un employeur engagé, responsable, excellent gestionnaire de talents, au service de la performance durable de ses clients. ■



676,3 M€
 De CA en 2019-2020



4
 Continents



76
 Implantations



SII à Sophia Antipolis

Nova 1 – 291 Rue Albert Caquot
 06560 Valbonne Sophia Antipolis

04 92 96 88 99
www.sii-group.com



LA STATION 4 SAISONS

qui mise sur la RSO

La RSE et donc la RSO (pour Responsabilité Sociétale des Organisations) concerne aussi les collectivités. Certaines en font un axe majeur de leur développement, comme Valberg. Charles Ange Ginésy, Président du Syndicat Intercommunal de Valberg, de la Communauté de Communes Alpes d'Azur et du Conseil Départemental des Alpes-Maritimes, nous explique en quoi la station est exemplaire sur ces thématiques :

Valberg, the four seasons resort that is banking on OSR CSR and OSR (Organisational Social Responsibility) also concern communities. For Valberg and other public entities, they have become a major component of their development strategy. Charles Ange Ginésy, Chairman of the Intercommunal Syndicate of Valberg, of the Community of Alpes d'Azur Communes and of the Departmental Council, tells us how Valberg is trailblazing in this field:

Depuis plusieurs années, Valberg se veut exemplaire en matière de développement durable. Rappelez-nous votre stratégie en la matière ainsi que votre plan d'action :

Valberg est depuis plus de 10 ans une station exemplaire en matière de développement durable. Nous nous efforçons d'être innovants et d'adopter une stratégie sociale, économique et environnementale la plus vertueuse possible. Il est important pour nous de pouvoir fédérer autour du développement durable, qui fait partie intégrante de l'ADN de Valberg. Nous venons de réactualiser notre stratégie pluri-annuelle qui s'étendra jusqu'à 2025. Ainsi, un plan d'actions a été défini, qui comprend plus d'une centaine de mesures et d'indicateurs SMART couvrant l'ensemble des domaines du développement durable. La transition écologique n'est plus un choix et il est important qu'en tant que collectivité, nous puissions non seulement montrer l'exemple mais également accompagner un maximum des acteurs du territoire dans cette démarche. La crise sanitaire que nous traversons depuis plus d'un an nous a rappelé combien il est fondamental de préserver notre environnement naturel. Valberg a la chance d'être située dans un environnement exceptionnel, il est de notre devoir de le protéger pour les générations futures mais aussi de pouvoir capitaliser sur cela pour pérenniser durablement ce bassin de vie.

Grâce à ces efforts, nous avons été récompensés de plusieurs labels. Nous sommes parmi les 8 stations labellisées Flocon vert en France, 1^{ère} commune



Circumpolaire Valberg ©

des Alpes Maritimes à avoir obtenu le label Villes et Villages Etoilé, et également labellisés RICE (Réserve Internationale de Ciel Etoilé) ainsi que Qualité Tourisme et Famille Plus.

Vous mettez en place plusieurs actions en faveur d'une mobilité douce sur la station. Qu'en est-il ?

En termes d'émission de GES (Gaz à Effet de Serre), les deux sources les plus importantes pour nous sont le transport et le chauffage. Nous avons pris ces deux problématiques à bras-le-corps. L'ensemble de nos bâtiments (gîtes et administratifs) sont en cours de rénovation énergétique. Concernant la mobilité douce, de nombreuses actions sont mises en place pour pallier ce problème. Il est

For several years, Valberg has been setting the example in terms of sustainable development.

Remind us: what is your approach, and do you have an action plan?

For ten years, Valberg has been the example to follow in terms of sustainable development. We strive to remain innovating and to adopt a social, economic, and environmental strategy that is as virtuous as possible. Our role as federators around the theme of sustainable development is very important to us, it is part of Valberg's identity. We have recently finished updating our pluriannual strategy, which will now extend until 2025. An action plan has been defined, and it includes more than 100 SMART measures and

indicators covering all the aspects of sustainable development. Ecological transition is no longer a matter of choice, and it is important that we, as a community, show the way forward, and offer as much support as we can to the other stakeholders of our territory who are involved in this approach. The health crisis we have been struggling with for more than one year has reminded us of the importance of protecting our environment. Valberg enjoys exceptional surroundings, and our duty is to protect our environment for future generations. We also have to capitalise on this aspect to ensure the longer-term survival of this catchment area.

Our efforts have been rewarded by several certifications. We are among eight

VALBERG

**TOURISME DURABLE**

Valberg développe des produits touristiques « 4 saisons »

**POLLUTION LUMINEUSE**

Réduction de 50 % de la consommation énergétique de l'éclairage public

**SOLUTIONS D'ECOMOBILITE**

250 T de CO² économisés !



Valberg a la chance d'être situé dans un environnement exceptionnel, il est de notre devoir de le protéger pour les générations futures mais aussi de pouvoir capitaliser sur cela pour pérenniser durablement ce bassin de vie.

Charles Ange Ginésy, Président du Syndicat Intercommunal de Valberg, de la Communauté de Communes Alpes d'Azur et du Conseil Départemental des Alpes-Maritimes

possible de monter à Valberg en partant de Nice pour seulement 1€ 50. Nous avons des navettes gratuites en saison (2 lignes intramuros et 1 ligne inter villages), un service d'autopartage et nous venons de lancer un site de **covoiturage 100 % gratuit** qui permet de mettre en relations des conducteurs et des passagers sur notre territoire élargi. Nous avons aussi récupéré des vélos que nous avons réparé et que nous allons mettre à disposition de nos agents. Enfin nous travaillons actuellement avec un bureau d'étude qui réalise un plan de stationnement et de mobilité générale pour optimiser au mieux nos modes de transports doux. Depuis 2016, sur la partie mobilité douce, plus de **550.000 €** ont été investis, ce qui a permis d'économiser environ 250 tonnes de CO², soit plus de **100.000 litres d'essence !**

Cette dynamique rejaillit sur l'écotourisme et participe à la création de nouveaux produits touristiques. Pouvez-vous nous en dire plus ?

Les territoires comme le nôtre se doivent de se tourner vers le tourisme durable. Nous nous efforçons de préserver notre environnement exceptionnel ainsi que notre riche patrimoine tout en misant sur ces atouts pour devenir un véritable bassin socio-économique 4 saisons. Nous développons depuis maintenant plusieurs années des produits qui ne vont pratiquement que dans ce sens-là (astronomie, culture, découverte du patrimoine, randonnées à la découverte

de la gastronomie locale, journée autour du développement durable...). En 2021, nous lançons des randonnées à la découverte de la géologie extraordinaire de la Réserve Naturelle Régionale des Gorges de Daluis et nous accueillons, entre autres, la **2^{ème} édition du festival départemental AstroValberg** qui vient récompenser des années d'efforts et d'investissements sur la réduction de la pollution lumineuse de notre éclairage public. Depuis 2009, après 4 phases de rénovations, nous avons réduit les consommations d'environ 50 % ce qui correspond à environ **130 000 kwh** par an, soit environ 12 millions de charges de smartphones.

Cette volonté se traduit sur l'ensemble de nos activités, des animations proposées au mini-club jusqu'à notre fête patronale, en passant par des partenariats avec des artistes engagés et reconnus tels que Saype. Le développement durable est véritablement au cœur de l'ensemble de notre politique touristique. Nous avons encore du chemin à faire mais nous sommes extrêmement fiers de ce que nous avons déjà accompli et mis en œuvre, notamment grâce à l'implication des équipes, des socio pros et des élus sur cette thématique. ■

resorts in France to be "Flocon Vert"-certified, we are the first commune of the Alpes Maritimes to have received the "Villes et Villages Etoilé" certification, and we also hold RICE (Réserve Internationale de Ciel Etoilé), Qualité Tourisme, and Famille Plus certifications.

You are busy implementing several actions to promote soft mobility in your resort. How far have you come?

In terms of greenhouse gas emissions, the two most significant sources for us are transport and heating. We have tackled these two issues head-on. All our buildings (housing and administration) are undergoing energy conversion works. In terms of soft mobility, many actions have been implemented to alleviate the problem. It is now possible to **get from Nice to Valberg for only €1.50**. We also run a free shuttle service during the high season (two internal lines and one line connecting villages), a carsharing service, and we have just launched a **free carpooling** site that helps connect drivers and passengers throughout our extended territory. We have collected and repaired second-hand bicycles that are soon going to be made available to

our employees. Finally, we are working with a study firm that is coming up with a parking and general mobility plan to better optimise our soft mobility modes of transport. Since 2016, in terms of soft mobility, more than **€550'000** have been invested, generating reductions of 250 tons of CO², representing savings in excess of **100'000 litres of fuel!**

This dynamic is also seen in the ecotourism industry and helps create new offerings. What can you tell us about that?

Territories like ours must be ready to turn towards sustainable tourism. We are working hard to protect our exceptional environment and our rich heritage, while also banking on these assets to become a true socio-economic catchment area the whole year round. We have long been developing products that are aligned with our philosophy (astronomy, culture, discovering local heritage, itineraries to bring visitors in contact with the region's cuisine, sustainable development day...). In 2021, we are launching trekking itineraries to discover the extraordinary geological features of the Gorges de Daluis regional nature reserve, and we will be hosting **the second edition of the departmental festival "AstroValberg"**, crowning years of investment and efforts to reduce the light pollution generated by our public lighting system. Since 2019, and after four renovation phases, we have reduced our consumption by half, representing some **130'000 kwh** per year, enough to charge 12 million smartphones.

Our ambition is reflected in all the activities we provide, from the entertainment on offer at the mini-club to our patronal feast, not forgetting partnerships forged with committed and renowned artists, such as Saype. Sustainable development is truly at the heart of our global approach to tourism. We still have a way to go, but we are extremely proud of what we have achieved and implemented so far, thanks to the efforts of our teams, various socio-professionals, and elected officials committed to our approach. ■


Valberg
the place to be

Office de tourisme
Place Charles Ginésy, Valberg
Tel. +33 (0)4 93 23 24 25
www.valberg.com



Allianz Riviera Business & Events vous propose ses nouveautés Team Building & Incentive



Escape Game !

Un jeu d'évasion construit
autour de votre histoire
dans des espaces méconnus
de l'Allianz Riviera.



Game of Drones !

Une première en France !
Un team building où l'arène
de l'Allianz Riviera devient
votre aire de vol.

Contact

Claire CASTELLAN
claire.castellan@allianz-riviera.fr
04 89 22 42 60
www.allianz-riviera.fr

Allianz  **Riviera**
Nice Côte d'Azur

Le lieu de tous vos événements

STME remporte le trophée RSE 2020 de la PME



Jean-Pascal Decroix, fondateur de STME

« Engagée dans une sincère démarche éco-responsable tournée sur la mise au centre de l'humain et l'environnement dans ses activités, ses relations et son management, c'est une reconnaissance pour l'ensemble de l'équipe STME de pouvoir porter ce Trophée », a commenté l'entreprise à l'issue de la remise de cette récompense.

Toutes nos félicitations à Jean-Pascal Decroix et son équipe !



STME wins the CSR 2020 trophy for SMEs

For 15 years, the CSR Trophies have rewarded all companies in a region, with more than 5 employees, who are committed to putting people, the environment, territory, and the parties at the center of their concerns and in a transversal manner. They are established on the unique concept of reunification, within the same jury, the employers' and employees' unions. This year, STME, the HVAC (Heating - Ventilation - Air conditioning) specialist based in Bois de Grasse, won the CSR trophy for the SME.

"Committed to a sincere eco-responsible approach focused on putting people and the environment at the center of its activities, relations and management, it is recognition for the entire STME team to be able to support this Trophy," commented the company following the presentation of this award. Congratulations to Jean-Pascal Decroix and his team!



Zone Industrielle des Bois de Grasse
22 av Joseph Honoré Isnard - Grasse
04 93 60 33 04 - info@stme.fr - www.stme.fr

Les Trophées RSE récompensent depuis 15 ans toutes les entreprises d'un territoire, de plus de 5 salariés, qui ont à cœur de mettre l'homme, l'environnement, la territorialité et les parties prenantes au centre de leurs préoccupations et de façon transversale.

Ils sont établis sur le concept unique de réunir, au sein d'un même jury, les syndicats patronaux et salariés. Cette année, STME, le spécialiste de la CVC (Chauffage - Ventilation - Climatisation) basée aux Bois de Grasse, remporte le trophée RSE de la PME.

AUDIT | CONSEIL | FORMATION | INFORMATIQUE

Utilisez les leviers de
financement des OPCO
et du FNE FORMATION
Pour vos projets de
Développement Durable et de RSE

Avec les équipes de CQS :
CONSULTANTS ■ AUDITEURS ■ FORMATEURS

Votre agence à Nice c'est :

13
collaborateurs
salariés

+ de 60
experts

100 %
de réussite de vos
process de certifications
et labellisations

24 Av Mirabeau - 06100 Nice
info@cqs-experts.fr

www.cqs-experts.fr **09 53 93 16 42**



INfo

L'ÉCO AZURÉENNE

COWORKING

PEARL PARTNER

Un nouveau centre d'affaires en plein cœur de Nice

Déjà présent à Sophia Antipolis depuis 2016, Pearl Partner vient d'ouvrir son deuxième centre d'affaires en plein cœur de Nice !

Idéalement situé le long de l'avenue Jean Médecin, le nouveau centre d'affaires Pearl Nice Etoile, jouxtant le centre commercial, propose des solutions flexibles et évolutives en location de bureaux équipés, salles de réunion, domiciliation d'entreprise et bureaux virtuels ainsi que des espaces de coworking. Les avantages des « solutions workspace » Pearl Partner sont nombreux : standing des espaces de travail, des bureaux entièrement meublés et donc prêts à l'emploi, une durée d'engagement flexible et une surface des bureaux évolutive au gré de votre activité. De même, vous retrouverez une équipe d'accueil sur site du lundi au vendredi de 8 h 30 à 18 h 30, une connexion internet fibre sécurisée très haut débit et toutes vos charges incluses. Pearl Partner propose aussi l'organisation régulière de conférences thématiques et de business meetings ainsi que de nombreux services supplémentaires (conciergerie, comité d'entreprise, etc.)



A new business centre at the very heart of Nice

Present since 2016 in Sophia Antipolis, Pearl Partner has recently opened a second business centre in downtown Nice!

Ideally located on Avenue Jean Médecin, the new Pearl Nice Etoile business centre, right next to the Nice Etoile shopping mall, offers two highly adaptable solutions to those who want to rent furnished offices, conference rooms, corporate accommodation, and virtual offices or coworking spaces. The advantages of Pearl Partner workspace solutions are numerous: high-end work areas, ready-to-use fully furnished offices, a flexible rental period,

and available surface areas that evolve at the same rate as your activity. Furthermore, there is a team standing by on site from Monday to Friday, 8.30am to 6.30pm, and a secure internet connection relying on fibreoptics to deliver massive bandwidth, and all expenses are included in your rate. Pearl Partner is also able to organise regular themed conferences and business meetings, and offers a range of additional services (conciergerie, corporate committee, etc.)



Le Lido, 37 Av Maréchal Foch - 06000 Nice
 04 83 938 938 - contact@pearlpartner.com
www.pearlpartner.com



TRANSCAN

développe son offre

Le transporteur régional se réorganise pour faire face aux bouleversements du secteur. Et pour satisfaire toutes les demandes de ses clients, Transcan ouvre son département Worldwide, qui va lui permettre de gérer l'activité import-export des entreprises locales.

Transcan is developing its offering

The regional hauler is undergoing reorganisation to face the upheavals racking the transport business. To satisfy the needs of its clients, Transcan is launching a new "Worldwide" department, which should help handle the import-export activity of local companies.

Franck Cannata et Christophe Debrabandère ont pris l'habitude de rebattre les cartes... Le fondateur de Transcan et son directeur général n'en sont pas à la première restructuration de l'ensemble de leurs activités, pour mieux absorber la croissance du transporteur régional, qui tutoie les 20 % chaque année et pour lancer une nouvelle offre, en matière d'import-export. « Nous avons du mal à dire non... » sourit Christophe Debrabandère. « Notre évolution suit, depuis plusieurs années, la demande de nos clients ». Ainsi, la plus récente branche d'activité créée jusqu'ici par Transcan, la **filiale Conteneur**, est née de la demande de ses clients azuréens. « Beaucoup d'entre eux réalisaient un certain volume d'importations en faisant déjà appel à nos services pour du dégroupage. Mais ils utilisaient d'autres sociétés pour faire venir leurs conteneurs sur nos sites logistiques. Or les clients aiment de plus en plus la simplicité : s'ils sont satisfaits de vos services, ils veulent plus... de services ! Il y avait, de notre côté, une certaine frustration de ne pas pouvoir accéder à leur demande ».

Pour combler ce manque, naissait donc **Transcan Conteneur**. « à la suite du rachat d'une société qui assurait la liaison entre les ports de Marseille et Nice avec des porte-conteneurs ».

Recrutements de profils experts

Aujourd'hui encore, avec **Transcan Worldwide**, l'ambition est de gérer l'importation, l'exportation et toute la partie douanière des clients azuréens. « Nous avons pour habitude de nous staffer, nous organiser et d'investir lorsque nous nous lançons sur une activité » explique Christophe Debrabandère. Alors pour bien débuter Transcan Worldwide, Fadila Yassa, profil expert de cette spécialité et ex-transitaire sur l'aéroport de Nice, rejoint l'aventure en ce début du mois d'avril. De cette nouvelle organisation, deux entités émergent et chapeautent désormais l'ensemble des activités de Transcan : le



Avec Transcan Worldwide, l'ambition est de gérer l'importation, l'exportation et toute la partie douanière des clients azuréens.

Franck Cannata and Christophe Debrabandère are in the habit of reshuffling the deck... for the founder of Transcan and its executive manager, this is not the first restructuring of their activities, and this one is intended to better absorb the growth of the regional carrier, which is close to 20% every year, and to launch a new offering, in terms of import-export. "We just have a hard time saying no..." Christophe Debrabandère explains with a smile. "For many years, our evolution has been on par with our clients' needs". In fact, the most recent department created by Transcan, the **Container subsidiary**, was requested by clients operating in the French Riviera. "Many of them were achieving significant import volumes and were relying on our services for unbundling operations. But they

were relying on other firms to transport their containers to our logistical sites. And our clients are increasingly looking for simplicity: when they are satisfied with our services, they want more! There was, on our side, some frustration as we were not able to meet their demand".

To fill this gap, **Transcan Container** was created, "following the acquisition of a company that connected the ports of Marseille and Nice with container ships".

Hiring experts

Today still, with **Transcan Worldwide**, the ambition is to manage imports, exports, and all customs clearance operations on behalf of its clients working along the French Riviera. "It is customary

Nous avons pour habitude de nous staffer, nous organiser et d'investir lorsque nous nous lançons sur une activité

Christophe Debrabandère
Directeur Général de Transcan Groupe

pôle Transport (dirigé par Alain Zimmermann) et le **pôle Logistique** (Sébastien Casano).

Transcan muscle également son service commercial et accueille depuis le début d'année Baptiste Missonier, en qualité de Directeur Commercial. L'ensemble de ces changements arrive tandis que se met en place l'activité sur le dernier kilomètre, avec la création de hubs, notamment dans le centre de Nice.



for us to find new staff, to reorganise, and to make investments when we are launching an activity" Christophe Debrabandère explains. So, to ensure the success of Transcan Worldwide, Fadila Yassa, an expert of this line of work who was formerly employed by the freight forwarding department of the airport of Nice, will join the adventure at the beginning of April. From this new organisation, two entities emerge and now oversee all of Transcan' activities: the **Transport division** (headed by Alain Zimmermann) and the **Logistics division** (Sébastien Casano).

Transcan is also bolstering its business service, and, since the beginning of the year, the company can rely on Baptiste Missonier, the new Business Director. All these changes are being implemented in tandem with the last mile activity, with the creation of hubs, notably in the centre of Nice.

TRANSCAN GROUPE : Structurés pour répondre à toutes les demandes du transport et de la mobilité



DIRIGEANT & PDG
Franck et Robert Cannata



DIRECTION GÉNÉRALE
Christophe Debrabandère



DIRECTEUR ADMINISTRATIF ET FINANCIER
Michaël Remaggi



PÔLE TRANSPORT
Alain Zimmermann
Directeur



PÔLE LOGISTIQUE
Sébastien Casano
Directeur



DIRECTION COMMERCIALE
Baptiste Missonier



150
cartes grises



230
salariés



10 Millions
de km parcourus
en 2020



67 000 m²
répartis sur 11 sites

PÔLE LOGISTIQUE ▶



PÔLE TRANSPORT ▶



Angle 18^e Rue - 5^{ème} avenue
ZI de Carros - 06510 Le Broc

04 93 29 00 75 - contact@transcan.fr
www.transcan.fr



A BREIL-SUR-ROYA, *pour redynamiser la vie locale*

Au cœur de la Vallée sinistrée par la tempête Alex, à Breil-sur-Roya, Nadège Pastorelli continue d'être positive et d'apporter sa pierre à l'édifice d'une économie locale revigorée : « En toute modestie mais avec une motivation sans faille, nous voulons rester dans une vraie dynamique de reconstruction ». Dernier défi que la pétillante femme d'affaires vient de se lancer : la réouverture du Buffet de la Gare, un lieu chargé de l'histoire de la commune.

At 47 ans, Nadège Pastorelli devient incontournable à Breil-sur-Roya, commune touristique de l'arrière-pays, sinistrée par les intempéries de fin d'année 2020. La dynamique chef d'entreprise se veut positive et compte bien redonner un peu de sourire aux habitants, durement touchés par la tempête Alex. Battante, son histoire est d'ailleurs une succession de défis relevés avec travail et abnégation. A l'âge de 20 ans, elle est passionnée de droit et après un Bac secrétariat - comptabilité, se rêve volontiers en robe noire à fréquenter les prétoires. C'est l'arrivée d'un premier enfant qui l'en dissuade... Audacieuse et volontaire, avec son mari dont c'est le métier, elle décide alors de créer une société de maçonnerie, qui scelle ses débuts dans l'entrepreneuriat. « On m'avait dit qu'avec ce Bac, on pouvait créer sa boîte... » glisse-t-elle avec le sourire.

C'est le début d'une aventure de plus de 15 ans et le joli développement d'une entreprise dans laquelle ses deux fils de 19 et 25 ans s'épanouissent aussi aujourd'hui.



Le Buffet de la Gare, où déjà à l'époque, mon grand-père venait prendre le café tous les jours, ce n'est pas qu'une affaire commerciale, c'est aussi un repère pour la vie du village, pour tout le monde...

Nadège Pastorelli

Energising the local economy of Breil-sur-Roya
At the heart of the valley that was devastated by storm Alex, at Breil-sur-Roya, Nadège Pastorelli continues to display a positive attitude as she contributes to a reinvigorated local economy: "With great humility and with unfailing motivation, we want to keep this reconstruction dynamic going". The latest challenge that this bubbly businesswoman has set for herself: the reopening of the Buffet de la Gare, a venue that holds much of the commune's history.

At 47, Nadège Pastorelli is an essential stakeholder of the economy of Breil-sur-Roya, a touristy commune of the backcountry, severely affected by the storm that struck at the end of 2020. The energetic CEO has an upbeat attitude and wants to bring smiles back to the faces of the locals who had to bear the brunt of the devastation caused by storm Alex. She has always been a fighter, as her life story will tell you: it has been a succession of challenges faced with hard work and determination. At the age of 20, she had a calling for the law, and having a graduated with a secretary and accounting baccalaureate, she imagined herself wearing black robes and roaming the courts. The birth of her first child dissuaded her from taking that route... Bold and determined, with her husband – a mason - they decided to launch a masonry company, thereby marking her first steps in the world of entrepreneurship.

"I'd been told that with a baccalaureate I could start my own company..." she tells us with a smile.

It is the beginning of a 15-year adventure, and the company has grown nicely, and now employs her two sons, aged 19 and 25, who find fulfilment in the family business.

Developing the valley

Back then, spending her weeks in Nice where her children were schooled, and her weekends in Breil-sur-Roya, the young woman often deplored the fact that the stores were all closed in the valley... Something had to be done about it, so she decided with her husband to build a supermarket on behalf of an important food distributor:

"My husband is in the habit of challenging me... So, when he said I would never be able to manage a supermarket of that size..." Challenge accepted! Nadège follows a course and becomes the manager of the supermarket she commissioned in Breil-sur-Roya.





Développer la vallée

A cette époque, à Nice la semaine pour scolariser ses enfants et à Breil-sur-Roya le week-end, la jeune femme se désole de trouver souvent porte close quand il s'agit de faire quelques courses dans la vallée... Qu'à cela ne tienne, elle décide avec son époux d'y construire un supermarché pour le compte d'un grand distributeur alimentaire.

« Mon mari a toujours pour habitude de me défier... Alors quand il m'a dit que je serais incapable de gérer un supermarché de cette envergure... » Pari tenu ! Nadège se lance dans une formation et devient gérante du supermarché qu'elle fait construire à Breil-sur-Roya.

Et comme si cela ne suffisait pas, elle s'intéresse au sort de Tende, où elle relance, en un temps record, la supérette : « Nous avons repris les négociations mi-janvier et nous devons ouvrir début avril » confirme Nadège.

Renaissance pour le Buffet de la Gare

Dernière aventure en date, et non des moindres : la réouverture du fameux « Buffet de la Gare », lieu emblématique de Breil-sur-Roya. Avec son mari, Nadège dirige aujourd'hui plus de 40 salariés : « Ce restaurant, où déjà à l'époque, mon grand-père venait prendre le café tous les jours, ce n'est pas qu'une affaire commerciale, c'est aussi un repère pour la vie du village, pour tout le monde... ». Alors elle veut que l'endroit lui ressemble, que l'on s'y sente bien. Au programme : une carte le midi avec 3 entrées, 3 plats et 3 desserts au choix : « Pour tout fabriquer sur place... Je suis très chauvine et j'aime travailler en local ! L'important, c'est aussi qu'un ouvrier puisse y manger un plat chaud et copieux pour 10 € le midi » précise-t-elle. Également au menu de cette réhabilitation complète : un pôle boulangerie-pâtisserie et une salle dédiée à la musique et à la culture, avec piano, batterie et micro, bibliothèque et... du WiFi partout : « En 2021, même à Breil-sur-Roya, cela me semble être le minimum ! ».

Inauguration prévue en mai, pour les artisans suivant les autorisations préfectorales et en vente à emporter, puis quand tout rentrera dans l'ordre des choses, le Buffet de la Gare devrait ouvrir comme à la grande époque : dès l'arrivée du premier train aux alentours de 6 h, jusqu'au départ du dernier, 7 jours sur 7 !

And as if that were not enough, she takes an interest in the fate of Tende, where she reopens, in record time, a small supermarket: "Negotiations resumed in mid-January, and we are scheduled to open in the beginning of April" Nadège confirms.

Rebirth for the Buffet de la Gare

Her latest undertaking is quite the endeavour: reopening the famous Buffet de la Gare, an emblem of Breil-sur-Roya. Nadège and her husband now lead a team of more than 40 employees: "Back in the day, my grandfather used to come to the restaurant for his daily coffee. It is not a business venture, it is a symbolic place of village life, for everybody...". She wants the place to reflect her personality, a place that locals can genuinely enjoy. It will serve a lunch menu that is to include a selection of three starters, three main courses, and three desserts: "We want everything to be locally sourced... I am proud of my land and I want to work with local produce! To me, it is important that the working man can come in for a copious hot lunch for 10€" she tells us. The revamped Buffet de la Gare should also include a bakery and pastry shop, and a room dedicated to music and culture, featuring a piano, a drum set, a microphone, a library, and... WiFi coverage everywhere: "In 2021, even in Breil-sur-Roya, this seems to be the least we can expect!".

The inauguration is scheduled for May, starting with takeaway meals depending on prefectural authorisations, but when everything is back to normal, the Buffet de la Gare should be open like in its heyday: from the arrival of the first train at around 6am, until the departure of the last one, every day of the week!

Un chef tous les soirs pour lancer la saison estivale

Le Buffet de la Gare vient de recruter son chef pour assurer la cuisine du vendredi soir au dimanche soir, puis tous les soirs d'été. « Nous allons proposer le soir une cuisine plus recherchée » précise Nadège Pastorelli. Issu de l'École Hôtelière de Monaco, Nicolas Zoccali, jeune chef prometteur, est passé par Orlando, Saint-Barth, Auckland ou Amsterdam jusqu'à la période de confinement. Breil-sur-Roya lui a beaucoup plu à son retour en France : il se lance le défi d'y créer une cuisine audacieuse dans le cadre authentique du Buffet de la Gare.

A chef every night to launch the summer season

The Buffet de la Gare has recently recruited a chef to prepare meals from Friday night to Sunday night, and every night in the summer. "We are also going to offer a more refined cuisine" Nadège Pastorelli says. From the Monaco Hotel School, Nicolas Zoccali, a promising young chef, went through Orlando, Saint-Barth, Auckland or Amsterdam until the period of confinement. He liked Breil-sur-Roya very much on his return to France: he challenged himself to create daring cuisine in the authentic setting of the Buffet de la Gare.

► Buffet de la gare

7 place Louis Armand, 06540 Breil-sur-Roya
04 93 04 40 48

► Carrefour Contact

Rue des métiers, 06540 Breil-sur-Roya
04 93 79 76 45

► Epicerie de Tende

Place du Marché, 06430 Tende
04 93 04 61 33



IN telligence
& innovation

LE FUTUR EST DÉJÀ PRÉSENT

INNOVATION

QLEANAIR :

*du nouveau
pour la QAI*



Dans le domaine de la qualité de l'air intérieur (QAI), l'innovation n'a de cesse de gagner du terrain contre le virus.

Nicolas Bertrand, Directeur technique de Qleanair en France et à Monaco, développe essentiellement des purificateurs d'air intelligents, « Avec la pandémie de Covid-19, la QAI n'a jamais été aussi essentielle, comme l'ont montré les clusters qui se sont développés dans les hôpitaux, et les EHPAD, les écoles et les universités. La clé de la lutte contre le virus, selon les experts, c'est la combinaison de plusieurs solutions éprouvées : le port de masques FFP2, le respect des gestes barrières, et la filtration de l'air. C'est dans ce dernier domaine que les solutions proposées par QleanAir s'avèrent particulièrement précieuses ». Fort de 25 ans d'expérience dans la dépollution et la filtration de l'air, l'entreprise a mis au point une gamme de purificateurs d'air pour petites et grandes pièces, adaptées aux problématiques de tous les établissements recevant du public.

 www.qleanair.fr



About indoor air quality (IAQ), innovation continues to gain ground against the virus.

Nicolas Bertrand, Technical Director of Qleanair in France and Monaco, mainly develops intelligent air purifiers, "With the Covid-19 pandemic, IAQ has never been so essential, as the clusters that have are developed in hospitals and nursing homes, schools and universities. The key to the fight against the virus, according to experts, is the combination of several proven solutions: wearing FFP2 masks, respecting barrier gestures, and filtering the air. It is in the latter area that the solutions offered by QleanAir are particularly valuable".

With 25 years of experience in air pollution control and filtration, the company has developed a range of air purifiers for small and large rooms, adapted to the problems of all establishments open to the public.



Translation

Sworn: contracts, certificates, deeds...
Standard: brochures, notices, websites, patents...

Training

French, Italian, Russian, Chinese...
Cross-cultural, coaching...

Subtitling Voice-over

Corporate videos, multimedia guides, DVD notices...

Interpreting

Consecutive: private or professional events...
Simultaneous (materials provided): conventions, seminars...

Free same-day quote - Confidentiality



Sophia Antipolis
291 rue Albert Caquot
04 92 09 97 50
contact@studio-gentile.fr

Monaco
74 Bd d'Italie
+377 97 70 76 60
contact@studiogentile.mc

Nice
29/B Rue Pastorelli
04 92 09 97 50
contact@studio-gentile.fr

www.studio-gentile.fr

UNIVERSITÉ CÔTE D'AZUR

INNOVATION : *de nouvelles façons d'interagir avec le territoire*

Université Côte d'Azur et ses 18 acteurs académiques majeurs se sont donnés pour objectif de bâtir l'une des dix plus grandes universités françaises intensives en recherche. Atteindre cette ambition nécessite de fédérer toutes les parties prenantes de l'innovation. Le Programme Innovation de l'IDEX UCA^{JEDI} a pour objectif de structurer et dynamiser l'innovation issue des travaux de ses membres. Il trouve son plein épanouissement auprès des acteurs économiques du territoire.

Pour structurer et muscler l'innovation au sein d'Université Côte d'Azur, il a été décidé de lancer 3 appels à projets : **Prématuration** pour la production de Preuves de Concept à des fins de valorisation, **Partenariat** pour des collaborations R&D entre une entreprise et un laboratoire, et **Startup Deeptech** pour l'aide à la création de startup produisant des innovations de rupture.

Pour Sylvain Antoniotti, Directeur Stratégique de Programmes pour l'IDEX UCA^{JEDI}, cette organisation est flexible et très réactive :

« Nous disposons d'une boîte à outils diversifiée et performante pour accompagner les acteurs publics et privés sur le chemin de l'innovation. En plus des appels à projets, nous avons créé plusieurs espaces autour de plateformes technologiques (qui réunissent à la fois le matériel et les expertises), avec nos « Centres de référence », qui répondent à des défis sociétaux et des problématiques territoriales à forts enjeux, comme les Centres de référence « Défis du numérique », « Smart Territory », « Vieillesse et bien-être » ou « Sciences des odorants ».

Comprendre les besoins des PME comme ceux des grands groupes

Marc Barret, Directeur Opérationnel du Programme Innovation et des relations entreprises du 3IA Côte d'Azur (Institut Interdisciplinaire d'Intelligence Artificielle), le souligne : « L'effet IDEX permet des fiançailles réussies entre les grands groupes et le monde universitaire, ce qui n'était pas acquis auparavant ».



Innovation: new ways of interacting with the territory

Université Côte d'Azur and its 18 academic stakeholders have given themselves the mission of building one of the top ten research-intensive universities in France. Achieving this ambition requires bringing together all local innovation stakeholders. The UCA^{JEDI} IDEX innovation programme aims at structuring and energising the innovation that stems from the work conducted by the programme's members. The programme itself is intended to benefit the economic stakeholders of the territory.

To structure and boost innovation at Université Côte d'Azur, three calls for proposals have been issued: **Pre-maturation** for the production of Proofs of Concept for development purposes, **Partnership** for R&D collaboration between a company and a laboratory, and **Startup Deeptech** to boost the creation of start-up companies producing disruptive innovation.

According to Sylvain Antoniotti, Strategic Director of Programs for UCA^{JEDI} IDEX, this organisation is highly flexible and responsive:

"We enjoy a wide range of high-performance tools to help public and private stakeholders along the path of innovation. In addition to these calls for proposals, we have created several spaces around technological platforms (that bring together equipment and expertise), with our "reference centres" designed to meet highly delicate societal and territorial challenges, such as the "Digital Challenges", "Smart Territory", "Ageing and Wellbeing", or "Fragrance Science" reference centres.

Understanding the needs of small- to medium-sized companies and of large corporations

Marc Barret, operational director of the innovation programme and of corporate relations of 3IA Côte d'Azur (Interdisciplinary Institute for Artificial Intelligence) tell us: "The IDEX effect is conducive to a successful marriage between large corporations and the academic world, which was far from a given before".

These unions are made possible by the UCA^{JEDI} Innovation Valorisation Commission that determines, in a collegial, pragmatic, and operational manner, which team to dedicate to the project and provides its expertise on legal and intellectual property aspects. "Université Côte d'Azur is in high demand among small- to medium-sized companies because it understands their needs and knows how to unroll solutions that go from advice to advanced partnerships. Joint financing is a great boon with strong leverage for various projects, Marc Barret explains.

Désormais, nous avons toute la légitimité et les outils pour accompagner nos chercheuses et nos chercheurs, à tous les niveaux de leur carrière, vers la création d'entreprises, et c'est particulièrement intéressant de fonctionner comme cela.

Des mariages ensuite rendus possibles au travers de la Commission UCA^{EDI} Innovation Valorisation, qui détermine de manière collégiale, pragmatique et opérationnelle l'équipe à dédier au projet et expertise les aspects juridiques et de propriété intellectuelle. « Université Côte d'Azur est très sollicitée par les PME car elle comprend leurs besoins, et sait déployer les solutions qui vont du conseil jusqu'aux partenariats avancés. Le cofinancement aide beaucoup et produit un fort effet de levier pour les projets », précise Marc Barret.

Ces possibilités de travail collaboratif peuvent conduire à la création de laboratoires communs, entre un des acteurs académiques et un partenaire privé, avec la mise en commun de personnels et d'équipements autour d'une thématique d'intérêt partagé. Un exemple illustre bien ces nouveaux usages, au sujet de l'IA avec un opérateur de rang mondial de solutions de réservation pour le transport aérien. Le large éventail des sciences disponibles avec Université Côte d'Azur permettant de répondre à cette demande.

Des investissements d'avenir qui portent déjà leurs fruits

Depuis son lancement en 2017, le programme innovation de l'IDEX UCA^{EDI} a permis de retenir 19 projets en prématurisation, de lancer 18 partenariats et 11 startups Deeptech. Cela a engendré le dépôt de 17 brevets d'invention (avec 10 de plus en cours de dépôt) et il y a 12 projets de création de start-up prévus sur les 12 mois à venir.

« Désormais, nous avons toute la légitimité et les outils pour accompagner nos chercheuses et nos chercheurs, à tous les niveaux de leur carrière, vers la création d'entreprises, et c'est particulièrement intéressant de fonctionner comme cela : on ne s'interdit pas de créer de la richesse, on valorise l'argent public, souligne Marc Barret. Et on constate depuis un certain nombre d'années cette désinhibition de la communauté des chercheurs à créer une entreprise. Nous rattrapons le retard que nous avons avec les grandes universités internationales, pour qui la démarche était courante, acquise depuis longtemps ».

Un guide destiné aux entreprises

UCA^{EDI} a édité un guide qui liste, décrit et donne les points de contact pour toutes les modalités de collaboration qu'Université Côte d'Azur propose aux entreprises, allant des diverses formes de R&D partenariale jusqu'à la formation continue et le recrutement de stagiaires, avec le détail des dispositifs d'accompagnement.



These collaboration opportunities can lead to the creation of laboratories shared by academic stakeholders and partners from the private sector, with pooled equipment and staff working on common interest themes. One example perfectly illustrates these new applications relating to AI, with a world-class operator offering booking solutions for air transport. The large range of sciences made available through Université Côte d'Azur make it possible to meet that demand.

Investments for the future that are already delivering fruits

Since its launch in 2017, the IDEX UCA^{EDI} innovation programme has enabled to retain 19 pre-maturation projects, to launch 18 partnerships, and to create 11 Deeptech start-up companies. This was initiated with the filing of 17 invention patents (with 10 more pending) and there are 12 start-up creation projects scheduled for the coming year.

"Now, we have full legitimacy and the tools to accompany our researchers at every level of their careers towards the creation of companies, and it is particularly rewarding to operate in this way: we are not averse to turning a profit, we are adding value to public money, says Marc Barret. For some years now, we have been noticing a certain loss of

inhibition in the research community in terms of creating companies. We are closing the gap with other international universities, for whom this approach is widespread and has been for years".

A guide for companies

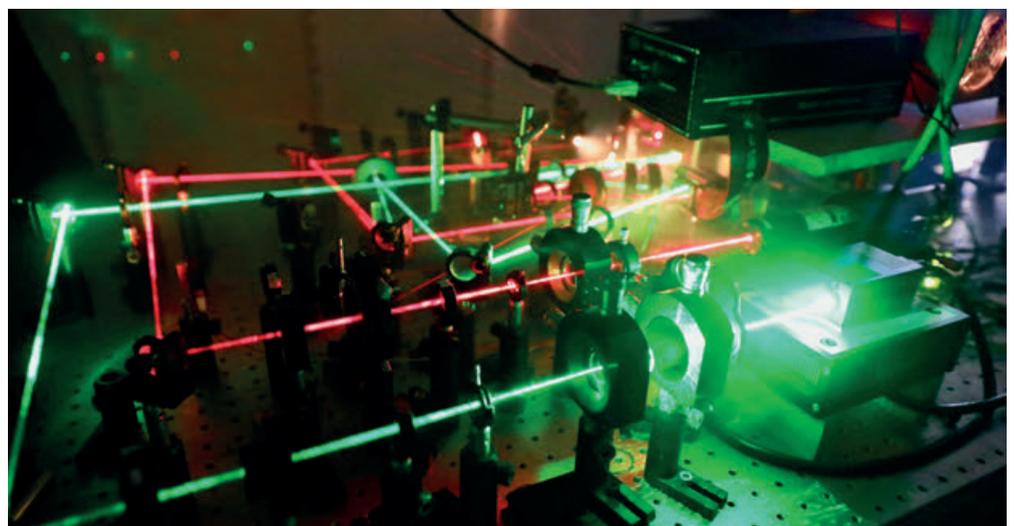
UCA^{EDI} has published a guide that lists, details, and provides the contact information of all the collaboration modalities that Université Côte d'Azur offers to companies, from various types of R&D partnerships to continuous education and the hiring of interns, along with information relating to support entities.

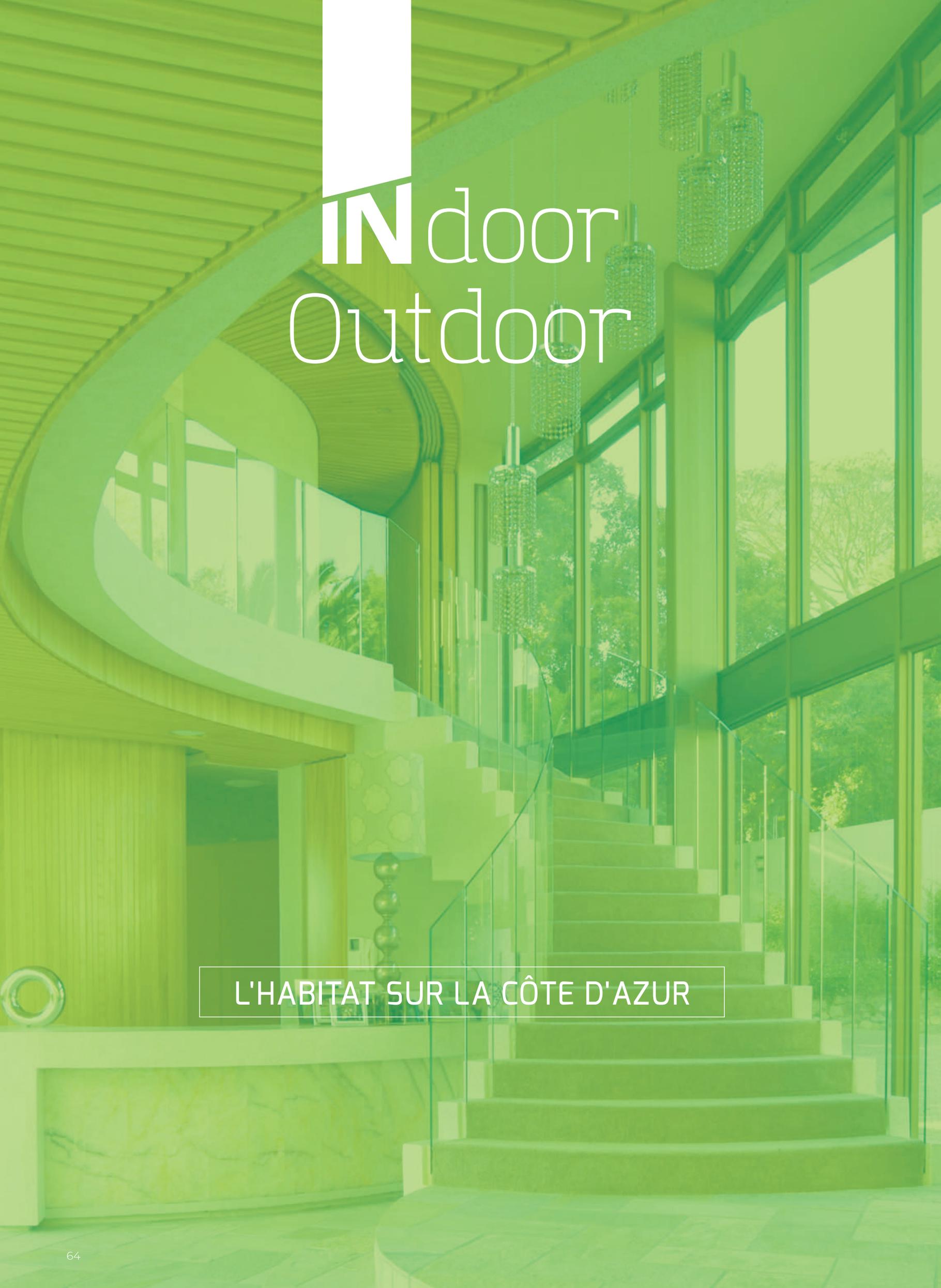


UNIVERSITÉ
CÔTE D'AZUR



univ-cotedazur.fr/ucajedi
#IDEX_UCA_JEDI
#TransformingTogether





INdoor Outdoor

L'HABITAT SUR LA CÔTE D'AZUR

On se confine dehors

Saparella

Réédition d'un best-seller sorti en 1965, déclinable en plusieurs éléments (chauffeuse, pouf, angle...), coloris et matières. Design Michel Ducaroy.

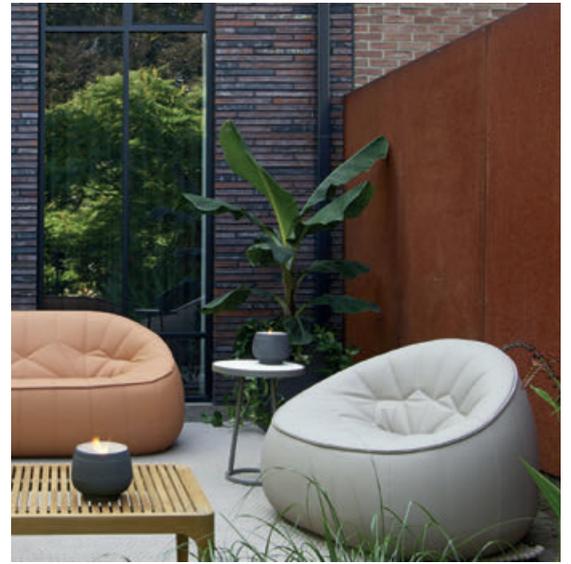
Points de vente sur www.ligne-roset.com



Ottoman

A choisir en une, deux ou trois places, assise en mousse polyuréthane moulée haute résistance Bultex. Design de Noé Duchaufour-Lawrance.

Points de vente sur www.ligne-roset.com



Laguna

Collection Artist, modèle Laguna, de chez Artelia.

Canapés 2 et 3 places, rangement set table basse, coussins gris chiné inclus. A partir de 2100 €.

A découvrir sur www.artelia.fr



146, Avenue Jean Maubert - 06130 Le Plan de Grasse
04 93 70 63 86

pepiniere.marguerite@psmgrasse.fr
www.pepiniere-sainte-marguerite.com



La Pépinière Sainte Marguerite, qui vient de fêter ses 30 ans, a connu une belle année 2020. 2021 s'annonce également prospère. La pépinière reste dans une dynamique de recherche de nouveauté et sélectionne ses plantes avec soin et minutie. Cela lui permet de proposer un choix exceptionnel de végétaux ainsi que des sujets remarquables en palmiers, oliviers, chênes, camphriers, caroubiers...dans un cadre agréable et accueillant, sur 9 sites pour une surface de 100 000 m².



WALTER STORES

Protection solaire : ON JOUE L'INNOVATION

L'été approche... et le printemps reste le bon moment pour réaménager et préparer ses extérieurs à l'arrivée de la belle saison. Walter Stores, spécialiste français de la protection solaire et des fermetures du bâtiment, propose une gamme de produits au cœur des préoccupations du mieux-être chez soi. Innovants, ingénieux, ils vont révolutionner l'intérieur comme l'extérieur de votre habitat !

Toujours plébiscitée par le public, la gamme de pergolas bioclimatiques Walter Stores Open, **fabriquée en totalité en France**, est incontournable sur le marché de la protection solaire. Côté store, élégance, nouvelles technologies, options fonctionnelles et tendances sont les ingrédients du **nouveau store coffre Diamant**.

On jongle avec les rayons

La gamme de **pergola bioclimatique Open** permet, avec ses lames orientables, de créer un véritable lieu de détente extérieur grâce à une protection solaire optimale liée à l'orientation des lames pouvant aller de 0° à 160°.

Orientez la lumière

Open'R® est une déclinaison de la pergola Open qui permet l'orientation et la rétractation des lames, dont le refoulement peut s'effectuer sur un côté de la structure grâce à un moteur supplémentaire. Elle réduit considérablement l'obscurcissement de la terrasse.



Sun protection: we play innovation

Summer is just around the corner... and spring is the perfect time to start preparing your outdoor spaces for the sunny season. Walter Stores, French specialist of sun protection and building closing systems, offers a range of products designed for your wellbeing at home. Innovating and ingenious, these products are about to revolutionise the interior and exterior of your home.

Always popular among the public, the range of Walter Stores Open bioclimatic pergolas, entirely **manufactured in France**, are the must-have sun protection system. In terms of awnings, elegance and new technologies, along with functional options and the latest trends, are the ingredients of the **new Diamant cassette awnings**.

We juggle with the rays

The **Open range of bioclimatic pergolas** enables to

create a restful place for outdoor relaxation thanks to optimal sun protection with slats that can be oriented from 0° to 160°.

Direct the light

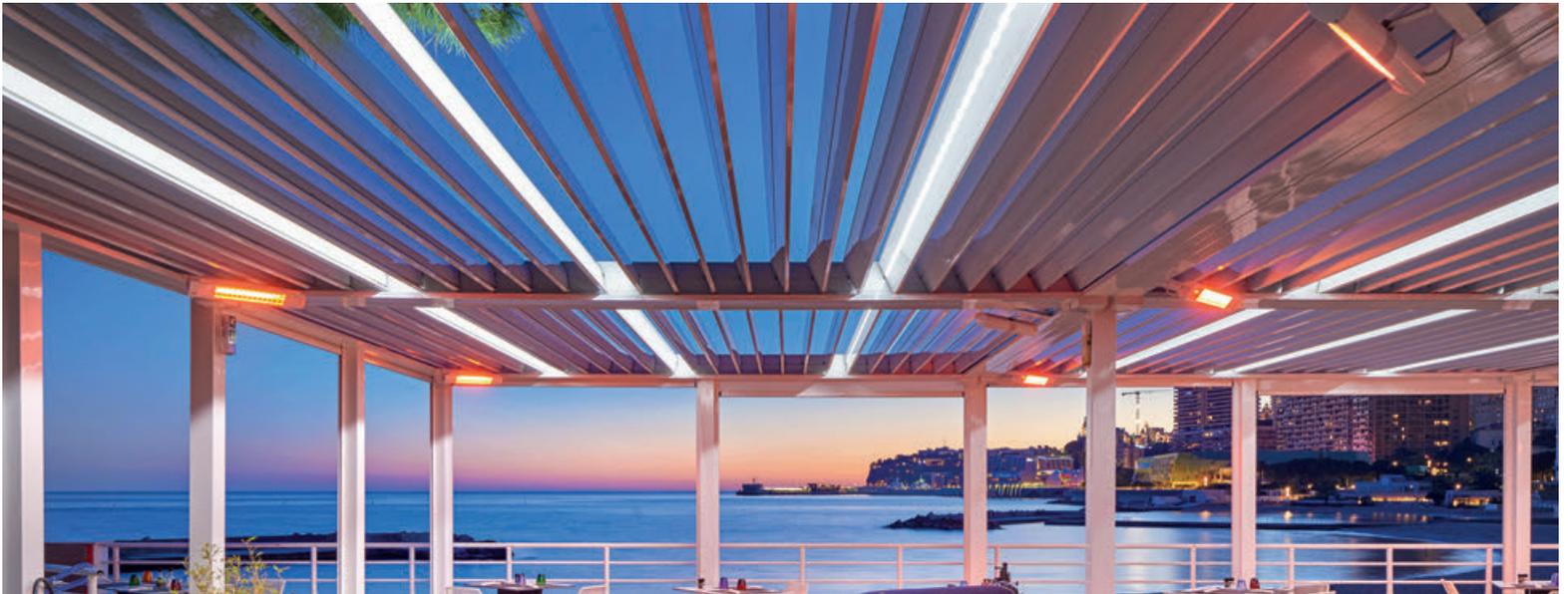
The **Open'R®** pergola is a version of the Open pergola that enables the orientation and retraction of the slats, which can be retracted on one side of the structure thanks to an additional motor. It considerably increases the luminosity of the terrace.

Master sun and ventilation

Open'R2 is a unique product, that enables the orientation and double retraction of the slats. Its structure is entirely made of aluminium and features a double-motor-powered roof cover. The slats are divided into two distinct units that separate in the middle of the roof cover, affording perfect control of sunlight and ventilation.

The latest addition to the range, **Open'IT**, a Walter Stores exclusivity, enables to combine one or several drop-arm awnings with the Open range of pergolas.





Maitrisez soleil et ventilation

La pergola **Open'R2** est un produit unique, qui permet l'orientation des lames ainsi que leur double rétractation. Sa structure est entièrement en aluminium composée d'une toiture à double moteur. Les lames se répartissent en deux paquets distincts qui se séparent au centre du toit, pour une parfaite maîtrise de l'ensoleillement et de la ventilation.

Dernier né, **Open'IT**, une exclusivité Walter Stores qui permet d'associer à la gamme de pergolas Open, un ou plusieurs stores à projection en toile.

Les petits plus

Plusieurs options peuvent s'intégrer sur une pergola Open : Protect Lames, un mur de lames orientables, des parois vitrées coulissantes ou pivotantes, ainsi que l'ensemble de la domotique qui permet, avec une seule télécommande, via un smartphone ou une tablette, de piloter l'orientation des lames de 25 à 100 %, d'activer leds, stores verticaux ou chauffage...

Diamant, le condensé de technologie

Dernier né chez Walter Stores dans la gamme des stores coffres, **Diamant** est un condensé d'avancées technologiques associé à un design contemporain. Élégant, il se démarque surtout par son coffre biseauté et ses ogives à facettes saillantes. Une grande envergure, un éclairage led omniprésent, un système de bras nouvelle génération à articulation invisible et des coloris qui reflètent les tendances actuelles font partie de ses nombreux atouts. Le plus : sa dimension maximale, qui peut couvrir 17 m !

Simple et discret

Simple et discret, le store coffre **On'X** se distingue néanmoins par ses dimensions généreuses. En témoignent des bras renforcés permettant une avancée jusqu'à 4 m et une largeur jusqu'à 7 m.

Et toujours un très grand choix de stores coffres et bannes à découvrir sur www.walter-stores.fr



The little extras

Several options can be added to an Open pergola: Protect Lames, a wall of orientable slats, sliding or pivoting glass walls, as well as an entire home automation system that enables, with a remote control, a smartphone or a tablet, to control the orientation of the slats from 25% to 100%, and to activate the led lighting, the vertical blinds, or the heating...

Diamant, the concentrate of technology

*The latest offering by Walter Stores in the cassette awning range, **Diamant** combines many technological advances associated with a modern design. Elegant, it stands out for its bevelled cassette*

and its protruding ogival faces. Great coverage, omnipresent led lighting, a new generation of hidden articulations, and colours reflecting the latest trends are part of its many assets. Another advantage: its maximum dimension, covering 17 metres!

Simple and discreet

*Simple et discret, le store coffre **On'X** se distingue néanmoins par ses dimensions généreuses. En témoignent des bras renforcés permettant une avancée jusqu'à 4 m et une largeur jusqu'à 7 m.*

And there is always a wide range of cassette awnings and blinds at www.walter-stores.fr

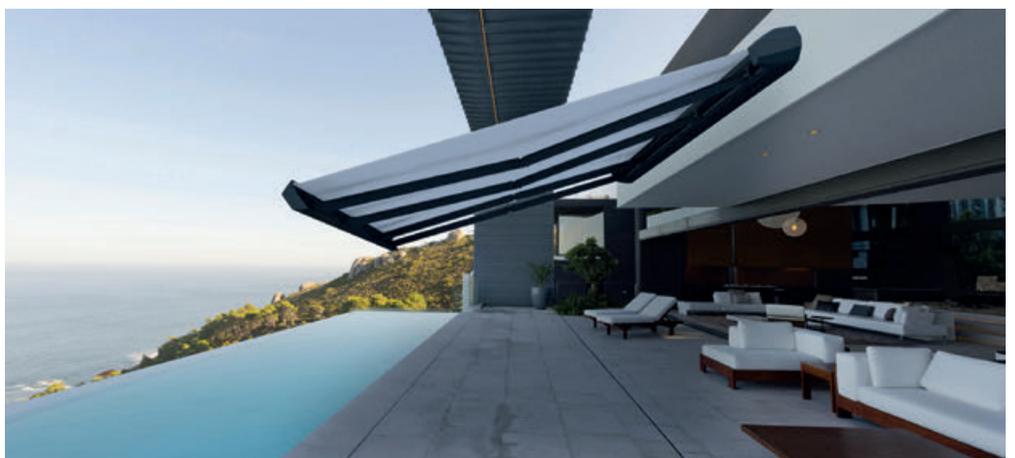


www.walter-stores.fr

Walter Stores Nice

31 Allée des Architectes - Saint-Laurent-du-Var
04 97 22 20 50 - contactnice@walter-stores.fr

Ouverture du lundi au vendredi de 9 h à 12 h et de 14 h à 18 h
Le samedi de 9 h à 12 h et de 14 h à 17 h



QUEL STORE ?

Store banne ou store coffre, store vertical ? chez Walter Stores, si les modèles sont nombreux, il n'y a qu'un seul mot d'ordre : a-dap-ta-bi-li-té ! Choisissez la méthode de pose (de face, en plafond), l'inclinaison, l'encombrement, les matières et coloris... Tout est possible !

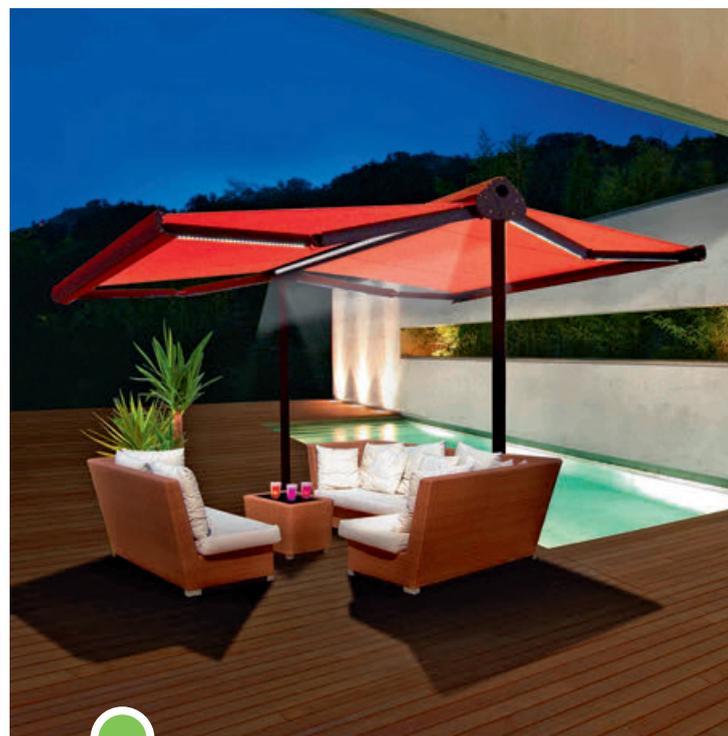
Store banne ou store coffre, store vertical ? chez Walter Stores, si les modèles sont nombreux, il n'y a qu'un seul mot d'ordre : a-dap-ta-bi-li-té ! Choisissez la méthode de pose (de face, en plafond), l'inclinaison, l'encombrement, les matières et coloris... Tout est possible !



QUARTZ

S'installe de face ou à même le plafond, pour s'adapter aux nécessités de chaque habitat.

Installs in front or on the ceiling, to adapt to the needs of each habitat.



GRENAT

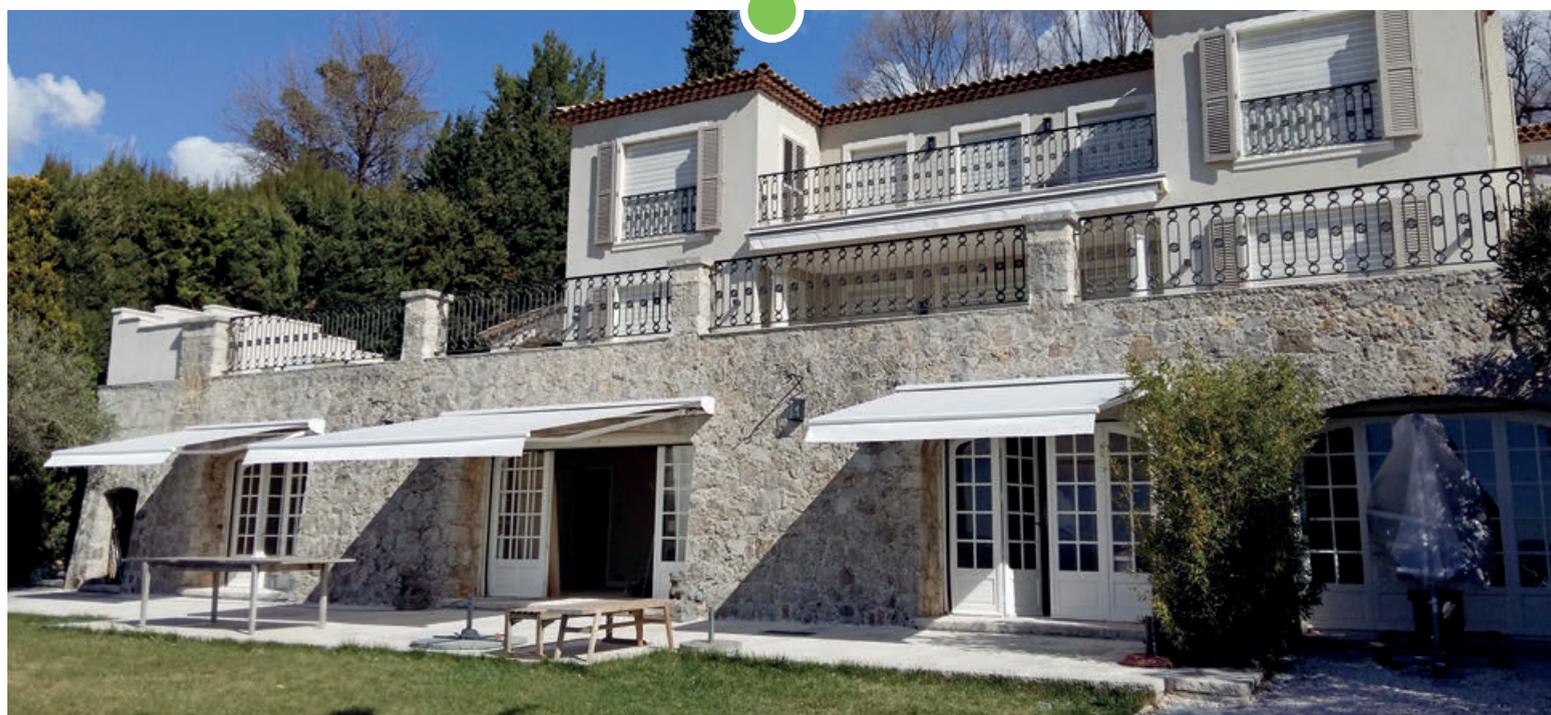
S'implante au sol (4 types de poses) au bord d'une piscine ou sur une terrasse et couvre jusqu'à 36 m².

Set up on the ground (4 types of poses) at the edge of a swimming pool or on a terrace and covers up to 36 m².

JADE

Est le store banne classique, qui peut couvrir jusqu'à 11,80 m par 3,5 m (en version à assembler).

Is the classic awning, which can cover up to 11.80 m by 3.5 m (in version to be assembled).





AMBRE

Est particulièrement adapté aux faibles encombrements, avec 166 mm de haut et une inclinaison à 90°.

Particularly suitable for small dimensions, with 166 mm high and a 90° inclination.

ON'X

Est équipé de 2 joues latérales design permettant au store de se fondre totalement dans la façade.

Is equipped with 2 design side panels allowing the awning to blend completely into the facade.



Walter Stores Nice

31 Allée des Architectes
Saint-Laurent-du-Var

04 97 22 20 50 - contactnice@walter-stores.fr
www.walter-stores.fr

BRUGUIER
L'EXPERTISE ÉTANCHÉITÉ

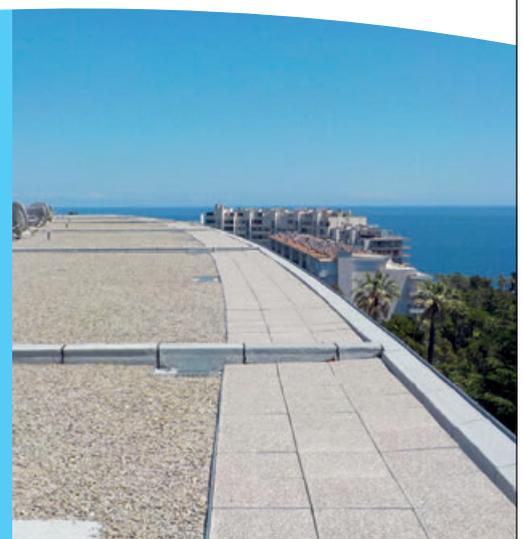
Votre expert étanchéité sur la Côte d'Azur

Étanchéité de toits terrasses, toits plats, balcons et jardinières
Cannes, Antibes, Nice, Menton, Sophia Antipolis...



Nous sommes spécialisés dans le **traitement des étanchéités** des **immeubles** en copropriété, des **hôtels de prestige** et des **terrasses et toitures terrasses** de villas pour des particuliers sur la Côte d'Azur.

Nous intervenons également sur les **toitures terrasses de bâtiments commerciaux et industriels** (Amadeus à Sophia Antipolis, Honey Well à Mougins, Cap 3000, Darty Mandelieu et BMW Mougins...)

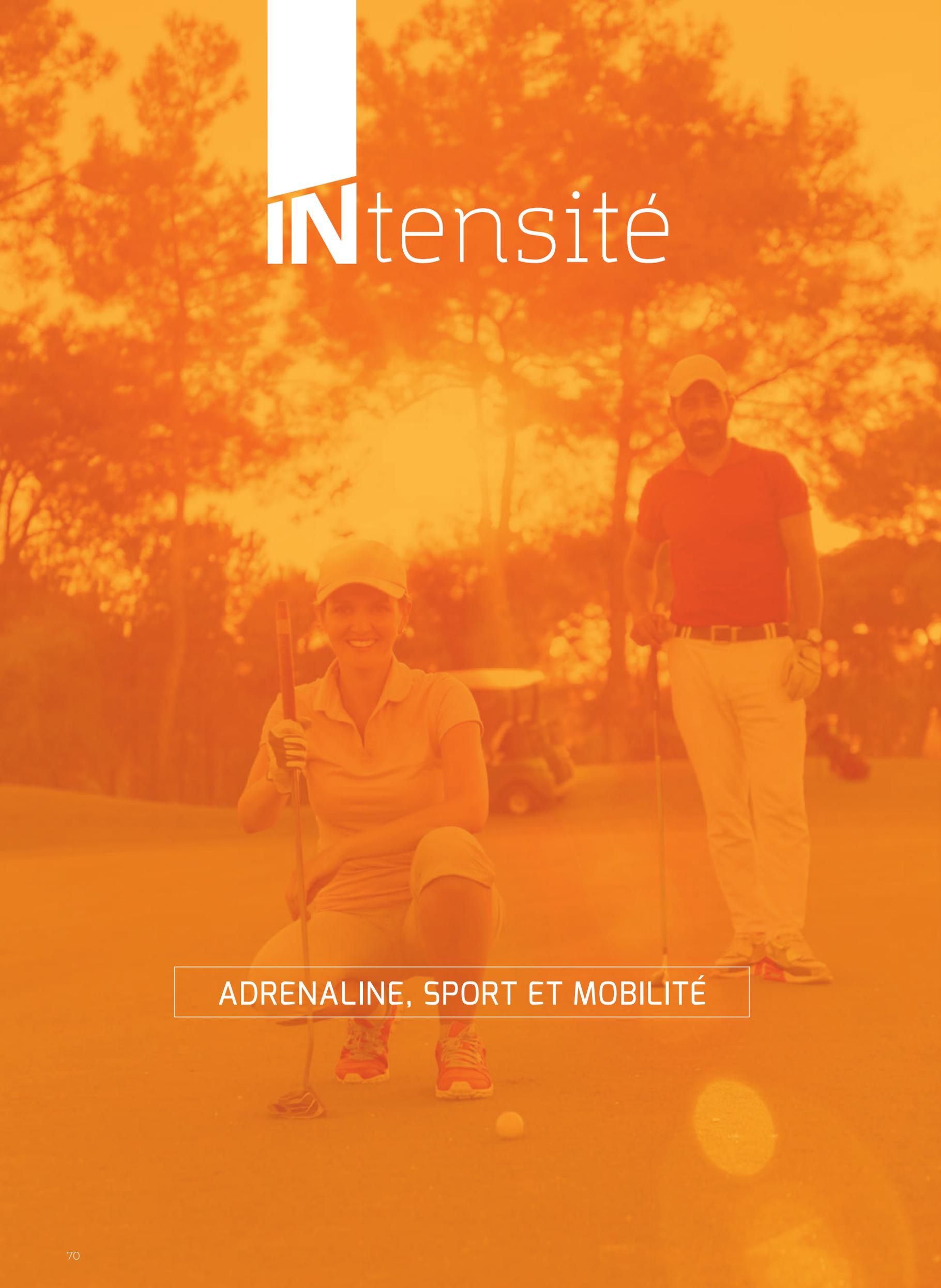


Plus de 30 ans
d'innovation

6840
chantiers réalisés

4 millions
de kilomètres parcourus





INtensité

ADRENALINE, SPORT ET MOBILITÉ

MP PRODUCTION

PASSEZ AU DIRECT !

Depuis plusieurs années, la vidéo s'est installée comme un élément-clé de la communication d'entreprise : elle permet de promouvoir son identité, de présenter ses produits ou services, notamment sur les réseaux sociaux, vecteurs de business.

Depuis la crise sanitaire, son rôle a encore pris de l'importance et elle devient aujourd'hui indispensable à toute entreprise soucieuse de communiquer. De plus, elle s'est immiscée dans les moyens de communication interne avec encore plus de prépondérance (réunions, séminaires, briefings d'équipes, etc.) par le biais de nombreuses applications telles que Skype ou Zoom.

MP Production, spécialiste azuréen de la vidéo, propose aujourd'hui d'aller un peu plus loin, avec une vraie captation en direct de type plateau TV, pour pouvoir vous adresser à vos équipes, collaborateurs ou clients dans un format encore plus professionnel, très séduisant. Un streaming de qualité pour toutes vos présentations, avec possibilité de duplex.

Evidemment, MP Production propose toujours ses prestations « classiques », de type publicitaire ou corporate, pour accroître votre visibilité et montrer toute l'étendue et la qualité de vos services.



Matthieu Pesini, fondateur de MP Production

MP Production vous propose une vraie captation en direct de type plateau TV, pour pouvoir vous adresser à vos équipes, collaborateurs ou clients dans un format encore plus professionnel, très séduisant.

Over the years, the video format has gradually imposed itself as the cornerstone of corporate communications: it helps promote the company's identity and showcase its products or services, in particular on social media, a renowned vector of business.

With the health crisis, its role has become even more important, and video is now an indispensable tool for any company eager to communicate. Furthermore, it is also a prominent part of internal communication tools (meetings, seminars, team briefings, etc.) and relies on many different applications, such as Skype or Zoom.

MP Production, a French Riviera company specialising in video, wants to go even further and is proposing a TV studio and live footage, allowing you to reach your teams, your employees, or your clients in a highly professional and enticing format. They offer high-quality streaming for your presentations, with the possibility of setting up a duplex communication system.

Of course, MP Production continues to provide its traditional services, which are of the advertising or corporate variety, to increase your visibility and to showcase the quality and extent of your services.



630 route des Dolines – Valbonne Sophia Antipolis
06 08 00 26 28 – contact@mpproduction.net
www.mpproduction.net

Château de Crémat, L'EXCLUSIF

Une renaissance. Le Château de Crémat, fleuron de l'appellation des vins de Bellet, accueille aujourd'hui vos réceptions et événements d'exception, dans un cadre aussi somptueux que confidentiel. Une adresse chic, dont l'histoire et l'authenticité participent à l'émotion qu'il suscite chez ses visiteurs...

A rebirth. Château de Crémat, the flagship of the Bellet wine appellation, now hosts your events and receptions, in a secluded and splendid setting. This high-end venue is charged with history, and invariably gives rise to emotion among its visitors...

Sur les hauteurs de Nice, en surplomb de la méditerranée, son architecture néo-toscane rehaussée d'un rouge flamboyant lui donne toute la majesté des demeures iconiques et inédites. Et c'est sans conteste sa renaissance, entamée en 2017, qui en a magnifié l'histoire. De ses origines romaines, (le Château fût bâti sur des galeries d'inspiration romaine en 1906 par Antoine Mari, où étaient entreposées des amphores d'huile et de vin), en passant par sa réfection dans les Années Folles par le cabinet d'architecture Dalmas, jusqu'à sa conversion à la viticulture biologique, le Château de Crémat a connu tous les fastes d'antan et sa récente réhabilitation, perpétue ainsi cette tradition d'exclusivité.

Suite Coco Chanel

Aux détours de l'histoire, la légende raconte que Gabrielle Chanel, l'une des nombreuses invitées de marque et amie d'Irène Bretz, riche propriétaire des lieux (ainsi que du Négresco dans les années 20) se serait librement inspirée du blason du Château (deux « C » entrelacés) afin de créer le logo mondialement connu de sa marque de haute couture... Afin de perpétuer un peu de cet esprit,



Located on the heights of Nice, overlooking the Mediterranean, this iconic and yet unique building boasts a regal look thanks to its neo-Tuscan architecture coated in flaming red colours. A new chapter in its rich history began in 2017, a year

that truly marked the rebirth of the estate. From its Roman origins (the estate was built in 1906 on top of Roman-inspired galleries where amphoras of wine and oil were stored), through the Roaring Twenties when it was renovated by a firm of architects, Dalmas, and later when it was converted to an organic vineyard, Château de Crémat has known a fastuous past, and its recent renovation perpetuates its tradition of exclusivity.

The Coco Chanel suite

Legend has it that Gabrielle Chanel, one of the many distinguished guests and a close friend of Irène Bretz, the extremely wealthy owner of the estate (and of the Négresco in the 20s) was inspired by the Château's coat of arms (two intersecting letters "C") to create the famous logo of her haute couture brand...

To perpetuate this spirit, part of the furniture of the Ritz was bought at auction when the hotel closed for renovation, and we acquired the genuine furniture of the suite occupied by Gabrielle Chanel: it has been moved the part of the estate reserved for guests and





une partie du mobilier du Ritz a été rachetée aux enchères lors de la fermeture de l'hôtel pour travaux, et à cette occasion, ont été acquis des meubles authentiques de la suite qu'occupait Gabrielle Chanel : ils sont à présent installés dans la partie hébergement du château où a été aménagée la suite inspirée « Coco Chanel ». Un témoignage chic et une réinterprétation des lieux qui laissent libre cours à cette ambiance « Belle époque », glamour et inédite sur la Côte d'Azur, 100 ans après.

Prestations d'excellence

Séminaires d'entreprises, concerts, expositions, réceptions privées... Les lieux se prêtent à tous moments d'exception. La salle Antoine Mari, ses larges baies vitrées et ses vitraux d'époque peuvent accueillir des moments culturels, solennels, ces instants précieux dont l'écrin est bien souvent aussi important que le bijou... Dans un style Belle Epoque, la verrière du même nom offre une vue imprenable sur le Baou de Saint-Jeannet. Ses 288 m² et 8 m de hauteur sous plafond peuvent accueillir 250 personnes en dîner de Gala ou en cocktail.

En extérieur, c'est le pays niçois et les vignes de Bellet qui s'offrent à vous, lorsque vous profitez des somptueuses terrasses de 400m² jouissant d'une vue somptueuse sur la baie des Anges ou des jardins paysagés de 1500 m².

L'équipe qui dirige le Château de Crémat saura vous suggérer sa sélection de professionnels (traiteurs, DJ's, fleuristes, décorateurs, photographes...) pour un événement réussi mais vous êtes évidemment libre de vos choix sur l'ensemble des prestations. Un seul qualificatif caractérisera dans tous les cas votre visite au Château de Crémat : exclusif...

Autour du vin, créez l'événement

► Des visites œnologiques peuvent être organisées, ou tout autre moment en lien avec cette thématique. Les caveaux de dégustation, restaurés, peuvent être le théâtre d'événements originaux, d'autant que le Château de Crémat est partenaire du Domaine de Toasc : les deux AOP (Appellations d'Origine Protégée) offrent ainsi une grande diversité de thèmes à travailler autour de l'histoire des vins de Bellet. L'appellation AOP Bellet fête ses 80 ans cette année.

Create your event around wine

► Wine-tasting visits can be organised, or any other event pertaining to the world of viticulture. The tast-ing cellars, fully restored, are a great venue for an original event, especially as Château de Crémat is a partner of Domaine de Toasc: two AOPs (protected origin appellation) offer a great range of themes to be explored concerning the history of Bellet wines. The Bellet AOP is celebrating its 80th anniversary this year.

installed in a new "Coco Chanel"-inspired suite. This kind of chic testimony and reinterpretation of the estate gives free rein to the glamorous and unique atmosphere of the French Riviera during the Belle Epoque, only 100 years later.

Excellent service

Corporate seminars, concerts, exhibitions, private receptions... This is the perfect venue for any exceptional event. The Antoine Mari hall, with its large bay windows featuring genuine stained glass, is the perfect place to host solemn or cultural gatherings, precious moments where the setting is as important as the event... In the style of the Belle Epoque, the skylight affords a breath-taking view of Baou de Saint Jeannet. Covering 288 m² and with high ceilings (8 m), the room can welcome up to 250 guests for a Gala dinner or a cocktail.

Outside, you are at the heart of the Nice countryside, and you can enjoy 400m² of magnificent terraces offering a splendid view of Baie des Anges or 1'500 m² of landscaped gardens. The team that manages Château de Crémat is ready to share its selection of professionals (caterers, DJs, florists, decorators, photographers...) to ensure the success of your event, but you are naturally free to choose your own service providers. A single adjective aptly describes your visit to Château de Crémat: exclusive...



Château de Crémat

442 Chemin de Crémat – 06200 Nice

+33 (0)4 92 15 18 83

events@chateaucremat.com

+33 (0)6 48 28 41 89

www.chateaucremat.com



MMD EVENTS

Offrez-vous LA PARENTHÈSE DE PRINTEMPS

Cloîtré chez soi, en télétravail, nous avons tous besoin de souffler... MMD Events imagine des solutions de déconnexion pour changer d'environnement, s'accorder du temps et se réappropriier la nature et ses bienfaits. Voici « La parenthèse by MMD » : des journées ou des week-ends prolongés, à découvrir au cœur de domaines exceptionnels, rarement accessibles au public...

Pour Aurélie Tocco, spécialiste de l'événementiel depuis plus de 15 ans, adepte du yoga et de la méditation, « Nous pensons que de temps en temps, il est bon de se déconnecter non seulement de la technologie, mais aussi de son mode pilotage automatique ». Sa solution ? « Accordez-vous une escapade bien-être dans un lieu privilégié au plus près de la nature et rejoignez notre prochain séjour bien-être et yoga ! » C'est tout l'objet du programme **La Parenthèse by MMD**, qu'elle vient de créer avec MMD Events.

4 formules sont disponibles : Journée, Découverte, Grande ou Petite Parenthèse, à organiser suivant vos envies. Vous y retrouverez, pêle-mêle : séance



Treat yourself to a spring break

Stuck at home, tired of teleworking, we all need a breath of fresh air... MMD events is coming up with solutions to help you let go for a moment by enjoying a change of setting and taking the time to reconnect with nature and its healing virtues. Introducing the "La parenthèse by MMD" (a brief reprieve by MMD): days or extended weekends spent in exceptional estates, rarely open to the public...

According to Aurélie Tocco, a yoga and meditation enthusiast who has been organising events for the past 15 years, "We believe that, on occasion, it is a good idea to disconnect, not only from technology, but also from our autopilot mode".

What is her solution? "Treat yourself to a wellbeing escapade in a beautiful natural setting, and join us on our next wellbeing and yoga outing!" That is, broadly, the purpose of the **La Parenthèse by MMD** programme that she recently created with MMD Events.

Four different formats are on offer: Day, Discovery, Long Break, or Short Break, it is entirely up to you. The offering includes yoga and meditation sessions, a healthy brunch, personal development workshops (numerology or laws of attraction), muscular awakening work in a natural setting, visit of a wine-producing estate of the Var with tasting session, Ayurveda-inspired healthy cooking lessons, Pilates, walks in the countryside...

Au Domaine des Oliviers de l'Estérel

The Domaine des Oliviers is a 30-hectar landscaped haven of tranquillity overlooking the bay of Cannes and affording a panorama of breath-taking beauty. Fields, olive groves, seas of lavender, and an awe-inspiring view of the sea, three heated pools, a SPA, tennis courts, and a fitness circuit, only 15 minutes from Cannes...



de Yoga et méditation, Healthy Brunch, ateliers de développement personnel (Numérologie ou Loi de l'attraction), réveil musculaire en pleine nature, visite d'un domaine viticole varois et dégustation, cours de cuisine santé inspiré de l'ayurveda, Pilates, randonnées dans la nature...

Au Domaine des Oliviers de l'Estérel

Véritable havre de paix dans son parc paysager de 30 hectares, le Domaine des Oliviers surplombe la baie de Cannes et offre un panorama d'une exceptionnelle beauté. Prairies, oliviers, champ de lavande et vue mer époustouflante, 3 piscines chauffées, SPA, court de tennis et le parcours santé à 15 minutes de Cannes...

Au Domaine de Monte Verdi

Situé à Flayosc dans le Haut-Var, le Domaine de Monte Verdi est le lieu parfait pour se plonger dans une bulle de sérénité. Au cœur de 330 ha de forêt méditerranéenne, d'oliviers et de vignes, le Domaine offre une architecture moderne, un cadre et des services personnalisés qui aident ses invités à revenir à l'essentiel : piscine extérieure chauffée, bibliothèque, champs de lavande sont autant de plaisirs à s'accorder lorsque l'on séjourne dans ce lieu magique.



Au Domaine de Monte Verdi

Located in Flayosc in the Haut-Var, the Domaine de Monte Verdi is the perfect place for people who want to enjoy a bubble of relaxation. At the heart of 330 ha of Mediterranean forest, olive groves and vineyards, the estate boasts modern architecture, a beautiful setting, and tailor-designed services to help guests reconnect with what is truly important: heated outdoor pool, library, fields of lavender, and many other delights await you in this enchanted venue.

Recentrez-vous avec les prochaines parenthèses programmées : les 24 - 25 avril, 1^{er} et 2 mai, 21 et 24 mai -

...Ou organisez votre propre Parenthèse, entre amis ou avec votre équipe de travail : contactez Aurélie Tocco et son équipe au **+33 (0)6 27 09 10 22**

Plus de renseignements sur : www.la-parenthese.net

Find your centre with the next scheduled "parentheses": the 24th and 25th of April, the 1st and 2nd of May, the 21st and 24th of May...

...Or organise your own break, with friends or your work team: get in touch with Aurélie Tocco and her team at **+33 (0)6 27 09 10 22**

► PARENTHÈSE _ ÉPHÉMÈRE

Cette « parenthèse » ne se substitue pas aux activités « traditionnelles » de MMD Events, tournées en ce moment vers l'organisation d'**événements privés sur-mesure** : mariages, baptêmes, enterrements de vie de jeune fille/ vie de garçon, anniversaires... Mais également vers son activité de **conciergerie** avec réservations de villas, bateaux et séjours à thèmes sur la Côte d'Azur.

► A SHORT-LIVED PARENTHESIS

These "brief reprieves" do not replace the more traditional activities offered by MMD Events, which are currently focusing on the organisation of **tailor-designed private events**: weddings, baptisms, stag and hen parties, anniversaries... Not forgetting its **conciergerie** activity, with villas, boats, and themed stays on the French Riviera ready to be booked.



M | M | D
events

+33 (0)6 27 09 10 22
contact@mmd-events.com
www.mmd-events.com



HÔTEL RESTAURANT & SPA CANTEMERLE

Nature, espace et authenticité

Ici, le luxe, c'est l'espace ! L'hôtel Cantemerle s'étend sur près de 2 hectares où vous pourrez profiter d'une nature exceptionnelle et inspirante, en toute intimité.

Tout est prévu pour vous faire vivre un séjour en toute sérénité, dans un cadre authentique et privilégié : restanques, solarium, piscine extérieure et ses transats, au cœur d'un vaste parc paysagé...

Plus intimiste, découvrez le Spa Evasion Nature et sa piscine intérieure chauffée sous une verrière au cœur de la nature et le jacuzzi plein air avec vue sur la Méditerranée.

Vous recherchez un hôtel familial et confidentiel à l'ambiance chic et décontractée pour un séjour dépayssant et hors du temps ? L'hôtel Cantemerle se révélera l'endroit idéal pour satisfaire vos séjours en famille ou escapade à deux. Que diriez-vous d'une partie de pétanque, d'une promenade à cheval, d'une randonnée aquatique ou d'une balade à vélo ? Situé entre terre et mer, les activités pour se faire plaisir ne manquent pas. Au Cantemerle, le seul risque à prendre c'est d'être heureux !

Sur place, vivez des instants gourmands, La Table du Cantemerle : deux chefs engagés, une même philosophie. Ils vous proposent une cuisine maison à base de produits frais de saison, issus majoritairement de producteurs locaux.



Nature, space and authenticity

Here, luxury means space. The Cantemerle hotel covers close to two hectares, where you enjoy exceptional and inspiring natural surroundings.

Everything awaits you here for a perfect stay in a gorgeous setting: terraces, solarium, and an outdoor pool surrounded by deckchairs, at the heart of an immense landscaped park...

If you are after a more intimate setting, come to the Evasion Nature spa featuring an indoor heated pool surrounded by countryside, and the outdoor Jacuzzi affording a breath-taking view of the Mediterranean.

Are you looking for a secluded family hotel, with a chic and relaxed atmosphere, off the beaten track, where you can enjoy some time away from the daily bustle of modern life? The Cantemerle hotel is the perfect place for a family getaway. How about a horseback adventure, an aquatic excursion, or a bicycle ride, only ten minutes away from the hotel? Nestled between the sea and the mountain, the establishment offers a plethora of activities. At the Cantemerle, the only danger you're facing is being elated!

The cuisine is also out of this world, The Table du Cantemerle: two chefs committed to the same philosophy. Offers home cooked meals prepared with seasonal and locally-sourced produce.

Le Cantemerle c'est aussi un lieu d'exception pour vos événements

Découvrez la Bastide, nouveau lieu réceptif exceptionnel qui s'étend sur 150 m² modulables, ouvrant sur une terrasse de 60 m² au cœur d'un jardin provençal.

Un lieu privilégié pour une organisation sur-mesure de vos **séminaires et réunions professionnelles** : l'alliance parfaite entre travail et plaisir ! Il accueille également tous vos **événements privés** (baptêmes, mariages, anniversaires...).

Et surtout, n'hésitez pas à réserver dès aujourd'hui en toute tranquillité*



* Annulation ou report sans frais



Benjamin Bourgoin, Chef de la Table du Cantemerle
Jérôme Héraud, Directeur d'établissement et Maître Cuisinier de France



The Cantemerle is also an exceptional place for your events

Discover our Bastide, a new modular reception area covering an area of 150 m² and opening onto a 60-m² terrace surrounded by a Provençal garden.

The perfect venue for your customised **seminars and work meetings**: it offers the perfect combination of work and pleasure!

It can also host all your **private events** (baptisms, weddings, birthdays...)

And above all, from today, plan your stay, book with peace of mind*.

* Cancel or postponement free of charge



HOTEL - RESTAURANT & SPA
Cantemerle *****
VENCE - CÔTE D AZUR

Contactez Emmanuelle Topie
Responsable Commerciale
04 93 58 96 97 - 06 64 27 33 91
commercial@hotelcantemerle.com
www.hotelcantemerle.com



ANTIBES SHARKS ETVÉ



**Faites parler de vous,
communiquez lors des soirées
télévisées des Sharks**

Rejoignez les Sharks, affichez votre
marque et vos produits lors de nos
diffusions sur **Azur TV**, l'unique chaîne
locale disponible sur la TNT et les box internet.
**Spots publicitaires, billboards,
incrustations...** des prestations sur
mesure pour une activation efficace !

**Construisons ensemble
votre plan de communication TV**

sales@sharks-antibes.com / 04 93 33 32 32





 **DUPLEX**

STUDIO TV & WEB // SOPHIA ANTIPOLIS

CRÉATEUR DE
CONTENU DIGITAL

DISCOURS ● INTERVIEW ● REUNION ● CONFERENCE ● EMISSION

sales@sharks-antibes.com

04 93 33 32 32

PADEL

VERS UNE EXPLOSION *du nombre de pratiquants*

Il faut s'attendre à une explosion de la pratique du Padel dans la région. Christian Collange, Président de la commission Régionale Padel PACA, nous explique les signes avant-coureurs de cette déflagration...

The number of Padel enthusiasts is set to explode. A Padel boom is to be expected in the region. Christian Collange, Chairman of the Regional PACA Padel Commission explains to us what the signs are heralding this surge...

Christian, présentez-vous à nos lecteurs :

J'ai commencé par le tennis, c'est devenu une passion aux côtés de Michel et Louis Borfiga à Eze, je l'ai enseigné (BE 2^e degré), j'étais classé 0, j'ai joué à Monaco en coupe Davis, puis j'ai commencé le Padel à Eze en 2013, dans le club de Beausoleil que je gérais à cette époque. Aujourd'hui, je suis responsable du marketing en France de la marque espagnole Bull Padel, leader historique de l'équipement de Padel depuis près de 25 ans. J'ai une formation qui s'y prête, avec un DEA Marketing. J'ai aussi longtemps géré des complexes sportifs comme le club de Cap d'Ail, ou celui de Beausoleil. Ma passion m'amène aussi à gérer le Pro shop Padel de Monaco et par le biais de ma société Sun Sports Events à organiser des événements inter-entreprises et professionnels autour de ce sport.

Enfin, je viens d'être réélu pour un mandat de 4 ans à la tête de la Commission Ligue PACA Padel pour la FFT.

Comment évolue le sport Padel sur la Côte d'Azur ?

Ce n'est pas encore l'explosion escomptée, mais cela évolue bien ! Aux côtés de Gilles Moretton, nouveau président de la Fédération Française de Tennis, nous allons mettre en place de nouvelles attributions pour le Padel. L'un des leviers : la mise en place d'une licence « Padel ». L'idée est de créer une vraie identité au sein de la FFT.

Qu'est-ce qui manque pour assister à cette « explosion » du nombre d'adeptes ?

En Suède, en Italie, d'anciens joueurs de tennis professionnels -et d'autres sports aussi- se sont mis à pratiquer avec assiduité. C'est très bon pour



Christian, tell our readership about yourself:

I started with tennis, which quickly became a passion as I played alongside Michel and Louis Borfiga at Eze, I coached (BE 2nd level), I was rated 0, I played at Monaco in the Davis cup, and I started playing Padel at Eze in 2013, in the Beausoleil club that I used to manage back then. Now I am at the head of the French marketing activities of Bull Padel, a historic Spanish brand that has been leading the Padel apparel industry for close to 25 years. My profile suits the job, and I hold a marketing DEA. I also have extensive experience in managing sports clubs, such as the

one in Cap d'Ail or the one in Beausoleil. Through my passion for the sport, I have come to manage the Padel Pro Shop in Monaco, and through my company Sun Sports Events, I organise corporate and professional events centring on Padel. Finally, I have just been re-elected for a four-year term at the head of the Padel PACA League Commission on behalf of the FFT.

How is Padel coming along as a sport in the French Riviera?

We have not yet felt the boom we were expecting, but the progress we have made so far is nonetheless promising. Working alongside Gilles



l'image ! En France, nous devons encore nous structurer. Et tout d'abord, assurer un bon maillage du territoire. En Ile-de-France, en Paca bien sûr mais aussi en Occitanie, cela fonctionne plutôt bien, avec une vraie politique sportive orientée « Padel », mais il y a beaucoup à faire dans certains départements, dont certains n'ont même pas un seul terrain disponible, privé comme associatif !

D'ailleurs à ce sujet, il faut, au sein de la Fédération, que nous montrions notre soutien aux clubs privés, qui ont longtemps été les pionniers de la pratique. Ils ont donné l'exemple en nous montrant comment fidéliser, développer leur activité, être rentable. Il faut nous mettre sur un pied d'égalité, les clubs privés comme associatifs, en un mot : fédérer la grande famille Padel.

Le Padel est-il encore assez démocratisé ?

Il y a entre 10.000 et 12.000 joueurs classés en France, dont près de 3.000 femmes. On évalue le nombre de pratiquants licenciés entre 90.000 et 100.000 mais il est difficile d'être précis, sans une licence « Padel ». Pour faire encore sa promotion, il est évident que la formation diplômante pour enseigner, qui doit sortir entre la fin de ce premier semestre et fin 2021, sera un plus. Elle permettra d'officialiser un vrai enseignement. Les professeurs de tennis pourront effectuer un circuit plus court, disposant déjà des bases pour enseigner. Il faudra aussi trouver des animations pour tous autour du Padel et pas que des tournois de très haut niveau par exemple. Chacun doit pouvoir s'y retrouver !

Moretton, the new chairman of the French Tennis Federation, we are about to implement new attributions for Padel. One of our levers is the implementation of a Padel licence. The idea is to create a proper identity within the FFT.

What are we still lacking for an "explosion" of the number of adepts?

In Sweden and in Italy, former tennis professionals, and other professional athletes, have diligently taken up the sport. This is excellent for the sport's image! In France, we are still in the structuring phases. First, we need to make sure we are present throughout the territory. In the Ile-de-France region, in PACA, and in Occitanie, things are going rather well, with an adequate policy geared towards Padel, but there is still much to do in other departments, some of which do not have a single court, be it private or in an association!

Besides, we must, within our Federation, offer increased support to private clubs that have long been the pioneers of the sport. They have paved the way by showing us how to build loyalty, to develop the activity, and to remain profitable. We must achieve a level playing field among clubs and associations. In short, we must bring together the great Padel family.



entre **10 000**
& **12 000**
joueurs classés en France



dont près de
3.000 femmes



entre **90 000**
& **100 000**
pratiquants licenciés

Bullpadel

www.bullpadel.com

Sun Sports

1 promenade Honoré II
98000 Monaco
+377 97 97 09 30
www.sunsports.mc

Fédération Française de Tennis

www.FFT.fr

Is Padel democratic enough?

There are between 10'000 and 12'000 players listed in France, including about 3'000 women. The number of licence holders is estimated to be between 90'000 and 100'000, but it is had to be accurate in the absence of a formal "Padel" licence. To further promote our sport, we need a coaching course leading to a diploma, which should be implemented during the first half of 2021. This will make a big difference. It should help officialise the teaching of this sport. Tennis coaches can follow a shorter programme, as they already master the basics to teach Padel. We also need more Padel animations that are open to all, and not only high-level tournaments. There must be something in it for everybody!

RENT @ CAR

Un printemps pour s'évader ?

A spring to get away from it all?

Rent A Car vous offre ses solutions d'évasion, à partir de 19 € par jour. Plaisons-nous à imaginer des semaines qui arrivent, plus faciles, propices à la découverte et au changement d'air...

Si Rent A Car est déjà à vos côtés pour toutes vos options de locations de véhicules, dès que la situation le permettra de nouveau, vous pourrez préparer vos prochaines sorties en toute quiétude grâce aux nombreuses offres pratiques et adaptées à chaque moment...

Le spécialiste de la location vous propose même **des véhicules à utiliser en aller simple**, qui peuvent s'avérer très pratiques à combiner avec d'autres solutions de mobilité, sur le lieu de votre villégiature... Economique et simple d'utilisation, vous prenez le véhicule dans une agence Rent A Car et la restituez dans une autre, la plus proche de votre destination.

Vos équipes ont besoin de décompresser, s'aérer, changer d'univers ? Alors, dès que vous serez dans les starting-blocks, consultez Rent A Car et son offre pratique, très diversifiée et à prix étudiés. Les **véhicules multispaces** (routières à coffres spacieux), **les minibus ou monospaces** offrent une grande souplesse d'utilisation et sont la promesse de voyages effectués dans un confort idéal pour les longs trajets.

Une question, un conseil ? Sollicitez l'une des 14 agences azuréennes de Rent A Car.

Rent A Car offers you its escape solutions, from € 19 per day. Can we please imagine the coming weeks, easier, conducive to discovery and a change of scenery ...

If Rent A Car is already at your side for all your vehicle rental options, as soon as the situation allows it again, you can prepare your next outings in complete peace of mind thanks to the many practical offers adapted to each moment ...

The rental specialist even offers **vehicles to use one way**, which can be very practical to combine with other mobility solutions, at the place of your vacation ... Economical and easy to use, you take the vehicle in a Rent A Car agency and return it to another, closest to your destination.

Do your teams need to decompress, get some fresh air, and change the universe? So, as soon as you are in the starting blocks, check out Rent A Car and its practical, very diversified and affordable offer. **Multispace vehicles** (road vehicles with spacious boxes), **minibuses or minivans** offer great flexibility of use and are the promise of trips made in ideal comfort for long journeys.

A question, an advice ? Ask one of the 14 Riviera agencies of Rent A Car.

Aéroport Nice

04 93 19 07 07

Nice RN 202

04 93 29 86 32

Nice Gare

04 93 88 69 69

Nice Port

04 93 56 45 50

St Laurent Gare

04 93 19 07 07

Antibes Gare

04 93 34 36 84

Cannes Gare

04 97 06 01 25

Cannes/Mandelieu

04 93 47 98 80

Cannes Mistral

04 93 68 68 68

Vence

04 93 58 04 04

Carros

04 97 00 09 99

Drap

04 93 53 50 66

Grasse

04 85 90 09 00

Puget sur Argens

04 28 01 00 10

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

rentacar.fr



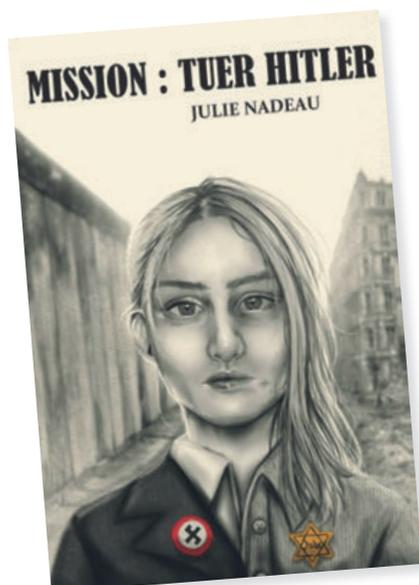
LIVRES *Petites frayeurs*

Avec ces confinements successifs, on a pris l'habitude de bouquiner, en mode cocooning...

Voici notre petite sélection frisson, à lire sous la couette, avant de remettre le nez dehors pour le printemps...

With these successive confinements, we got used to reading a book, in cocooning mode ...

Here is our little thrill selection, to read under the duvet, before putting your nose outside for spring ...



Mission : tuer Hitler

► De sa Pologne natale à l'enfer des camps, Matilda a tout perdu... et en particulier celui qu'elle aime. Gare à celui ou celle qui a perdu sa raison de vivre... Un thriller historique criant de vérité, au cœur de la Seconde Guerre Mondiale, de ses atrocités et ses destins tragiques.

From her native Poland to the hell of the camps, Matylda has lost everything... and especially the one she loves. Beware of those who have lost their reason for living... A historical thriller crying out for the truth, at the heart of the Second World War, his barbarism and its tragic fates.

Julie Nadeau - Mission : tuer Hitler - Banq - 440 pages



La chair de sa chair

► Moira a grandi trop vite. Est devenue femme trop tôt. Trois gosses, un peu livrés à eux-mêmes, presque autant de pères absents. La précarité, les petits boulots, la culpabilité... Mais la rage de s'en sortir. Jusqu'à la tragédie. Attention, Claire Favan n'est pas larmoyante, elle va vous terrifier...

Moira grew up too fast. Became a woman too soon. Three kids, a little on their own, almost as many absent fathers. Insecurity, odd jobs, guilt ... But the rage to get out of it. Until the tragedy. Be careful, Claire Favan is not tearful, she will terrify you...

Claire Favan - La chair de sa chair
Harper Collins Noir - 368 pages



Quiz

► Les tueurs en série ont tous un point commun... Ils sont dans la mémoire d'un homme, qui tue lui aussi selon un concept de question-réponse bien particulier. Quiz -il se fait appeler ainsi- va donner beaucoup de souci à Jay Harrington, enquêteur chevronné. Comme à son habitude, l'auteur canadien du Maître des énigmes tente de nous amener là où l'on ne s'attend pas...

Serial killers all have one thing in common ... They are in the memory of a man, who also kills according to a very particular question-answer concept. Quiz - he is called that - will give a lot of concern to Jay Harrington, seasoned investigator. As usual, the Canadian author of The Master of Puzzles tries to take us where we don't expect ...

Eric Quesnel - Quiz - Le Maître des énigmes IV
Auto-édition - 294 pages



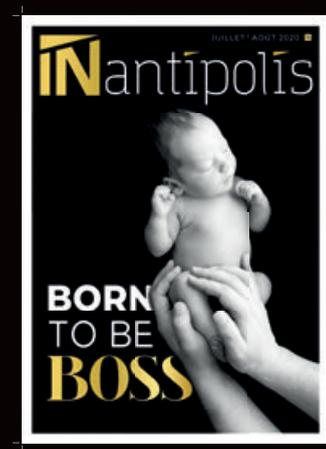
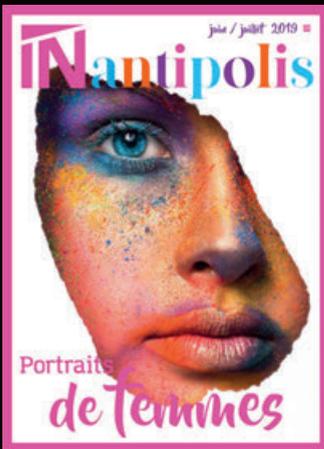
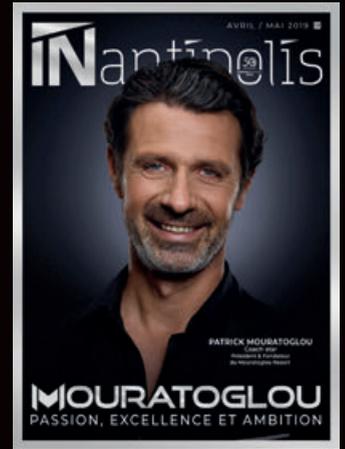
Les yeux bleus

► Près de Saint-Paul de Vence, en 1986, une famille entière est sauvagement assassinée. Un crime odieux, resté impuni... 2018. Maxime, le jeune garçon d'Anthony Delcourt vient d'être enlevé à Nice. Le temps presse, les médias s'emballent : Anthony sait bien qu'à travers son fils, c'est son propre père que l'on veut toucher. Lui, l'homme d'affaires sulfureux et ses secrets...

Near Saint-Paul de Vence, in 1986, an entire family was brutally murdered. A heinous crime that went unpunished ... 2018. Maxime, the young boy of Anthony Delcourt has just been kidnapped in Nice. Time is running out, the media are racing: Anthony knows very well that through his son, it is his own father that we want to touch. Him, the sulphurous businessman and his secrets ...

Sébastien Didier - Les yeux bleus - Hugo Poche - 558 pages





Nos prochains dossiers

EN JUIN

Portraits de Femmes

Vous êtes une **femme chef d'entreprise** ?

Vous souhaitez mettre en lumière

une femme de votre entourage,

valoriser **une équipe féminine** ?

Rejoignez notre Magazine 100 % féminin !

EN AOÛT

Rejoignez le réseau **IN CLUB**

et profitez d'une **OFFRE EXCEPTIONNELLE**

pour présenter votre entreprise

dans ce numéro spécial !

Montrez-vous,
communiquez dans

INmagazine

Contactez-nous : commercial@in-magazines.com - 06 09 86 03 03

IN GAMES BY IN CLUB

INclub est le **1^{er} Club Business** à proposer des **jeux inter-entreprises** sur la région PACA !

Le principe :

6 ÉPREUVES LUDIQUES ET SPORTIVES

suivies d'un cocktail dînatoire avec animation musicale et dansante
(1 épreuve par mois de mai à octobre)

1 SOIRÉE DE CLOTURE

9 décembre

Remises des trophées, cocktail dînatoire, animation musicale & dansante et plein de surprises

Dates des épreuves*

20 mai

OPEN'IN GAMES

Soirée d'ouverture

24 juin

HAS BE'IN GAMES

Jeux olympiques à l'ancienne
On the beach

8 juillet

SMELLS LAKE IN SPIRIT

Course relais
Lac de Saint-Cassien

26 août

P'ING AND PADEL

Ping pong & Padel

23 septembre

ROB'IN WOOD

Course d'orientation
déguisée

21 octobre

SHOOT'IN AND BOUL'IN

Laser Quest & bowling

*Dates susceptibles d'être modifiées en fonction du COVID et de la possibilité de l'épreuve d'être effectuée.

INSCRIPTION

À partir du 1^{er} février et jusqu'au 10 mai 2021

Vous êtes **MEMBRES IN CLUB**

Détail de toutes les épreuves et inscription en ligne sur www.in-magazines.com

2 TYPES D'ÉQUIPES

Une équipe société
complète de
5 personnes

Engagement pour l'entreprise :

1500 € HT



5 PERSONNES
par équipe

Une équipe que
nous formons avec
plusieurs entreprises*

Engagement individuel :

300 € HT / pers.

Vous n'êtes **PAS MEMBRES IN CLUB**

Demande d'adhésion auprès de :



Aurélie Suchet

06 11 03 76 62

club@in-magazines.com

Marc Pottier

06 01 94 71 87

marc@in-magazines.com



SPONSORING 4 CATEGORIES de partenaires :

Tarifs et détails
des formules



Contactez

Eric Pottier

06 09 86 03 03

09 83 79 29 56

commercial@in-magazines.com

- **BRONZE**
- **ARGENT**
- **OR**
- **DIAMANT**

Kit media disponible sur www.in-magazines.com

INclub met tout en œuvre pour imaginer de nouveaux événements, qui boosteront votre business pour la saison qui arrive !

Nous sommes ravis et impatients de pouvoir à nouveau vous accueillir lors de **prochaines manifestations innovantes et conviviales**, que nous organiserons dans le strict respect des consignes sanitaires recommandées.



Contactez vos chargés de clientèle

Aurélie Suchet 06 11 03 76 62
club@in-magazines.com

Marc Pottier 06 01 94 71 87
marc@in-magazines.com

    www.in-magazines.com

ILS NOUS REJOIGNENT



VENTAJA CLIMATISATION
Remi VENTAJA
06 61 11 25 41
remi.ventaja@gmail.com



AXA
Clémentine SANA
06 20 22 12 05
clementine.sana.am@axa.fr



MAISON DE LA LITERIE
Patricia WELLARD
06 62 46 41 16
patriciawellard16@gmail.com



FORD BY MY CAR Côte d'Azur
Vincent ROLLAND
06 08 23 24 25
v.rolland@bymycar.fr
bymycar.fr



MALAGA BRAND
Ludwig ROBIN et Gaëlle DALMAS
09 81 96 80 26
contact@malaga-brand.com
malaga-brand.com



JULY OF ST BARTH
Juliette ESPINASSE DUBOIS
06 22 80 48 72
julyofstbarth@gmail.com
julyofstbarth.com



KYANITE CONSEIL
Laurence ALLANCON
06 26 42 41 66
laurence@kyanite-conseil.com
kyanite-conseil.com



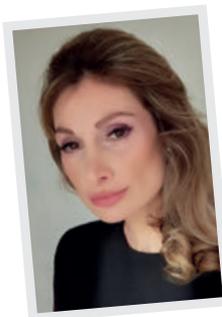
VENCELEC
Arnaud BAUDOIN
06 76 47 92 25
contact@vencelec.fr
vencelec.fr



NOVELTY AZUR
Stéphane BAILLI
 04 93 73 08 19
 s.bailli@novelty.fr



GENERALI
Pierre-Arnaud FABRE
 04 93 08 70 52
 carrosfabre@agence.generalif.fr
 generalif.fr/carros



Orient'action®
AG CONSEIL
Annick GEORGES
 07 81 81 76 78
 info@orientaction.com
 orientaction-groupe.com



Sii
Etienne ANDREONI
 04 92 96 88 99
 frsop-communication@sii.fr
 sii-group.com



LINGUAPOLIS
Véronique LANGER
 09 81 35 49 97
 info@linguapolis.fr
 linguapolis.fr



MPMG QLEANAIR
Nicolas BERTRAND
 06 62 43 03 60
 info@qleanair.fr
 www.qleanair.fr



O'HANA CENTER
Jennifer et Océane GRIM
 06 14 3745 50
 06 34 12 21 35
 oceane.grim@sfr.fr



ALLIANZ
Sophie MORICE
 06 87 20 94 60
 moricesophie66@gmail.com



DIXIT NUMERIQUE
Nuno DE ANDRADE
 06 51 55 93 58
 contact@dixitnumerique.fr
 dixitnumerique.fr



EKOVA
Emilie VALLET
 06 48 49 52 32
 evallet@ekov.fr
 www.ekov.fr

**IL NOUS
 RENOUVELLE
 SA CONFIANCE** ▶



BRUGUIET ETANCHEITE
Yves SALAVADOR
 04 92 92 25 13
 contact@bruguiet-etancheite.fr
 bruguiet-etancheite.fr

Devenez membre du **INclub** et découvrez **nos prochains événements** en visio avec l'application **zoom**

Mercredi 14 avril à 18h30

Retrouvez le Chef Daniel Desavie
et réalisez en direct
une recette de cuisine raffinée
aux saveurs printanières.

Un moment FUN et GOURMAND
Accessible à tous : à vos tabliers !

Durée : 1 H 00
Participation gratuite
Places limitées



Mercredi 21 avril à 18h30

La communication a plein de secrets !

Qu'est ce que vous entendez par
communiquer ?

Venez échanger avec Cédric et
Romain pour définir le pourquoi
du comment communiquer !

Durée : 1 H 15
Participation gratuite
Places limitées

Le 23 avril à 11h30

Un rendez-vous Speed Business
Meeting en visio, afin de continuer à
vous rencontrer en version digitale.

**En 5 min, venez vous présenter et
échanger avec les membres du club !**

Durée : 1 H 00
Participation gratuite
Places limitées



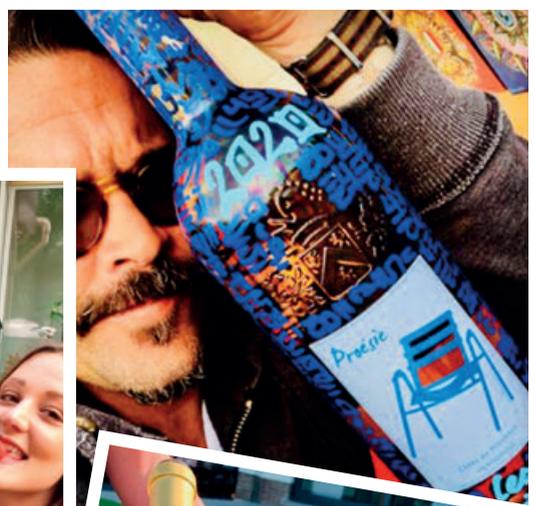
Inscriptions et agenda complet
sur **www.in-magazines.com**

LES VIGNOBLES
CHEVRON VILLETTE

Comte Guillaume de Chevron Villette Vigneron



LE RETOUR AUX **AFFAIRES** ET AUX
PLAISIRS PARTAGÉS !



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé

larête&lesjambes



chevron-villette-vigneron.com



GREEN PAR NATURE

20 ans de conscience et d'engagement environnemental :
optez pour un événement éco-responsable !

www.grimaldiform.com



www.grimaldiform.com

