DÉCEMBRE 2021 / JANVIER 2022 24

IN magazine

Franck Cannata
Fondateur du Groupe Transcan

GROUPE TRANSCAN

20 ans de trajectoires gagnantes

Skiez vue mer

Auron / Isola 2000 / St-Dalmas-le-Selvage

LES STATIONS NICE CÔTE D'AZUR

© THOMAS DIMETTO AUBF / Supernice / 2021

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES · RÉGION SUD PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR · MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR · AURON STATION NICE CÔTE D'AZUR · isola 2000 · Saint-Dalmas Le Selvage · LES STATIONS NICE CÔTE D'AZUR AURON ISOLA 2000 ST-DALMAS Syndicat Mixte

SUBLIMER
LES ESPACES PROFESSIONNELS DES ENTREPRISES DE DEMAIN

HAWORTH buro-amenagement.com - 04 97 21 90 42

BURO amenagement

ÉDITO

MERCI, BOSS !

THANKS, BOSS!

Qu'ils soient dirigeants, inventeurs, présidents, managers, créateurs : ils ont tous la fibre entrepreneuriale, de celle qui fait bouger les lignes, dynamise le système, déplace des montagnes !

A l'image, en couverture, de Franck Cannata, le transporteur niçois pied au plancher de l'innovation dans la mobilité, rien n'arrête leur course vertueuse pour le développement de leur territoire.

Nés pour diriger, entreprendre, fédérer, surprendre et performer, ils et elles, ce sont eux, nos « Boss » à nous : retrouvez-les dans notre grand dossier, en page 26.

Et pour toutes les boîtes qu'ils ont su créer, celles qu'ils dirigent avec passion, dont ils font grandir une équipe ou un service avec courage, abnégation et passion, un grand MERCI !

Belles fêtes de fin d'année à tous !

Whether they are leaders, inventors, presidents, managers, creators: they all have the entrepreneurial spirit, one that moves the lines, energizes the system, moves mountains!

Like, on the cover, Franck Cannata, the Nice transport operator with a keen eye for innovation in mobility, nothing can stop their virtuous race for the development of their territory.

Born to lead, to undertake, to unite, to surprise and to perform, they are our "Bosses": find them in our file, on page 26.

And for all the companies that they have been able to create, those that they manage with passion, of which they grow a team or a service with courage, self-sacrifice and passion, a big THANK YOU!

happy end of year everyone!

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

Directeur 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

Events & digital marketing : Mélanie Marques
melanie@in-magazines.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

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

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

LA NOUVELLE CHAÎNE INFO DÉDIÉE À VOTRE RÉGION

BONJOUR LA CÔTE D'AZUR
6H30-9H30

BONSOIR LA CÔTE D'AZUR
17H-19H

AZUR WEEK-END
À PARTIR DE 8H

BFM
NICE
CÔTE D'AZUR

INFO - SERVICES - PROXIMITÉ

TNT 31
SFR **285/518**
ORANGE **374**
BOUYGUES TÉLÉCOM **360**
FREE **935**

BFMNICECOTEDAZUR.COM
& APPLICATION

INmagazine

DÉCEMBRE 2021 / JANVIER 2022

SOMMAIRE

IN FRAROUGE

10 **Transcan**
Parcours de réussite
Road to success

IN LE DOSSIER

26 **BORN 2 BE BOSS**
Portraits d'entrepreneurs
Portraits of entrepreneurs

INFO

83 **Kyanite Conseil** Le cheval, nouvel allié de la performance des équipes en entreprise !
Horses: the new allies to help you boost the performance of your teams!

84 **ASD GROUP**
Echanges internationaux : ce qui change au 1er janvier
International trade: what changes on the 1st of January

86 **Reducbox**
Cadeaux et économies avec la E-Carte
Gifts and savings with the REDUCBOX e-card

88 **MP Production**
L'image sur-mesure
Customised images

89 **Mycophyto**
accélère la transition agroécologique
Mycophyto accelerates the agroecological transition

IN TENSITÉ

95 **Cannes Lérins**
Cannes Bastide Rouge

96 **Pays de Grasse**
Exposition, Innovation

99 **BYmyCAR Flex :**
l'abonnement auto sans engagement, en toute liberté !
the car subscription scheme that gives you total freedom!

104 **Provençal Golf**
Réinventer le golf
Reinventing golf

110 Plaisirs partagés à la **Bastide Bruno Oger**
Shared delights at the Bastide Bruno Oger

108 **Printemps Polygone Riviera**
Bleu céleste, or divin, blanc d'hiver & or fantaisie

113 Les idées cadeaux du **Comptoir Provençal**

IN CLUB

114 **IN Club**
Photos, Nouveaux membres
IN Games II "Le retour"

IN SALON

122 **IN Salon**
Rejoignez l'événement business INcontournable du territoire

EXCEPTIONNEL À VILLENEUVE-LOUBET

LES JARDINS DE VAUGRENIER

- En lisière du Parc de Vaugrenier
- Appartements du **studio** au **4 pièces** au calme absolu
- **VUE MER** pour certains appartements
- Architecture contemporaine et élégante

ESPACE DE VENTE : 860 Avenue de la Colline à Villeneuve-Loubet

BNP PARIBAS IMMOBILIER

habiter-lesjardinsdevaugrenier.fr

0 800 240 800 Service & appel gratuits

Programme réalisé et commercialisé par BNP Paribas Immobilier Résidentiel – SAS au capital de 8 354 720,00 euros - RCS Nanterre n° 441 052 735. Identifiant CE TVA : FR 35 441 052 735 - Siège social : 167 Quai de la Bataille de Stalingrad - 92867 Issy-les-Moulineaux Cedex. Titulaire de la carte professionnelle n° 9201 2016 000 014 058 délivrée par la Chambre de Commerce et de l'Industrie de Paris Ile-de-France. Sans détention de fonds. – Vente en l'état futur d'achèvement – Faculté de rétractation de 10 jours qui court à compter du lendemain de la présentation de la lettre notifiant le contrat de réservation aux réservataires (L. 271-1 du Code de la Construction et de l'Habitation). Illustrateur : Arka Studio. Illustration due à la libre interprétation de l'artiste. Document non contractuel. Appartements, balcons et terrasses vendus non meublés. CRYSTALIS.

Il était une fin...

Parce que toutes les belles histoires ont une fin
Je veux en ce poème vous faire partager mon chagrin
Pour un homme qui faisait le bien
Et puis tout à coup plus rien

Parce ce qu'il y a en ce monde des personnes irremplaçables
De les voir partir est une douleur inégalable
Jerôme fait partie de ces encres ineffaçables
Qui marquent votre vie de manière incomparable

Il était bon, il était fort,
Avec lui jamais de temps mort,
Qu'il ait raison ou tort,
Pour arriver à bon port

Débordant de passion et d'envie,
Toujours proposant de croquer la vie
Le fréquenter faisait de moi un homme qui luit
Comme un soleil qui brille dans la nuit

Une intelligence pour surmonter les urgences,
Une exigence professionnelle dans le bon sens,
Une patience qui fait la différence
Une bienveillance au delà des espérances,

Jérôme était un homme honnête et droit
Sa parole faisant foi
Son cœur n'ayant jamais froid
Ne vivant que pour toi et moi

L'un de ces hommes qui tape dans la main
Qui donne son amitié en lien
Comme si la vie nous appartient
Et si l'histoire était sans fin

Un de ces hommes qui te fait devenir plus grand
Par son regard et par son vivant
Et qui te porte inconsciemment
Pour développer tous tes talents

Un de ces hommes qui t'appelle un soir
Car il sait que tu broies du noir
Et qui te dit dans la vie il n'y a pas que de belles histoires
Mais que l'on garde les vraies personnes en mémoire

Jérôme était un client depuis 12 ans
Un fidèle sans précédent
Un confident assurément
Un ami éternellement

Mes pensées se mélangent en écrivant ces mots
Car tu es parti bien trop tôt
Et si mes enfants me demandent de citer un héros,
Je leur parlerai de toi, Mr Jerôme Héraud

Eric Pottier

Jérôme Heraud
France

TRANSCAN
PARCOURS DE RÉUSSITE
Road to success

Ses débuts ont été modestes : un camion, un entrepôt vieillissant… En 20 ans, Transcan est pourtant devenu… un poids lourd du transport régional.

En croyant à la diversification du métier, en misant sur la complémentarité d'une offre globale faite de solutions maitrisées, son fondateur autodidacte Franck Cannata, 42 ans, dirige aujourd'hui un groupe de huit filiales et près de 300 collaborateurs qui opèrent sur le bassin niçois, un territoire auquel il croit et sur lequel il assoit prioritairement son développement depuis les débuts de son aventure entrepreneuriale.

Histoire, développement, projets : voici la saga de Transcan, le transporteur qui ne fait pas de pause sur le parcours de la réussite.

It had a humble beginning: a van, an ageing warehouse… However, in 20 ans, Transcan has become…a heavyweight in regional transport.

By believing in diversification of the profession, by counting on the complementarity of an overall offer made up of managed solutions, its self-taught founder, Franck Cannata, 42, today runs a group of eight subsidiaries with almost 300 employees operating in the Nice basin, a territory he believes in and in which he has prioritised his development since the start of his entrepreneurial adventure.

History, development, projects: this is the Transcan story, the transporter which makes no stops on the road to success.

TRANSCAN GROUPE

Angle 18ème rue - 5ème Avenue - 06510 Le Broc
04 93 29 00 75 - contact@transcan.fr
www.transcan.fr

FRANCK CANNATA,
dirige aujourd'hui un groupe de 8 filiales et près de 300 collaborateurs

ANNIVERSAIRE

20 ANS DE TRAJECTOIRES GAGNANTES

Franck Cannata a créé Transcan il y a 20 ans, en 2001…à seulement 20 ans ! Si l'histoire de sa famille s'est en partie construite dans le transport, le jeune homme a tôt fait de choisir son propre itinéraire pour bâtir son entreprise. Parce que le métier changeait, qu'il avait certainement besoin d'idées nouvelles, d'un regard neuf. 20 ans plus tard, Franck a vu juste. La logistique s'est imposée dans le monde du transport et le e-commerce révolutionne la réflexion autour du dernier kilomètre. Parti sur la route de la création d'entreprise avec un camion en 2001, il a aujourd'hui 150 moteurs, 250 cartes grises, déploie les activités de ses 8 filiales sur 75.000 m² de locaux, avec près de 300 collaborateurs qui œuvrent chaque jour à suivre le chemin du succès.

20 years of winning routes

Franck Cannata formed Transcan 20 years ago, in 2001…when he was only 20 ! Whilst the history of his family was partly built in transport, the young man decided early to take his own route in building his business. Because the profession was changing, and certainly needed new ideas, a fresh pair of eyes. 20 years later, Franck was proved right. Logistics made inroads in the transport world and e-commerce has revolutionised thinking to the last kilometre. Departing on the route for forming a business with one van in 2001, he now has 150 vehicles, 250 registration documents, deploys the of his 8 subsidiaries in 75,000 m² of premises with almost 300 employees working every day to follow the road to success.

Imaginiez-vous ce parcours ?

Franck Cannata : « J'avais de l'ambition, plutôt beaucoup d'idées, mais je ne pensais pas connaitre un tel développement. Je voulais travailler pour mon propre compte, ayant eu l'exemple paternel et celui, plus lointain, de mon grand-père. J'ai toujours eu la valeur du travail, pour pouvoir disposer de ce dont j'avais envie et ainsi, le mériter. C'est à la base de mon implication dans ce que je fais chaque jour. La suite a été le résultat de choix stratégiques et d'avoir bien su m'entourer.

Comment avez-vous commencé ?

Mon père venait de vendre sa société de transport. Je lui ai dit : je veux m'installer à mon compte, mais imaginer notre métier différemment. Je veux faire de la logistique. L'idée ? Ne pas faire que transporter. Mais stocker ce que je transporte. Et transporter ce que je stocke, le tout, à l'échelle de mon territoire, dans l'idée de créer un écosystème ! J'avais conscience que pour être concurrentiel face aux plus grands, il fallait apporter de la valeur ajoutée à nos métiers.

Un souvenir des coups de pouce qui vous ont aidé à lancer Transcan ?

Je ne lui ai peut-être jamais dit, mais si M. Ippolito ne m'avait pas accordé quelques mois pour lui payer (en 5 chèques !) le premier (vieux !) camion que je lui avais acheté, nous n'en serions peut-être pas là… ! Assurément, cela a été l'une des clés du démarrage ! Ensuite, j'ai une affection particulière pour les tout premiers clients qui m'ont permis de me lancer, avec lesquels je travaille encore aujourd'hui, 20 ans après. Je pense notamment à Leroy Merlin et Malongo : dans toute histoire d'entreprise, je crois que la confiance est un paramètre indispensable à la réussite.

Où en serez-vous… dans 20 ans ?

Je peux vous parler de l'an prochain, mais… dans 20 ans ?!!! (rires). Ce qui est certain, c'est que nous progressons, à une vitesse annuelle de l'ordre de 15 % sur chacune de nos activités, organisées en filiales. Outre cela, c'est la passion et le plaisir d'innover qui est au cœur de notre développement. Une passion et un plaisir aujourd'hui intacts, qui nous poussent à nous lancer toujours plus de défis.

Nous allons donc encore recruter, c'est certain, et d'ici 3 ans, à ce rythme qui est le nôtre, nous pourrions atteindre le chiffre symbolique des 500 collaborateurs travaillant pour l'ensemble du groupe.

Is this the path you imagined?

Franck Cannata: "I had ambition and lots of ideas but I didn't think there would be such developments. I want to work for myself, having had the paternal example and before that my grandfather. I always had a good work ethic, to obtain the things I wanted and to deserve them. This is the root of my implication in what I do every day. The rest has been the result of strategic choices and having chosen good people around me.

How did you start out?

My father had just sold his transport company. I said to him: I want to set up my own business, but to imagine our profession differently. I want to do logistics. The idea? To do more than just transport things. But also to store what I transport. And to transport what I store, all on the scale of my local area, the idea being to create an ecosystem! I was aware that in order to be competitive with the largest companies, I had to provide added value to our professions.

Who gave you a helping hand to launch Transcan?

I may never have told him this, but if Mr Ippolito had not allowed me several months to pay him (in 5 checks!) for the first (old!) van which I bought from him, I may not be here today!

Certainly, it was one of the keys to starting up! I also have a special affection for the very first customers who enabled me to launch and with whom I still work today, 20 years later. In particular I'm thinking of Leroy Merlin and Malongo: throughout the history of the business, I believe that trust is an essential factor in success.

Where will you be… in 20 years?

I can tell you about next year, but … 20 years?!!! (Laughs). What is certain is that we are developing at an annual rate of approximately 15% for each of our activities, organised in subsidiaries.

Furthermore, it is the passion and pleasure for innovating which is at the core of our development. A passion and the pleasure which still exist today, which push us to set ourselves new challenges.

We will recruit more people, that is certain, and in 3 years from now, at our current rate, we could reach the symbolic figure of 500 employees working for the group as a whole.

J'ai toujours eu la valeur du travail, pour pouvoir disposer de ce dont j'avais envie et ainsi, le mériter. C'est à la base de mon implication dans ce que je fais chaque jour.

ECO CITY

UN FLUX D'INNOVATION CONTINU

Avec Transcan Eco City, Franck Cannata et son équipe franchissent une nouvelle étape dans le maillage territorial du transport de marchandises. A Nice, son terrain de jeu, en s'attaquant au dernier kilomètre tout en pariant sur la mutualisation et la livraison décarbonée, Transcan dessine les routes du futur.

A continuous flow of innovation
With Transcan Eco City, Franck Cannata and his team are taking another step in the territorial networking of the transport of goods. In Nice, his playground, by working to the last kilometre whilst developing pooling and carbon free deliveries, Transcan is designing the routes of the future.

Qu'est-ce que votre nouvelle filiale, Transcan Eco City ?
Franck Cannata : Nous travaillons sur cette idée depuis… 8 ans ! La solution s'est affinée au fil du temps : il s'agit aujourd'hui de mutualiser la livraison de marchandises sur le dernier kilomètre, en utilisant des hubs stratégiquement placés en centre-ville, où sont acheminées les marchandises en véhicules décarbonés et d'où partent nos vélos cargos électriques qui livrent le client final.

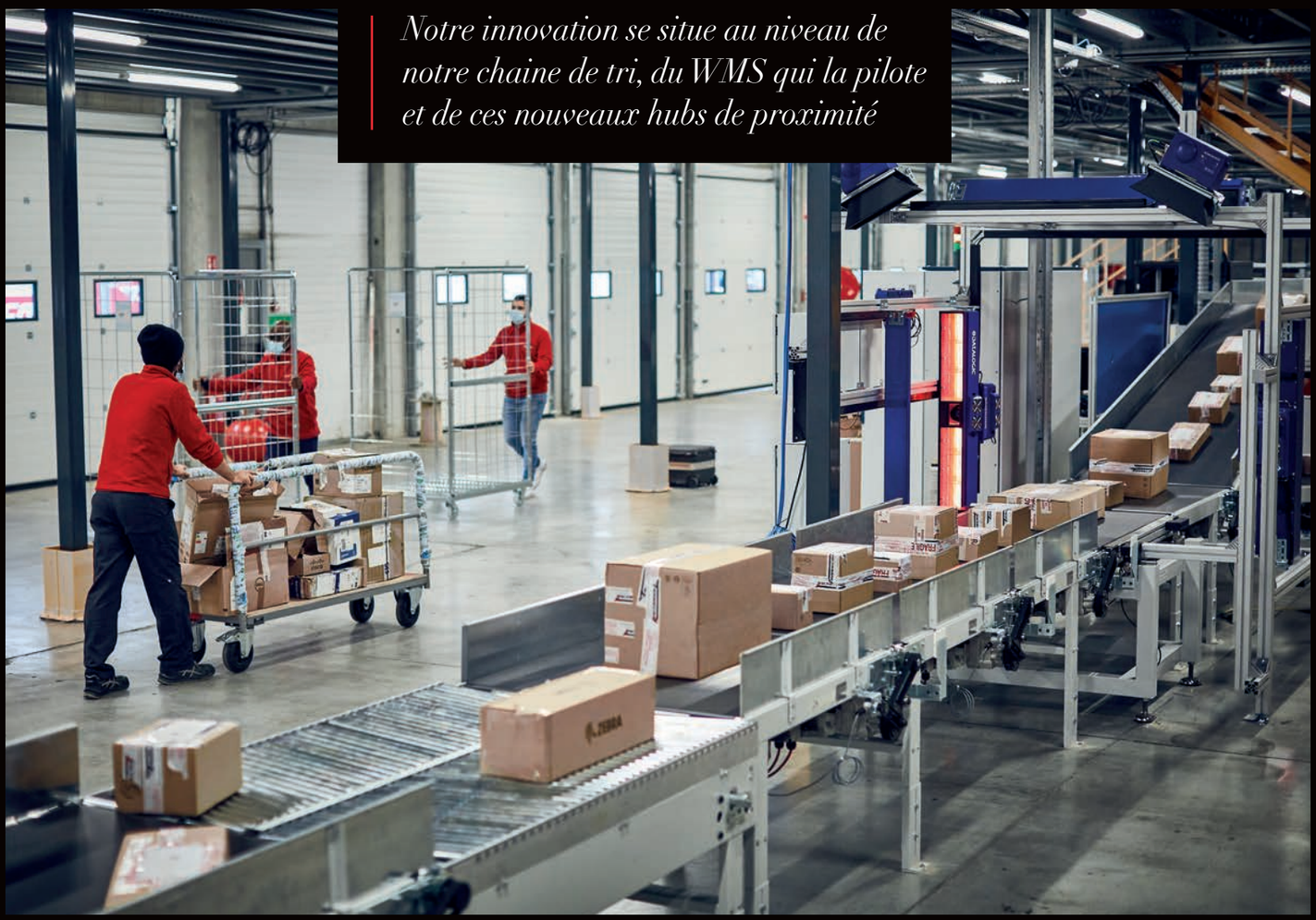
Nous utilisons ce flux entrant, qui va permettre d'amener tout un ensemble de services complémentaires en offrant par exemple la possibilité aux commerçants de proximité d'expédier facilement leurs propres marchandises.

Comment cela fonctionne ?
Les camions arrivent, issus de plusieurs transporteurs ou clients directs différents ; tout est centralisé au PAL (Parc d'Activité Logistique de Nice Ouest NDLR), et les marchandises passent sur notre nouvelle chaine de tri entièrement automatisée. Là, les colis sont triés soit par tournée, soit par hub pour les centres-villes, où nous poussons le tri jusqu'au numéro de rue. Les marchandises qui sont à destination de notre premier « hub » de proximité, créé à Nice Gambetta, profitent déjà de cette stratégie : avec un même véhicule, nous livrons en « sur-mutualisant » le flux. Et l'énorme avantage qui

What is your new subsidiary, Transcan Eco City?
Franck Cannata: We have been working on this idea for… 8 years! The solution has been refined over time: it is now a question of pooling the delivery of goods to the last kilometre, using strategically placed town centre hubs, where the goods are delivered in carbon free vehicles and from which our electric cargo bicycles leave to deliver to the customer.
We use this incoming flow, which will enable us to provide a range of complementary services, offering, for example, the option for local businesses to easily send their own goods.

How does it work?
The vans arrive, from several transporters or various direct customers; everything is centralised in the PAL (Parc d'Activité Logistique in Nice Ouest), and the goods pass through our new fully automated sorting chain. There the packages are sorted either by route or by HUB for town centres, where we organise sorting to the street number. The goods which are intended for our first local hub, created in Nice Gambetta, already benefit from this strategy: with a single vehicle, we deliver by pooling the flows. And the great advantage which sets us apart is that on this flow to the last kilometre, we are able to deliver the parcels of all of the actors, when other transporters only deliver goods from their own network… We therefore deliver more goods in a much smaller area. Our

> *Les camions arrivent ; tout est centralisé au PAL, et les marchandises passent sur notre nouvelle chaine de tri entièrement automatisée.*



Notre innovation se situe au niveau de notre chaine de tri, du WMS qui la pilote et de ces nouveaux hubs de proximité

nous différencie est que sur ce flux du dernier kilomètre, nous sommes en mesure d'acheminer les colis de l'ensemble des acteurs, quand les autres transporteurs ne livrent que les marchandises de leur propre réseau… Nous livrons donc beaucoup plus de marchandises, dans un périmètre beaucoup plus restreint. Notre innovation principale se situe au niveau de notre chaine de tri, du WMS qui la pilote et de ces nouveaux hubs de proximité.

Les boutiques Transcan Eco City telles que celle de Gambetta vont rapidement proposer de nouveaux services ?

Oui, tous nos vélos cargos qui circulent à Nice vont aussi nous permettre de faire de la « reverse logistic », à savoir la gestion et l'optimisation des flux du consommateur vers le fabricant (service après-vente, recyclage, surstock…). Cela constitue de vraies solutions pour les commerçants de Nice qui pourront livrer de l'autre côté de la ville comme à l'autre bout du département, très facilement avec notre offre.

Les colis sont triés soit par tournée, soit par hubs pour les centres-villes, où nous poussons le tri jusqu'au numéro de rue.

main innovation is in our sorting chain, the WMS which pilots it and these new local hubs.

Will Transcan Eco City stores like the one in Gambetta quickly offer new services?

Yes, all of our cargo bikes circulating in Nice will also enable us to carry out reverse logistics, that is the management and optimisation of flows from the consumer to the manufacturer (after sales service, recycling, overstocking, et cetera). These are real solutions for Nice businesses which will easily be able to deliver to the other side of the town in the same way as to the other end of the Department, using our offer.

With Transcan Eco City, we can also prepare orders and the customer will be able to call on all of our know-how. We are already intending to work between quarters and will certainly soon offer a locker service. In addition to that, we are oriented towards C to C, customer to customer, because our solutions will very quickly prove to be practical and very competitive. Indeed, pooling will allow a strong loyalty policy to be implemented, which we are reflecting on at the moment.

Avec Transcan Eco City, nous pouvons aussi faire de la préparation de commandes et le client va pouvoir faire appel à nous dans tous nos savoir-faire. Ainsi, nous prévoyons déjà de travailler entre quartiers et allons certainement vite proposer une offre de « lockers » (casiers de type consigne, NDLR). En complément de cela, nous nous orientons vers le C to C, customer to customer, car nos solutions vont très vite s'avérer pratiques et très concurrentielles. En effet, la mutualisation va permettre de mettre en place une politique de fidélisation forte, à laquelle nous réfléchissons en ce moment.

Quelle est l'activité aujourd'hui ?

Une partie du flux commence à arriver en ce moment. Notre boutique est déjà un point-relais, sur le Boulevard Gambetta. Tous les éléments y sont disponibles : emballages, casiers, logistique… Les commerçants pourront aussi être rapidement mis en valeur au sein de nos boutiques.

A ce sujet, au premier trimestre 2022, nous allons ouvrir une deuxième boutique Transcan Eco City rue Marceau, à proximité de l'avenue Jean Médecin. Nous nous installerons par la suite Place Masséna puis dans le quartier du Port. Aussi, nous étudions d'ores et déjà d'autres installations pour continuer de mailler intelligemment la ville.

Quels sont les enjeux et les difficultés liés à l'essor de Transcan Eco City ?

Pour fluidifier notre solution, gagner encore en productivité, le traitement de la data est une question essentielle car chaque acteur du transport a sa propre solution informatique. Il nous faut les intégrer pour mutualiser toutes les données. C'est onéreux mais indispensable.

A un autre niveau, les questions d'ordre réglementaires peuvent présenter des difficultés, mais chez Transcan, nous nous sommes staffés pour y faire face… Enfin, la plus grande interrogation réside dans le fait que nous sommes partis d'une page blanche : il n'y a pas de modèle existant, cette solution est unique ! Il

What is today's activity?

Part of the flow is starting to arrive now. Our store is already a delivery point, on Boulevard Gambetta. All of the elements are available there: packaging, lockers, logistics… Businesses can quickly be highlighted within our stores. In this respect, in the first quarter of 2022, we are going to open a second Transcan Eco City store in rue Marceau, close to avenue Jean Médecin. We will then set up in Place Masséna and after that in the Port area. We are also already studying other installations to continue to intelligently network the town.

What are the challenges and difficulties related to the rise of Transcan Eco City?

To facilitate our solution and further increase productivity, data processing is a key issue since each transport participant has their own IT solution. We need to integrate these to pool all of the data. It is costly but essential. On another level, regulatory issues can present difficulties but at Transcan, we have the staff to deal with this… Finally, the largest issue is the fact that we started with a blank page: there is no existing template, this solution is unique! We therefore need to transform all of the theories which we have built up into practice… For the moment all of our forecasts have been borne out.

Nice today… And tomorrow?

Our process corresponds to our local situation. It is designed in accordance with the ecosystem of our territory and made up of local actors. Our offer is built around all of these specific features which we are very familiar and proficient with. In this respect Paris or Marseille have their own problems.

> *Avec Transcan Eco City, nous pouvons aussi faire de la préparation de commandes et le client va pouvoir faire appel à nous dans tous nos savoir-faire.*

nous faut donc transformer toutes les théories que nous avions échafaudées en pratique… Pour l'instant, toutes nos prévisions se vérifient.

Nice aujourd'hui… Et demain ?

Notre process correspond à notre implantation locale. Il est pensé en fonction de l'écosystème de notre territoire, composé là encore, d'acteurs locaux. Notre offre s'est bâtie autour de toutes ces spécificités que nous connaissons bien et que nous maitrisons. En ce sens, Paris ou Marseille ont leurs propres problématiques.

Commencer à développer Transcan Eco City à Nice était donc pour nous la première des évidences. Nos objectifs : disposer de 5 implantations à Nice en 2022 et adapter nos solutions aux grandes villes du département en tenant compte, là encore, de leurs spécificités propres : Cannes n'est pas Antibes… qui n'est pas Grasse ! Traiter ces spécificités demande une expertise fine et beaucoup d'humilité qui rendent le défi extrêmement enrichissant !

Starting to develop Transcan Eco City in Nice was, therefore, for us the obvious choice. Our aims: to have five facilities in Nice in 2022 and to tailor our solutions to the large towns in the Department taking into account their own specific features: Cannes is different from Antibes… which, itself, is different from Grasse! Dealing with these specific features requires detailed expertise and considerable humility which makes the challenge extremely fulfilling!

Christian Estrosi inaugure Transcan Eco City. L'offre imaginée par Franck Cannata et son équipe a toujours tenu compte des paramètres inhérents à la gestion du trafic en ville, en concertation avec les autorités de la municipalité de Nice, véritable « ville test » pour Transcan Eco City.

Christian Estrosi inaugurates Transcan Eco City. The offer devised by Franck Cannata and his team has always been designed according to the parameters inherent in city traffic management, in consultation with the authorities of the municipality of Nice, a true "test city" for Transcan Eco City.

L'ACTEUR LOCAL, QUI GAGNE D'ABORD À DOMICILE

Une caractéristique de la démarche entrepreneuriale de Franck Cannata s'est toujours avérée primordiale : son ancrage local.

The local actor winning at home
One characteristic of Franck Cannata's entrepreneurial approach has always been essential: his local foothold.

Sur le territoire de la Métropole Niçoise, en 20 ans, Transcan a multiplié les implantations, les constructions et développements à la faveur d'une croissance organique, maitrisée et pérenne depuis ses débuts.
Patiemment, la construction du groupe s'est échafaudée. Longtemps, les camions n'ont pas été aux couleurs du groupe : il apparaissait plus important de poursuivre un travail de développement stratégique plutôt que d'afficher une force de frappe qui se veut désormais incontournable sur le territoire niçois et bien au-delà, avec le déploiement de plus de 150 moteurs qui sillonnent les routes.

La diversification et la complémentarité sont l'une des clés du succès de Transcan. Route, logistique, e-commerce, affrètement, livraison, conteneur, worldwide et désormais Eco City : le groupe couvre l'ensemble des métiers liés à la mobilité des marchandises. En lien avec les choix stratégiques d'avoir développé la logistique, de s'être positionné très tôt sur les outils digitaux et d'avoir cru en l'essor rapide du e-commerce, Transcan a su par la suite négocier des virages importants. Aujourd'hui, le groupe dirigé par Franck Cannata exploite plus de 75.000 m² de locaux qu'il détient en majorité : indispensable pour développer sereinement tous les projets en cours et tisser sa toile dans le département.

Local et sportif

Selon la même philosophie « locavore », avec plusieurs chefs d'entreprise exclusivement issus de la Côte d'Azur, Transcan compose l'actionnariat du Stade Niçois et s'attache, avec un projet économique solide, à faire évoluer le club de rugby de la ville pour en faire la référence des Alpes-Maritimes, capable de se hisser en Pro D2 dès les prochaines saisons. Dans le même esprit, -et aux mêmes couleurs, en fan de foot qui se respecte, Franck est partenaire de l'OGC Nice : une passion pour le Gym qui se lit jusque dans les couloirs du siège de l'entreprise, toute de rouge et de noir vêtue !

Indéniablement, les valeurs du sport, associées à son ancrage local, composent bien l'ADN de Transcan : une action collective au service de ses supporters comme de ses clients, tout en réactivité et en qualité.

In the territory of the Nice Metropole, in 20 years, Transcan has increased facilities, construction and developments in favour of organic growth, managed and durable from its very beginnings.
Patiently, construction of the group was devised. For a long time, the vans were not in group colours: it seemed more important to pursue strategic development than to display market power, unmissable in the Nice territory and beyond, with the deployment of more than 150 vehicles on the road.

Diversification and complementarity are keys to the success of Transcan. Route, logistics, e-commerce, freight, delivery, containers, worldwide and now Eco City: the group covers all of the professions linked to mobility of goods. In line with the strategic choices of having developed logistics, having taken a very early position on digital tools and having believed in the rapid rise of e-commerce, Transcan has been able to negotiate significant shifts. Today, the group managed by Franck Cannata has more than 75,000 m² of premises the majority of which it owns: indispensable for the development of all its current projects and for weaving its web in the Department in a serene manner.

Local and sporty

With this same locavore philosophy, along with several company heads exclusively from the Côte d'Azur, Transcan is one of the shareholders of Stade Niçois and is committed, with a solid economic plan, to developing the town's rugby club to make it the benchmark in the Alpes-Maritimes, capable of advancing to Pro D2 in the coming seasons. In the same spirit, -and the same colours, as a devoted football fan, Franck is a partner of OGC Nice: a passion for Gym which can be seen even in the corridors of the company's head office, which is decorated in red and black!

Undeniably, the values of sport, linked with its local foothold make up the DNA of Transcan: collective action in the service of its supporters, in the same way as its customers, with responsiveness and quality at its core.

Indéniablement, les valeurs du sport, associées à son ancrage local, composent bien l'ADN de Transcan

Franck Cannata avec à sa gauche David Bolgashvili entraineur principal, à sa droite Augustin Ormaechea 1/2 de mêlée de l'équipe et international Uruguayen

Franck Cannata, entouré de Pierre-Alexandre Inwiller et Christophe Debrabandère :
le premier cercle des décisions stratégiques prises par Transcan

LE CAPITAL HUMAIN AU SERVICE DES MOBILITÉS DE DEMAIN

Chez Transcan, en 20 ans, l'équipe de direction s'est étoffée, prenant en compte le changement de dimension du groupe. Franck Cannata en est persuadé : « Avec des projets tels qu'Eco City, articulé autour du dernier kilomètre, nous dynamisons l'entreprise, certes, mais c'est surtout l'ensemble de notre métier qui évolue. Pour garder un temps d'avance sur les mobilités de demain, nous devons nous staffer en conséquence ».

Les métiers du transport se modernisent : il était logique qu'une nouvelle génération s'attelle à les développer. Aujourd'hui composée d'une Team pleine de jeunesse et d'enthousiasme, attention toutefois, « l'entreprise n'est en aucune façon une startup. Une société innovante, oui ! Nous ne misons pas tout sur une idée : nous avons surtout des fondations solides » précise Franck Cannata.
Voici l'équipe de direction, qui écrit au quotidien la saga Transcan :

Human capital at the service of tomorrow's mobility
At Transcan, over the course of 20 years, the management team has grown to reflect the group's change of scale. If anything, Franck Cannata is sure of one thing: "With projects such as Eco City, organised around the last mile concept, we are energising our company, for sure, but more importantly, our whole line of business is evolving. To remain one step ahead of tomorrow's mobility, we need to recruit the right staff".

The industry of transport is being modernised, and it makes sense that a new generation steps up to take charge of this evolution. Although it now boasts a young and enthusiastic team, that does not mean that the "company is a start-up company. It is an innovating company, certainly! We are not banking everything on a single idea: we have solid foundations" adds Franck Cannata.
Meet the management team, which writes the daily Transcan saga:

ROBERT CANNATA

Co-gérant

Le papa de Franck, Robert, avait, tout comme son père dans le passé, fondé sa société de transport. Il l'a vendu au moment où son fils a décidé de partir d'une feuille blanche en créant la sienne en 2001. Source d'inspiration, dès les débuts de Transcan, il est aux côtés de Franck pour lui apporter l'expérience et l'épauler dans tout ce qu'il entreprend. Il assure la co-gérance du groupe.

Franck's dad, Robert, had, like his father in the past, founded his transport company. He sold it when his son decided to start from scratch by creating his own in 2001. A source of inspiration, from the start of Transcan, he worked alongside Franck to bring him experience and assist him in everything he undertakes. He ensures the co-management of the group.

CHRISTOPHE DEBRABANDERE

Directeur Général

Arrivé en mars 2013, Christophe a permis à Transcan de négocier des virages d'envergure sur le chemin de sa progression, de maîtriser la conduite de ses projets, d'accélérer sa croissance et de diversifier ses activités.

When he arrived in 2013, Christophe allowed Transcan to successfully negotiate different twists and turns on its road forwards, to better control its projects, to boost its growth, and to diversify its activities.

PIERRE-ALEXANDRE INWILLER

Directeur du développement

Dernier arrivé au sein du groupe, Pierre-Alexandre Inwiller apporte depuis le mois d'octobre toutes ses compétences et ses connaissances du territoire azuréen afin de développer les relations et partenariats extérieurs du groupe de transport. Son expérience dans le privé ainsi qu'au cœur de la politique locale constituent un réel atout pour accomplir cette mission.

As the latest arrival at the group, Pierre-Alexandre Inwiller has been contributing, since October, all his skills and knowledge of the French Riviera to develop relations and external partnerships for the transport group. His experience in the private sector and in local politics are a real asset to successfully complete the mission.

VIRGINIE CIAIS

Assistante de direction

Connaissant depuis toujours l'entreprise, Virginie a postulé en 2009 chez Transcan comme alternante en BTS Assistante de direction. Embauchée à l'issue de sa formation, ses responsabilités, transverses, ont progressé en même temps que le groupe a évolué.

With a long-held understanding of the company, Virginie started working in 2009 at Transcan as an executive assistant for an internship during her studies. She was hired after her training, and her cross-cutting responsibilities evolved in parallel with the group's growth.

MICHAEL REMAGGI

Directeur Administratif et Financier

Comptable dédié à Transcan au sein d'un cabinet d'expertise extérieur, Michaël Remaggi a rejoint l'aventure en 2013, en prenant le poste nouvellement créé de Directeur Administratif et Financier, eu égard au développement du groupe et à sa nouvelle organisation en filiales.

As an accountant working for Transcan on behalf of an external firm of experts, Michaël Remaggi joined the adventure in 2013, in the newly created position of Financial and Administrative Manager, working on developing the group and its new organisation into different branches.

JEROME DAMIANI

Directeur de la Filiale Atelier

Issu de l'entreprise qui a assuré l'installation de vidéosurveillance et d'alarme pour les différents sites du groupe, Jérôme Damiani a été recruté en interne pour évoluer au poste de directeur de la filiale Transcan Atelier, en charge de l'intégralité de ces projets : maintenance, contrôle d'accès, vidéosurveillance, réseaux, infrastructures de stockage...

Originally employed by the company that installed the security video and alarm systems on different sites of the group, Jérôme Damiani was internally recruited to head the Workshop Division, overseeing all of its projects: maintenance, access control, video security, networks, storage infrastructure...

SEBASTIEN CASANO

Directeur du Pôle Logistique & E-Commerce

Sébastien Casano, arrivé en 2015 chez Transcan, a eu pour mission de développer et structurer les filiales Logistique et E-commerce, qui connaissent la plus forte croissance du groupe depuis aujourd'hui 7 ans et qui ne cessent d'évoluer.

Sébastien Casano arrived in 2015 at Transcan, was tasked with developing and structuring the Logistics and E-commerce subsidiaries, which have experienced the strongest growth in the group for 7 years now and which continue to evolve.

BAPTISTE MISSONNIER

Directeur commercial

Pour démarcher de nouveaux prospects, mais aussi répondre avec pertinence aux besoins des clients actuels, il devenait stratégique de créer un poste de Directeur Commercial. Baptiste Missonnier s'attelle à cette mission depuis 2020. Il travaille aussi à mettre en avant la complémentarité de toutes les activités de Transcan auprès de sa clientèle, très diversifiée.

To find new clients, and to continue to meet the needs of current customers with relevant solutions, it was becoming strategically sound to create a position of Commercial Director. Baptiste Missonnier has been leading this mission since 2020. He is also working on showcasing the complementarity of all Transcan's activities to the group's clients, who come from very different backgrounds.

SEBASTIEN LE GUELAFF

Chef de projet

Un pilote était nécessaire pour structurer toute l'activité liée au dernier kilomètre et la mise en place de Transcan Eco City, ses hubs et sa chaine de tri : c'est chose faite avec Sébastien Le Guelaff, entré comme chef de projet en février 2021.

The group needed someone to steer all the activities associated with the last mile and the implementation of Transcan Eco City, its hubs, and its sorting line: Sébastien Le Guelaff, who was recruited as project leader in 2021, has successfully completed this mission.

TRANSCAN
GROUPE

Angle 18ème rue - 5ème Avenue - 06510 Le Broc
04 93 29 00 75 - contact@transcan.fr
www.transcan.fr

2001-2021
20 ans de croissance

150
Moteurs

1 groupe et 8 filiales

Pôle logistique :
Transcan Logistique -Transcan E-Commerce

Pôle Transport :
Transcan Route - Transcan Livraison
Transcan Affrêtement - Transcan Conteneur
Transcan Worldwide - Transcan Eco City

+ de 300
Collaborateurs

250
Cartes grises

15 %
De croissance annuelle moyenne sur chacune des filiales

75.000 m²
De locaux (stock, bureaux, plateformes logistiques, hubs-boutiques...)

1ere boutique
Transcan Eco City
Bd Gambetta à Nice
5 Boutiques à Nice en 2022

10 M
De kilomètres parcourus en 2020

En 2019 en France

Le transport routier a connu une croissance de **2.8 %**

Le transport et l'entreposage représentaient **1.426.000** salariés et **106.000 intérimaires**

Le transport de marchandises représentait **362 Milliards de Tonnes-Km** de marchandises et s'est fait à **89 %** par la route

BORN 2 BE BOSS

PORTRAITS

SOMMAIRE

28

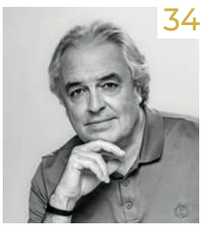
Jean-Baptiste Rachou Peraldi
BNP Paribas Immobilier Résidentiel
Construire de l'émotion

30

Majdi Mrizak
Azur Truck Pneus
Sur la route de la réussite

32

Betty Seroussi
Travel Planet
Classe Affaires



34

Jean-Jacques Gonzales
Provençal Golf
L'autodidacte

36

Justine Lipuma
Mycophyto
Engagée pour le vivant

38

Jean-Sébastien Biettron
SNS Solutions
Des briques, une solution

40

Etienne Andreoni
SII
Accélérer la transformation

42

Claude Valade
Caisse d'Epargne Côte d'Azur
Sur le terrain, proche et utile

44

Laurent Delannoy
Avencod
Pour l'inclusion par le talent

46

Laurent Autreau
Christophe Massa
Patrice Relland
Cariviera
Le trio aux commandes

48

Jeanick Brisswalter
Université Côte d'Azur
En recherche d'excellence

50

Ingrid Sanvicens
La Mutuelle Générale
Contentement mutuel

52
Patrice Gonzalez
GSF
Pour faire grandir l'expérience

54
Philippe Marchay
Phaselec
Avance de phase

56
Wassia Alade
Sovimo
Visite introspective

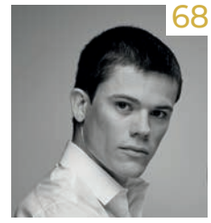
58
Bruno Tobes
ABE Electricité
Pour dépasser les bornes

60
Régis Bauché
Stade Niçois
Besoin de collectif

62
H. Michel Dau
ARAPL2CA
Au défi

64
Shiva Charman
Domaine du Paradis
des Oiseaux
Paradis retrouvé

66
Patrick Florence
Allianz Riviera
Sur le terrain événementiel


68
Maxime Aparicio
Laser Bowling Antibes
Dans la course

70
Marie-Dominique Blasi
Le SIS Netpress
Duo dirigeant

72
François Mpondo
Jeffrey
Une vie en mélodies

74
Eric Schoukroun et Frédéric Perrot
People By L'Atoll
2 people, 1 state of mind: fun!

76
Stéphane Bailli
Novelty Azur
Son & lumière,
questions de passion

78
Lionel Caudron
François Woiselle
Maud Patriarca
Riviera Beer
Recette de brasseur

80
Jean-Charles
JC Animation
En musique

BORN2BE BOSS

CONSTRUIRE *de l'émotion*

Sous son impulsion, l'agence de Nice de BNP Paribas Immobilier Résidentiel est passée de 8 à plus de 30 personnes qui œuvrent ensemble pour le Promoteur Numéro 1 de l'immobilier résidentiel sur la Côte d'Azur. Loin des clichés d'une Riviera en constante bétonisation, Jean-Baptiste Rachou Peraldi, Directeur Régional Méditerranée, milite pour des opérations engagées et durables, à haute valeur ajoutée.

Creating emotion

Under his guidance, the Nice agency of BNP Paribas Immobilier Résidentiel went from eight to more than 30 employees, all working as a team for the top residential property developer of the French Riviera. Jean-Baptiste Rachou Peraldi, the Manager for the Mediterranean region, will have nothing to do with the idea of a concrete-covered coastline, preferring to dedicate his efforts to sustainable and responsible projects with great added value.

Né à Ajaccio, Jean-Baptiste Rachou Peraldi ne s'est éloigné de son île natale que pour rejoindre la faculté de droit d'Aix-en-Provence en 1998, en quête de vocation. Après un DESS de droit Notarial et de Droit Immobilier de la construction, il poursuit par un Master 2 à l'ESPI à Paris. Au contact d'une formation axée sur le terrain et l'opérationnel, Jean-Baptiste se découvre une passion pour la promotion immobilière : « Une révélation ! », s'enthousiasme-t-il, à l'évocation de ces années parisiennes, qui le consacrent dans cette voie. Il fait ses armes au Développement chez Bouwfonds Marignan.

Le jeune homme apprend vite : « J'avais trouvé un sens à ma vie professionnelle et une plénitude dans ma vie personnelle ! ». Chez Bouygues Immobilier, ce sera Paris et le prestigieux département des Hauts de Seine. En 2013, il dirige le Service Développement de BNP Paribas Immobilier résidentiel et en 2016, rejoint la Côte d'Azur pour diriger l'agence de Nice, enrichie en 2019 de l'ensemble de la région Méditerranée, avec Marseille.

De 100 à... 1200 logements

Son job ? « Comme un joaillier, nous recherchons la matière première. La pierre pour nous, ce sont les terrains à bâtir, puis il faut tailler, monter le futur bijou pour obtenir une pièce unique et la vendre... En tant que promoteurs, nous avons surtout une mission : aller au-delà de la construction d'immeubles, tout en laissant un espace de créativité aux architectes dans un environnement contraint par la législation et l'urbanisme, nous devons apporter du rêve, faire ressentir une émotion immobilière et satisfaire pleinement les souhaits de nos clients, sans qui nous ne serions rien ». Ainsi, sous son égide, BNP Paribas Immobilier résidentiel Nice est passé de 100 logements à construire à près de 1200 aujourd'hui. « Nous ne travaillons les projets que si nous pouvons y apporter une vraie valeur ajoutée » estime Jean-Baptiste. A Nice Est, ce sont par exemple 518 logements, une école et un supermarché : un vrai nouveau quartier. A Antibes, le promoteur réalise l'emblématique projet Marenda Lacan, en cœur de ville. « A mes débuts, j'exerçais ce métier pour le plaisir de remporter les marchés. Aujourd'hui, c'est pour résoudre les problèmes inhérents à toute opération immobilière. Heureusement, car dès le lendemain d'un appel d'offre remporté, les difficultés commencent ! ».

Alors comment garder la main et rester numéro 1 ? « Notre seul capital, c'est l'humain. Nous devons être bons pour avoir l'information et que nos équipes puissent donner le meilleur d'elles-mêmes. Pour cela, il faut de l'audace et faire en sorte que nos rêves soient grands. Et de Nice à Marseille, toujours mieux construire pour offrir de l'émotion à nos clients... »

BNP PARIBAS IMMOBILIER

BNP PARIBAS
Immobilier Résidentiel
www.logement.bnpparibas.fr

Jean-Baptiste Rachou Peraldi was born in Ajaccio, and only left his native island in 1998, to study law in Aix-en-Provence. With a DESS in notarial, real estate, and construction law, he then went on to study towards a Master's 2 Degree at the ESPI of Paris. During a course focusing on operational activities and fieldwork, Jean-Baptiste realised that he had a deep interest for property development: "It was a revelation!", he explains enthusiastically, remembering the Parisian years that launched his career; it all began with a stint in real estate for Bouwfonds Marignan.

The young man was a quick learner. "I found a career that made sense, and my personal life was equally fulfilling!". With Bouygues Immobilier, he worked in the Paris region and the prestigious Hauts de Seine department. Then, in 2013, he went on to head the development service of the residential property branch of BNP Paribas Immobilier. Finally, in 2016, he was called to the French Riviera to manage the Nice agency, overseeing from 2019 the whole Mediterranean region, including Marseille.

From 100 to... 1'200 housing units

What is his job description? "Like a jeweller, we are after uncut gems. Our raw material is constructible land, and then we must cut our gem, have it mounted, in order to create a unique piece, and finally sell it... As developers, we have one main mission: to see beyond the construction of buildings, allowing architects to unleash their creativity despite strict urban planning and legal constraints. Our goal is to provide a dream, to share our passion for real estate, and ultimately to satisfy the wishes of our clients, on whom we depend for everything we do". Under his stewardship, BNP Paribas Immobilier Résidentiel Nice has gone from 100 housing units to close to 1'200 today. "We work on projects only if we can add real value to them" Jean-Baptiste reckons. In the Eastern district of Nice for example, there are 518 housing units, a school, and a supermarket: it is quite literally a new neighbourhood. In Antibes, the property developer is working on the emblematic Marenda Lacan project, in the centre of the town. "When I started, I did this work because I enjoyed winning contracts. Now, it is more about solving the problems inherent to any real estate operation. And I am in luck, because problems start the very day a contract is signed!".

So, how does he manage to always stay on top of things? "People are our most important asset. We have to be good at what we do to get the right information and for our teams to deliver their best work. To achieve this, we need to be bold and dream big. From Nice to Marseille, our mission is to build better and to offer emotions to our clients...".

INDISCRÉTIONS

■ IL MANQUE SUR LA CÔTE D'AZUR...
...un festival rock !

■ IL DÉTESTE...
...Qu'on lui réponde « C'est compliqué... » Une phrase passe-partout qui ne veut rien dire !

■ IL SE RESSOURCE...
...cinq fois par an, en retournant en Corse.

■ MOMENT DE GRÂCE...
...Une partie de belote chez Pierre Tou, sur la plage ajaccienne de Capo di Feno... Un apéritif qui s'éternise au son des guitares et une côte de bœuf au barbecue !

■ UN LIVRE...
...sur la vie de Lafayette : quel destin extraordinaire, hors du commun !

MISSING IN THE FRENCH RIVIERA...
...a rock festival!

HE HATES IT WHEN...
...he is told "It's complicated...". It is a sentence used all the time but that doesn't mean much!

HE CHARGES HIS BATTERIES...
...five times a year, when he returns to Corsica.

A MOMENT OF RELAXATION...
...with a game of belote at Pierre Tou's on the Ajaccio beach of Capo di Feno... An aperitif that lasts forever, or at least until musicians take out their guitars, followed by a prime rib grilled on the barbecue!

A FAVOURITE BOOK...
...would have to be on Lafayette's life: what an extraordinary destiny!

JEAN-BAPTISTE RACHOU PERALDI

Directeur Régional Méditerranée BNP Paribas Immobilier Résidentiel

MAJDI MRIZAK

Directeur d'Azur Truck Pneus

Sur la route DE LA RÉUSSITE

Le groupe régional Ippolito, dont l'une des branches historiques se consacre au véhicule professionnel, souhaitait développer son propre réseau dans la filière du pneumatique. Majdi Mrizak, entré dans l'entreprise en 2013, a pris la direction de cette division stratégique : un bel exemple de promotion interne et de succès pérenne, comme le conçoit le groupe depuis 1968.

On the road to success

Ippolito, a regional group historically devoted to professional vehicles and associated services, was keen to develop its own network in the tyre industry. Majdi Mrizak started working for the company in 2013 and has been promoted to head this strategic department. This is yet another example of how the group relies on internal promotions to achieve lasting success, in a strategy it has been following since 1968.

« 3P », les valeurs du groupe Ippolito : Proximité, Pérennité, Performance. Une belle feuille de route qui s'écrit depuis plus de 50 ans, dans la diversification et le maillage du territoire. Historiquement, l'entreprise régionale se développe dans la vente, l'entretien, la location de véhicules industriels, puis dans le service après-vente. Aujourd'hui Ippolito dirige 60 établissements et réalise plus de 180 M€ de chiffre d'affaires avec près de 900 collaborateurs.

Majdi Mrizak entre au sein du groupe en 2013 en alternance DUT Qualité et Logistique. Le jeune homme, consciencieux, gagne la confiance de ses supérieurs et Pierre Ippolito, 3e génération à la tête du groupe, devient son tuteur en Licence Gestion de Production Industrielle. « J'ai toujours su maximiser mes expériences professionnelles : j'ai beaucoup travaillé dès l'adolescence, en grande distribution, restauration, des périodes très formatrices ». Alors, quand tout juste sorti major de promotion et prêt à partir en école d'ingénieur, Pierre Ippolito le retient, le choix est cornélien… Réfléchi, Majdi prend la décision de rester : « c'était un risque mais on a choisi de me faire confiance. Pierre Ippolito est un jeune dirigeant dynamique qui voit à long terme ». Bien lui en prend… Le chef d'entreprise crée un poste pour Majdi Mrizak : il devient gestionnaire de parc pour les entreprises et collectivités qui délèguent la gestion de leur flotte. Une activité qui sous sa responsabilité, voit le parc grandir de 200 à près de 900 véhicules en 2015.

Au service du client

Pour travailler la diversification, se présente alors l'opportunité de développer une branche « pneumatiques ». Majdi est pressenti pour en prendre la direction opérationnelle. Un business model et une stratégie de conquête sont bâtis pour atteindre aujourd'hui 14 sites en PACA, qui s'appuient en partie sur la proximité des garages du groupe. ATP (Azur Trucks Pneus) travaille sur le volume et joue la synergie des activités.

En 2021, il devient leader du pneu industriel dans le 06 et le 83 avec un C.A. qui devrait tutoyer les 15 M€. 80 collaborateurs et 40 véhicules de dépannage plus tard, Majdi Mrizak a vu s'étendre son champ de compétences et de responsabilités. Entré comme étudiant en alternance, il dirige aujourd'hui une entité du groupe. Une belle histoire que le jeune trentenaire analyse dans une relation « gagnant-gagnant » : « Je m'implique beaucoup : longtemps, mon livre de chevet a été « le livre blanc du pneumatique » ! Mais je suis écouté par la direction générale et très bien entouré par mes collaborateurs ». La suite pour Majdi ? Former le personnel en interne, gagner des parts de marché dans le 13 et faciliter l'activité en digitalisant le travail. Avec un leitmotiv : « Vendre un pneu, tout le monde sait le faire. Bien servir le client, c'est différent et c'est dans notre ADN ».

AZUR TRUCK PNEUS
1180 RD 6007
06270 Villeneuve-Loubet
04 97 10 24 59
azur-trucks.fr

INDISCRÉTIONS

■ SA DEVISE
« Travaillez, donnez-vous les moyens de réaliser vos projets, vos rêves ! »

■ SES ADRESSES GOURMANDES
« La Menthe douce » à Mougins et « L'air du temps », sur la Corniche d'Or à Théoule-sur-Mer

■ SON JARDIN SECRET…
…à 1200 km de Nice, où il retourne souvent, à M'Saken en Tunisie, à l'ombre des oliviers de la maison familiale pour se ressourcer.

HIS MOTTO
"Work hard, give yourself the means to complete your projects and fulfil your dreams! "

HIS FAVOURITE EATERIES
"La Menthe douce" in Mougins and "L'air du temps" on the Corniche d'Or in Théoule-sur-Mer

HIS SECRET GARDEN…
…some 1'200 km from Nice, in a place he returns to often, M'Saken in Tunisia, under the olive trees of his family estate, where he can recharge his batteries.

The "3P's" that represent Ippolito's values: Proximity, Permanence, Performance. For the past 50 years, the group has been working on a roadmap that focuses on diversification and territorial meshing. Historically, the regional company sells, services and rents industrial vehicles and provides after-sales services. Today, Ippolito boasts some 60 establishments and achieves sales revenues of over 180 M€, with close to 900 employees.

Majdi Mrizak started his career with the group in 2013, working under an internship programme for his technical university degree in quality and logistics. This conscientious young man was quick to earn the trust of his bosses, and Pierre Ippolito, representing the third generation at the helm of the group, became his tutor, helping him achieve an industrial production management degree. "I have always been able to take full advantage of my professional experiences: since my teenage years, I have kept incredibly busy, working in mass retail or in catering. I learned a lot during those periods". And so, as he graduated top of his class and was poised to pursue engineering studies, he was invited to stay by Pierre Ippolito and found himself faced with an impossible choice… But, having pondered the matter, Majdi decided to stay: "It was a risk, but the people here chose to trust me. Pierre Ippolito is a young and energetic leader who has a long-term vision of the business". It turned out to be a good idea… The CEO created a position especially for Majdi Mrizak: he managed fleets of vehicles on behalf of companies and communities that outsource their fleet management operations. Under his stewardship, the fleet grew from 200 to close to 900 vehicles in 2015.

At the client's service

With the idea of pursuing this diversification strategy, the idea of developing a "tyre" business was examined, and Majdi was touted as the person who would be in charge of these operations. The business model and the strategy were developed with the ambition of having 14 locations in the PACA region, all relying partly on the proximity of the group's garages. ATP (Azur Trucks Pneus) works on volume and its operations rest heavily on the synergy between the group's different activities. In 2021, it became the leader of the industrial tyre industry in the Alpes-Maritimes and Var departments, with revenues neighbouring 15 M€. 89 employees and 40 repair trucks later, Majdi Mrizak has developed his area of expertise and his responsibilities. Having started as an intern, he is now at the head of one of the group's entities. Looking back at his successful career, this thirty-year-old views it as a win-win relationship: "I get very involved: for the longest time, my bedside reading material was a specialist book on tyres! I feel listened to by senior management and well surrounded by my colleagues". What is next for Majdi? Training staff internally, increasing the market share in the Bouches-du-Rhône department, and improving operations by digitalising workflows. There is a common theme underlying all these operations: "Anyone can sell a tyre. Providing an excellent service to our customers is another matter, and something that is very close to our hearts".

Classe AFFAIRES

De son agence parisienne à la solution globale Travel Planet pour le voyage d'affaires, Betty Seroussi, désormais avec Tristan Dessain-Gelinet, disruptent le monde feutré du Business Travel. Pour leur vol direct vers le succès, ils ont tout de même embarqué plusieurs incontournables dans leurs bagages : une grosse capacité de travail, de la rigueur et une belle dose de ténacité…

Business class

At Travel Planet, a Paris-based travel agency specialising in business trips, Betty Seroussi and Tristan Dessain-Gelinet are disrupting the hushed universe of business travellers. On their direct flight towards success, they have packed some essential items in their luggage: a huge capacity for hard work, self-discipline, and a great deal of tenacity…

Son papa la voyait médecin (« c'est un bon travail ! » disait-il), Betty Seroussi avait plutôt l'esprit ouvert à l'évasion et au voyage. Ce sera un BTS Tourisme obtenu avec les honneurs qui lui ouvrent les portes d'un grand Tour-operator de l'époque (nous sommes en 1984) : Kuoni. La jeune femme, dynamique et perfectionniste, aime déjà entreprendre et se démarquer. Après avoir participé à la construction de l'offre de voyages, elle apprend à les vendre en agence. Après une parenthèse d'entrepreneuriat dans le prêt-à-porter (!), puis l'opportunité de s'installer à Paris en ouvrant sa propre agence, Betty cherche vite à diversifier son offre : le voyage touristique est cyclique, elle s'intéresse au marché du voyage d'affaires. En 2001, si la crise liée à l'attaque des tours jumelles se fait fortement ressentir, cela ne l'empêche pas de s'accrocher et d'ouvrir même une seconde agence à Paris. De 2008 à 2011 toutefois, la crise n'épargne pas le marché du voyage et une autre tendance se profile : la dématérialisation est en marche.

Plan de vol modifié

A la faveur d'une rencontre avec Tristan Dessain-Gelinet, qui officie dans l'informatique et qui deviendra son compagnon dans la vie et son partenaire en affaires, Betty change de plan de vol. Entretemps, ils auront recentré leur agence d'Arras puis de Lille, sur le Business Travel. « Après une réflexion stratégique appuyée, nous avons décidé de moderniser l'approche du voyage d'affaires. Mon savoir-faire, combiné à la vision et aux compétences techniques de Tristan, nous ont naturellement amené à unir nos forces ». Le résultat ? Un modèle de business complétement intégré de bout en bout, au service du voyage d'affaires.

Avec de la business intelligence pour la remontée d'informations en temps réel, un backoffice de facturation totalement automatisé, c'est une petite révolution dématérialisée et à haute valeur ajoutée technologique qui est en marche pour le client. Il n'a plus qu'un seul point d'entrée pour gérer son voyage d'affaires : Travel Planet, conçu par Betty et Tristan. Leur modèle séduit et remporte plusieurs appels d'offres de haute volée, poussant l'entreprise à s'exporter en Angleterre, le marché français étant encore parfois conservateur. Depuis, Travel Planet a bousculé les codes avec succès : la PME est passée de 7 M€ de CA en 2014 à … 85 M€ en 2019 ! Une explosion qui correspond à un modèle innovant et séduisant pour les entreprises, à l'heure de la forte demande d'automatisation de leurs services. Pendant la période de crise sanitaire, Travel Planet a poursuivi la mise au point de son offre, désormais licenciable, ce qui fait de l'entreprise un vrai éditeur de solutions. Un nouveau tournant, pour continuer d'innover dans un secteur en constante évolution.

> *Nous avons décidé de moderniser l'approche du voyage d'affaires. Mon savoir-faire, combiné à la vision et aux compétences techniques de Tristan, nous ont naturellement amené à unir nos forces*
>
> **Betty Seroussi, Présidente et co-fondatrice de Travel Planet**

INDISCRÉTIONS

■ SES CREDOS
« Rien ne se fait sans passion » ;
« N'attendez pas le week-end pour vivre : sinon… vous survivrez ! » ;
« L'école sert à apprendre…
à apprendre ! »

■ TEMPS LIBRE ?
« Je fais du Pilates et de la boxe, cela permet d'évacuer le stress ».

■ INVESTIE…
… au niveau associatif dans les FCE de Cannes et 100000 entrepreneurs, pour la culture d'entrepreneuriat.

HER MOTTOS
"Don't do anything without passion", "Do not wait for the weekend to start living, otherwise it's just surviving!", "School teaches you how to learn!"

SOME FREE TIME ON HER HANDS
"I box and do Pilates; it helps me work off my stress".

INVESTED IN…
… the association for women CEOs in Cannes, and 100'000 entrepreneurs, promoting the culture of entrepreneurship.

Her dad wanted her to become a doctor ("it is a fine job!" he would say), but Betty Seroussi had her mind set on escapism and travels. With a diploma in tourism, obtained cum laude, she began her career working for a major tour operator (this was back in 1984): Kuoni. The young and energetic woman was a bit of a perfectionist and already had a taste for entrepreneurship. Having taken part in developing different travel offerings, she then learned how to sell them in her agency. Then came a stint in the clothing industry (!), followed by an opportunity of moving to Paris and opening her own agency; Betty decided it was high time to diversify her offer. Indeed, travelling for tourism is a cyclical activity, and she set her sights on business travels instead. In 2001, the attacks on the twin towers wrought havoc in the travel industry, but she held fast and even opened a second agency in Paris. However, from 2008 to 2011, the financial crisis battered the world of travel and a new trend started emerging: dematerialisation.

Flight plan modified

Betty met Tristan Dessain-Gelinet, who worked in IT and was to become her partner in life and in business. Together, they changed the flight plan. In the meantime, they refocused their agency of Arras, and later Lille, on business travel. "Having thought long and hard on our strategy, we decided to modernise our approach to business travel. My expertise, combined with Tristan's vision and technical skills, naturally brought us to pool our resources". What came of it? A fully integrated business model, providing an extensive service to those who travel for business.

Relying on business intelligence to escalate information in real time and fully automated back-office billing operations, their business symbolises dematerialisation and offers technological added value to its clients. There is a single entry point for those who want to organise a business trip: Travel Planet, designed by Betty and Tristan. Their model is appealing, and they have won several major invitations to tender, driving the company to export its services to England, as the French market still tends to be a bit conservative. Since then, Travel Planet has successfully broken the codes: the small company went from 7 M€ of revenue in 2014 to … 85 M€ in 2019! This boom is due to the innovating and appealing model the company offers to companies, at a time of high demand for automated services. During the health crisis, Travel Planet continued to work on its offering, which is now available for licensing, turning the company into a true editor of solutions. This is a new evolution, allowing them to remain innovating in a constantly changing market.

Travel Planet
Time to change

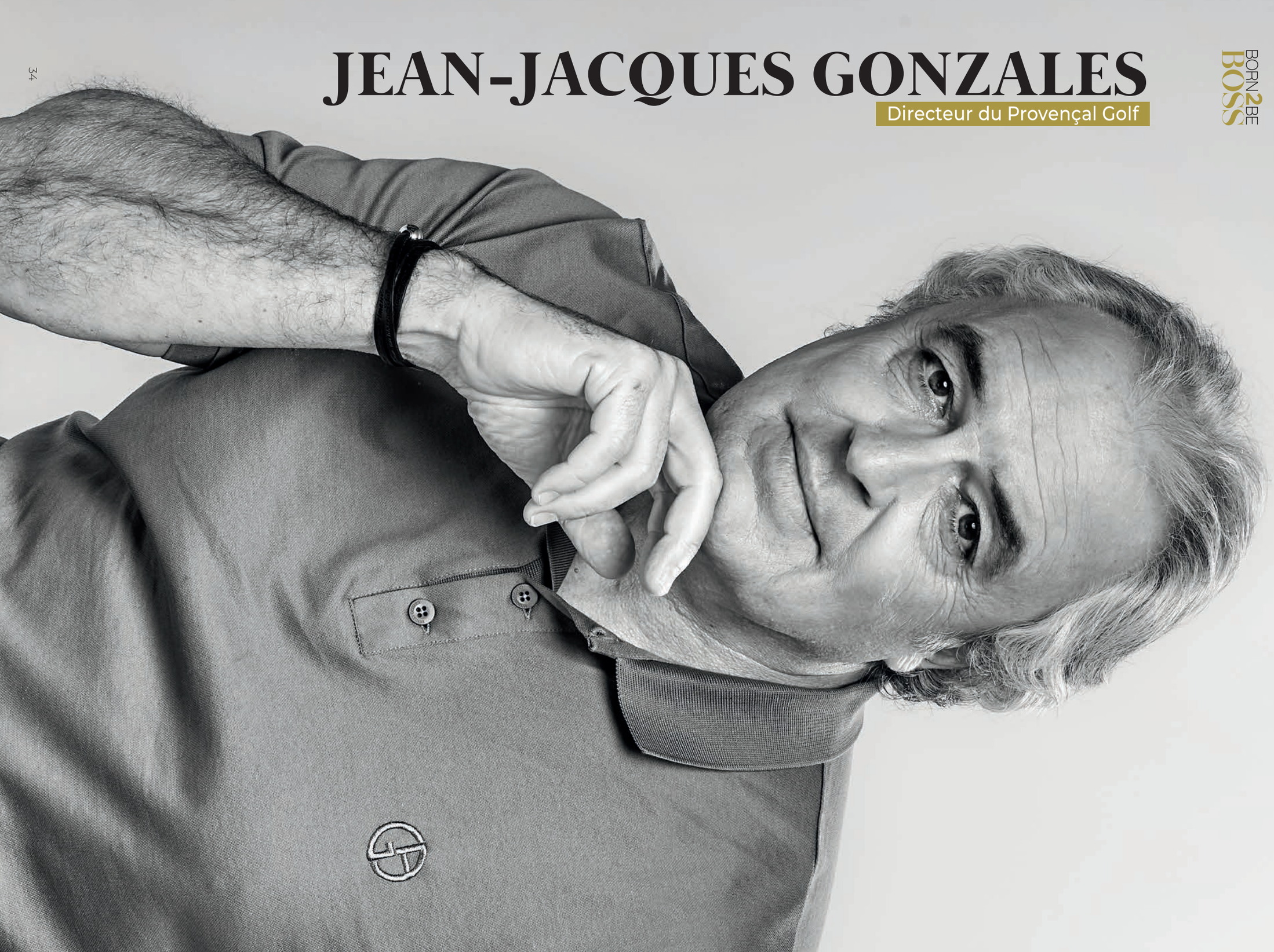
www.my-travelplanet.com

BETTY SEROUSSI

Présidente et cofondatrice de Travel Planet

JEAN-JACQUES GONZALES

Directeur du Provençal Golf



L'AUTODIDACTE

Il marche à la « petite voix intérieure », sait écouter son intime conviction. De jeune coursier pour l'Hôtel du Cap Eden Roc à dirigeant du Provençal Golf pour lequel il fourmille de projets, Jean-Jacques Gonzales a vécu plusieurs vies, autour de rencontres passionnantes et d'une valeur cardinale : l'envie d'entreprendre.

A self-taught man

He listens to his "soft inner voice" and follows his gut instinct. Going from a courier for the Hôtel du Cap Eden Roc to manager of the Provençal golf course, for which he has a plethora of plans, Jean-Jacques Gonzales has lived several lives, made of enthralling encounters, and driven by an essential value: entrepreneurship.

« J'ai arrêté l'école à 16 ans, je m'y ennuyais ferme, j'avais envie de découvrir le monde ! » En froid avec son père, inspecteur de police strict -un peu « vieille école », Jean-Jacques quitte le domicile familial de Juan les Pins pour se mettre en quête d'un job. Celui-ci prendra la forme d'une petite annonce : « l'Hôtel du Cap Eden Roc cherche coursier pour fin de saison ». Nous sommes en septembre 1981 et le jeune homme court avec sa mobylette pour les clients…

A la saison hivernale, il passe son permis de conduire et part au Royaume-Uni parfaire son anglais pour se perfectionner auprès de la clientèle l'année suivante. Et pour 5 saisons, il devient chauffeur pour le prestigieux établissement du Cap d'Antibes, où il gagne très confortablement sa vie et fait des rencontres de qualité. « Mais je voulais absolument monter à Paris ! ». En quête de lumière, dans l'objectif de construire une carrière, Jean-Jacques s'installe moins d'un an dans la capitale, entre castings et cours de comédie. Mais quand on a grandi sur la Côte d'Azur, le mal du pays vous gagne vite sous la grisaille parisienne… En 1987, il découvre Saint-Domingue puis Salzbourg. A son retour à Antibes, c'est à l'Hôtel Belles Rives qu'il prend son envol. Entré bagagiste, sous la direction de l'emblématique M. Estène, il deviendra successivement voiturier, plagiste, puis prendra la direction de la plage avant de finir Directeur adjoint de l'hôtel. Nous sommes en 1988 et l'aventure Belles Rives durera 18 ans. Jean-Jacques, ayant eu entretemps l'opportunité d'entrer au capital de l'hôtel, le quittera en revendant ses parts en 2008.

Se relever

La rencontre avec Cyril Dennis, Milliardaire anglais qui détenait le Provençal de Juan les Pins, la plage et le golf du même nom, se veut déterminante. Jean-Jacques prend la direction de la plage, la gérance du restaurant en 2012 puis en 2014, rachète le golf dans son ensemble.

Entretemps, des difficultés financières et humaines l'éreintent et il vit des mois difficiles. Le premier confinement lui permet de voir plus clair dans ses projets et de mettre à plat sa stratégie de reconquête. Quand les golfs rouvrent, la frénésie s'empare des joueurs comme des curieux, venus pour s'oxygéner et apprendre la balle blanche par ses côtés les plus ludiques : jamais la fédération française n'a enregistré autant d'adhésions !

Jean-Jacques saisit cette opportunité et lance un très beau projet, qui devrait voir le jour dans son intégralité en 2023, avec Académie dernier cri, centre de récupération sportive, sauna, hammam…

A Sophia Antipolis, la clientèle d'actifs adore jouer sur 2 h 30 contre 4 h pour un 18 trous… Jean-Jacques va leur proposer le Top Tracer, nec plus ultra des practices connectés offrant une expérience ludique ou de se perfectionner entre amis en toute circonstance. Une petite révolution unique sur le territoire…

"I left school when I was 16, finding it incredibly boring, and I wanted to discover the world!" His relationship with his father, an old-school police detective, was frosty, and Jean-Jacques left the family home in Juan les Pins to find a job. His dreams would materialise in the form of a job advertisement: "The Hôtel du Cap Eden Roc is recruiting a courier for the end of the season". This was in September 1981, and the young man drove his moped around on behalf of the hotel guests…

During the following winter, he took his driving test and left for the UK to improve his English, which he intended to use on the hotel guests the subsequent year. And so, for five seasons, he worked as a chauffeur for the prestigious Cap d'Antibes establishment, making good money and meeting interesting people. "But all I wanted was to go to Paris!". He was in search of the limelight, and to launch his career, Jean-Jacques spent less than a year in the capital, taking acting classes and going to various castings. But, for someone who grew up in the French Riviera, the grey Parisian sky is likely to bring on a bout of homesickness… In 1987, he travelled to Saint-Domingue, and then to Salzburg. Returning to Antibes, he found a job with the Hôtel Belles Rives. First a porter, working under the famous M. Estène, he moved up the ranks, successively as valet, beach attendant, and then beach manager before finishing Deputy Director of the hotel. The year is 1988 and the Belles Rives adventure would last 18 years. In the meantime, Jean-Jacques had the opportunity of acquiring some of the hotel's capital, but by 2008 he had left the establishment and sold his shares.

Getting back up

His encounter with Cyril Dennis, English billionaire and owner of the Provençal of Juan les Pins, the beach, and the golf bearing the same name, was a defining moment. Jean-Jacques was put in charge of the beach and the restaurant in 2012, and in 2014 he acquired the golf course.

But financial troubles and other problems were grinding him down and he went through some difficult months. The first lockdown gave him some clarity in his projects and allowed him to prepare his come-back strategy. When the golf courses reopened, the mood was frantic among golfing enthusiasts, who were in dire need of some fresh air, or just curious about learning the sport: the French federation had a record-breaking number of new memberships!

Jean-Jacques seized the opportunity and started a great project, which is scheduled for completion by 2023, featuring a cutting-edge academy, a recovery centre for athletes boasting a sauna, Turkish baths…

At Sophia Antipolis, the population of active golfers like playing two and a half hours, instead of four hours on an 18-hole course… Jean-Jacques will provide them with Top Tracer, a top-notch connected practice allowing players to hone their skills, with friends, in any circumstance. It is a revolution of sorts in the region…

Le Provençal
GOLF

Le Provençal Golf
95 Av de Roumanille - Biot Antipolis
04 93 00 00 57
www.leprovencalgolf.com

INDISCRÉTIONS

IL EST FAN…
… « De nombreux sports : foot, basket, tennis, rugby… ! Je recherche toujours une émotion sportive. Mais… je ne joue pas au golf ! »

2 JOURS ?
« Je file à Amsterdam avec ma femme, Natalia ! »

SON MANTRA…
…« Dis-toi que le meilleur est toujours à venir… Car il vient ! je ne vis pas du tout dans le passé ou la nostalgie… »

HE IS FAN OF…
…"Many sports: football, basketball, tennis, rugby…! I am always after sporting emotions. But… I don't play golf!"

TWO DAYS OFF?
"I go to Amsterdam with Natalia, my wife!"

HIS PHILOSOPHY
…"Believe that the best is yet to come… and it will come! I don't live in the past or with nostalgia…"

Engagée POUR LE VIVANT

Plus de 85 % des plantes terrestres peuvent profiter de l'association des champignons indigènes que la startup Mycophyto est capable de développer pour revitaliser les sols où elles poussent ! Justine Lipuma, cofondatrice et présidente, ne conçoit la recherche scientifique que comme une quête de solutions. Tout en nourrissant beaucoup d'espoirs et armée d'un engagement sans faille vis-à-vis de son sujet d'étude : le vivant.

Committed to the living

Over 85 % of land plants can benefit from combination with native mushrooms which the start-up Mycophyto is able to develop to revitalise the soil where they grow! Justine Lipuma, its founder does not view scientific research as only a quest for solutions. While fuelling many hopes and armed with an unfailing commitment regarding the subject under study: the living.

« Ingénieur agronome ? Personne ne savait ce que cela voulait dire, mais moi, après mon stage à l'INRA, je savais que c'était ce que je voulais faire » ! Si Justine Lipuma, docteur en biologie, s'en amuse aujourd'hui, c'est parce que cette vocation, elle l'a pleinement réalisée en mettant ses travaux de recherche au service de procédés biologiques révolutionnaires, qu'elle a brevetés en co-fondant Mycophyto, startup qui optimise une synergie entre les plantes et les microorganismes du sol, pour inventer l'agriculture de demain.

Le projet répond à une demande forte des agriculteurs, pépiniéristes ou industriels en recherche de solutions alternatives efficaces à l'utilisation d'intrants chimiques et qui leur permettraient d'obtenir des productions plus robustes. En produisant des champignons « indigènes » (naturellement présents dans les sols mais en quantité trop infime pour être efficaces) et en les associant à des plantes, Mycophyto revitalise ces sols tout en augmentant leur rendement de manière naturelle.

Titulaire depuis sa création de 15 prix qui récompensent ses procédés innovants, boostée par une première levée de fonds en 2019, Mycophyto a commencé par s'intéresser à la culture des plantes à parfum, aromatiques et médicinales, la lavande et la tomate. Sur cette dernière, les recherches montrent un rendement supérieur de 15 à 20 % lorsque leurs substrats inertes sont revitalisés ! On peut travailler avec Mycophyto de plusieurs manières, son activité principale consistant à développer, produire et commercialiser des mix de champignons indigènes, associés à des plantes et à des services permettant l'optimisation des cultures.

Une biobanque en création

A ce sujet, Mycophyto élabore un projet qui doit faire baisser les coûts et augmenter la rapidité d'intervention : la création de leur propre banque d'espèces physiques, une « biobanque » dont le financement sera assuré par l'aide au développement Deeptech de BPI France. Mycophyto propose aussi des analyses complètes des sols, avec étude microbiologique. Avec l'Inria Sophia Antipolis Méditerranée, un modèle de prédiction d'analyse des sols qui fait appel à l'IA est à l'étude et en développement depuis 2019 (iLAB). De plus, des travaux sont en cours sur l'augmentation de la productivité de champignons avec une réduction des coûts grâce à un financement ADEME (EETE) couplé à un travail sur la qualité organoleptique de la vigne et de la rose à parfum (concours iNOV opéré par l'ADEME).

Toutes ces découvertes donnent de l'espoir et font la fierté de l'engagement de Justine : « Le sujet de la biodiversité dépasse Mycophyto. Nos produits doivent pouvoir servir à tous et c'est pour cela que le choix de nos partenariats et de nos investisseurs se fait en toute indépendance, avec une forte notion d'engagement pour le vivant » estime la jeune femme.

Ce qui lui plait par-dessus tout ? « Répondre à une question complexe. Chercher pour imaginer des solutions à des problèmes… D'ailleurs, le savoir doit se transmettre, être expliqué : quand on apprend quelque chose, il faut le partager ! ».

MYCOPHYTO
Cultivons l'équilibre de la nature
mycophyto.fr

INDISCRÉTIONS

■ SON MANTRA
« J'aime bien la phrase d'Oscar Wilde qui propose de « viser la lune pour atterrir dans les étoiles ». L'ambition ne doit plus être un gros mot en France, cela doit être positif ! »

■ ORGANISÉE…
…Justine l'est, mais doit l'être d'autant plus avec l'arrivée… de Martin, son bébé de 4 mois !

HER MANTRA
"I like Oscar Wilde's phrase, "shoot for the moon, even if you miss, you'll land among the stars". Ambition should no longer be a dirty word in France, it should be positive!".

ORGANISED…
…Justine is, but is having to be even to be more so since the arrival…of Martin, her 4-month-old baby!

"Agricultural engineer? Nobody knew what that meant, but after my internship at the INRA, I knew that was what I wanted to do!" Whilst Justine Lipuma, doctor in biology, finds that amusing today, it is because she has fully achieved this by applying her research to revolutionary biological procedures, that she patented by co-founding Mycophyto, a startup which optimises a synergy between plants and soil micro-organisms, to invent the agriculture of tomorrow. The project addresses a significant demand by farmers, nurseries or industrialists seeking effective alternative solutions to the use of chemical intrants which enable them to obtain more robust production. By producing "native" mushrooms (naturally present in soils but in quantities too small to be effective) and combining them with plants, Mycophyto revitalises these soils whilst naturally increasing their yield.

Winner, since its creation, of 15 prizes for its innovative procedures, boosted by an initial fundraising in 2019, Mycophyto began with an interest in growing perfume, herbal and medicinal plants, lavender, and tomato. On the latter, research shows a yield improved by 15 at 20% when their inert substrates are revitalised! One can work with Mycophyto in a number of ways, its main activity consists of developing, producing, and selling mixtures of native mushrooms, combined with plants and services enabling crop optimisation.

Creation of a bio bank

On this subject, Mycophyto is developing a project which should reduce costs and increase intervention speed: the creation of their own bank of physical species, a "bio bank" financed by the development aid Deeptech from BPI France. Mycophyto also offers full soil analyses, with microbiological study. With Inria Sophia Antipolis Méditerranée, a soil analysis prediction model using a high is being studied and has been under development since 2019 (iLAB). Furthermore, work is underway on increasing the productivity of mushrooms with a reduction in costs thanks to finance from ADEME (EETE) coupled with work on the organoleptic quality of vines and scented roses (iNOV competition operated by the ADEME).

All of these discoveries give hope and are the pride of Justine's commitment: "The subject of biodiversity is greater than Mycophyto. Our products must be able to be used by everyone that is why the choice of our partners and our investors is made completely independently, with a strong notion of commitments to the living" the young woman says.

What do she like most of all? "Resolving a complex issue. Trying to imagine solutions to problems… Also, knowledge must be transmitted, be explained: when we learn something, it has to be shared!".

JUSTINE LIPUMA

Cofondatrice et présidente de Mycophyto

JEAN-SEBASTIEN BIETTRON

Cofondateur de SNS Solutions

Des briques, UNE SOLUTION

Tout est affaire de curiosité et de passion. Quand il découvre l'informatique, Jean-Sébastien Biettron, alors étudiant ingénieur en mécanique des fluides, comprend vite qu'il n'exercera jamais dans sa spécialité initiale… Et préférera fonder sa propre entreprise dans le secteur balbutiant des nouvelles technologies. Bonne inspiration : avec SNS Solutions, il propose avec bonheur depuis 17 ans du conseil en informatique, bureautique et téléphonie auprès de ses 2.500 clients professionnels.

Bricks or a solution

It is all a matter of curiosity and passion. When he discovered computers, Jean-Sébastien Biettron, then an aspiring engineer in fluid mechanics, understood immediately that he would not work in his original field of specialisation… Instead, he chose to start his own company in the budding field of new technologies. It was an inspired idea: for the past 17 years with SNS Solutions, he has been happily dispensing advice in IT, office equipment, and telecommunications to his 2'500 professional clients.

Tout commence par… un accident de ski ! Alité, Jean-Sébastien Biettron profite de sa convalescence pour se pencher en autodidacte sur le sujet de la programmation informatique. C'est le coup de foudre ! Alors tant pis : il ne partira pas exercer ses talents d'ingénieur en mécanique des fluides sur une plateforme pétrolière, comme cela devait se passer initialement… Nous sommes à l'orée des années 2000 et le jeune marseillais n'a aucun mal à trouver du travail : il débute chez l'ESN Sopra à Sophia Antipolis, dans la branche « Nouvelles Technologies ». Ce sont les débuts du web et Jean-Sébastien découvre les nouveaux besoins des entreprises en la matière.

C'est lors de son recrutement par une startup marseillaise qu'il retrouve Olivier Etienne, son ami de longue date, rencontré pendant ses études.

Un même état d'esprit, une passion pour les nouvelles technologies : ils décident de s'associer pour fonder SNS Solutions. Leur promesse ? Proposer leur savoir-faire aux clients professionnels, pour les aider à résoudre leurs problématiques liées à l'informatique, à la téléphonie ou à la bureautique. « Avec SNS, nous allons pouvoir proposer à nos clients une brique existante ou en inventer une qui correspondra à leurs besoins ! Ensuite, nous l'intégrons et la maintenons dans le temps ».

Boosté à la satisfaction client

A titre d'exemple, il y a dix ans, SNS avait mis au point pour un de ses clients, un système de call-center intelligent qui ne nécessitait aucune intervention humaine : une solution sur mesure très avant-gardiste ! C'est tout l'ADN de l'entreprise fondée par Jean-Sébastien et Olivier : il n'y a pas de petit ou de grand client et l'offre de SNS Solutions se veut toujours orientée par le conseil et la proximité. « Nous capitalisons tout sur la satisfaction client et la rapidité de nos interventions. Le meilleur commercial est un client satisfait ! Garder cet état d'esprit nous a permis de connaitre une belle croissance maitrisée et de travailler avec des clients de tous horizons ». C'est aussi la garantie d'indépendance pour SNS Solutions qui n'a grandi qu'en croissance organique, sans endettement ni ouverture de capital.

Aujourd'hui, ses conseils sont dispensés à travers un réseau de cinq agences, à Bordeaux, Marseille, Monaco, Toulouse et Sophia Antipolis. Des structures à taille humaine qui, outre leur triple compétence (IT, bureautique, Télécom), sont toutes en mesure de délivrer des offres innovantes et sur-mesure à leurs clients. Ou de créer la brique manquante…

It all started with… a skiing accident! Bedridden, Jean-Sébastien Biettron used his recovery period to teach himself the intricacies of computer programming. It was the start of an intense love affair! He decided not to pursue a career as an engineer in fluid mechanics working on an offshore rig, as he had initially planned to… It was the early 2000s, and the young native of Marseille had no trouble finding a job: he started with Sopra, a digital consultancy firm based in Sophia Antipolis, working for their newly created "New Technologies" division. It was the early days of Internet, and Jean-Sébastien was discovering the emerging IT needs of companies.

Later, he was recruited by a Marseille-based start-up company where he rekindled his friendship with Olivier Etienne, an old pal he had met at university.

The pair shared the same state of mind and a passion for new technologies: they decided to partner up and create SNS Solutions. So, what do they promise? To share their know-how with their professional clients, and to help them find the right solutions for their IT, office equipment, and telecommunication needs. "With SNS, we either offer our clients an existing brick, or we invent one to meet their specific needs! Then, we integrate it and maintain it over time".

Boosted by customer satisfaction

By way of example, a decade ago SNS had developed for one of its clients a smart call centre system that required no human intervention: a customised solution that was way ahead of its time!

Therein lies the DNA of the company founded by Jean-Sébastien and Olivier: all customers are important, and SNS Solutions' offering is always based on advice and proximity. "We capitalise on the fact that our clients are satisfied and on our quick response time. The best sales representative is a satisfied customer! This state of mind has helped us achieve impressive growth and allows us to work with clients from very diverse backgrounds". It is also a guarantee of independence for SNS Solutions, a company that has grown organically, without debts or capital raising operations.

Now, the company's advice is provided through a network of five agencies, in Bordeaux, Marseille, Monaco, Toulouse, and Sophia Antipolis. These human-scale structures are not only specialised in three areas (IT, office equipment, telecommunications), they are also ready to deliver innovating and customised solutions to their clients. And they can create the missing brick…

INDISCRÉTIONS

■ PASSIONNÉ…
… « de lecture, d'aviation, de ski, de tir sportif, de photo, de rando en montagne : je ne m'ennuie jamais ! »

■ JARDIN SECRET…
…très cartésien, Jean-Sébastien est pourtant très ouvert aux questions ésotériques : « c'est loin d'être incompatible… » assure-t-il avec malice.

■ IL EST…
…« Un patron heureux ! Mon mantra : fais de ta vie un rêve, et d'un rêve, une réalité ».

PASSIONATE ABOUT…
… "literature, aviation, skiing, marksmanship, photography, and treks in the mountains: I am never bored!"

HIS SECRET GARDEN…
…with his Cartesian mind, Jean-Sébastien nevertheless remains open to all things esoteric: "the two are not mutually exclusive…" he tells us with a knowing smile.

HE IS…
…"A happy boss! I believe in turning your life into a dream, and your dream into reality".

SNS SOLUTIONS
INFORMATIQUE ■ TELEPHONIE ■ BUREAUTIQUE

Sophia Antipolis : 04 93 33 49 83 - sophia@snsolutions.fr
Monaco : +377 92 16 04 35 - monaco@snsolutions.fr
www.snsolutions.fr

ACCÉLÉRER *la transformation*

S'il ne confond pas rapidité et précipitation, Etienne Andreoni, jeune dirigeant de l'agence SII de Sophia Antipolis, aime aller vite, à moto comme dans la conduite des affaires de l'ESN à succès. Une montée en régime qui se vit en équipe, avec l'ensemble des collaborateurs à l'œuvre pour servir une belle ambition : « Imagine the world of tomorrow with us ».

Accelerating transformation

Although he does not mistake speed for haste, Etienne Andreoni, the young manager of the SII agency in Sophia Antipolis, likes going fast, both on his motorbike and in the way he conducts his business at the successful IT consultancy firm. This acceleration is driven by a team of employees working to achieve a great ambition: "Imagine the world of tomorrow with us".

À 40 ans, Etienne a déjà connu les tribulations de la création de startup et fréquenté plusieurs ESN avant de progresser au sein de SII et prendre en 2020 la direction de l'agence sophipolitaine, qui compte plus de 250 ingénieurs et collaborateurs. Très tôt, le jeune homme se passionne pour la technologie : « J'aime comprendre le fonctionnement des machines, la technique. Plutôt branché informatique, j'ai commencé comme les garçons de mon âge à bricoler avec un Thomson MO6 ! » Un engouement qui le suivra dans son parcours universitaire : Master Miage (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion d'Entreprise), puis un MBA en Management de l'innovation et de la technologie. En parallèle, à 19 ans, il se lance dans l'aventure entrepreneuriale et crée un progiciel pour gérer l'activité d'un professionnel de la location de ski. En regardant cette expérience très formatrice, Etienne reconnait que ce sont les prémices de sa mission chez SII : « Je ne voulais pas coder toute ma vie. Ce que j'aime c'est trouver des solutions, améliorer les procédures tout en identifiant la meilleure approche technique et organisationnelle possible. C'est d'ailleurs ce qui me plait en ESN : nous entrons au cœur d'entreprises très diverses, nous nous enrichissons de leur expérience et de leur approche du business tout en s'assurant d'être capables d'appréhender l'ensemble de leur fonctionnement ».

Question de rythme

Après avoir débuté comme développeur chez Cap Gemini, puis tout plaqué pour lancer une startup dans la foodtech en 2008 -un peu trop pionnière pour l'époque !- Etienne devient chef de projet, monte en compétence, pour devenir directeur d'agence dans une filiale de son entreprise de départ. En entrant chez SII comme commercial en 2015, il suit la même progression fulgurante et aujourd'hui en tant que responsable d'agence, il agit sur l'ensemble du spectre de la direction d'entreprise, dans une vraie autonomie.

« Depuis quelques mois, la tendance est d'aller chercher des activités structurées, sélectionner des projets complets et accompagner nos clients de manière plus globale », confie-t-il. Moins orientée sur la seule assistance technique, la stratégie de SII se montre pertinente : « Les clients ne nous voient plus uniquement comme un fournisseur de ressources ».

Un constat : si en deux-roues il apprécie « exploiter toute la puissance d'une machine », dans la conduite des affaires de SII, Etienne sait imprimer le rythme pour booster le développement de l'ESN. Les résultats sont visibles, même en fin de crise sanitaire : « j'aime quand les choses avancent. Pour cela, je sais me créer un stress positif, sourit-il… même si j'ai bien conscience que je suis parfois un peu dur à suivre ! ». Pour autant, il sait prendre soin de ses effectifs : le groupe vient de gagner la 1ère place du « Great Place To Work », chez les plus de 2.500 collaborateurs (elle en compte 13.000). Et à Sophia, leur satisfaction gagne au passage 4 points sur le classement national, à 79 % !

SII à Sophia Antipolis
Nova 1 – 291 Rue Albert Caquot
06560 Valbonne Sophia Antipolis
04 92 96 88 99 - www.sii-group.com

Aged 40, Etienne has experienced the adventures of launching a start-up company and has frequented many IT consultancy firms before he joined SII and became, in 2020, the head of the Sophia Antipolis branch, which has more than 250 engineers and employees. At an early age, he had developed a keen interest for technology: "I like to understand how machines work, the technical side of things. I was interested in computers, and like many boys my age, I started tinkering with a Thomson MO6!" His interest in things technical stayed with him throughout his studies. He graduated with a master's degree in IT applied to corporate management, followed by an MBA in innovation and technology management. In parallel, at the age of 19, he embarked on an entrepreneurial adventure by creating software to help manage the activities of a ski rental company. Looking back at this highly formative experience, Etienne recognises the origins of his mission for SII: "I didn't want to spend my whole life writing code. I enjoy finding solutions, improving procedures while identifying the best technical and organisational approach possible. Besides, it is what I enjoy the most about IT consultancy: we get into the heart of very different companies, we are inspired by their approach to business and their experience, and we have to make sure that we understand all of their operations".

Question of pace

Having started as developer for Cap Gemini, he gave it all up to launch a start-up company specialising in food tech in 2008 – an endeavour too far ahead of its time! - Etienne then became a project manager, acquired new skills, and was appointed to branch manager for his original company. He was then hired as a sales representative by SII in 2015, and was quickly promoted to branch manager once again, exercising wide managerial powers and enjoying full autonomy.

"For the past months, the trend has been to identify structured activities, select extensive projects, and support our clients in a more global manner" he tells us. No longer solely focused on technical assistance, the strategy followed by SII appears to be a sound one: "Our clients no longer see us as just a resource provider".

Etienne enjoys drawing every ounce of power from his motorbike, and things are not all that different in the way he conducts SII's business. He knows how to set a rhythm that boosts the development of the IT consultancy firm. The results are there for all to see, even now as the health crisis is drawing to an end. "I like to see things moving forward, which is why I create positive stress for myself, he tells us with a smile… although I do realise that I can be a tough act to follow!". That does not mean he does not know how to take care of his teams: the group has just been ranked first on the "Great Place To Work" list, in the more than 2'500 employees category (the group has 13'000 employees). And in the Sophia Antipolis agency, their satisfaction has increased by four points in the national rankings, reaching 79%!

INDISCRÉTIONS

■ LA PETITE PHRASE QUI LE SUIT :
« Allez, on passe la deuxième ! »

■ SES ÉQUIPES LUI ONT POURTANT DÉCERNÉ L'AWARD…
…« Du retard chronique en réunion » !

■ UNE PASSION ET UN NOUVEAU DÉFI :
« Le bricolage : je me suis lancé dans la rénovation de ma maison… Gros chantier ! »

WORDS HE IS OFTEN HEARD SAYING:
"Let's shift gears!"

NONETHELESS, HIS TEAMS HAVE GIVEN HIM AN AWARD…
…"For being systematically late at meetings"!

A PASSION AND A NEW CHALLENGE:
"Handywork: I have started working on home renovations… it is a massive endeavour!"

ETIENNE ANDREONI

Dirigeant de l'agence SII de Sophia Antipolis

CLAUDE VALADE

Président du directoire de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur

Sur le terrain, PROCHE ET UTILE

Claude Valade préside le directoire de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur depuis février 2021. A l'heure de la reprise, qui coïncide avec la préparation du nouveau plan stratégique 2022-2024, ce banquier d'expérience, convaincu par la logique affinitaire développée par la CECAZ, veut ajouter encore de la proximité, en accompagnant notamment ses clients professionnels et entreprises dans le renforcement de leurs fonds propres.

In the field, close to you and useful

Claude Valade has been chairing the management board of Caisse d'Epargne Côte d'Azur since the month of February 2021. Now that the economy is showing signs of recovery, and with a new strategic plan for 2022-2024 in the works, this experienced banker, convinced of the soundness of the affinity-based approach developed by CECAZ, wants to further increase the bank's proximity, by helping his professional and corporate clients reinforce their equity.

Après avoir débuté sa carrière en Bourgogne-Franche Comté comme manager d'agence, Claude Valade a ensuite évolué en prenant la tête d'une direction de groupe pour la Banque Populaire. Toujours au sein du groupe BPCE, à la Banque Populaire du Nord, il devient directeur général adjoint en charge de l'activité commerciale. Nouvelle affectation, qui couvre 9 départements avec le pôle banque des décideurs en région pour la Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire, puis en région parisienne, où il dirige une filiale du groupe, BPCE Factor (affacturage). Un parcours très complet qui permet aujourd'hui à Claude Valade de pleinement faire profiter la CECAZ de ses compétences dans le cadre de ses nouvelles fonctions. « Je tiens à cette image : je suis un banquier de terrain ! C'est mon code génétique, ma marque de fabrique ! Je crois que c'est sur le terrain que l'on rencontre ses clients, que l'on fait des affaires, que l'on partage avec les collaborateurs ».

Having started his career in Bourgogne-Franche-Comté as an agency manager, Claude Valade was later promoted to the position of chairman of a board of managers at the Banque Populaire. Still working for the BPCE group, at the Banque Populaire du Nord, he was then named deputy general director in charge of business operations. Then came a new posting, covering nine departments with the regional section of decision-makers of the Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire, and later the Paris region, in which he managed a branch of the group, BPCE Factor (factoring). Relying on his distinguished career, Claude Valade is currently putting his extensive skills at the service of CECAZ, having stepped into his new job. "I like the idea that I am a banker working in the field! It is in my DNA, it is my trademark! I believe that it is only possible to meet clients, to conduct business, and to share your experiences with your team when you're in the field".

En arrivant sur la Côte d'Azur, il découvre un territoire d'une extraordinaire richesse, dense « et surtout complémentaire, où le tourisme est certes prépondérant, mais où l'on retrouve une vraie synergie entre les agents économiques, qui ont pris l'habitude de travailler ensemble : en cela, le terme de territoire a du sens ».

Aménagement du territoire

A ce sujet, si la CECAZ a été prévenante avec ses clients, octroyant durant la crise plus de 4200 PGE pour presque 600 M€, Claude Valade entend bien poursuivre dans cette voie, « pour reprendre le chemin de la conquête et du développement ». Pour y parvenir, avec son ADN de banque coopérative régionale, la CECAZ poursuit son ancrage territorial, quand d'autres réseaux bancaires réduisent la voilure. Et pour s'intégrer de manière pérenne, Claude Valade en est persuadé : il faut bien prendre en compte l'endettement des entreprises. Pour cela, la banque réfléchit à des dispositifs pour entrer avec discernement à leur capital et les accompagner en financement. « Nous ne sommes pas dans une logique de prise de pouvoir, l'important est surtout d'augmenter leurs fonds propres ».

Au cœur du plan stratégique 22-24 qui s'affine, la CECAZ veut donc accentuer encore ce qui constitue sa baseline : « Vous être utile ». Et notamment sur la grande question de la transition énergétique. En direction des particuliers sur les questions de mobilité ou d'amélioration de l'habitat, mais aussi auprès des entreprises dont les business connaissent de grands changements de paradigmes : le télétravail, la digitalisation de leur activité en sont des marqueurs forts. « Face à certains vents contraires, nous avons aussi un ensemble de services et de conseils à apporter à nos clients ».

CAISSE D'EPARGNE
COTE D'AZUR

www.caisse-epargne.fr/cote-d-azur/

INDISCRÉTIONS

■ UNE DÉCOUVERTE ?
« ...Récente, au hasard de mes pérégrinations chaque week-end : le petit village de Gourdon. Un paysage spectaculaire pour un dépaysement total ! »

■ SPORTIF
La marche rapide et la randonnée, pour découvrir et s'oxygéner.

■ SON SECRET BIEN-ÊTRE ?
« ...Passer plus de temps en famille : la meilleure façon de prendre du recul sur une vie trépidante ! »

A DISCOVERY WORTH SHARING?
"...a recent one: in the course of my weekend rambles: the small village of Gourdon. A delightful and spectacular change of scenery."

AN ATHLETE
Speed walking and trekking, to discover new places and get some fresh air.

HIS WELLBEING SECRET?
"...spending more time with the family: it's the best way to take a break from an exciting life!"

When he arrived in the French Riviera, he discovered a dense and incredibly rich territory "boasting great complementarity, where tourism is extremely important, but where there is also fantastic synergy between various economic agents, who have grown used to working together: in that respect, the term 'territory' makes a lot of sense".

Developing the territory

While we are on the subject, it should be noted that the CECAZ has shown healthy foresight on behalf of its clients, issuing during the crisis more than 4'200 state-backed loans for close to 600 M€, and Claude Valade has every intention of staying the course "to get back on the road of conquest and development". To achieve this, with its DNA of a regional cooperative bank, CECAZ is continuing to anchor itself in the territory, at a time when other banking networks a lowering their sails. To secure a sustainable integration, Claude Valade is convinced that the debt level of companies must be taken into account. Which is why the bank is developing methods that will give it a clear view of the capital requirements of the companies it seeks to finance. "Our aim is not to seize power, the most important thing is to increase their equity".

At the heart of the 22-24 strategic plan currently being developed, CECAZ want to focus further on its baseline: "Being useful to you". And there is also the great issue of the energy transition. Then there are the concerns of private customers regarding mobility issues or house improvements, and corporations that are facing a shifting business paradigm: teleworking, digitalising their activity are strong markers of this trend. "Caught in a storm, there are many services and much advice we can offer our clients".

Pour l'inclusion PAR LE TALENT

Si les voyages forment la jeunesse, Laurent Delannoy a acquis bien plus en découvrant les pays d'Afrique ou d'Europe de l'Est qu'il fréquentait pour ses missions d'ingénierie informatique : la conviction que l'on pouvait faire travailler ensemble avec succès des personnes de cultures, d'horizons et de fonctionnements sociaux très différents. Les prémices d'Avencod, l'entreprise d'inclusion qu'il a fondé en 2016 à Nice avec sa compagne Laurence.

Inclusion through talent

Travelling is a formative experience for young people. Laurent Delannoy certainly learned a lot from the time he spent on IT engineering missions in Africa or Eastern Europe: he developed the firm belief that people with different customs, from different cultures, and living in different societies can come together and work successfully towards common goals. Avencod, the social inclusion firm he founded in 2016 with his girlfriend Laurence, is based on this very premise.

Originaire de Lille, Laurent Delannoy a mené une première carrière comme consultant IT en gestion de projets. « J'intervenais en urgence sur des projets informatiques stratégiques qui ne fonctionnaient pas. Il fallait agir avec souplesse, négociation et fermeté ».

Une expérience à forts enjeux, génératrice de stress mais formatrice pour le compétiteur qu'il est alors. Laurent découvre la Côte d'Azur en 2002. Il intègre une société monégasque pour laquelle il gère le management opérationnel entre le service IT et le terrain pour des troupes militaires basées dans des pays à risque. De cette expérience naitra une forte propension à l'ouverture à l'autre et le besoin de donner un sens à sa vie professionnelle. « Quand tu es consultant informatique, tu es -en quelque sorte- un produit et arrive un moment où tu as vraiment besoin de valeurs pour avancer… » se souvient Laurent.

Impact social

Lorsqu'il rencontre Laurence, qui deviendra sa compagne, plus question de courir le monde et une installation durable sur la Côte d'Azur se profile. C'est à ce moment que l'envie de travailler ensemble prend forme. « Nous voulions vraiment créer une entreprise qui ait un impact social, qui serve la société ». En mêlant leurs domaines d'expertise, l'informatique et les ressources humaines, ils décident de s'intéresser aux personnes en situation de handicap et plus particulièrement celles présentant un trouble autistique. Leur travail consiste d'abord à comprendre leur façon de fonctionner dans l'environnement professionnel, identifier les nombreux atouts qu'elles peuvent apporter dans l'informatique, comme le souci du détail ou très souvent, une exceptionnelle capacité d'analyse. Avencod (pour « Les Avengers du code » !) est née en mode startup, poussée par des launch partners comme Amadeus à Sophia Antipolis.

Aujourd'hui, ses donneurs d'ordre sont tout aussi bien des géants de la tech que des startups à forte agilité. Près de 24 personnes travaillent pour l'entreprise de Laurence et Laurent dont l'offre s'est structurée en quatre secteurs : le Big Data, le développement web, l'audit d'accessibilité et plus récemment, le test (fonctionnel et automatisé). A ce titre, une formation poussée va débuter au premier trimestre 2022 afin de proposer à terme une dizaines de testeurs techniques, en poste à Marseille et à Nice.

La plus belle récompense ? « Quand nos collaborateurs nous font savoir qu'ils sont bien chez Avencod et que nos clients décident de développer leurs activités avec nos équipes ! » s'amuse Laurent. Et que l'entreprenariat montre qu'il peut aussi servir à donner du sens à un projet sociétal et humain… D'ailleurs, la devise de l'entreprise ne s'y trompe pas : « La nature crée des différences, Avencod en fait des talents ».

Avencod'

21 av Simone Veil - The Crown B - 06200 Nice
2 rue Marc Donadille - 13013 Marseille
04 97 80 41 00 - 06 28 94 23 11
avencod.fr

INDISCRÉTIONS

■ SON CREDO
« La citation d'Einstein : si vous jugez un poisson à sa capacité à grimper à un arbre, il croira toute sa vie qu'il est stupide ! »

■ LE LIVRE DU MOMENT
« Léon l'africain » du franco-libanais Amin Maalouf

■ CHANSONS
« Deux de Brassens, qui devraient être enseignées à l'école : « La non-demande en mariage » et « Mourir pour des idées »

HIS MOTTO
"A quote by Einstein: if you judge a fish by its ability to climb a tree, it will live its whole life believing that it is stupid! "

THE BOOK OF THE MOMENT
"Leo Africanus" by French-Lebanese author, Amin Maalouf

FAVOURITE SONGS
"Two by Brassens, which should be taught at school: "La non-demande en mariage" and "Mourir pour des idées"

Originally from Lille, Laurent Delannoy began his career as an IT consultant specialising in project management. "I was called in when strategic IT projects were floundering, and help was urgently needed. I had to display agility and good negotiation skills, but I also had to be firm at times".

The work was challenging and stressful, but for Laurent it was a steep learning curve that appealed to his competitive mindset. Then, in 2002, Laurent discovered the French Riviera. He was hired by a Monaco-based company to manage the IT department and to oversee the field operations of troupes deployed in high-risk countries. In this job, he developed a propensity to open to people. It also showed him that he had to find meaning in his professional life. "As an IT consultant, you are, in a sense, a product, and there comes a time when you really need to identify the values that will keep you moving forwards…" Laurent remembers.

Social impact

When he met Laurence, his girlfriend-to-be, he decided that his travelling days had come to an end, and he started giving serious thought to the idea of moving to the French Riviera. The notion of working together came to the couple. "We really wanted to create a company that would have a social impact, that would be useful to society". They combined their areas of expertise, IT and human resources, and decided to focus on people with disabilities, and more specifically on people suffering from autism. Their work is first to understand how these people operate in their work environment, and then to identify the numerous assets they have to offer in the field of IT: typically, these assets include a great attention to detail, or great analytical abilities. Avencod (short for "The Avengers of the Code"!) was created as a start-up company, thanks to the support offered by launch partners, such as Amadeus in Sophia Antipolis.

Today, the firm's customers include giants of the tech industry or highly agile start-up companies. The company founded by Laurence and Laurent now has 24 employees, working together to provide an offering organised in four areas: Big Data, internet development, auditing and accessibility, and more recently, testing (functional and automated). Furthermore, an in-depth training programme will begin in the first quarter of 2022, by the end of which ten technical testers will be available to work in Marseille and Nice.

What is the most rewarding aspect of the job? "When our employees tell us that they are happy at Avencod, and our clients choose to develop their activities with our teams!" Laurent tells us with a smile. And when the world of entrepreneurship shows that it can also be used to further projects that have an impact on society and on mankind as a whole… Besides, the company's motto leaves little room to doubt: "Nature creates differences that Avencod turns into talent".

LAURENT DELANNOY

Fondateur d'Avencod

La plus belle récompense ? « Quand nos collaborateurs nous font savoir qu'ils sont bien chez Avencod et que nos clients décident de développer leurs activités avec nos équipes ! »

LAURENT AUTREAU

Directeur régional de Cariviera

PATRICE RELLAND

Directeur de Riviera Technic à Mougins

CHRISTOPHE MASSA

Directeur de CAR à Nice

CARIVIERA : *le trio aux commandes*

Au sein du groupe VGRF (Volkswagen Group Retail France), l'ensemble des concessions Cariviera représentent un marché d'importance stratégique. Ils sont les hommes forts du groupe : Laurent Autréau en est directeur régional, Christophe Massa dirige CAR à Nice et Patrice Relland, Riviera Technic à Mougins. Présentation d'une équipe de direction au service des meilleures solutions de mobilité pour les azuréens.

Cariviera: a trio at the helm

For the VGRF group (Volkswagen Group Retail France), the Cariviera dealerships are a strategically important market. Meet the group's leading men: Laurent Autréau is regional manager, Christophe Massa oversees CAR operations in Nice, and Patrice Relland is in charge of Riviera Technic in Mougins. Let's meet this management team working to provide the best mobility solutions to residents of the French Riviera.

LAURENT AUTREAU

Laurent Autréau, dont le parcours s'écrit en région parisienne, a débuté à différents postes dans les services financiers, toujours dans le milieu automobile. Entre 2000 et 2005, il est amené à devenir contrôleur de gestion pour un groupe régional azuréen qui compte 15 marques automobiles. Entré dans le giron de Volkswagen France, son rôle a par la suite évolué vers la supervision de toutes les activités de VGRF (Volkswagen Group Retail France) pour le sud de la France. Il se définit comme « cartésien et réfléchi », des qualités indispensables pour diriger un périmètre qui compte aujourd'hui 500 collaborateurs et se répartit sur 14 sites.

■ **IL AIME**... Le volley-ball, les voyages (et particulièrement les USA)

Laurent Autréau, who works in the Paris region, began his career in the automotive industry, occu-pying various positions in financial departments. Between 2000 and 2005, he became the manage-ment overseer for a local French Riviera group that sells 15 car makes. He then went on to work for Volkswagen France, and he was promoted to oversee all the operations of VGRF (Volkswagen Group Retail France) for the South of France. He describes himself as a "Cartesian and measured man", and these are essential qualities for someone who manages some 500 employees working from 14 sites.

■ **HE LOVES...** *Volleyball and travelling (particularly to the US)*

CHRISTOPHE MASSA

Christophe Massa est le régional de l'étape : niçois, après des études dans le Management stratégique des entreprises à Montpellier, il évolue en grand distribution puis dans l'automobile à partir de 1996. Pour VGRF, Christophe dirige les marques commerce et Après-vente pour 5 marques, sur 4 sites et deux labels VO (Véhicules d'Occasion). Pour mener à bien ses missions, en homme de terrain décisionnaire et proche de ses équipes, il privilégie « l'échange, l'écoute et la force de proposition. J'ai tendance à responsabiliser au maximum mes collaborateurs, afin qu'ils soient gestionnaires de leur centre de profit ».

■ **IL AIME**... La moto, la gastronomie, le foot et les voyages

Christophe Massa is the local boy: hailing from Nice and having studied corporate strategic management in Montpellier, he worked in retail before turning to the automotive industry in 1996. Christophe, on behalf of VGRF, oversees the business and after-sales operations for five brands in four different sites and two second-hand car dealerships. To successfully complete his missions, this handson decision-maker remains close to his teams, whom he encourages to "share, listen, and come up with proposals. I like to empower my employees, so that they can be in full control of their profit centres".

■ **HE LOVES...** *Motorcycling, fine foods, football, and travelling*

PATRICE RELLAND

Passionné par l'automobile, il semblait logique que Patrice Relland y fasse une carrière remarquée, dès 1998 en région parisienne, comme vendeur, puis responsable commercial, chef des ventes, avant de devenir responsable du site Riviera Technic de Mougins en 2014 et depuis 2021, directeur des sites de Mandelieu, Antibes et Mougins, pour lesquels il détermine la stratégie globale, veille à sa bonne mise en œuvre tout en manageant et en formant les hommes et femmes de l'entreprise. Son rôle l'amène aussi à identifier les nouveaux marchés et lancer de nouveaux projets.

■ **IL AIME**... L'automobile (histoire et course), le foot, le footing, le karting, l'horlogerie, la viticulture et les spiritueux

As a true petrolhead, it seemed natural for Patrice Relland to have a career in the automotive industry. It started in 1998 in the Paris region, where he worked successively as salesman, sales representative, head of sales, and finally manager of the Riviera Technic site in Mougins in 2014. Since 2021, he oversees the sites of Mandelieu, Antibes and Mougins, deciding on a global strategy, and ensuring its proper implementation, while managing and training the company's employees. His role is also to identify potential markets and to launch new projects.

■ **HE LOVES...** *Cars (their history, and the racing), football, running, karting, watchmaking, winemaking, and fine spirits*

CARIVIERA | VOLKSWAGEN GROUP RETAIL FRANCE

www.cariviera.com

En recherche D'EXCELLENCE

Il préside aux destinées d'Université Côte d'Azur depuis 2020. Jeanick Brisswalter a pour mission de piloter l'une des dix universités françaises intensives en recherche, en fédérant 17 acteurs académiques majeurs, 33.000 étudiants et 5.000 personnels qui composent cette nouvelle université expérimentale. Un défi humain ambitieux pour ce spécialiste scientifique de l'optimisation de la performance dans le sport de haut niveau.

In search of excellence

He has been presiding over the fate of the Université Côte d'Azur since 2020. Jeanick Brisswalter's mission is to steer one of the top ten research-intensive universities of France towards success, bringing together the 17 major academic stakeholders, the 33'000 students, and the 5'000 members of staff who make up this new experimental university. This is the perfect challenge for a scientist who has specialised in performance optimisation in high-level sports.

Après un doctorat en physiologie, Jeanick Brisswalter débute sa carrière à la mission recherche de l'Institut National du Sport, de l'Expertise et de la Performance (INSEP).

Spécialiste de l'adaptation physiologique du sportif de haut niveau, ses travaux de recherche se sont intéressés à la performance et au vieillissement. Arrivé à l'Université de Nice Sophia Antipolis en 2010, il crée et dirige le laboratoire « Motricité Humaine, Expertise Sport Santé ». Dans la dynamique de l'obtention du prestigieux label « initiative d'excellence » (IDEX) en 2016, la nouvelle université expérimentale -qui entend se placer parmi les 10 meilleures européennes- bénéficie d'un statut qui favorise la mise en place d'une nouvelle stratégie, audacieuse et autonome. Celle-ci s'est structurée en 2020 en 4 grands axes, sous l'impulsion de la présidence de Jeanick Brisswalter. Il s'agit tout d'abord de faire de l'excellence universitaire la clef de voûte de l'Université en s'appuyant sur l'innovation et la transdisciplinarité. Deuxième objectif : positionner l'Université comme l'un des acteurs majeurs du modèle de croissance azuréen. « Nous devons être moteur de la dynamique territoriale : en ce sens, nous avons déjà défini plusieurs projets communs avec les collectivités… Notre développement doit se faire en phase avec cet écosystème et nous devons projeter ce modèle à l'international », souligne le Pr Brisswalter. Troisième axe fort : la construction d'une offre de formation ambitieuse, visible et attractive, issue de l'excellence scientifique des équipes de recherche. Enfin, il s'agit en quatrième lieu de moderniser et dynamiser la vie universitaire.

Nouvelle architecture universitaire

« A côté du projet politique, nous devons mettre en place une nouvelle architecture universitaire, qui implique l'alignement de nos services sur cette stratégie. L'ensemble des étudiants et personnels doivent pouvoir se sentir fiers de ce nouveau modèle et d'y appartenir ».

Mais pour cela, il faudra composer avec un handicap majeur : la faible dotation gouvernementale par étudiant d'Université Côte d'Azur comparée à la moyenne des Universités, remontant au passage à l'autonomie des Universités en 2010 et qui la privent de plusieurs M€ de financements. Pour pallier cela, l'Université doit s'engager en continu dans la recherche de ressources dans les appels à projets, comme l'attestent les récents succès aux appels du PIA pour structurer le site avec 17 M€ obtenus en 2021 ou les 54 M€ du plan de relance 2020 pour rénover ses bâtiments. Pour accroître ses ressources, d'autres pistes sont explorées : des types d'enseignement différents comme l'apprentissage et le développement des partenariats public-privé. Pour conjuguer excellence et futur de l'Université.

UNIVERSITÉ CÔTE D'AZUR

univ-cotedazur.fr

Nous devons être moteur de la dynamique territoriale : en ce sens, nous avons déjà défini plusieurs projets communs avec les collectivités…

INDISCRÉTIONS

■ PASSIONNÉ…
…de voile ! « Le choix de certaines de mes affectations (comme Toulon) n'étaient pas étrangères à cette passion ! Hélas, je ne prends plus le temps de naviguer »

■ PHILHELLÈNE…
…il a appris le grec en skippant des voiliers lorsqu'il était étudiant.

■ IL PARTAGE…
…avec son épouse l'amour du Jazz : « Nous sommes particulièrement gâtés sur la Côte d'Azur ! »

PASSIONATE ABOUT…
…sailing! "My passion may have had something to do with the decisions that led to my postings (such as Toulon)! Sadly, I don't have the time to go sailing anymore"

PHILHELLENE…
…He learnt Greek as a skipper aboard sailing yachts as a student.

HE SHARES…
…a passion for jazz music with his wife: "We are particularly spoilt along the French Riviera!"

With a PhD in physiology, Jeanick Brisswalter started his career at the research department of the National Institute for Sports, Expertise, and Performance (INSEP).

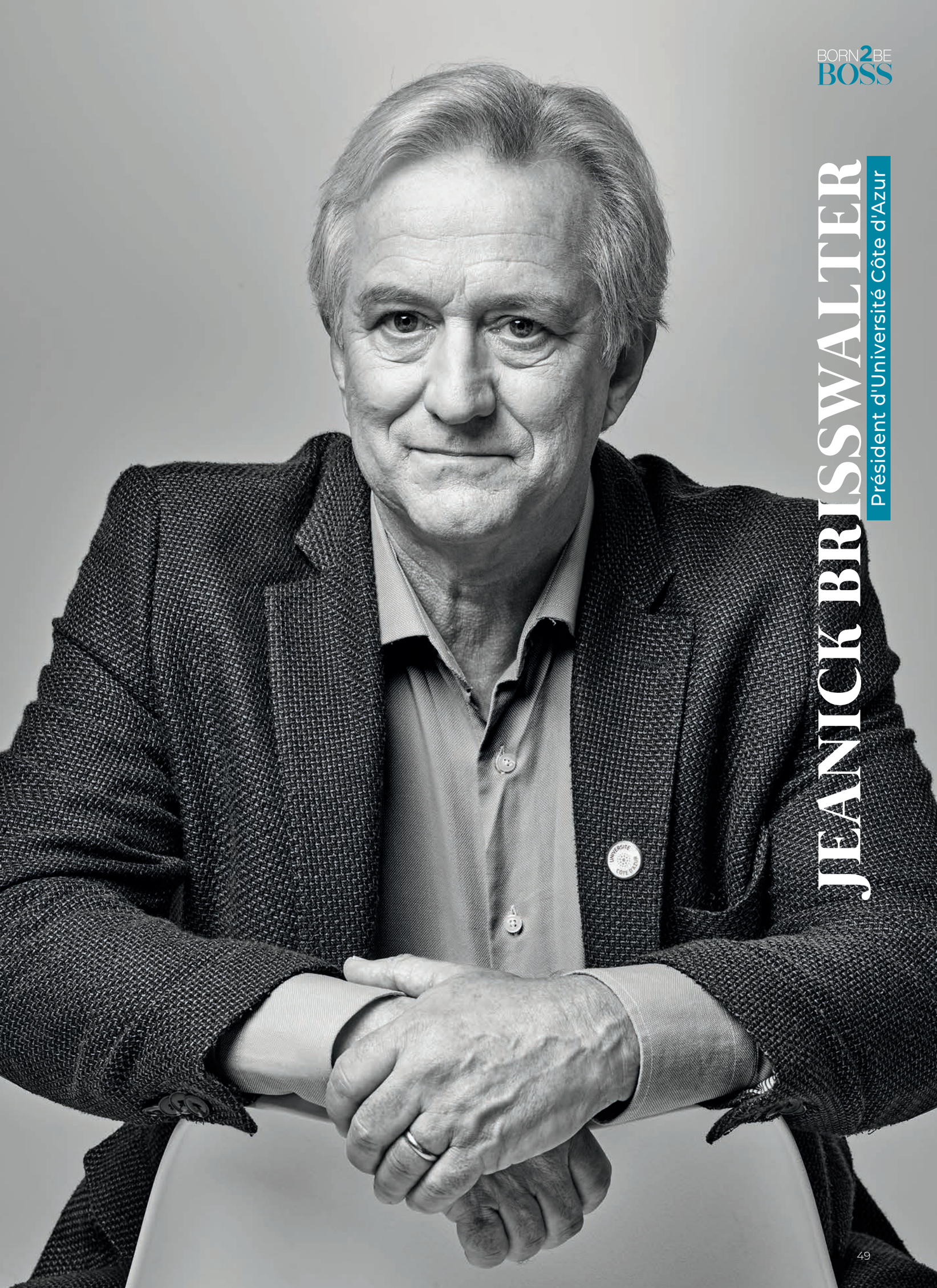
As a specialist of physiological adaptation among high-level athletes, his research work focused on performance and ageing. In 2010, he arrived at the University of Nice Sophia Antipolis to head the "Human Motricity, Expertise, Sports and Health" laboratory. Thanks to its drive to obtain the prestigious "Excellence Initiative" certification (IDEX) in 2016, the new experimental university - harbouring the ambition of becoming one of the top ten European establishments - enjoys a status that is conducive to implementing a new, audacious, and independent strategy. In 2020, this strategy was organised into four big areas, under the guidance and stewardship of Jeanick Brisswalter. The first area of focus is ensuring that academic excellence is the University's most important building stone, resting on cross-cutting innovation. The second objective is to position the University as one of the institutions driving the local growth model. "We want to drive territorial dynamics: to achieve this, we have already defined some objectives we share with various communities… Our development must be aligned with our ecosystem, and we must project our model overseas", Professor Brisswalter explains.

A third area of focus: the building of an ambitious, appealing, and visible academic offer, stemming from the scientific excellence of the research teams. The fourth and final area of focus is to modernise and energise university life.

New university architecture

"In parallel with our political project, we must implement a new university architecture, and to do this we will have to align our departments with this strategy. All our students and staff should be proud to be a part of our new model".

But there is still a major hurdle to overcome: the extremely low endowment given by the government per student at the Université Côte d'Azur, well below the national average dating back from 2010, when Universities achieved added autonomy. The Université Côte d'Azur loses out on several millions of euros in funding. To overcome this challenge, the University is continuously engaged in a search for resources and invitations to tender, as seen in the recent success of calls for investments in the future, helping structure the site with 17 million € received in 2021, or the 54 million € received under the stimulus plan for the renovation of its buildings. To further increase its resources, other avenues are being explored: different types of courses, such as apprenticeships, and the development of public-private partnerships. The idea is to marry excellence and the future of the university.



JEANICK BRISSWALTER

Président d'Université Côte d'Azur

INGRID SANVICENS

Directrice Régionale des ventes Sud Est à La Mutuelle Générale

Le métier d'Ingrid, au-delà du management des équipes de vente, consiste aussi à développer et suivre des partenariats en lien avec le monde des entrepreneurs.

Contentement MUTUEL

Ingrid Sanvicens supervise une équipe de managers en charge de développer l'activité de La Mutuelle Générale dans le Sud Est, depuis l'Auvergne jusqu'à La Côte d'Azur. Un rôle qu'elle joue pleinement en accord avec les principes de l'organisme mutualiste, axés sur la mobilisation auprès des entreprises, la solidarité entre les générations et la qualité de vie au travail.

Mutual interest

Ingrid Sanvicens oversees a team of managers in charge of developing the activities of La Mutuelle Générale in the South-Eastern region, from Auvergne to the French Riviera. She carries out her mission according to the principles of this mutual health insurer, focusing on providing support to corporations, promoting intergenerational solidarity, and working on improving quality of life at work.

Originaire de Lyon, Ingrid Sanvicens, issue d'une formation supérieure en marketing et communication, a fait ses armes dans un groupe de solutions d'assurances lyonnais. Elle y occupera successivement des fonctions d'attachée commerciale, de management et de développement. « Très tôt, j'ai eu la chance d'être au contact d'une clientèle d'entreprises, un monde qui me passionne par la richesse des rencontres qu'il peut générer et la qualité des échanges qui s'y forment ». Dans l'évolution de sa carrière professionnelle, Ingrid sera ensuite recrutée au sein d'une structure mutualiste qui opère pour des établissements de santé dans la région Sud.

En 2019, son parcours et son expérience séduisent La Mutuelle Générale qui choisissent la jeune femme au poste de Directrice Régionale des ventes Sud Est. Si certains organismes peuvent parfois présenter une image vieillissante, La Mutuelle Générale correspond beaucoup mieux à l'idée que la jeune femme se fait de l'univers mutualiste d'aujourd'hui : « L'entreprise est très dynamique, sociale, humaine… Nous avons par exemple développé en interne le projet « Open travail », un nouveau mode d'organisation du travail innovant et ambitieux pour concilier performance et meilleur équilibre de vie de ses collaborateurs. C'est un exemple de notre politique sociale, qui rejaillit sur notre offre mutualiste ». Au cœur de ce projet, dialogue, confiance, autonomie et agilité sont des marqueurs importants de l'action de La Mutuelle Générale.

Qualité de vie et solidarité entre les générations

Le métier d'Ingrid, au-delà du management des équipes de vente, consiste aussi à développer et suivre des partenariats en lien avec le monde des entrepreneurs. A ce titre, La Mutuelle Générale et la Chambre régionale des entreprises d'économie sociale et solidaire de PACA (la Cress) ont créé en avril un « Club des entrepreneurs solidaires et responsables ». Au programme : convivialité, échanges, formations sur des questions de stratégie managériales (gestion de crise, prise de décision…), ou encore sur le bien-être au travail.

Toutes ces valeurs correspondent bien à l'engagement pris par La Mutuelle Générale, qui avec « Ensemble 2023 », a présenté cette année son nouveau projet d'entreprise, articulée autour de quatre enjeux majeurs : mobilisation auprès des entreprises en faveur de la protection et de la qualité de vie de leurs collaborateurs, accompagnement des seniors, conciliation « performances-équilibre de vie » de ses collaborateurs et renforcement des actions de solidarité, notamment au service du lien intergénérationnel. Pour Ingrid Sanvicens, ces valeurs solidaires sont loin d'être anecdotiques et constituent tout à la fois une culture d'entreprise forte et une singularité importante dans le monde mutualiste, qu'elle s'attache à promouvoir au quotidien auprès de son équipe et de ses clients.

INDISCRÉTIONS

■ 2 H À TUER ?
« …en musique : un concert ! Dernière émotion forte : Ibrahim Maalouf… incroyable ! »

■ ELLE ADORE…
« …cuisiner ! Mes lasagnes sont légendaires dans la famille ! »

TWO HOURS OFF?
" …something musical, a concert maybe! Most recent thrill: Ibrahim Maalouf… it was incredible!"

SHE LOVES…
« …cooking! My lasagne has achieved legendary status in my family! "

LA MUTUELLE générale

www.lamutuellegenerale.fr

Ingrid Sanvicens studied marketing and public relations and started her career with an insurance broker based in her native city of Lyon. She worked successively as sales representative, manager, and project developer. "Very early, I was lucky enough to work in contact with our corporate clients, in an environment that afforded me the opportunity of meeting interesting people with whom I enjoyed high-quality exchanges". Later in her career, Ingrid was recruited by a mutual health insurance company working for healthcare establishments in the Southern region.

In 2019, her experience and her distinguished career caught the eye of La Mutuelle Générale, and she was promoted to the position of Regional Sales Director for the South-Eastern region. With many mutual health insurers seeming quaint and dated, La Mutuelle Générale was a much better fit with the idea the young woman had of the mutual health insurance business today: "The company is very energetic, social, and compassionate… Internally, for instance, we have developed our 'Open Work' project, which is a new and ambitious way of organising our workload aiming at reconciling performance and improved quality of life at work for our employees. This is an example of our social policy, and it is reflected in our insurance offering". At the heart of the project, dialogue, trust, autonomy, and agility are key markers of La Mutuelle Générale's action.

Quality of life and intergenerational solidarity

Ingrid's job goes beyond just managing the sales teams; it also involves forging and monitoring partnerships with the entrepreneurial world. For this purpose, La Mutuelle Générale and the regional chamber of social economy companies of the PACA region (Cress) created in April a "Club of unified and responsible entrepreneurs". Their mission statement includes friendly exchanges, training courses on managerial strategy (crisis management, decision-making…), and wellbeing at work.

All these values reflect the commitment of La Mutuelle Générale and 'Ensemble 2023'. Both entities unveiled this year a new corporate project, focusing on four major areas: working with companies to promote the quality of life at work of their employees, providing support to senior citizens, reconciling performance and quality of life of employees, and promoting solidarity actions, in particular in intergenerational relations. For Ingrid Sanvicens, these inclusive and unifying values matter and form the basis of a strong corporate culture. They are also what make mutual insurance companies unique, and she promotes these values every day to her team and to her clients.

Pour faire grandir L'EXPÉRIENCE

Au poste d'attaché de direction, Patrice Gonzalez supervise 3 établissements GSF sur les 6 qui dépendent de la direction régionale. Au cœur de l'organisation du géant français de la propreté et des services, retour sur un parcours exemplaire et un métier transverse, aux frontières entre la mission de terrain et le mentorat.

To obtain further experience

In the position of management assistant, Patrice Gonzalez supervises 3 GSF establishments of the 6 under regional management. At the heart of the French giant in cleanliness and services, is an exemplary career path and a cross cutting profession, on the borderline between a mission in the field and mentoring.

« Je n'ai connu qu'un seul employeur » sourit Patrice Gonzalez, aujourd'hui attaché de direction pour l'entité régionale GSF Jupiter, l'un des 131 établissements du géant français de la propreté et des services. Entré comme agent de service, à l'âge de 19 ans en job étudiant pour financer ses études commerciales, le jeune homme se verra vite proposer d'y concrétiser un BTS en alternance : « J'avais dans l'idée de devenir inspecteur pour GSF, pour être au contact des clients, gérer les femmes et les hommes… ».

Dans le groupe fondé il y a 58 ans par Jean-Louis Noisiez, la promotion interne reste un marqueur fort. Le capital humain est toujours valorisé et la gestion des carrières n'est pas un vain mot. A l'issue de son BTS, Patrice Gonzalez est embauché et démarre une belle progression au sein du groupe. En 2002, non sans une certaine fierté, il devient Inspecteur GSF (aujourd'hui Responsable d'exploitation) pour le Palais des Festivals de Cannes. Un tremplin qui va le propulser, plus tard à 28 ans, chef d'établissement : à l'époque, il est l'un des plus jeunes à connaitre cette évolution de carrière ! Un rôle très enrichissant, à rapprocher de celui du dirigeant de PME : gestion, développement commercial, supervision des équipes… Le poste requiert une large palette de compétences.

Nouveaux métiers prometteurs

En 2013, Patrice Gonzalez, qui aime les défis, joue la mobilité en acceptant de rallier la Touraine pour GSF. Et en 2015, c'est le retour sur la Côte d'Azur avec aujourd'hui, aux côtés du directeur régional Stéphane Quaranta, la supervision directe de 3 établissements sur les 6 que compte l'entité GSF Jupiter. « Je mets à profit mon expérience et je transmets mon savoir-faire afin que les Chefs d'Etablissements montent en compétences en matière de développement commercial, de suivi de la relation clientèle et de rigueur de gestion financière comme sur celle des équipes. Mon rôle est également de mettre mes collaborateurs en situation de réussite en anticipant toutes formes de situations à risques ».

Dans son champ d'action, et comme plusieurs cadres à l'expérience similaire, Patrice Gonzalez a des fonctions transverses pour les besoins du groupe et de ses filiales. Il aide à développer et à déployer sur le territoire national de nouveaux métiers très prometteurs sur des prestations de logistique/mise en rayon. Une manière d'être proactif sur le futur de la profession. « Comme toute entreprise de sa dimension, GSF nous demande beaucoup d'implication et en contrepartie, nous donne tellement, à tous les niveaux ! c'est une formidable expérience humaine ! »

"I have only ever had one employer" smiles Patrice Gonzalez, now a management assistant for the regional entity GSF Jupiter, one of the 131 establishments of the french giant in cleanliness and services. Having joined as a service agent, aged 19, a student job to finance his business studies, the young man was quickly offered the opportunity of a BTS sandwich course: "I had the idea of becoming an inspector for GSF, to be in contact with customers, managing women and men…".

In the group founded 58 years ago by Jean-Louis Noisiez, internal promotion remains a strong policy. Human capital is always valued, and career management is not just a catchphrase. At the end of his BTS, Patrice Gonzalez was taken on and started an excellent progression within the group. In 2002, and not without a certain pride, he became a GSF Inspector for the Cannes Palais des Festivals. A steppingstone which would propel him, 28 years later, to company head: at the time, he was one of the youngest to enjoy such career progression! A very rewarding role, similar to a director of an SME: management, commercial development, team management… The post requires a wide range of skills.

Promising new professions

In 2013, Patrice Gonzalez, who likes challenges, took on that of mobility by accepting the challenge of rallying Touraine for GSF. In 2015, he returned to the Côte d'Azur and today, alongside regional director Stéphane Quaranta, directly manages three of the six establishment of the company GSF Jupiter. "I use my experience and transmit my know-how so that company heads obtain skills in business development, monitoring customer relations and diligence in financial and team management. My role is also to enable my colleagues to succeed by anticipating all forms of risk situations." In his perimeter of responsibility, like many executives with similar experience, Patrice Gonzalez has cross-cutting responsibilities in line with the requirements of the group and its subsidiaries. He helps to develop and to deploy on the national territory extremely promising new professions in logistics/store shelving services. "Like all companies its size, GSF asks us for a lot of implication and in return gives us so much at every level! It is a formidable human experience!".

INDISCRÉTIONS

■ LE PLUS HEUREUX…
« …quand je sors en mer, en bateau ! »

■ SON MANTRA
« Chez GSF, on a coutume de dire que « l'on fait par habitude ce que ceux qui échouent n'aiment pas faire ». J'ajouterais qu'on le fait bien et que nous, on aime le faire ! »

■ SES AUTEURS
« Frédéric Lenoir, Paulo Coelho… J'aime les contes philosophiques et les ouvrages traitant de spiritualité ».

HAPPIEST…
"…at sea on a boat!"

HIS MANTRA
"At GSF, we are in the habit of saying that "we are used to doing what people who fail don't like doing". I would add that we do it well and that we enjoy doing it!"

HIS FAVOURITE AUTHORS
"Frédéric Lenoir, Paulo Coelho… I like philosophical stories and works on spirituality."

GSF
PROPRETÉ & SERVICES
www.gsf.fr

PATRICE GONZALEZ

Attaché de direction GSF Jupiter

PHILIPPE MARCHAY

Fondateur de Phaselec

Avance DE PHASE

Ingénieur de formation, après un premier parcours IT dans la technopole, lassé des grands groupes, Philippe Marchay a choisi de s'installer à son compte comme électricien. Mais chassez le naturel… Avec Phaselec, sa signature, « L'électricien 2.0 », tend à évoluer vers une nouvelle ambition : celle de devenir un acteur local qui compte dans la transition énergétique du territoire.

Phase advance

As a certified engineer with experience in IT gained in the technopole, and as someone who had had enough of working for large corporations, Philippe Marchay decided to open his own business as an electrician. But here is the twist… With Phaselec, his company, we are witnessing the emergence of the "electrician version 2.0" who harbours a new ambition: to become a local stakeholder of the region's energy transition.

« D'origine parisienne, je n'y ai jamais travaillé… Entre la Dalle de la défense et la Pinède de Sophia, le choix était vite fait ! » s'amuse Philippe Marchay. Jeune ingénieur diplômé de l'ISEP à Paris, titulaire d'un DEA de microélectronique en systèmes intégrés, c'est au lendemain de la fin de son service militaire qu'il débarque dans la technopole avec un premier emploi d'ingénieur, pour une structure qui allait vite être rachetée par le géant ARM. Ce sera ensuite une évolution de carrière dans l'IT comme Business Development Manager chez TI à Villeneuve-Loubet pour la zone Europe – Moyen Orient – Afrique sur la vidéosurveillance numérique.
A l'issue de l'un des nombreux PSE du géant américain qui lui offrait de poursuivre sa carrière… à Münich (!), il décline l'offre et décide de se mettre à son compte. « Ma femme m'avait lancé, comme un défi : « Tu parles toujours d'exercer un métier manuel… A toi de jouer ! »

Pour Philippe, le deal est clair : ras-le-bol des grands groupes, il veut une petite structure. Stop aux voyages autour du monde : il travaillera en local. Et au diable la haute technologie : il veut désormais de la sim-pli-ci-té ! En reprenant le fonds de commerce d'un électricien à Mouans-Sartoux, son business s'oriente au départ vers les particuliers et copropriétés. Assez vite, la technologie lui manque -« j'aime apporter de la valeur ajoutée à notre travail »- et il développe avec son équipe le marché de la climatisation, la domotique, l'alarme et la vidéosurveillance. « Nous devenions l'électricien 2.0 et vendions du confort. C'était parfaitement dans l'air du temps, bien en phase avec la typologie de notre clientèle de particuliers ».

Transition

Mais Philippe aime être force de proposition et de solutions pour ses clients : son côté ingénieur sans doute… Aujourd'hui, l'approche a donc changé et Phaselec s'est structurée pour développer sa clientèle professionnelle. Philippe est par ailleurs Président de la FFIE 06, La Fédération Française des Intégrateurs Electriciens, (la plus importante liée à la FBTP en France).
De nouveaux marchés émergent : l'IRVE (Infrastructure de Recharge pour Véhicule Electrique) que Philippe promeut avec une équipe qui monte en compétence, et la GTB (Gestion Technique du Bâtiment). « En travaillant sur la GTB, nous donnons aux acteurs tertiaires les moyens de monitorer leurs bâtiments : consommations énergétiques, températures, CO^2… » Une tendance de fond, en accord avec la révolution énergétique qui se dessine pour l'économie de demain.

Issu du monde de la haute technologie, Philippe Marchay compte bien lui redonner ses lettres de noblesse dans l'entreprise pour promouvoir un progrès technique soucieux de l'environnement, et faire de Phaselec cet acteur incontournable de la transition énergétique tant attendue, notamment par les professionnels. Et ainsi toujours rester en avance de phase.

phaselec
L'électricien 2.0

04 93 75 52 87
www.phaselec.com

INDISCRÉTIONS

■ A SES HEURES…
…apiculteur, avec son plus jeune fils de 12 ans : ils suivent même des formations ensemble !

■ DEUX-ROUES :
… « A moto (un trail 1250 GS), dans les chemins, en montagne… je me sens vivant ! »

HIS HOBBIES…
…beekeeper, with his youngest son aged 12: they follow the same courses!

TWO WHEELS
…"On my motorbike (a 1250 GS trail bike), on paths, mountain roads… I feel alive!"

"I come from Paris, but have never worked there… It was quite easy for me when it came to choose between the concrete slabs of La Défense or the pine forests of Sophia Antipolis!" Philippe Marchay tells us with a smile. As a young engineer who had graduated from the ISEP in PARIS with a DEA in microelectronics in integrated systems and who had recently completed his military service, he landed his first engineering job in the technopole, for a company that would soon be acquired by ARM. He then turned his career towards IT, as a Business Development Manager specialising in digital video security for TI, in Villeneuve-Loubet, working in the Europe, Middle East, and Africa regions.
After one in a string of job protection plans initiated by the American giant, he was offered a posting in Munich (!), but he decided to reject the offer and to start his own business. "My wife challenged me: 'you're always saying that you want to work with your hands… the ball is in your court!'
For Philippe, it was a clear-cut deal. He'd had enough of large corporations, he wanted to work in a smaller entity. No more travelling around the world, he would work locally! And to hell with advanced technologies, all he wanted now was simplicity! Taking over the business capital of an electrician in Mouans-Sartoux, his company initially catered to private clients and co-ownership syndicates. But, quite quickly, he realised that he missed the technological aspect - "I like bringing added value to my work" - and with his team he developed his activities in the areas of air-conditioning, home automation, alarms and video surveillance. "We were providing a new, improved version of our work and we were selling comfort. It was all the rage at that moment, and it matched the typology of our clients quite well".

Transition

But Philippe likes to be the one to offer suggestions and solutions to his customers: probably something to do with his engineering background… Today, the approach has been rethought, and Phaselec is structured to develop a network of professional clients. Besides, Philippe is Chairman of FFIE 06, the French Federation of Electrician Integrators (the most important federation associated with the construction industry if France). New markets are emerging, such as the Infrastructure for Electric Vehicle Charging Terminals (IRVE), which Philippe promotes with a team that is constantly acquiring new skills, or the Management of Building Techniques (GTB). "In our work on GTB, we provide those working in the service sector with the means of monitoring their buildings: power consumption, temperature, CO^2…" An important trend that is aligned with the energy revolution paving the way to tomorrow's economy.
"coming from the high-tech world, Philippe Marchay has every intention of re-establishing its prestige within his company and of promoting a technical programme where the environment is the priority. His ambition is to turn Phaselec into an essential stakeholder of the highly anticipated energy transition, especially for professional clients. And thereby he plans to always keep a phase advance.

Visite INTROSPECTIVE

A l'heure du « tout digital » et des modèles disruptifs sans cesse présentés comme les stratégies gagnantes de demain, l'immobilier tel que le pratique Wassia Alade pourrait avoir de quoi surprendre… Basé avant tout sur la découverte client pour mieux l'accompagner dans son projet et sur le suivi vendeur, il donne d'excellents résultats, que la chef d'entreprise entend bien continuer de développer en 2022.

« Je suis pour la digitalisation de notre métier en support de la relation humaine avec le client… » souligne avec sourire Wassia Alade, gérante de Sovimo, basée sur le front de mer de Mandelieu-La Napoule. Une agence immobilière aux fondations solides, créée en 1974 et que Wassia a intégré en 2014 avant d'en reprendre les commandes.

Originaire de Beausoleil, compagne d'un entraineur de football, la jeune femme a beaucoup voyagé, pour des destinations dictées par les affectations de son compagnon et son envie de découverte : Japon, Madagascar, Qatar, Burkina Faso… Elle y découvre avec bonheur et joie des cultures aux antipodes, y fait de très belles rencontres et en parallèle, gère sa société d'événementiel. C'est en 2010, de retour en France, alors en quête d'un logement pour la famille qui va s'agrandir, que Wassia découvre non sans curiosité la profession d'agent immobilier. L'engouement est immédiat !

Projet de vie

Elle décide de retourner sur les bancs de l'école car elle ambitionne très vite d'ouvrir son agence. Sur la Côte d'Azur, le monde de l'immobilier n'a pas toujours bonne réputation, entre pratiques douteuses, coups bas et concurrence effrénée, le seul aspect du métier qui trouve grâce aux yeux de Wassia, c'est bien la découverte du client. « On a trop tendance à l'oublier. Je ne suis pas qu'agent immobilier… Je suis présente auprès de mes clients pour réaliser un projet de vie. Location, investissement locatif, recherche d'une maison… peu importe la raison pour laquelle on pousse la porte d'une agence, cette phase de compréhension est primordiale ». Avec Wassia, il faut vous livrer au grand jeu des questions-réponses ! Et la démarche n'est pas anodine : « Vous passez à côté de la bonne proposition si vous avez mal évalué les attentes du client. Le plus souvent, c'est vous qui l'aidez à faire émerger ses besoins ». A cela, évidemment, il faut ajouter une grande quantité de travail et un niveau de formation toujours élevé…

Biens d'exception

Prochain objectif ? Structurer encore l'agence en développant son portefeuille de biens à la location (plus de 300 propriétaires lui font déjà confiance) et recruter 3 personnes pour renforcer l'équipe. Elle pourra ainsi s'atteler à un nouveau marché : celui des biens très haut de gamme, affichés à plusieurs millions d'euros, pour lesquels elle doit encore affiner certaines caractéristiques de son travail : « Ce n'est pas la même temporalité, vous devez pouvoir partir à l'étranger présenter ou négocier une offre, avoir les bons interlocuteurs et spécialistes à même de régler toutes les questions d'ordre fiscal, patrimonial, de réglementations internationales ». Sans oublier le principal : du studio à la villa les pieds dans l'eau ; au-delà des euros, ces biens sont avant tout… des projets de vie qu'elle a plaisir à suivre et à concrétiser.

INDISCRÉTIONS

■ FEMME CHEF D'ENTREPRISE

A l'agence : que des femmes ! Wassia adhère d'ailleurs depuis peu aux FCE … Et à IN Club, évidemment !

■ TOUJOURS SE FORMER..

… « pas que dans l'immobilier : je voudrais aussi apprendre à… mieux skier, jouer au tennis, au golf et à naviguer à la voile ! »

FEMALE CEO

At the agency, there are only women! Wassia has recently joined the network of Women CEOs… and the IN Club, of course!

ALWAYS LEARNING…

…"not only in real estate: I'd also like to learn how to ski, play golf and tennis, and sail!"

Agence Sovimo

Transaction, location, gestion, viager
170 av. Henri Clews
Mandelieu La Napoule
04 93 49 81 70
www.agencesovimo.com

A tour of introspection

At a time when everything has gone digital, and disruptive models are constantly being heralded as tomorrow's winning strategy, Wassia Alade's take on real estate might seem a little surprising… Her approach is based on understanding the client, to better support them in their project, and on monitoring the seller, and this strategy has yielded some excellent results that she has every intention of keeping up in 2022.

"I'm all for digitalising our line of business, when it bolsters our human relations with our clients…" Wassia Alade tells us with a smile. She is the manager of Sovimo, located on the seafront at Mandelieu-La Napoule. This real estate agency has solid foundations: it was created in 1974 and welcomed Wassia in 2014. She was soon appointed to head the agency.

Originally from Beausoleil, this young woman has travelled extensively, to follow her life partner, a football coach, where his work took them, or simply to quench her thirst for new places and discoveries: Japan, Madagascar, Qatar, Burkina Faso… She was delighted to discover different cultures, she made some fantastic encounters, and was able to continue managing her company in the event business. In 2010, returning to France and looking for a home to raise her family, Wassia was introduced to the world of real estate, a business that excited her curiosity. This curiosity quickly turned into passion!

Life project

She decided to return to school as she intended to open her own agency. In the French Riviera, the world of real estate is sometimes an unsavoury one, rife with dubious practices, stabs in the back, and relentless competition. But the only aspect of the business that appealed to Wassia was getting to understand her clients. "It is so easy to forget. I am not only a real estate agent… I am there with my clients to help them achieve a life project. Rental, real estate investments, searching for a house… regardless of the reason why a client walks through the door of a real estate agency, this step of understanding their need is absolutely crucial". With Wassia, you have to play a game of questions and answers! And her approach is in no way trivial: "You will miss the right proposal if you haven't fully assessed the expectations of the client. More often than not, you help them express their needs". Then there is also a huge amount of hard work and a high level of expertise…

Exceptional properties

What is her next goal? To organise the agency further by developing a portfolio of properties available for rental (more than 300 owners already trust her) and recruiting another three employees to bolster the team. She is now preparing her inroads to a new market, the market of high-end properties that sell for millions of euros. But before that, she must refine some aspects of her work: "It's not the same timeline, you have to be able to travel abroad to make or negotiate an offer, find the right people and specialists to talk to, and even sort out problems in various areas: taxes, estate management, international regulations". But let us not forget the most important: whether we are talking about a studio apartment or a seafront villa, it is more than just a question of money… A property is a life project that we are delighted to follow and turn into reality.

WASSIA ALADE

Gérante de Sovimo

BRUNO TOBES

Fondateur d'ABE Electricité

Pour dépasser LES BORNES

En fondant ABE Electricité en 2003, Bruno Tobes voulait surtout créer une entreprise et la développer. Près de 20 ans plus tard, au fil d'une structuration solide, ABE intervient pour tout type d'installations mais s'est aussi engagé dans la voie du véhicule électrique pour l'installation des bornes de recharges. Avec une montée en intensité d'année en année, Bruno et son équipe sont déjà chargés à bloc pour que vous fassiez le plein d'énergie nouvelle !

Full charge ahead

When founding ABE Electricité in 2003, Bruno Tobes wanted more than anything to create a business and develop it. More than 20 years later, in pursuing a solid structuring, ABE works on any type of facility, but is also committed to electric vehicles in the installation of charging stations. With an increase in intensity from year to year, Bruno and his team are already fully charged to ensure you can fill up with new energies!

Originaire de la Côte d'Azur, Bruno grandit à Villeneuve Loubet et à l'heure de faire ses premiers choix d'orientation, se dirige vers un Bac Professionnel Electrotechnique. Déjà, le jeune homme a de l'ambition et à l'issue d'un stage chez l'ascensoriste régional Ilex Ascenseur, se fait embaucher dès l'obtention de son diplôme. « Je suis très vite parti six mois pour l'entreprise afin de lancer l'antenne parisienne d'Ilex : une expérience très formatrice ». Astreintes à rallonge, organisation de l'activité, responsabilités : les prémices de sa future vie de jeune chef d'entreprise…

Et si son patron a des projets pour lui à son retour de Paris, Bruno préfère s'installer comme électricien à son compte. Un de ses premiers chantiers : l'électricité de la maison en construction de ses parents, puis celle des voisins ! « Nous avons vraiment commencé sans aucune clientèle, juste du bouche-à-oreille ! »

Electrifier les pros

Curieux, technique, Bruno se penche en 2012 sur l'essor et la technologie du véhicule électrique. Un marché alors marginal, mais pour lequel le constructeur Renault, précurseur, s'entoure de professionnels agréés pour installer les infrastructures de recharge de ses clients. ABE passe toutes les certifications nécessaires et gagne fortement en expertise sur le sujet. En 2014, le spécialiste mondial du progiciel SAP Labs, dont le siège français est à Mougins, commence à se doter d'une flotte de véhicules électriques et se tourne vers ABE pour équiper son site. Depuis, 50 points de charges y ont déjà été mises en place. Prochaine étape ? « Les constructeurs automobiles rattrapent leurs retards de fabrication. La grande montée en puissance se situera en 2023 : nous sommes prêts ! » D'ici là, il faudra équiper bon nombre de particuliers, copropriétés, entreprises et collectivités territoriales dans le 06 et les départements voisins.

Connexion familiale

Près de 18 ans après les débuts d'ABE, beaucoup de chemin a été parcouru : l'entreprise compte 10 personnes, des techniciens au technico-commercial en passant par la secrétaire et le responsable travaux. ABE a réalisé près d'1 Million d'€ de chiffre d'affaires en 2020, dont près d'un quart dans la seule installation de bornes de recharge. L'activité se répartit ensuite entre l'électricité générale chez les particuliers et dans le tertiaire (réseaux bancaires, pharmacies, magasins). Au sein de l'entreprise, pour assurer son développement (ABE anticipe d'installer plus de 200 bornes en 2022), Virginie, l'épouse de Bruno, rejoint courant 2022 la direction pour superviser le pôle financier et ressources humaines. Hugo, l'ainé de leurs enfants, y apprend le métier de technico-commercial en alternance. Et ainsi assurer la future transition énergétique d'ABE ! Sa sœur Samantha est jeune lycéenne et passionnée d'équitation.

ABE ELECTRICITE
409 route du Pont de Pierre - La Colle sur Loup
09 63 48 43 36 - www.abe-electricite.fr

Originally from the Côte d'Azur, Bruno grew up in Villeneuve Loubet and when making his first choices of career orientation, opted for a professional electrical-technical baccalaureate. The young man was already ambitious and at the end of an internship with the regional lift firm Ilex Ascenseur, was employed as soon as he obtained his diploma. "I soon left for six months for the company in order to launch the Parisian branch of Ilex: a very instructive experience." Long periods on call, business organisation, responsibilities: the start of his future life as a young business owner…

And whilst his boss had plans for him when he returned from Paris, Bruno preferred to set up his own business as an electrician. One of his first jobs: the electrics in the house being built by his parents, then the neighbour's house! "We really began without any clientele, just word-of-mouth!"

Electrifying professionals

Curious and with a technical mind, in 2012, Bruno concentrated on the rise and technology of electric vehicles. At the time it was a small market, but one in which the manufacturer Renault, a trailblazer, surrounded itself with approved professionals for the installation of charging infrastructure for its customers. ABE passed all of the required certifications and gained significant expertise on the subject. In 2014, the worldwide specialist in business software SAP Labs, whose French head office is in Mougins, began to obtain a fleet of electric vehicles and turned to ABE to equip its site. Since then, 50 charging points have been put in place. Next step? "Car manufacturers are catching up with their manufacturing delays. The major increase will be in 2023: we are ready for it!" Before then, a large number of private individuals, condominiums, companies, and territorial municipalities in the 06 and the neighbouring departments will need to be equipped.

Family connection

Almost 18 years after the start of ABE, a lot of ground has been covered: the company has 10 employees, from technicians to technical commercial, via the secretary and the works manager. ABE had a turnover of almost 1 million euros in 2020, almost one quarter of which was for installation of charging stations. The remaining business is divided between general electricity for private individuals and in the commercial sector (banking networks, pharmacies, stores). Within the company, to ensure its development (ABE intends to install more than 200 charging stations in 2022), Virginie, Bruno's wife, will be joining management in 2022 to supervise the finance and human resources division. Hugo, the eldest of their children, is learning the technical commercial profession as part of a sandwich course. And this is how the future energy transition of ABE is ensured! His sister Samantha is at senior school and a horse-riding enthusiast.

INDISCRÉTIONS

■ POURQUOI L'ÉLECTROTECHNIQUE ?
« Cela peut prêter à sourire mais le père d'un copain avait un utilitaire pleins d'outils, il ne travaillait jamais au même endroit, il était autonome, indépendant avec des mains en or…!

■ EN ROUE LIBRE…
… « dès que j'ai un peu de temps, j'aime conduire sur circuit avec des amis passionnés… des voitures thermiques ! Mais je suis sûr qu'elles seront très bientôt électriques »

WHY THE ELECTROTECHNICAL INDUSTRY?
"It may make you smile but the father of a friend had a van full of tools, he never worked in the same place, he was autonomous, independent and could turn his hand to anything!

FREEWHEELING…
… "Whenever I have some free time, I like to drive on racetracks with other enthusiasts … in petrol cars! But I'm sure they will be electric cars very soon".

Besoin de COLLECTIF

Ancien cadre directeur de banque, Régis Bauché est surtout un fou de rugby qui a franchi la ligne de la passion en relevant le défi de prendre la direction du Stade Niçois. Au cœur d'un projet ambitieux qui vise à faire monter le club en Pro D2, au bord du terrain comme dans ses nouvelles activités de dirigeant, l'homme fait vivre chaque jour l'esprit rugby, le collectif qui fait gagner.

A need for team effort

A former senior executive working in the world of banking, Régis Bauché is rugby-mad and has taken his love for the sport to a new level by accepting the challenging role of manager at the Stade Niçois. Powering ahead with an ambitious project to get the club into the Pro D2 league, Régis Bauché has brought his passion for rugby and his winning mentality to the pitch in his new role as manager.

Originaire de Châteauroux, le Directeur Général du Stade Niçois estime en toute humilité devoir beaucoup à la grande famille de l'Ovalie. Une jolie histoire qui l'a vu pratiquer la discipline en première division Nationale avant d'être accueilli au sein d'une autre grande famille : celle de la banque.

Entré au guichet à 25 ans, à la suite d'une blessure qui met fin à ses rêves sportifs, Régis Bauché va vite gravir les échelons, de conseiller commercial à directeur d'agence. « A l'époque, c'était mon Graal à moi » Un objectif qu'il dépasse vite, au gré des promotions et mutations qu'il assume avec le bon sens hérité de son éducation : « On m'a toujours dit qu'il fallait suivre le travail. A Châteauroux, à Nice... peu importait ! ». Un parcours qui suit aussi la carrière de celle qui partage sa vie et qui amène le couple à Nice en 2008. Ici, comme à Bordeaux ou à Saint-Flour, Régis n'est jamais très loin des stades... A Nice, où il ne connait pourtant personne, c'est une équipe qui l'accueille à bras ouverts. « C'est aussi ça la force du rugby, un réseau à part entière qui m'a permis de me faire naturellement des connaissances et des amitiés. La magie de ce sport m'a encouragé à tenter l'aventure en arrêtant la banque ». Une vraie prise de risque à 50 ans...

Transformer l'essai

« J'ai adoré la banque. Je ne conçois pas l'image du vilain banquier, on construit avec nos clients des projets de vie » estime-t-il. Alors pour voir plus loin et capitaliser sur son expérience, Régis s'est lancé comme conseil financier indépendant aux dirigeants d'entreprises, en créant avec Arnaud Boyer le cabinet 2B Finance Consulting.

Si l'objectif de Pro D2 est atteint, Régis ne se voit pas pour autant inamovible : « Ce projet, dans le temps, aura certainement besoin d'autres personnes que moi, j'en suis conscient ». Effectif musclé, recrutements, nouveau centre de formation labellisé : l'ambition est forte, servie par des investisseurs locaux à la dynamique entrepreneuriale gagnante.

« Pour y répondre encore plus favorablement, le Stade Niçois vise désormais la récolte de 500 000 euros d'ici janvier via une opération de crowdfunding, « une première dans le monde de l'ovalie ». Une somme qui permettra de nouveaux investissements pour développer et donner un élan supplémentaire aux actions ambitieuses déjà instaurées. La mise de départ pour l'investisseur est de 500 €, sans limite de dépôt. Pour Régis, cette opération a du sens : « Nous souhaitons écrire les nouveaux chapitres de la belle histoire du rugby niçois avec le grand public. Amoureux du ballon ovale et passionnés du territoire azuréen seront les acteurs engagés pour la transformation d'un club prêt à rejoindre l'Elite française ». La force du collectif ? « On est toujours plus fort à plusieurs ! »

INDISCRÉTIONS

■ IL S'ÉVADERAIT QUELQUES HEURES…
...pour retrouver ses parents et ses amis d'enfance à Villedieu, ou pour passer plus de temps avec ses filles étudiantes.

■ UN BEAU SOUVENIR PRO…
...lorsque, jeune banquier, il fait confiance à un client en situation très précaire, contre l'avis de sa hiérarchie. Celui-ci s'en sortira et remboursera sa dette : une vraie fierté !

■ SON MANTRA
« Dire ce que l'on fait, faire ce que l'on dit... » et continuer d'apporter du conseil !

IF HE HAD A FEW HOURS OFF...
...He would go to Villedieu, to meet up with his parents and childhood friends, or he would spend some more time with his daughters, who are students.

A HAPPY PROFESSIONAL MEMORY...
...when, as a young banker, he chose to trust a client who was in a precarious position, going against the advice of his managers. The client in question managed to pull through and pay his debt: something he is proud of!

HIS PHILOSOPHY
"Say what you do, do what you say... " and always give the best advice you can.

STADE NICOIS
27 équipes 600 licenciés

247 Bd du Mercantour
Stade des Arboras
www.stadenicois.fr
04 92 29 03 87

Originally from Châteauroux, the general manager of the Stade Niçois tells us, with great humility, how much he owes to the great rugby family. It introduced him to a fine sporting career, playing in the first national division before he integrated another great family: the world of banking.

Régis Bauché started as a bank clerk at the age of 25, after an injury forced him to ditch his dreams of becoming a professional athlete. He quickly climbed the rungs of the banking ladder, rising to the position of business advisor and agency manager. "Back then, it was my Holy Grail!" He rapidly reached and even exceeded his goal, driven by promotions and transfers that he accepted with the wisdom imparted to him by his parents: "They always told me I had to follow my work where it took me. In Châteauroux, in Nice... it mattered little!". His life partner followed the same route, and, in 2008, the couple ended up in Nice. And here, just like in Bordeaux or in Saint-Flour, Régis is never too far from the stadiums... At Nice, where he didn't know anybody, he was given a warm welcome by the team. "And therein lies the strength of rugby. An extended network, that naturally allowed me to meet people and make new friends. "That's why the world of sports is magical; it encouraged me to try this new adventure by stepping away from the world of banking". A huge risk to take at the age of 50...

Converting the try

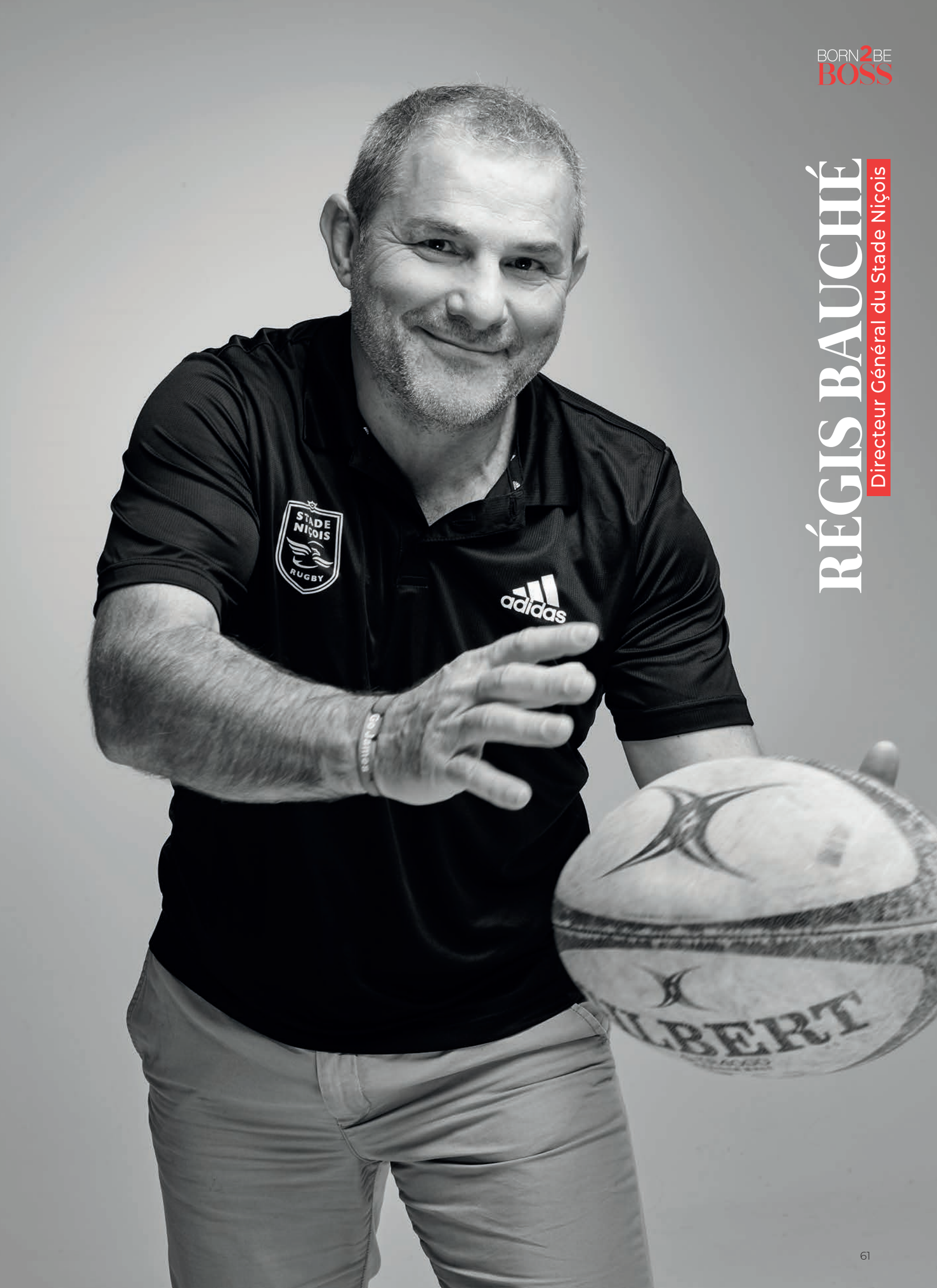
"I loved working at the bank. I don't agree with the image of the banker as a villain, we build life projects together" he tells us. Setting his sights further and capitalising on his experience, Régis started providing independent financial advisory services to CEOs and created, along with Arnaud Boyer, the firm 2B Finance Consulting.

Although the Pro D2 goal has been reached, Régis does not think the situation is final: " This project, over time, will certainly need other people than me, I am fully aware of that fact". A strong team, an ambitious recruitment programme, a new certified training centre: there are many strong ambitions, carried by local investors who are contributing a winning entrepreneurial dynamic to the club.

"To better meet this challenge, Stade Niçois is now hoping to raise 500'000 euros by January with a crowdfunding operation, which is a first in the world of rugby". The sum will be used in investments to develop and boost certain ongoing projects. Investments start at 500 euros, and there is no limit to how much investors can contribute. For Régis, this operation makes a lot of sense: "We want to write new chapters of the beautiful story of rugby in Nice, together with the public. Rugby fans and lovers of the French Riviera will become stakeholders committed to the transformation of a club that is ready to join the French rugby elite". And what about the strength of the team? "Strength is always in numbers".

RÉGIS BAUCHÉ

Directeur Général du Stade Niçois



H. MICHEL DAU

Directeur Général de l'ARAPL2CA

AU DÉFI

H. Michel Dau a toujours aimé se surpasser. De ses amours pour les sports extrêmes, teintées d'un état d'esprit véloce, il profite pour booster l'ARAPL2CA, l'Organisme de gestion agréée qu'il dirige depuis plus de 20 ans en le rendant agile, performant et incontournable pour ses 9100 adhérents. La nouvelle loi d'orientation fiscale, qui met en difficulté les OGA en France, lui lance un nouveau défi.

H. Michel Dau has always enjoyed testing his limits. He is currently using his passion for extreme sports and a thirst for speed to boost the performance of ARAPL2CA, a certified management body he has been in charge of for more than 20 years, by making it more agile, more performant, and more relevant to its 9'100 members. The new tax orientation law is making life complicated for certified management bodies and setting him up for a new challenge.

Avec un père, un grand-père expert-comptable et certaines prédispositions pour la fonction, H. Michel Dau dirige un temps le cabinet familial d'Antibes. Et à l'issue d'une spécialisation en droit du travail et Ressources Humaines, entre à la direction de l'ARAPL2CA en 2001. « Aider à faire émerger des talents, à monter en compétences, cela correspondait plus à mes valeurs managériales ».

Les ARAPL (Association Régionale Agréée des Professions Libérales) ont pour vocation d'apporter un soutien à leurs adhérents en matière de gestion entrepreneuriale, comptabilité et fiscalité. Lors de sa prise de fonction, très compétitif, H. Michel entrevoit vite le formidable potentiel inexploité de l'ARAPL2CA et accélère sa transformation. Sous sa direction, les audits de sécurisation des déclarations fiscales, passent d'un délai de traitement de 24 à... 6 mois ! Parallèlement, il déploie une offre formation sans précédent : « Nous avons conçu un catalogue complet de formations pour l'ensemble des professions libérales, nos process internes ont été modifiés pour gagner en efficience, conseiller et soutenir ces chefs d'entreprise et accompagner les porteurs de projets, tous désireux de développer leur business avec une veille active et des outils analytiques performants ». Depuis 2004 et suite au 1er Forum des Professions Libérales organisé au Palais Acropolis, il conforte par ses actions, le rôle global de facilitateur, de tiers de confiance entrepreneuriale que représente l'ARAPL2CA.

L'adhésion, plus que jamais attractive

Aujourd'hui, la suppression de la majoration fiscale en 2023, ne rend pas moins attractive l'adhésion, surtout si l'on met en exergue l'ensemble des prestations proposées. Pour une cotisation de 200 € HT par an, elle propose, sous le principe associatif, une large palette de services en capacité de permettre aux chefs d'entreprises de « Dormir tranquille ». Par les outils, ressources et moyens mis à disposition, les professionnels libéraux s'approprient les bonnes pratiques de leur écosystème, réactualisées en permanence, sont guidés, formés, rassurés et peuvent assumer pleinement leur rôle tout en conservant leurs avantages et la même imposition.

Si le paysage des OGA tend à évoluer, avec pour certains une transformation en association de gestion et de comptabilité, cette alternative est totalement exclue pour H. Michel Dau qui entend réaffirmer le critère d'utilité indéniable de l'ARAPL2CA et le faire savoir. Les OGA se sont récemment vus autorisés par Bercy à procéder à « l'Examen de Conformité Fiscale (ECF) » : un nouveau challenge avec les partenaires indéfectibles que représentent les experts-comptables. « Le maintien de l'adhésion a du sens, notre rôle est parfaitement complémentaire à celui de l'expert-comptable et additionnel dans une stratégie de développement et d'accompagnement du professionnel libéral ». Face à un déficit d'information et de communication, il est plus que jamais important de faire preuve de pédagogie pour conserver cette synergie. Un nouveau défi à relever pour H. Michel Dau.

His father and grandfather were chartered accountants, and he therefore has a natural knack for the job. At one period of his life, he even was in charge of the family firm in Antibes. Having specialised in labour law and human resources, he landed a senior job at the ARAPL2CA in 2001. "Helping talent emerge, improving skillsets, things like that were closer to my managerial values".

The purpose of any ARAPL (certified regional association of liberal professions) is to support its members in their entrepreneurial endeavours, with a focus on management, accounting, and tax operations. When he took the job, the highly competitive H. Michel quickly understood the unexploited potential of the ARAPL2CA and decided to boost its transformation. Under his leadership, auditing operations on tax declarations went from a processing time of 24 months to a six-month waiting period! In parallel, he developed an unprecedented training offering: "We created a full catalogue of courses relating to all liberal professions, our internal processes have been changed to be made more efficient, and we offer advice and support to CEOs and help project leaders, all of whom are eager to develop their businesses and achieve active oversight through performant analytical tools". Since 2004 and in the wake of the 1st Forum of Liberal Professionals held at the Palais Acropolis, he has, through his actions, been the entrepreneurial facilitator and the trusted third party that the ARAPL2CA was designed to be.

Membership, more than ever attractive

Today, the removal of the tax surcharge in 2023 does not render membership any less attractive, especially when one considers all the services on offer. For a membership fee of €200 excluding taxes per year, members of the association enjoy a wide range of services affording corporate leaders some of that much-wanted peace of mind. With the tools, resources, and means made available to them, professionals are quick to adopt the proper practices in their ecosystem, regardless of how often they are updated, and they receive support, guidance, and reassurance, allowing them to concentrate on their role, while retaining their old benefits under the same taxation system.

Although certified management bodies are undergoing change, with some transitioning to an accounting and management association status, H. Michel Dau completely rejects such an alternative, and he has every intention of reaffirming the undeniable relevance and expertise of the ARAPL2CA. Certified management bodies have recently received governmental authorisation to conduct "Tax Compliance Analysis" operations: this is a challenge for him and his loyal partners, the chartered accountants. "Maintaining membership makes sense, and our role complements that of the chartered accountant, and we remain very relevant in any strategy designed to help liberal professions grow". Faced with a lack of information and poor communications, it is vitally important to educate those around us to make sure we can maintain this synergy, which is yet another challenge for H. Michel Dau.

ARAPL 2CA
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" !

22 av Georges Clemenceau
CS 51573 – 06010 Nice Cedex 1
04 93 82 26 51
araplca@araplca.org
www.araplca.org

INDISCRÉTIONS

SON ÉCHAPPATOIRE...
...les cimes de Valberg, The place to be !

PASSIONNÉ, IL AURAIT PU AUSSI...
...truster les podiums de course automobile !

HIS ESCAPE...
...the summits of Valberg, the place to be!

HE COULD AS EASILY HAVE FOLLOWED HIS PASSION AND BECOME...
...a renowned car racer!

PARADIS *retrouvé*

Transmettre : le mot est plus fort, plus engageant que celui d'hériter. Avec « Le Paradis des Oiseaux » et à quelques minutes de Sophia Antipolis, Shiva Charman a décidé de prendre le relais de sa maman, qui avait fait de cet exceptionnel oasis de verdure, une parenthèse de charme et d'authenticité au cœur de Mougins. Pour transmettre à ses hôtes la magie et la quiétude des lieux qu'elle connaît depuis toujours.

Paradise found again

Transmitting is a much stronger and more appealing word that inheriting. With the "Paradis des Oiseaux", only a few minutes from Sophia Antipolis, Shiva Charman has decided to take over from her mother who had already transformed this magnificent oasis of greenery into a charming and authentic venue located at the heart of Mougins. Her goal is to share with her guests the magic and quiet of a site she has known her whole life.

« J'aime beaucoup cette citation, de Saint Augustin : « Le bonheur, c'est de continuer de désirer ce qu'on possède déjà ». Shiva Charman a toujours connu cet endroit, dont sa maman est tombée amoureuse à son arrivée en France, échappant à la révolution iranienne. Alors à son décès, il lui a été naturel de prendre sa relève à la tête de cette grande maison d'hôtes de 1.000 m² qui s'étend sur un parc de plusieurs hectares. « Attention, prévient Shiva, ici ce n'est pas le luxe et la perfection, c'est plutôt le charme et l'authenticité ! » Le Paradis des oiseaux illustre surtout avec justesse l'adage de l'artiste plasticien Bertrand Lavier : « Le luxe absolu, c'est l'espace ».

Née en Iran, Shiva est passée par l'Angleterre et l'Afrique, avant de vivre à Mougins. A son arrivée, sa maman s'est exclamée : « C'est le paradis des oiseaux ici ! » L'immense exploitation agricole où l'on faisait de l'huile d'olive et un peu de vin venait de se trouver une nouvelle appellation…

Au fil des ans, la maman de Shiva agrandit les lieux. Et à la fin des années 90, elle décide d'ouvrir sa maison au monde événementiel. Le festival du film, les fêtes et mariages : le potentiel réceptif est là. L'intimité, la discrétion et l'espace disponible font le reste. S'en suit un travail de plusieurs années pour proposer un site à la dimension de l'accueil qu'elle aime réserver à ses hôtes.

Perpétuer et grandir

« A son décès, le « gâteau » était là. On ne réalise que le glaçage », sourit Shiva, qui a hérité avec sa sœur. Pourtant, en prenant la suite, il ne faut pas sous-estimer son investissement personnel : « Aujourd'hui, je suis jardinière, plombière, pisciniste, femme de ménage… Mais j'adore ! », s'amuse Shiva Charman. D'ailleurs, le charme quelque peu suranné des lieux va laisser place à plusieurs aménagements d'ici la réouverture saisonnière de la maison en mars : jardin reconstruit, salle de réception, chambres et piscine rénovées… Et Le Paradis des oiseaux va s'ouvrir plus avant au monde de l'entreprise.

Longtemps DRH à Sophia Antipolis, Shiva a ensuite poursuivi une carrière de psychologue du travail. Elle a bien décelé le potentiel du Paradis des oiseaux pour les entreprises et comme l'exercice de la discipline lui manque, elle réfléchit à leur proposer des ateliers de Team Building qu'elle pourrait superviser avec l'œil du psychologue. Les thématiques et idées de séjours en équipe ne manquent pas, autour de la cuisine, d'activités ludiques ou plus axées sur la nature.

Pour que cette transmission se perpétue et s'enrichisse encore du travail passionné de Shiva auprès de ses hôtes…

Domaine du Paradis des Oiseaux
104 av Maurice Gridaine - Mougins
06 70 22 64 75 paradisdesoiseaux@orange.fr
www.domaineduparadisdesoiseaux.com

INDISCRÉTIONS

■ TRÈS MATINALE…
… « Réveil à 3 h, début du travail administratif de 4 à 6 h. Ensuite je peux étudier dans le calme : en ce moment, avec la maison, je suis incollable sur… les chaudières thermodynamiques ! » rit-elle.

■ SA DEVISE
« Celui qui veut trouve les moyens, celui qui ne veut pas… se trouve des raisons »

■ UN LIVRE DE CHEVET
Les fables de La Fontaine

■ UN SOUVENIR DE RÉCEPTION…
…« Nous avons eu cet été notre mariage « Cendrillon » : quand tout est merveilleux, parfait, pour les mariés comme pour nous ! »

EXTREME EARLY BIRD…
…"I get up at 3am, do some admin work from 4am to 6am. Then I can study in peace and quiet: at the moment, the world of thermodynamic boilers holds no secrets for me!" she tells us laughingly.

HER MOTTO
"Those who want it find the means, those who don't find excuses"

A FAVOURITE BOOK
The Fables of Jean de La Fontaine

A MEMORY OF A GREAT RECEPTION…
…"This summer we hosted a 'Cinderella' wedding: it was marvellous, perfect, for the newly-weds and for us! "

"I love this quote by Saint Augustine: 'Happiness is continuing to desire what you already own'". Shiva Charman has always known the place; her mum fell in love with it when she arrived in France, fleeing the Iranian revolution. When she passed away, Shiva thought it quite natural to take over the management this great 1'000-m² guest house and its estate covering several hectares. "Remember, Shiva warns us, this place is not about luxury and perfection, it has more to do with charm and authenticity! " The 'Paradis des Oiseaux' also perfectly illustrates the words of artist Bertrand Lavier: "Space is the absolute luxury".

Born in Iran, Shiva lived in England and then in Africa, before moving to Mougins. Upon arrival, her mother exclaimed: "This is a paradise for birds!" The huge farming estate that produced olive oil and a little wine had just been given a new name…

Over the years, Shiva's mum expanded the site. And towards the end of the 90s, she decided to turn her house into a venue for events. Film festivals, parties, weddings: the potential for great receptions was already there. The intimacy, the discretion, and the available space did the rest. Then followed several years of toil to create a site reflecting the warm welcome she wanted to give her guests.

Perpetuating and extending

"When she passed, the 'cake' was already in place. All we did was to add the icing" Shiva, who inherited the estate along with her sister, tells us with a smile. However, her personal investment should not be overlooked: "Nowadays, I am a gardener, plumber, pool attendant, cleaning lady… and I love it!", Shiva Charman tells us laughingly. Besides, the quaint charm of the place will have seen some new developments when the site opens for the season in March: the garden has been relandscaped, there is a new reception area, the rooms and swimming pool have been renovated… The Paradis des Oiseaux will be a bit more open to the corporate world.

Shiva has a long experience as an HR manager working in Sophia Antipolis, followed by a career in work psychology. She has can see the potential Paradis des Oiseaux holds for companies and as she misses her old jobs, she is thinking of offering team building workshops that she could oversee with the keen eye of a psychologist. The themes and ideas for team retreats abound, and focus primarily on cooking, fun and leisure, and outdoor activities.

The idea is to ensure that the transmission is a sustainable one, enriched by Shiva's commitment to the wellbeing of her guests…

SHIVA CHARMAN

Directrice du Domaine du Paradis des Oiseaux

PATRICK FLORENCE

Directeur de Nice Eco Stadium

Sur le terrain ÉVÉNEMENTIEL

Patrick Florence est aux commandes du stade de Nice depuis 5 ans. Une infrastructure exceptionnelle, qui ne vit pas que pour le sport et accueille une centaine d'événements divers et variés chaque année. Allons faire un tour dans les vestiaires de Nice Eco Stadium, en charge de l'exploitation de l'Allianz Riviera…

Arrivé fin 2016 à la direction de Nice Eco Stadium, Patrick Florence justifiait déjà d'une carrière de plus de 20 ans dans la délégation de service public (DSP).
Une expérience acquise dans un tout autre domaine que l'équipement sportif : « j'ai démarré dans le domaine de 'la construction et la gestion de parkings et stationnements payants sur voirie' ». A sa sortie d'études, il travaille comme agent de maitrise pour le métro parisien, puis à la faveur d'une opportunité, devient chef de parc à Paris pour Effia. Au gré de ses évolutions de poste, Patrick deviendra manager régional, pendant deux ans en région parisienne, puis à Lyon pour superviser la région Sud Est. En arrivant à Nice, il confesse avoir dû « sortir de (sa) zone de confort et apprendre à connaître cette nouvelle infrastructure de 36.200 places, aux paramètres de gestion variés et complexes ! ».

L'activité de l'Allianz Riviera se répartit en plusieurs axes, à commencer par la gestion de l'infrastructure : « Le stade est un ERP (Etablissement Recevant du Public, NDLR) et à ce titre, comporte de nombreux équipements dont la gestion est à la fois complexe et dépendante de réglementations strictes ». Afin de le maintenir dans les meilleures dispositions pour ses utilisateurs -au premier rang desquels l'OGC Nice, Patrick Florence peut compter sur une équipe d'une quinzaine de personnes chez Nice Eco Stadium, qui cohabitent avec de nombreux prestataires extérieurs, en charge notamment de la (fragile !) pelouse du stade, objet de tous les égards…

L'activité commerciale ensuite, consiste à optimiser le coût d'entretien et de fonctionnement du stade en y accueillant des événements sportifs et culturels, des salons et séminaires. Ainsi, près d'une centaine d'événements par an de toute taille (congrès, séminaires, salons & expositions) permettent aux entreprises de créer ici des moments uniques : « nous sommes les spécialistes du sur-mesure, de l'accueil d'une réunion de travail dans un cadre d'exception, jusqu'au salon de 5.000 participants » détaille Patrick Florence.
L'Allianz Riviera loue aussi de manière permanente des espaces de travail à l'agence d'architecture Wilmotte & Associés, l'accélérateur Allianz et la startup MyCoach. Enfin, chaque année, de grands événements, sportifs ou non, enflamment les tribunes : « Plusieurs grands moments sont d'ores et déjà programmés : demi-finales Top 14 en juin 2022, Mylène Farmer en juillet 2023 ainsi que quatre matchs de la coupe de monde de rugby en septembre 2023. L'année suivante se tiendront plusieurs rencontres pour les tournois de foot olympique de Paris 2024. »
Que va-t-il se passer en 2022 ? « Nous sommes bons élèves, mais nous travaillons encore à améliorer le traitement et la valorisation des déchets générés lors de nos événements et nous envisageons d'affiner notre positionnement sur des circuits courts, pour renforcer encore qualité et traçabilité sur notre activité Food & Beverage ».

On the events pitch
Patrick Florence has been in charge of Nice stadium for 5 years. An exceptional infrastructure which lives for sport and hosts around one hundred different and varied events each year. Let's take a tour in the changing rooms of Nice Eco Stadium, in charge of operating Allianz Riviera…

Arriving at the end of 2006 in the management of Nice Eco Stadium, Patrick Florence had already had a career of over 20 years in public service delegation.
This experience was acquired in a completely different domain than sporting facilities. "I started out in the area of construction and management of car parks and paid road parking". After his studies, he worked as a management agent for the Parisian Metro, then had the opportunity to become Car Park head in Paris for Effia. With his promotions, Patrick became regional manager in the Paris region for two years, then in Lyon and supervised the Sud Est [south east] region. When he arrived in Nice, he admitted that he had to "leave his comfort zone and learn about this new infrastructure with 36,200 places, and varied and complex management requirements!".

The business of Allianz Riviera is divided into several sectors, beginning by management of the infrastructure: "The stadium is an ERP (Etablissement Recevant du Public, Establishment Receiving the Public) and in this respect has significant amounts of facilities, the management of which is both complex and covered by strict regulations." In order to maintain it in the best condition for its users -the most important of which is OGC Nice, Patrick Florence can count on a team of fifteen people at Nice Eco Stadium, who share with numerous external service providers, responsibility for the (fragile!) grass of the stadium, subject to close scrutiny…

The business activity consists of optimising the cost of maintenance and operating the stadium by hosting sporting and cultural events, exhibitions, and seminars. Thus, almost 100 events every year of all sizes (conferences, seminars, exhibitions, and trade shows) enable companies to create unique moments here: "we are specialists in made-to-measure, from hosting a work meeting in an exceptional setting, to an exhibition with 5,000 participants" explains Patrick Florence.

Allianz Riviera also leases permanent workspaces to the architectural agency Wilmotte & Associés, the accelerator Allianz and the start-up MyCoach. Finally, each year, major sporting and other events fill the stands: "A number of major events are already programmed: semi-finals of the Top 14 in June 2022, Mylène Farmer in July 2023 and four matches in the Rugby World Cup in September 2023. The following year several matches for the Paris Olympics 2024 football tournaments will be held here."

What will happen in 2022? "We are already good at this, but we are working to further improve the processing and recycling of waste generated by our events and we intend to improve our positioning on short supply circuits in order to further strengthen quality and traceability of our Food & Beverage activity."

INDISCRÉTIONS

VIVEMENT…
« …Le prochain voyage ! Namibie ? Etats-Unis ? Commençons déjà par réserver la date ! »

BANDE-SON
« …Grosse faiblesse pour la pop californienne de la fin des années 70, mais… je me soigne et suis désormais ouvert à d'autres styles ! »

I'M LOOKING FORWARD TO…
" … Travelling for the next time! Namibia? United States? We need to start by setting the date!"

SOUNDTRACK
" … A major weakness for Californian pop from the late 70s but… I am making an effort and I'm now open to other styles!"

Allianz Riviera
www.allianz-riviera.fr

Dans la COURSE

Pendant 10 ans, Maxime a couru les pistes de karting de France et d'Europe, nourrissant l'espoir de devenir un jour pilote de Formule 1. Jusqu'à l'âge de 16 ans, il s'est forgé un moral de compétiteur et un état d'esprit qui lui donnent aujourd'hui les moyens de réaliser ses rêves de jeune entrepreneur. A moins de 30 ans, il va ouvrir, en 2022, la seule piste de karting indoor de la région, sur 3.000 m² à Cannes. Un retour à ses premières amours, après avoir réussi à lancer, en l'espace de 5 ans, une salle de Laser Game et un bowling à Antibes.

For a decade, Maxime had been racing the karting circuits of France and Europe, pursuing his dream of one day becoming a Formula 1 driver. Until the age of 16, he forged himself a competitor's mentality and a winner's state of mind, thereby acquiring the tools to achieve his dreams of a young entrepreneur. In 2022, before he even reaches 30, he is set to open the region's only indoor kart track, in Cannes, covering a surface area of 3'000m². This return to his initial love comes after a string of successes. In just five years, he opened a bowling alley and a laser tag centre in Antibes.

« Quand je me lance, ce n'est jamais pour faire les choses à moitié ». Si certains aiment s'attribuer de la persévérance, chez Maxime Aparicio, ce trait de caractère est une seconde nature ! Son papa, passionné de sport automobile, lui insuffle tôt l'esprit de compétition et l'envie d'aller vite.

"When I get started, I always go all the way". For some, the skill of perseverance is acquired, but for Maxime Aparicio, it is a natural trait of character! His dad, who is passionate about car racing, instilled in him at a very young age a competitive spirit and a thirst for speed.

De six à 16 ans, avec des horaires aménagés à l'école, il part déjà, du jeudi au dimanche, sillonner les pistes de karting. Et en 2008, c'est le drame : en finale du Championnat de France, Maxime se brise les deux jambes lors d'un accrochage. Il restera 4 mois sur un fauteuil roulant. Moqué, jalousé des quelques camarades qu'il prenait pour des copains sincères, le jeune homme perd alors de cette joie de vivre dont il était coutumier. C'est en pratiquant le Laser Game qu'il se constituera de solides amitiés et reprendra l'envie de performer dans une discipline ludique qui se pratique partout dans le monde. Devenu accro, Maxime court les compétitions, devient 3 fois Champion d'Europe, se frotte au championnat du monde au Canada et devient même un temps 2e meilleur joueur mondial ! Alors pourquoi ne pas faire partager sa passion ? Après un an et demi de recherche de local, Maxime, aidé de son père, crée son Laser Quest en 2015 à Antibes. Le site, le plus grand de la région, est très ouvert et propose un labyrinthe de 850 m² sur deux niveaux : le succès est immédiat !

From the age of six to 16, following an adapted school schedule, from Thursdays to Sundays he was out racing the karting circuits across the land. But in 2008, disaster struck: during the finals of the French Championships, Maxime broke both legs in a crash. He was confined to a wheelchair for four months. This gave rise to mockery and to some degree of envy from some of his classmates whom he had thought of as loyal friends. Maxime lost a bit of his customary joie de vivre. He turned his attention to laser tag, using the sport to forge solid friendships and rekindling his love for competition in a fun discipline that is practised all over the world. Maxime quickly became addicted, and started competing intensively, being crowned European Champion three times, and achieving a runner up ranking at the world championships in Canada! So, why not share his passion? In 2015, after 18 months spent looking for the right facilities, Maxime, with the help of his father, opened his Laser Quest centre in Antibes. The site, which is the largest of the region, is a very open course with an 850 m² maze built on two levels: it garnered immediate success!

Retour aux origines

Puis la fermeture du bowling d'Antibes lui offre l'opportunité d'ouvrir 8 pistes à l'été 2016 à côté du Laser Quest. Très vite, victime de son succès, Maxime constate... une baisse de sa clientèle. « Nous avions trop d'attente pour jouer, cela décourageait les clients ». Un comble ! Alors pour contrecarrer ce cercle vicieux, il passe bientôt à 16 pistes début 2019. Un pari risqué, tenu grâce à une trésorerie saine, qui a su convaincre son partenaire bancaire. Aujourd'hui, sur le même site, près de 100 joueurs peuvent se relayer en une heure au bowling, quand 120 amateurs de Laser Quest se canardent dans le labyrinthe aux lumières fluos.

Toujours dans la course, Maxime avait décidé d'investir dès 2020. Pour diversifier son offre tout en restant dans le loisir, le karting s'est imposé comme une évidence : un site de 3.000 m² avec une flotte de karting 100 % green (électriques) et une piste de 400 m linéaires que l'on pourra pratiquer dans les deux sens, une petite révolution ! Pour concrétiser ce projet d'envergure, la combativité de Maxime et son leadership auront été indispensables. Ainsi qu'un argument de poids : aucune concurrence de piste indoor dans la région, avec des équipements innovants, limitant les nuisances sonores. Premiers tours de piste début 2022 !

Back to the roots

Then the bowling alley in Antibes closed, affording him the opportunity of opening eight bowling lanes next to the Laser Quest centre in 2016. Very quickly the bowling facilities fell victim to their own success, and Maxime started noticing that the attendance numbers were dropping. "The waiting period was too long; it discouraged our clients". Hard to believe! So, in 2019, to break away from this vicious cycle, he opened another eight lanes, bringing the total up to 16. It was a risky operation, but thanks to impeccable accounting, he secured the support of his partner at the bank. Now, over an hour period and in a single site, close to 100 bowlers come and practice their strike, while 120 Laser Quest enthusiasts are shooting it out in a maze of day-glow lights.

But always a racer at hart, Maxime decided to embark on a new round of investments in 2020. To vary his offer while remaining firmly anchored in the leisure industry, a karting circuit seemed like the obvious choice: a circuit covering some 3.000 m² and a fleet of fully green (electric) go-karts, complete with a track of 400 m that runs in both directions, which is a revolution of sorts! To complete this ambitious project, Maxime's fighting spirit and his leadership were indispensable. And there is another important factor: there are no other facilities like these in the region, boasting innovating equipment and reduced noise pollution. The first races will be held in 2022!

INDISCRÉTIONS

■ UNE FIERTÉ ?
Mes salariés : ils sont mieux payés que dans le secteur. Même s'il y a du Turnover, c'est une équipe stable, pleine de joie de vivre, qui assure aussi notre bonne réputation.

■ UNE NOUVELLE PASSION ?
Le krav-maga et l'escalade : pour mieux gérer le stress et se maintenir en forme.

■ UNE MAXIME... POUR MAXIME :
« Bien faire et laisser dire ». Autrement dit, fais-bien ton travail et le monde parlera pour toi...

A SOURCE OF PRIDE?
My employees: their wages are higher than anyone else's in the industry. There is some turnover, but globally the team remains stable, full of bustle, which is why we have a stellar reputation.

A NEW PASSION?
Krav Maga and climbing to better handle stress and to remain fit.

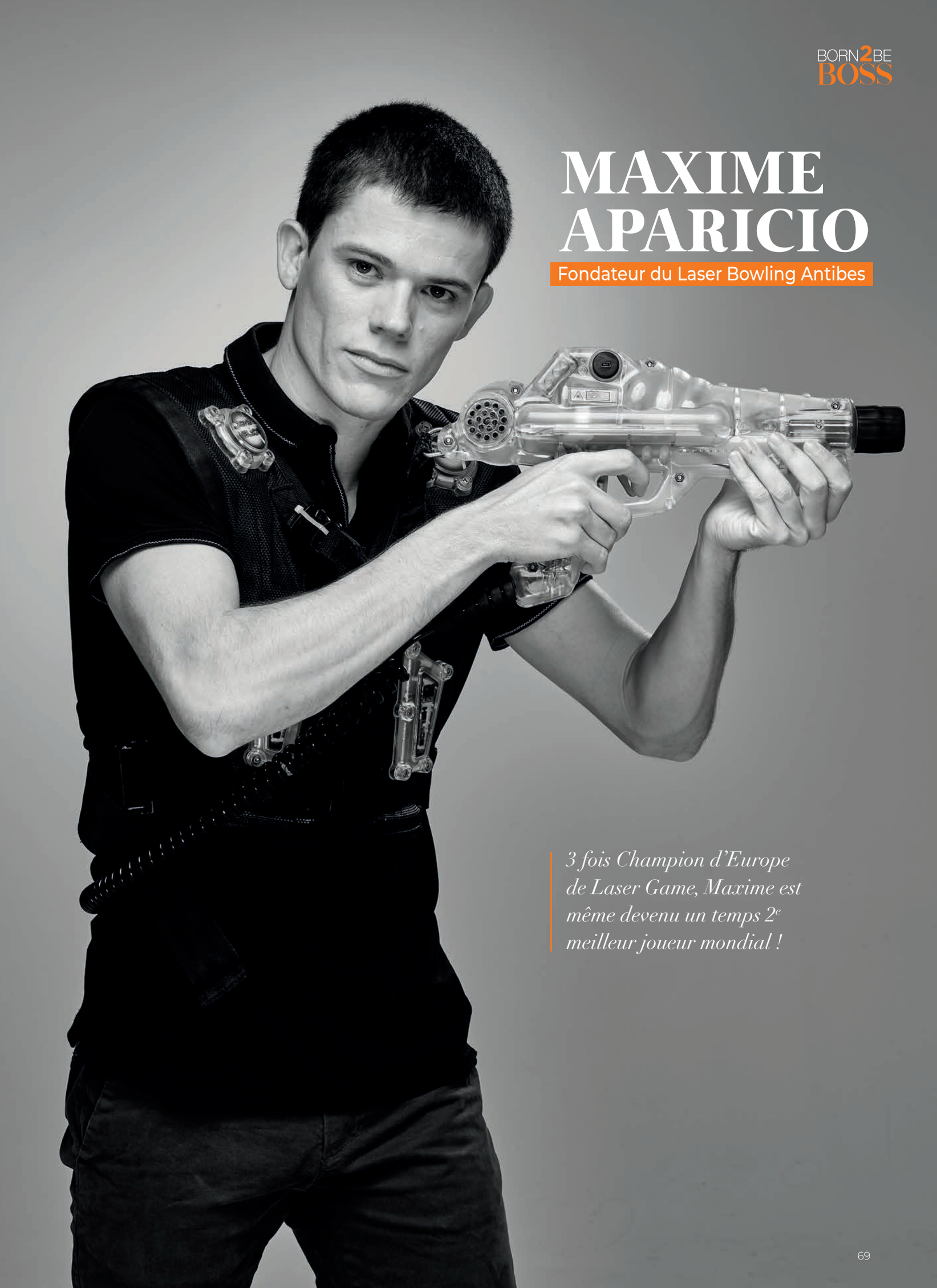
MAXIME'S PHILOSOPHY:
"Do well, and let others speak". In other words, do your work well and the world will speak on your behalf...

LASER BOWLING ANTIBES

172 av. Weisweller - Antibes
04 92 90 39 54
laserquestantibes@gmail.com
laserbowling-antibes.com

MAXIME APARICIO

Fondateur du Laser Bowling Antibes



3 fois Champion d'Europe de Laser Game, Maxime est même devenu un temps 2e meilleur joueur mondial !

MARIE-DOMINIQUE BLASI

Dirigeante LE SIS Netpress

Duo DIRIGEANT

En 2004, Michel Blasi a fondé Le SIS, spécialiste régional du sauvetage après-sinistre. Si son épouse, Marie-Dominique, l'a toujours soutenu dans le développement, en coulisses comme au cœur de l'entreprise, elle passe aujourd'hui aux commandes de la cinquième activité du groupe, Netpress qu'elle entend bien faire grandir avec les ingrédients qui caractérisent Le SIS depuis 18 ans : écoute, rigueur, adaptabilité.

Management duo

In 2004, Michel Blasi set up Le SIS, regional specialist in post disaster rescue. Whilst his wife, Marie-Dominique, has always supported him in development, both backstage and at the core of the company, she is now taking over the fifth activity of the group, Netpress which she intends to expand with the ingredients which have characterised Le SIS for 18 years: attention, rigour, adaptability.

Lorsqu'en 1991, elle rencontre Michel, qui deux ans plus tard allait devenir son mari, Marie-Dominique a quitté sa Corse pour étudier à Aix-en-Provence. Après une expérience inoubliable d'un an et demi à Tahiti où Michel effectue son service civique, retour en France, à Marseille, où désormais jeune maman, la jeune femme devient assistante maternelle pour consacrer un maximum de son temps à l'éducation des enfants. Entretemps, Michel décide de créer sa boîte dans un domaine pour lequel il s'est déjà beaucoup investi : le traitement après-sinistre. Le SIS nait en 2004 avec très vite, plusieurs activités : sauvetage après sinistre et recherche de fuite, rénovation, hygiène de l'air et désamiantage.

Depuis, Le SIS a bien grandi et réalise plusieurs milliers d'interventions chaque année, compte plus de 90 collaborateurs affectés à ses 5 activités liées au cycle de vie du bâtiment et réalise plus de 12 M€ de chiffre d'affaires (2020). En parallèle, Marie-Dominique seconde son mari sur des postes purement administratifs. En off, elle est surtout une voix écoutée de Michel sur les questions sensibles, d'ordre stratégique et financier pour l'entreprise.

Rigueur et bienveillance

Ce sont les opportunités de la vie de l'entreprise qui vont amener Marie-Dominique à passer aux commandes de la nouvelle activité prometteuse du groupe. Alors que le sous-traitant historique ferme ses portes, la décision est prise en 2021 d'internaliser son activité : Le SIS Netpress est né, un pressing « de l'extrême » spécialisé dans les traitements du linge et des textiles après sinistre. S'appuyant sur l'expérience métier de Marie-Josée sa collaboratrice, Marie-Dominique crée l'activité, non sans une certaine appréhension mais avec la volonté de travailler dans la bienveillance et la créativité qui la caractérisent. Elle se découvre un management intuitif qui fonctionne : « J'ai besoin de savoir les gens heureux quand ils travaillent auprès de moi ». Au contact direct des clients sinistrés, elle prend à cœur sa mission de sauvetage et mesure, à titre plus personnel, la notion de stress du dirigeant. Et pour cause… l'activité explose ! « Nous n'avions pas mesuré le succès à venir : nous pensons réaliser près du double de notre CA prévisionnel sur ce premier exercice ! ».

Et demain ? « Nous n'avons de cesse de moderniser les process pour être encore plus performants et travailler toujours plus dans le respect de l'environnement avec essentiellement en ligne de mire la satisfaction client. Il nous faut aussi continuer de peaufiner l'outil informatique de traçabilité du linge pour gagner du temps, développer le pressing en B to B. Pour ça, il me faut des journées… de 48 h ! ».

Son mari ? « Je crois qu'il est fier de moi… il s'était dit que ce serait compliqué » sourit Marie-Dominique. Et ça l'est. Mais ce nouveau challenge rapproche encore le duo dirigeant…

When, in 1991, she met Michel who would, two years later, become her husband, Marie-Dominique left her home in Corsica to study in Aix-en-Provence. After an unforgettable experience for a year and a half in Tahiti where Michel did his civil service, a return to France, in Marseille, where, now a young mother, the young woman became a childminder to be able to spend the most of her time bringing up children. In the meantime, Michel decided to create his company in a domain in which he had already invested considerably: post-disaster processing.

Le SIS was founded in 2004 and quickly had several activities: post disaster rescue, leak detection, renovation, air hygiene and asbestos removal.

Since then, Le SIS has grown considerably and carries out several thousand interventions every year, has more than 90 employees allocated to its 5 activities related to building life-cycle and achieves more than €12 M in turnover (2020).

In parallel, Marie-Dominique supports her husband in purely administrative roles. When not working, she is most of all the voice Michel listens to on sensitive strategic and finance matters for the business.

Rigour and kindness

These are the opportunities in the life of the company which were to lead Marie-Dominique to take control of the promising new activity of the group. When the historic subcontractor closed its doors, the decision was taken in 2021 to internalise its activity: Le SIS Netpress was born an "extreme" laundry specialising in treating laundry and textiles post disaster. Relying on the professional experience of Marie-Josée, her colleague, Marie-Dominique created the business, not without some apprehension but with the desire to work with the kindness and creativity which characterise her. She discovered an intuitive management style which is effective. "I need to know that people are happy when they work with me." In direct contact with affected customers, she takes to heart the mission and is aware, personally, of the notion of management stress. And for good reason… The business has taken off! "We had not expected the success to come: we think we will make double hour forecast turnover on this first financial year!".

And tomorrow? "We have not stopped modernising processes to perform even better and further improve our environmental friendliness with, of course, the overarching aim of customer satisfaction. We also need to continue to refine the laundry traceability IT tool to save time and develop laundry in the B to B sector. In order to do this, I need days which are… 48 hours long!".

Her husband? "I think he is proud of me… He thought that it would be complicated" smiles Marie-Dominique. And it is. But this new challenge has brought the management duo even closer together…

INDISCRÉTIONS

■ SON MANTRA
« N'imitez rien ni personne, un lion qui imite un lion devient un singe », de Victor Hugo. J'aspire à rester un lion ! »

■ SON FIEF
« J'adore revenir à Farinole, en Corse chez mes parents. Ou passer du temps avec ma fille ainée, à Toulouse »

■ SON PÉCHÉ MIGNON
« La conduite sportive et le shopping »

HER MANTRA
"Never copy anything or anyone, a lion who imitates a lion becomes a monkey", by Victor Hugo. I hope to stay a lion!"

HER KINGDOM
"I love to return to Farinole, in Corsica, to my parents' house. Or spending time with my eldest daughter in Toulouse".

HER WEAKNESS
"Sports driving and shopping"

LE SIS
À chaque bâtiment son cycle de vie

0820 820 806 - info@le-sis-groupe.com - www.le-sis.com

5 marques : LE SIS primo - LE SIS réno
LE SIS airtech - LE SIS détox - LE SIS netpress

5 agences : Côte d'Azur (Grasse) - Toulon Var (Solliès-Pont)
Marseille - Provence (Gémenos) - Corse (Biguglia)
Languedoc-Roussillon (Lunel-Viel)

LE SIS
netpress

Une vie en MÉLODIES

En poussant la chansonnette avec un copain de lycée, François Mpondo ne se doutait pas un seul instant de l'influence que la musique exercerait sur le cours de son existence... Il a fait de cette découverte son histoire, du piano-bar aux soirées de gala, en passant par la musique de film et la composition : la vraie bande-son d'une vie...

A life in song

As a young man who broke into song with a classmate, François Mpondo could never have guessed the influence music would have on his life... And yet, music would be the story of his life, from piano bars to gala evenings, including writing the soundtracks to movies and his own compositions.

François Mpondo a tôt orienté sa carrière en choisissant le sport : le football en région parisienne où il évolue au Stade Français puis le tennis. Classé, il en fera même un temps son job, en enseignant les rudiments de la balle jaune.
Nous sommes dans les années 80 et celui que l'on ne surnomme pas encore Jeffrey sur scène, improvise quelques vocalises en classe de lycée.
Comme un défi, un camarade l'incite à chanter dans son nouveau groupe de funk et après seulement deux répétitions, le fringant jeune homme de 17 ans se retrouve à improviser sur scène devant près de 1.000 personnes ! « Deux jeunes s'étaient levés pour tenter quelques pas de danse, mais peu importait ! En terminant ma prestation, j'ai senti une vraie émotion s'emparer de moi : rien ne serait plus jamais comme avant... ».

Deux ans de travail passionné s'écouleront entre ce nouvel émoi et un premier contrat professionnel, l'interprétation d'un titre pour le film « L'étudiante », de Claude Pinoteau. Plus tard, son talent et sa rencontre avec Mimi Felixine le feront officier comme voix lead pour les B.O. de plusieurs titres Disney (Le Roi Lion II, Frère des Ours avec Phil Collins...) Et en 2015, François devient Jeffrey, lead singer du groupe Nojazz, combo explosif d'électro-jazz-world fondé en 2000, qui a tourné dans plus de 50 pays, avec quelques collaborations marquantes avec Stevie Wonder et Earth, Wind & Fire. Dans ce mode de vie, le sport n'est jamais loin et les arts martiaux lui apportent un équilibre indispensable. Un chanteur a besoin d'une parfaite condition physique : Jeffrey a cumulé plus de 800 galas en six ans.

De l'art avant tout

Depuis plusieurs années, résidant à Mougins, Jeffrey propose ses talents dans un show sur mesure pour soirées événementielles notamment avec le groupe musical Monte Carlo Connection, la Côte d'Azur connaissant une actualité événementielle toute l'année. Son idole ? « Stevie Wonder, mélodiste de génie. » En toute humilité, François a récemment approché le monument de la soul par l'intermédiaire de son manager de tournées, pour lui proposer ses propres compositions... Les souvenirs sont parfois intenses, comme cette impro avec Johnny Hallyday, pour son after Stade de France, au BackStreet, rue de Ponthieu ! Le taulier félicita François pour sa performance : « C'était un honneur de chanter avec toi, m'a-t-il dit, J'étais bluffé ! ».

Pendant le confinement, Jeffrey, redevenu François, s'intéresse de plus près au Pop Art et organise des expos de Dennis G ou du maître sculpteur italien Vitalino. Cette passion transverse pour d'autres formes artistiques ne s'arrête pas là. Son amie Sabine Crossen, réalisatrice, lui a ainsi fait faire ses premiers pas d'acting. Prochaine étape : « faire adapter au cinéma une trilogie littéraire exceptionnelle ! » Interprétation, composition, Pop Art, cinéma... Plusieurs disciplines mais une seule passion : tôt ou tard... tout est art !

FRANÇOIS MPONDO
AKA JEFFREY
NoJazz est en concert à Paris,
à La Cigale, le 8 février 2022
Contact : laissetonmessage@hotmail.com

INDISCRÉTIONS

IL CROIT FORTEMENT QUE :
« ...Les lignes de nos mains sont des routes qui se croisent, délivrant des messages que le destin libère » et que « ...Le destin ordonne que nous marchions ensemble ». Des mantras qu'il a lui-même écrits.

UNE AFFAIRE DE FAMILLE
Un frère ainé, ancien prof de tennis... reconverti dans le chant et une sœur cadette coach vocal !

HE FIRMLY BELIEVES:
"...that the lines of the hand are roads that intersect, delivering messages released by fate" and that "fate dictates that we must walk together". He is the author of these words.

A FAMILY AFFAIR
An older brother, former tennis coach... who is now a singer, and a younger sister who is a voice coach!

At the beginning of his career, François Mpondo had his eyes on sports, playing football for the Stade Français in the Paris region, before turning to tennis. He became a ranked player, and turned his passion into a job, coaching young players.

That was back in the eighties, and the man who would later be known by his stage name, Jeffrey, started his musical career by humming a few songs at school. A mate then challenged him to sing in his funk band, and after only two rehearsals, the strapping 17-year-old found himself improvising on stage in front of an audience of 1'000 spectators! "Two youths got up and started to shuffle around and try out some dance moves, but it didn't matter! By the end of my performance, I was overcome by real emotions: nothing would ever be the same again... ". Two years of dedicated work later, he landed his first professional contract, as he was asked to perform one of the songs for the film "L'étudiante" by Claude Pinoteau. Later still, his talent and an encounter with Mimi Felixine helped him secure jobs dubbing the lead voices for several Disney films (The Lion King II, Brother Bear starring Phil Collins...). And, in 2015, François adopted the name Jeffrey as the lead singer of Nojazz, an electro-jazz-world music band founded in 2000. With the band, he performed in more than 50 countries, and enjoyed some notable collaborations with Stevie Wonder and Earth, Wind & Fire. Sport continues to play a significant role in his life, and martial arts in particular provide him with a sense of balance. A singer must be in perfect physical condition. Jeffrey has performed at more than 800 galas in six years.

Art comes first

In the past years, as a resident of Mougins, Jeffrey has been showcasing his talent in a show that is customised for various events, with the Monte Carlo Connection Band for example, one of the many events held up and down the French Riviera every year. Who is his idol? "Stevie Wonder, a genius songwriter." Recently, François humbly contacted this monument of soul music through his tour manager, to let him listen to his own creations... He has some intense memories to share, like the time he improvised with Johnny Hallyday following the star's performance at the Stade de France, at the BackStreet club, rue de Ponthieu! The star even congratulated François on his performance: "Singing with you was bliss, he told me, I was really impressed!".

During the lockdown, Jeffrey reverted to François, developed an interest in Pop Art, and organised exhibitions of Dennis G or the Italian sculptor Vitalino. And his interest for other art forms does not end there. His friend, Sabine Crossen, a film director, introduced him to the world of acting. The next step: "making a film adaptation of an exceptional trilogy!" Singing, composing, Pop Art, cinema... Several forms of expression driven by a single passion: eventually... everything is art!

FRANÇOIS MPONDO

AKA JEFFREY

ERIC SCHOUKROUN FRÉDÉRIC PERROT

Directeurs associés de People By L'Atoll

2 people, 1 state of mind: FUN!

L'un se considère toujours en mouvement, jovial, un peu « excessif ». L'autre se dit « optimiste, très sociable et festif » : une chose est sûre, Eric et Fred composent surtout un duo de restaurateurs qui mettent tout en œuvre pour apporter à leur clientèle du plaisir et des moments savoureux ! Impossible pour chacun d'eux de manquer d'entrain et de vivacité dans tout ce qu'ils entreprennent. Et chez « People by l'Atoll », la cuisine qu'ils proposent est à leur image : inventive, festive, qualitative !

One sees himself as being constantly in motion, jovial, and maybe a touch excessive. The other describes himself as an optimist, with people skills and a penchant for wild parties: one thing is for sure, Eric and Fred are two restaurant owners who will do just about anything to ensure their customers enjoy a tasty meal and have a good time! There never run out of energy and in all their undertakings. And at "People by l'Atoll" the cuisine they serve reflects their personalities: inventive, festive, and delightful!

Ils ont commencé chacun de leur côté leur parcours dans la restauration. Si pour Eric -dont les parents tenaient un restaurant, le commerce, c'était un peu une évidence, Fred, lui, a débuté par... un DESS de Marketing ! C'est pour se payer ses études qu'il a goûté à cet univers en travaillant à la brasserie du Café Promenade, à Nice. Une parenthèse à Sophia Antipolis, dans la vente de progiciels, puis un voyage à Saint Martin (déjà dans l'idée d'y ouvrir un restaurant) et c'est seulement à son retour sur la Côte d'Azur qu'il franchira le cap. Ce sera la reprise du snack où il avait pris ses habitudes entre deux cours à la fac : une belle expérience ! Plus tard, en passionné de glisse, il se lancera dans la vente de matériel sportif à Saint Laurent du Var. Mais le contact et le retour clientèle lui manquent.

Pendant ce temps, Eric, qui en parallèle d'un BTS Action Commerciale créait une première boutique de vente d'articles de sport, se lance avec des copains dans l'exploitation du restaurant d'un club de tennis. Entretemps, il découvre Barcelone et les tapas et se met en tête de développer le concept à Nice. Il crée un restaurant rue Pastorelli, puis plus tard, s'associe une première fois avec Fred dans une pizzeria rue de France. Toujours en quête de nouveauté, il lance par la suite un bistrot chic rue Alphonse Karr.

Du nouveau en bord de mer

Et en 2008, à Saint-Laurent du Var, au bord de l'eau, l'Atoll Café tend les bras à Eric et Fred. Un pari audacieux : l'affaire est en liquidation et des travaux de mise aux normes sont indispensables. Les deux amis se retroussent les manches -car les embûches ne manquent pas !- et travaillent une offre autour des produits de la mer, de propositions exotiques et originales, le tout dans une ambiance lounge et conviviale. Leur accueil, l'ambiance, la qualité de leur cuisine trouvent leur public... Alors le succès aidant et à la faveur d'une rencontre, ils développent une activité traiteur en parallèle du restaurant.

Allergique à l'ennui, Eric confesse « ne jamais rester statique, toujours avoir envie de proposer quelque chose de nouveau, de différent ». Avec Fred, ils prônent l'amélioration continue de leur travail, pour que les clients prennent toujours du plaisir à leur table. Pendant la crise sanitaire, leur restauration à emporter a connu beaucoup de succès et les différents confinements ont fait murir un nouveau projet : une offre de restauration d'entreprise en livraison, Food'Goo. Bientôt présente dans les zones d'activité du département comme Sophia Antipolis, l'idée est d'offrir le midi, des menus savoureux, sains et originaux pour un budget raisonnable.

INDISCRÉTIONS

■ 2 H SE LIBÈRENT POUR ERIC...
... « étonnamment, j'apprécie de plus en plus de me retrouver seul, au contact de la nature. Une autre idée ? Chut, je ne peux pas en parler, joker !!! »

■ FRED...
...A 5 enfants, dont des jumeaux, qui s'échelonnent de 23 ans à 6 mois ! Une grande tribu qu'il adore voir grandir et réunir dès qu'il le peut !

■ ÇA LES TOUCHE...
... « quand les clients nous remercient d'avoir passé un bon moment dans notre établissement : on travaille tous les jours pour ça ! »

ERIC HAS 2 HOURS OFF...
... "astonishingly, I enjoy more and more being alone, in contact with nature. Another idea? Can't talk about it, mum's the word!!!.

FRED...
...has five children, including twins, and their ages range from 23 years to six months! It is a big tribe. He enjoys watching them grow and bringing them together whenever he can.

IT MATTERS TO THEM...
... "when customers thank us for the good time they had in our restaurant: it's what we work for every day!"

www.atollrestaurant.fr
www.foodgoo.fr

They both started their careers in the catering business. For Eric, whose parents ran a restaurant, working in sales came quite naturally, whereas Fred started by graduating with a DESS in marketing! To finance his studies, he took a dip in the catering world, working for the Brasserie du Café Promenade in Nice. After a short stint in Sophia Antipolis, selling software to professionals, and a trip to Saint-Martin (with the idea of opening a restaurant there), he finally returned to the French Riviera where he decided to set up shop. He acquired the snack bar that he used to frequent during his university years: it was a great experience! Later, as a lover of extreme sports, he found a job selling sports equipment in Saint-Laurent du Var. But he missed being in contact with his clients and hearing their feedback.

In the meantime, Eric, who was studying towards a BTS in sales, created his first shop, selling sports goods and, with some friends, started managing the restaurant of a tennis club. He also discovered Barcelona and its tapas bars and toyed with the idea of importing the concept to Nice. He opened a restaurant in rue Pastorelli, and later, partnered up with Fred to manage a pizzeria in rue de France. Always on the lookout for the latest thing, he then went on to open a chic bistro in rue Alphonse Karr.

Something new by the sea

And, in 2008, in Saint-Laurent du Var, right by the seafront, the Atoll Café seemed to be calling out for Eric and Fred. It was quite a gamble: the business had tanked, and important works were required to make the establishment standard-compliant. The two friends rolled up their sleeves - as many pitfalls lay ahead! - and created a food offering focusing on sea produce, exotic and original menus, and a friendly lounge-type atmosphere. Their hospitality, the atmosphere, and the quality of the cuisine appeals to all... The restaurant started garnering some success and having met the right partner, they decided to launch a catering activity as well.

Eric is allergic to boredom and confesses "that he can't stay still, he always wants to come up with something new and different". With Fred, they believe in continuously improving their work, to ensure their patrons continue to enjoy their establishment. During the health crisis, their take-away offering was met with significant success, and the various lockdowns encouraged them to develop a new project: a food delivery service for companies, Food'Goo. This service will soon be available in various activity areas throughout the department, such as Sophia Antipolis, and the idea is to provide original, tasty, healthy, and reasonably-priced meals.

Son & lumière, QUESTIONS DE PASSION

Guidé depuis sa plus tendre enfance par sa passion de l'audiovisuel, Stéphane Bailli va prendre la direction de l'agence Azur de Novelty, le grand spécialiste de la technique événementielle sur la Côte d'Azur.

Lights and sounds, it is all a question of passion
Since a tender age, Stéphane Bailli has been guided by his love for all things audio-visual, and he is now at the head of the local Novelty agency, the French Riviera leader of the event industry.

« C'était ou cameraman, ou pompier ! » Tout petit, derrière l'écran, fasciné par les grosses caméras sur rails de la SFP dans les émissions de TV, Stéphane Bailli fait un trait sur une carrière de soldat du feu pour vite se frotter à la technique des premiers caméscopes qu'il promène, à l'épaule, avec son pote Vincent dans les allées du collège, en quête d'images pour s'essayer au montage vidéo. Plus tard, dans leur village du Val d'Oise, les deux amis sonorisent et mettent en lumière les événements de la municipalité, au sein d'une association qu'ils ont créée tout spécialement. Et à l'heure de faire des choix, Stéphane se lance tout naturellement vers un cursus universitaire d'électrotechnique.
L'événementiel est à ses balbutiements. « A l'époque, jeune technicien et intermittent du spectacle, vous étiez sollicité pour voyager un peu partout dans le monde » se souvient Stéphane. Londres, Rio, Prague, le Maroc, la Jordanie, les missions s'enchainent et son expertise se façonne, notamment dans le son, la spécialité qu'il affectionne. Puis le jeune homme retrouve son ami d'enfance, Vincent, qui s'était promis de créer son entreprise dans ce domaine. Stéphane y devient directeur technique, et gère les projets de clients, depuis le montage des prestations en passant par les devis et la constitution des équipes.

La Côte d'Azur, terre d'événements

Novelty, alors en pleine expansion, grandit avec de la croissance externe et rachète leur entreprise. Nous sommes en 2010 et le groupe européen commence à compter dans le paysage de la technique audiovisuelle. A Paris, Stéphane est connu des agences évènementielles mais fréquente aussi beaucoup la Côte d'Azur, terre d'événementiel. Son réseau l'amène à y emménager en 2014 pour devenir responsable commercial chez Novelty Azur. Comme les 11 autres agences du groupe, celle-ci s'appuie sur les performances de la plate-forme de Longjumeau en région parisienne qui compte 34 000 m² de stocks et 160 collaborateurs permanents.

Avec la crise sanitaire, le monde de l'événementiel s'est interrogé et Novelty s'est essayé à de nouveaux projets, comme la création d'un studio digital temporaire à Mandelieu, puis sa version, high tech et définitive au Palais des festivals de Cannes. L'heure est aux solutions innovantes et à la formation des équipes. « Quoiqu'il se passe maintenant, il y aura toujours du distanciel dans l'offre événementielle » juge Stéphane. En attendant, à Cannes, le Groupe Novelty Magnum Dushow a des projets avec la municipalité qui lui a affecté des terrains pour une nouvelle installation qui devrait se réaliser d'ici 5 ans, au sein d'un grand ensemble spécialement dédié aux prestataires du monde événementiel et du Live. D'ici là, Stéphane Bailli aura pris la direction de l'agence et continuera de superviser le branchement de milliers de câbles, écrans et enceintes, pour que la Côte d'Azur continue de nous enchanter, de nous émouvoir, en bref : d'être une fête… Merci la passion !

"It was either cameraman or fireman!" As a child, watching TV, he was fascinated by the massive cameras traveling up and down rails at the SFP television sets. Stéphane Bailli decided to turn his back on a potential firefighting career, preferring instead to learn how to operate camcorders, which he carried around with his mate Vincent to film the corridors of his college, capturing footage that the pair would then try to edit together. Later, in their village of the Val d'Oise, the two friends created an association and provided the lighting and sound for events organised by their municipality. And when the time came to decide on a career path, Stéphane did not hesitate long before opting for studies in electrotechnics.
The event industry was still a fledgling one. "Back then, as a young technician working in showbusiness, you were asked to travel to various locations around the world" Stéphane remembers. London, Rio, Prague, Morocco, Jordan… A plethora of missions later, he had honed his considerable skills, especially in the audio department, which is his area of expertise. Then, still a young man, he got back in touch with Vincent, his childhood friend, who had started his own audio-visual company. Stéphane joined the firm as a technical director, handling projects on behalf of clients, working on creating an extensive service offering, preparing quotes, and assembling teams.

The French Riviera, land of events

Novelty, a fast-growing company, then acquired their firm. That was back in 2010, and the European group was starting to make its mark in the audio-visual landscape. In Paris, Stéphane was well-known by various event agencies, but he was also often seen in the French Riviera where many events were being held. In 2014, he followed his network and moved to the French Riviera, becoming a sales manager for Novelty Azur. Much like the other eleven agencies of the group, this one relies on the performance of the Longjumeau set in the Paris region, which boasts some 34'000m² of equipment, and includes 160 permanent employees.

When the health crisis struck, casting a long shadow over the event industry, Novelty started thinking of new projects, such as the creation of a temporary digital studio in Mandelieu, soon replaced by a more definitive and cutting-edge version in the Palais des Festivals in Cannes. The group focused on coming up with innovating solutions and training its teams. "Whatever happens now, social distancing measures will remain in place in the event industry" Stéphane reckons. In the meantime, Groupe Novelty Magnum Dushow has many projects in the works with the municipality of Cannes and has been granted land to create a new installation, which is scheduled for completion in five years, creating a huge unit especially dedicated to service providers working in the live event industry. But in the meantime, Stéphane Bailli will have been appointed to head the agency and oversee the connection of thousands of cables, screens, and loudspeakers, so that the French Riviera can continue to enchant and touch us, to be a never-ending party… Thank you for your passion!

INDISCRÉTIONS

■ IL EN EST PERSUADÉ :
« Choisissez un métier de passion, vous pourrez déplacer des montagnes ! »

■ UN ÉVÉNEMENT…
… « la soirée caritative tropézienne de Leonardo Di Caprio, avec le concert de Lenny Kravitz et Madonna ! »

■ FAN DE…
… « Metallica, mais aussi ouvert à d'autres horizons : pop, jazz, musique du monde ! »

■ *HE IS SURE OF IT:*
"Choose a job you are passionate about, and you will move mountains!"

■ *A MEMORABLE EVENT…*
… "the charity gala in Saint-Tropez, organised by Leonardo Di Caprio, with the concert by Lenny Kravitz and Madonna!"

■ *HE IS A FAN OF…*
… "Metallica, but I am also open to other styles: pop, jazz, world music!"

Novelty Azur
242 av Jean Mermoz
06210 Mandelieu La Napoule
04 93 73 08 19 - azur@novelty.fr
www.novelty.fr

STÉPHANE BAILLI

Directeur d'Agence Novelty Azur

LIONEL CAUDRON FRANÇOIS WOISELLE MAUD PATRIARCA

Les associés de Riviera Beer

Recette de BRASSEUR

Voici les ingrédients indispensables pour réaliser la recette de Riviera Beer. Maud, François, Lionel, trois variétés de plantes aux origines différentes mais dont l'assemblage donne un cocktail rafraichissant : Les brasseurs de l'Estérel, qui, de Saint-Tropez à Menton, étanche la soif des sudistes. Notez qu'avec les mêmes ingrédients, on peut aussi obtenir d'autres boissons et spiritueux...

The brewer's recipe

Here is a list of the ingredients you will need for the Riviera Beer recipe. Maud, François, Lionel, three species of plant from different origins, which, when combined, produce a most refreshing beverage: The Estérel brewers quench the thirst of local residents, from Saint-Tropez to Menton. It should also be noted that the same ingredients can be used to make other drinks and spirits...

Un soupçon de FRANÇOIS

Originaire de Saint-Raphaël, François Woiselle est passionné de bonne chère. En sortant d'Ecole de Commerce, il se penche immédiatement sur la création d'entreprise, avec deux ingrédients en tête : il y serait forcément question de produits du terroir et « Made in France ». François assure le développement de la brasserie dans le 06, qui propose aujourd'hui une très large gamme de boissons, depuis la bière aux vins fins en passant par les sodas et les spiritueux. Il s'occupe également de la gestion classique de l'entreprise : stratégie, coûts, administratif, passage du balai, vaisselle... (!) Avec Lionel, ils assurent la remontée d'informations « terrain » sur la façon dont sont perçus leurs produits.

Originally from Saint-Raphaële, François Woiselle enjoys a hearty meal. Graduating from the Ecole de Commerce, he quickly turned his efforts to creating his own company, based on two principles: it had to involve local produce, and everything had to be made in France. François oversees the development of the brewery in the Alpes-Maritimes department, and it now sells a wide range of beverages, from beers to fine wines, including soft drinks and spirits. He also manages the company: strategy, cost management, admin, washing the dishes, sweeping the floors... (!) And with Lionel, he collects and shares "field" data relating to the way their products are perceived.

■ **SON CHOIX :** Riviera Beer IPA

■ **SON PÉCHÉ MIGNON :** « j'adore la voile, j'étais moniteur... J'ai aussi un faible pour le vélo ».

HIS PERSONAL FAVOURITE: *Riviera Beer IPA*

A GUILTY PLEASURE: *"I love sailing, I used to be an instructor... I also enjoy cycling".*

Une rasade de LIONEL

Ne lésinez pas sur la dose ! Issu du monde viticole où il a assuré la direction commerciale de plusieurs domaines en Provence, Lionel Caudron connait son affaire et donne du liant à la recette Riviera Beer. La brasserie développe désormais sa distribution et s'ouvre à d'autres boissons, artisanales à 100 % : Cola (réalisé à la brasserie à partir d'arômes développés à Grasse), vins fins, pétillants, limonades maison... Lionel a rejoint Riviera Beer en 2019, avec l'envie de développer une entreprise en équipe.

Be generous with the dosage! With extensive experience in the wine industry, having worked as sales director for several wine-producing estates in Provence, Lionel Caudron knows his job and serves as the binder in the Riviera Beer recipe.
The brewery is now involved in distribution and is integrating new beverages, all 100% homemade: Homemade cola (prepared at the brewery using aromas developed in Grasse), fine wines, homemade lemonade... Lionel came to work for Riviera Beer in 2019, motivated by the idea of developing the company as a team.

■ **SON CHOIX :** Riviera Beer blanche, d'été, rafraichissante.

■ **SON PÉCHÉ MIGNON :** « Je suis fou de Rock'n'roll, de Johnny Cash à Jimi Hendrix »..

HIS PERSONAL FAVOURITE: *White beer, very refreshing in the summer.*

A GUILTY PLEASURE: *"I love Rock'n'roll, from Johnny Cash to Jimi Hendrix*

Un grand zeste de MAUD

Elle ne brasse pas du vent ! Infographiste de métier, Maud Patriarca vient de Lyon et s'est formée au brassage à Nancy, après avoir créé des bijoux pour de grandes maisons de joaillerie et développé le marketing d'une enseigne de produits cosmétiques.
Chez les brasseurs de l'Estérel, c'est elle qui élabore les recettes de Riviera Beer depuis sa création. « Je me suis toujours intéressée à la production. Et puis la bière, c'est un produit plaisir, que l'on partage. Nous travaillons sur de la convivialité ! »

She means business! A graphic designer by trade, Maud Patriarca hails from Lyon and learned the art of brewing in Nancy, after a stint as a jewellery creator for some of the big jewellers and another as head of marketing for a cosmetics distributor. With the Estérel brewers, she has been developing Riviera Beer recipes since the company's creation. "I was always interested in production. What's more, beer is a pleasure product, it is something we share. Our business is warmth and friendliness! "

■ **SON CHOIX :** Riviera Beer blonde, sa première création, très aromatique

■ **SON PÉCHÉ MIGNON :** « j'aime la puissance et la précision. Je me suis classée 3e aux Championnats de France de tir au pistolet ».

HIS PERSONAL FAVOURITE: *Lager Riviera Beer, the first creation, very aromatic*

A GUILTY PLEASURE: *"I love power and precision. I was ranked 3rd at the French Pistol Shooting Championships".*

Au menu des projets 2022, notons la sortie de deux nouvelles bières BIO et une réflexion sur l'agrandissement du site de stockage, qui pourrait aussi faire office de lieu de dégustation. L'envie de développer la distribution de nouvelles « pépites » artisanales se concrétise également. Tous ces projets feront l'objet de décisions tripartites... Car pour obtenir la bonne formule, si chacun a son rôle bien défini, il est indispensable pour nos trois brasseurs de valider ensemble chaque recette, depuis la conception de la bière jusqu'à son étiquette et son mode de distribution. « C'est notre force : nous partageons aussi bien les réussites que les difficultés et les soucis. On avance beaucoup plus vite en équipe ! ». C'est peut-être ça, l'ultime recette du chef d'entreprise ?

LES BRASSEURS DE L'ESTEREL RIVIERA BEER

Les Brasseurs de l'Estérel
Saint-Raphaël
07 82 07 48 78
www.riviera-beer.com

The agenda for 2022 *includes the release of two new organic beers, and some thought will be given to expanding the storage site, which could also serve as a tasting area. Our ambition of distributing new craft beverages is also becoming a reality. All projects are voted on by the three partners... To achieve the right formula, each plays a specific role, but all three brewers must come together to approve every recipe, from the initial development of the beer to the design of the label and its distribution mode. "Therein lies our strength: we share our successes, but also or troubles and concerns. We get a lot more done working as a team!". And maybe that is what being a CEO is all about.*

EN MUSIQUE

A 40 ans, il a plaqué sa carrière dans l'hôtellerie pour faire danser les gens. Depuis, Jean-Charles a fait de sa vie une piste de danse, animant soirées privées, événements professionnels, sportifs comme corporate. Aujourd'hui, avec sa société JC Animation, il veut faire un pas de plus vers la musique live, pour lui comme pour son public et ses clients fidèles, en quête d'émotions.

Aged 40, he abandoned his career in the hotel industry, much preferring to get people to dance. Since then, Jean-Charles has turned his life into a dancefloor, hosting private parties as well as professional, sporting, or corporate events. Today, with his company JC Animation, he wants to get more involved with live music events, for his own pleasure and that of his audience and loyal customers in search of emotions.

Né en 1962 à Limoges, Jean-Charles et ses parents s'installent en 1965 à Nice où il grandit.

En 1978, le jeune homme choisit l'Ecole Hôtelière : une voie toute tracée pour évoluer dans un univers aux multiples opportunités sur la Côte d'Azur. C'est à Beaulieu sur Mer, comme chef de réception à l'hôtel Don Gregorio que le jeune homme débute sa carrière. Il évoluera ensuite dans la restauration, au sein de plusieurs établissements, jusqu'à des fonctions de direction. Mais la musique le passionne depuis longtemps…

C'est à Sophia Antipolis, en poste au Grand Hôtel Mercure, qu'il a l'occasion de se rapprocher d'un DJ qui s'y produit régulièrement. C'est le déclic ! JC lui propose de le seconder pour apprendre les ficelles du métier. « Il m'a dit : j'ai trop de dates, tu vas animer des soirées à ma place ! Bon, je ne savais pas vraiment ce qu'étaient un câble XLR ou une table de mixage, mais j'étais passionné de musique ! »

Sa première animation a lieu chez un particulier. « Il m'a dit, tout sourire : « Jean-Charles, c'est ça ton métier, tu ne dois faire que ça ! »

Alors à 40 ans, un peu lassé par la gestion d'équipes dans la restauration, de fils en… câbles et de soirées en soirées, il envisage une vraie reconversion. Avec le soutien inconditionnel de sa femme, Anne-Marie : « On ne fait rien tout seul, elle m'a vraiment donné ma chance… ! »

Les premiers temps, le téléphone sonne peu par manque de notoriété. Mais JC s'accroche en offrant toujours un service à la hauteur de ce que l'hôtellerie lui a appris : travail et prestations raffinés, matériel dernier cri, véhicules rutilants… Le métier est exigeant, fait de rigueur mais aussi de rencontres et… de recommandations. Ainsi, la bonne réputation de JC se construit, de Monte Carlo à Saint-Tropez en passant par Sophia Antipolis ou Cannes. Assez vite, il anime les après-matches de clubs locaux (volley, basket…) ou les événements professionnels des entreprises maralpines.

Pour la magie du live

Après 18 ans d'expérience et une pause forcée liée à la crise sanitaire, Jean-Charles se découvre une nouvelle passion : la musique Live. En août, avec son groupe « Détour en France », un concert en plein air ravive en lui la flamme et une émotion vocale qu'il recherche désormais, accompagné d'une guitare, d'un sax ou de cuivres. « Nous avions lancé au Mas Candille, avec la confiance du directeur de l'époque, Anthony Torkington, pour animer le repas, une formule chant, guitare et saxo. Cela a très bien fonctionné : aujourd'hui, tout le monde le fait ! » Alors pour retrouver l'incomparable ambiance et la magie du live, JC compte bien poursuivre l'expérience. A ses côtés, Antonio, qui l'accompagne depuis plusieurs années, est tout désigné pour prendre la relève et continuer d'écrire la partition du succès de JC Animation…

JC Animation
Votre plaisir. Notre métier !

JC Animation
06 09 95 01 89
www.jc-animation.com

Jean-Charles was born in 1962 in Limoges. In 1965 his parents moved to Nice, where he would spend his formative years.

In 1978, as a young man, he decided to attend the Ecole Hôtelière (hotel school), paving the way to a career in an industry affording many opportunities along the French Riviera. In Beaulieu-sur-Mer, he kickstarted his career as head of the reception desk at the Don Gregorio hotel. He went on to work in catering for various establishments, rising to managerial positions. But, ultimately, his passion for music caught up with him…

In Sophia Antipolis, working in the Grand Hôtel Mercure, he got to meet a DJ who was a regular performer at the hotel. He was immediately inspired! JC offered to become his assistant, to learn the tricks of the trade. "He told me: I have too many events, you will have to stand in for me and host some of my parties! Sure, I had no idea what an XLR connector or a mixing desk were, but I was passionate about music!"

His first event was at a private party. "He told me with a huge smile: 'Jean-Charles, this is your career, don't think of doing anything else!'."

So, at the age of 40, tired of managing catering teams, and one thing leading to the next… he started thinking seriously about a career change. And in this endeavour, he received the unconditional support of his wife, Anne-Marie: "I couldn't really hack it alone, she gave me a great opportunity…!"

At the beginning, phone calls were scarce for a lack of notoriety. But JC hung in there, providing a service equal in quality to what he had learned from hotel industry standards: refined work and services, cutting-edge equipment, brand-new vehicles… The job was tough and demanding but it also led to new encounters, and ultimately to glowing recommendations. And so, JC's reputation continued to grow, from Monte Carlo to Saint-Tropez, and from Sophia Antipolis to Cannes. He rapidly started hosting the after-game parties of local sports clubs (volleyball, basketball…) or the corporate events of local companies.

For the magic of live

With 18 years of experience under his belt, and a period of inactivity imposed by the health crisis, Jean-Charles has recently discovered a new passion: Live music. In August, performing with his band "Détour en France" (guitar, saxophone, brass section), an outdoor concert rekindled his paswsion for singing. "At the Mas Candille, with the support of the then-director, Anthony Torkington, we started a band with a singer, a guitar, and a saxophone, to provide some musical entertainment to the diners. It was a resounding success and now everybody is doing it!" So, to reconnect with the incomparable atmosphere of live events, JC is intent on continuing the experience. By his side there is Antonio who has been collaborating with him for several years: he is the perfect candidate to take over and to continue writing the music for JC Animation's success story.

INDISCRÉTIONS

■ SOUVENIR MAGIQUE…
…Je ne devais réaliser qu'un blind test pour une soirée de convention au Palm Beach à Cannes. J'ai finalement fait danser plus de 500 personnes déchainées en chantant près de deux heures !

■ IL EST AUSSI FOU…
…de sport : « le foot mais j'en ai découvert de nouveaux, comme le volley féminin ou le basket, que je suis assidûment ! »

■ IL LUI MANQUE…
… « du temps pour me reposer et voir un peu plus ma petite fille de 2 mois, née le même jour que moi ! »

A MAGICAL MEMORY…
…I had to do a blind test for a party at the Palm Beach of Cannes. I ended getting 500 partygoers to dance and sing madly for close to two hours…

HE IS ALSO MAD ABOUT…
…sports: "football, along with some recent discoveries, such as women's volleyball or basketball, which I follow closely!"

HE DOESN'T HAVE ENOUGH…
…"time to rest and spend with my two-month-old daughter, with whom I share a birthday!"

JEAN-CHARLES

Fondateur de JC Animation

INfo

L'ÉCO AZURÉENNE

KYANITE CONSEIL

LE CHEVAL, NOUVEL ALLIÉ
de la performance des équipes en entreprise !

Votre équipe est-elle à la hauteur des ambitions de votre entreprise ? Vous souhaitez qu'elle exprime pleinement son potentiel ? Vous souhaitez développer votre leadership ou vos talents de négociateur ?

Kyanite Conseil propose un accompagnement des dirigeants, des cadres supérieurs, des managers souhaitant optimiser leurs compétences, développer leur potentiel. 3 étapes : prise de conscience de leur comportement, recherche de solutions et mise en œuvre.
L'objectif : développer la valeur de l'entreprise, générer l'engagement et faire émerger le meilleur de chacun... Grâce à un allié de poids : le cheval ! L'art de manager, de mener les hommes dans l'entreprise présente de nombreuses analogies avec le comportement et l'organisation sociale des chevaux.
Sur la base d'ateliers avec les chevaux, chacun va apprendre à utiliser le verbal et le non verbal, à s'ajuster aux autres, car le cheval met à profit une hypersensibilité pour exprimer ce qui l'entoure.

Intelligence émotionnelle

Laurence travaille en amont avec l'entreprise pour définir les objectifs à atteindre et veille au débriefing pour s'assurer d'une vision partagée. « Pour réaliser ces ateliers, je m'appuie sur 23 années d'expérience dans l'industrie au contact de fournisseurs et d'équipes. Ce que j'en retiens ? La qualité des relations : les bonnes mais aussi les moins bonnes... ! » Les bienfaits de ces ateliers sont multiples : ils permettent de développer la culture d'entreprise, l'écoute des autres et la conduite de projet ; d'accompagner les équipes aux changements ; apprendre à mieux se connaître, gérer les conflits... Dans ce cadre, le concept d'intelligence émotionnelle devient indispensable pour réussir collectivement, prendre de meilleures décisions, entretenir des relations authentiques, de qualité et mieux vivre des situations compliquées. Un concept vulgarisé par Daniel Goleman autour de 5 piliers : la conscience de soi, la maîtrise de soi, la socialisation, l'empathie et la motivation.
Au cœur de cette intelligence se trouve une clé : le lien émotionnel qui rapproche le leader de ses collaborateurs, ou l'entreprise de ses clients et fournisseurs. Venez apprendre avec Laurence à trouver cette clef et à optimiser toutes les étapes de la vie de votre entreprise.

Horses: the new allies to help you boost the performance of your teams!
Is your team doing its best to meet the ambitions of your company? Do you want to make sure it is using its full potential? Do you want to hone your negotiating skills or improve your leadership?

Kyanite Conseil offers its support to CEOs, senior managers, and team leaders who want to optimise their skills and develop their full potential. The process involves three steps: achieving behavioural self-awareness, searching for solutions, and implementing them. The purpose is to increase the value of the company, to generate a higher level of commitment, and to bring out the best in all... and there is an important ally that will get you there: the horse! The art of management and of leading the company's teams holds many analogies with the behaviours and social organisation of horses. By attending workshops focusing on horses, participants learn how to use verbal and non-verbal means of expression and to adjust their behaviour to others, and it is all inspired by horses as they rely on hypersensitivity to express what is happening around them.

Emotional intelligence

Laurence conducts preliminary work with the company to define the specific goals they want to achieve and oversees the debriefing phase to ensure that a shared vision has been reached. "When I hold these workshops, I rely on 23 years of experience of working in close contact with suppliers and teams. What do I draw from it? The quality of relationships: some good, some not so good...!" The benefits of these workshops are multiple: they allow to develop a strong corporate culture, to listen to others when working on a project, to support teams in periods of change, to understand more about oneself, to manage conflict.... In this context, the concept of emotional intelligence is essential to achieve collective success, to make better decisions, to forge and maintain high-quality relationships, and to better handle complicated situations. This concept was popularised by Daniel Goleman around five pillars: self-awareness, self-regulation, people skills, empathy, and motivation.
At the heart of this intelligence there is a key: the emotional bond that brings the leader closer to their team, or that brings the company closer to its clients and suppliers. Come and learn from Laurence where to find this key and optimise each step of your company's life.

KYANITE CONSEIL
RÉINVENTER L'ENTREPRISE PERFORMANTE

Laurence Allançon - 06 26 42 41 66
la@kyanite-conseil.com
www.kyanite-conseil.com

ASD GROUP

ECHANGES INTERNATIONAUX : *ce qui change au 1er janvier*

ASD, spécialiste de la simplification administrative des entreprises dans le contexte de leur développement international, fait le point sur plusieurs règles qui changent en début d'année 2022.

International trade: what changes on the 1st of January
ASD, a leader of administrative facilitation for companies that are developing internationally takes us through several rules that are set to change in 2022.

Entreprises qui faites de l'export, mettez-vous à jour ! Il va tout d'abord y avoir des changements déclaratifs dans le cadre des échanges internationaux dès le 1er janvier 2022.
Les entreprises devront continuer de répondre aux obligations déclaratives lors des ventes ou des achats effectués à des entreprises des pays de l'Union Européenne. Cependant, la déclaration se simplifie et devient uniquement statistique, avec un certain nombre de données nécessaires à renseigner. Dès lors que les entreprises dépasseront le seuil de 460 K€ de ventes faites aux entreprises de l'Union Européenne, elles auront l'obligation de déposer, en plus de la déclaration statistique, une déclaration fiscale mentionnant des informations obligatoires. ASD peut vous accompagner sur toutes vos questions concernant cette déclaration fiscale.

Auto-liquidation de la TVA d'importation : les règles changent

L'auto-liquidation de la TVA à l'importation permet aux entreprises d'éviter le paiement de la TVA lors de l'importation des marchandises en France, en reportant le montant de la TVA due à l'importation sur les déclarations périodiques de TVA, permettant ainsi une optimisation de sa trésorerie.
Cette option est soumise à une autorisation préalable

ASD peut vous accompagner sur toutes vos questions concernant cette déclaration fiscale.

Companies that export, you must stay up to date! There will be declaration changes in the context of international trade starting on the 1st of January 2022.
Companies will continue to have to meet the declaration requirements on sales or purchases made in countries that are not part of the European Union. However, the declaration has been simplified, and has become solely statistical in nature, with certain types of information that must be provided. As soon as companies exceed the threshold of 460K€ in sales to companies of the European Union, they will be required to file, in addition to their statistical statement, a tax statement featuring mandatory information. ASD offers its support for all issues relating to this tax declaration.

Reverse charge procedure of VAT on imports: the rules are changing

The reverse charge procedure of VAT on imports allows companies to avoid paying VAT when importing goods to France, by carrying the VAT amount due to imports forward to regular VAT statements, which allows to optimise cashflows.
This option is subject to preliminary authorisation from the Customs and Taxes services, but to be eligible, the company must meet four conditions.

Les règles d'importation se renforcent au Royaume-Uni : pour vous tenir informés en temps réel et préparer ces changements, contactez ASD pour des solutions sur-mesure en douane et fiscalité.

de la Direction générale des Douanes et Droits indirects sous réserve que l'entreprise importatrice remplisse 4 conditions.
Dès le 1er janvier 2022, le régime devient le régime commun obligatoire et la gestion et le recouvrement de la TVA applicable aux importations seront transférés à la Direction générale des Finances publiques, nécessitant de la part des importateurs des actions spécifiques afin de pouvoir maintenir cette optimisation.

Importation au Royaume-Uni

Les règles d'importation se renforcent au Royaume-Uni et par répercussion, de nouvelles obligations sont nécessaires du côté de l'Union Européenne pour exporter vers le Royaume-Uni.
Les IPAFF (certificats sanitaires des produits alimentaires depuis l'Union Européenne vers le Royaume-Uni) dont la mise en place était initialement prévue au 1er janvier, sont reportés au 1er juillet 2022*.
Attention également : le 1er janvier 2022 signe la fin de la période de transition et les facilités aux exportateurs vers le Royaume-Uni sont terminées. Des mesures spécifiques (contrôles aux frontières) devraient s'intensifier à partir de mars 2022... Pour vous tenir informés en temps réel et préparer ces changements, contactez ASD pour des solutions sur-mesure en douane et fiscalité.

Starting on the 1st of January 2022, this system will become the mandatory common system and the management and recovery of VAT on imports will be transferred to the Department of Public Finances and will require importers to perform specific actions if they want to maintain the optimisation of their treasury.

Imports to the UK

The import rules in the UK are getting more stringent, and as a result, new requirements have been implemented in the European Union for exports to the UK. The IPAFFs (health certificates for food products imported from the EU to the UK), the implementation of which was originally scheduled for the 1st of January, have been postponed to the 1st of July 2022.*
There is also this to remember: the 1st of January 2022 marks the end of the transition period and exemptions for exporters to the UK will be terminated. Specific measures (border controls) should be intensified as from March 2022...
Stay informed in real time so that you can prepare for these changes and contact ASD to discover customised solutions to customs- and tax-related issues.

asd GROUP
+33 (0)4 92 380 805
contact@asd-int.com
www.asd-int.com

* À l'heure où nous publions, les règles sont susceptibles de changer au 1er Janvier
At the time we publish, could be subject to change for the 1st of January

REDUCBOX

DES CADEAUX ET DES ÉCONOMIES *avec la E-Carte*

L'heure est venue de récompenser vos équipes et de marquer une fin d'année riche en émotions et en événements. Pourquoi ne pas proposer à vos employés une carte cadeau comme celle de REDUCBOX ? Les avantages sont multiples ! Et vous allez voir qu'elle est surtout beaucoup plus intéressante pour son détenteur à plus d'un titre…

Gifts and savings with the REDUCBOX e-card

The time has come to reward your teams and to celebrate the end of a year that has been packed with emotions and events. Why not offer your employees a gift card like the one provided by REDUCBOX? The advantages are numerous! You will get to see the many benefits there are in being a card holder…

REDUCBOX est une offre complète, simple et efficace à destination des CSE, TPE, PME et réseaux d'adhérents, sous la forme d'une plateforme d'avantages & loisirs et des modules de subventions, e-carte et remboursement.

Prenons le cas de la E-carte, qui est tout d'abord très facile à générer, car tout va se passer directement sur la plateforme REDUCBOX, en quelques clics. Cette carte de nouvelle génération va ensuite pouvoir être utilisée pour 150.000 offres négociées par la plateforme, tout en profitant des remises négociées sur les bons d'achat, la billetterie, les parcs d'attractions, la presse magazine, les coffrets cadeaux…

Autre avantage non négligeable sur ses concurrentes : elle est « sécable » et donc non spécifique à une marque précise ou limitée à un réseau précis d'enseignes nationales.
Enfin, et c'est un vrai plus, lorsque vos ayant droits convertissent leur E-carte REDUCBOX en bons d'achat remisés, ils gagnent de l'argent et augmentent ainsi leur pouvoir d'achat !

Comment est-ce possible ?

Prenons l'exemple d'Alice qui reçoit 200 € de E-carte de la part de son employeur sur REDUCBOX.
Elle souhaite s'offrir un parfum dans une enseigne et s'acheter de nouvelles chaussures dans une autre. Grâce à REDUCBOX, elle profite d'une remise de 10 % sur chacune de ces deux marques.
Avec sa E-carte REDUCBOX, elle paie 90 € pour commander une E-carte de la marque de parfum d'une valeur de 100 € et 90 € pour

REDUCBOX *c'est* **150.000 offres** *négociées sur* **www.reducbox.com,** *tout en profitant des remises négociées sur les bons d'achat, la billetterie, les parcs d'attractions, la presse magazine, les coffrets cadeaux…*

REDUCBOX is a complete, simple, and efficient offering intended for social and economic committees, small- and medium-sized companies, and networks of members; it comes in the form of a platform of benefits and leisure activities, subsidy modules, and refunds through an e-card.
Let us give you an overview of this special e-card, which is very easy to generate, as it all goes through the REDUCBOX platform, in just a few clicks. This latest-generation card can then be used in 150'000 deals negotiated by the platform, or to take advantage of discounts negotiated on purchase vouchers, event tickets, amusement parks, magazines, gift boxes…
Another substantial advantage it has over its competitors is that it can be divided into different parts, and is therefore not specific to a given brand, or limited to a specific network of retailers.
Finally, and this is a huge advantage, when holders convert their REDUCBOX e-card into vouchers with discounts, they save money and increase their buying power!

How is this possible?

Let us take the case of Alice: she receives €200 on the e-card from her employer through REDUCBOX.
Now, she wants to buy a bottle of perfume in one shop, and a pair of shoes in another. With REDUCBOX, she enjoys a 10% discount on both purchases.
With the REDUCBOX e-card, she pays €90 to order an e-card from the perfume brand that is worth €100, and another €90 to order an e-card from the shoe brand that is worth €100. She therefore spends €180 on e-cards through REDUCBOX and makes savings of €20. And those €20 on her e-card remain in her account!

For Christmas, I can also subsidise my beneficiaries by offering them a gift card for the "Christmas URSSAF event".

commander une E-carte de la marque de chaussures d'une valeur de 100 €. Elle dépense donc 180 € de E-carte sur REDUCBOX et gagne 20 € de pouvoir d'achat. Il lui reste même 20 € de E-carte sur son compte !

Pour Noël, je peux aussi récompenser mes ayants droit en leur offrant une E-carte cadeau pour " l'événement URSSAF de Noël ".
Avec la E-carte cadeau, je remplace ainsi le versement d'une prime de fin d'année en économisant sur les charges sociales associées. C'est particulièrement intéressant et astucieux et le salarié y gagne plus en argent et en possibilité d'utiliser sa cagnotte (la cagnotte comprend la e-carte mais aussi la subvention, versée en fonction des catégories URSSAF) sur les offres remisées de la plateforme REDUCBOX.
La E-carte peut-être distribuée pour d'autres évènements URSSAF que Noël aux salariés concernés (naissance, adoption, mariage, pacs, retraite, rentrée scolaire...). Jusqu'à 171 € / an et par évènement sont exonérés de charges sociales par salarié.

Pour Noël, je peux aussi récompenser mes ayants droit en leur offrant une E-carte cadeau pour " l'événement URSSAF de Noël ".

With e-card, I replace the payment of an end-of-year bonus and make savings on the associated wel-fare taxes. This is particularly clever and smart as the employee earns more money and is able to use his earnings (the kitty includes the e-card but also the subsidy, paid according to URSSAF categories) on discounted offers available on the REDUCBOX platform.
The E-card can be distributed for other URSSAF events than Christmas to the employees concerned (birth, adoption, marriage, civil partnership, retirement, start of the school year ...). Up to €171/year/employee are exempt of welfare taxes.

REDUCBOX
Accélérateur de bons plans

Contactez-nous ! 04 12 04 00 13
contact@reducbox.com
www.reducbox.com

MP PRODUCTION

L'image SUR-MESURE

Avec MP Production, Matthieu Pesini a fait de sa passion une expertise recherchée : la réalisation vidéo, qu'il met au service de votre entreprise, pour le type de support de communication le plus adapté à vos besoins.

La période est plus que jamais propice pour mettre en avant ses compétences et son savoir-faire, sur les réseaux sociaux comme dans les différents médias à même d'offrir à vos produits, services et à votre marque, une visibilité forte. Matthieu Pesini, vidéaste fondateur de MP Production, est aussi partenaire et ami de IN Magazine et IN Club : il met en scène toutes les folies imaginées par la IN Team ! Teasers, reportages, vidéos de présentation : l'homme de l'art s'est plus généralement spécialisé dans la composition de votre storytelling et saura mettre en image ce qui fait vraiment de vous une entreprise unique.

Innovation

Il sait aussi travailler en lien avec l'ensemble des éléments de communication liés à votre histoire, afin de ne déployer que l'univers vidéo dont vous avez besoin : information, divertissement, promotion de vos produits ou services...

En recherche constante d'innovation et de nouveautés, MP Production, ce sont aussi des prestations de captation en direct, de type Plateau TV, pour proposer à vos équipes ou à vos partenaires de communiquer dans un format très séduisant, novateur et encore plus professionnel. Drones, système pour vidéo sous-marine, matériel dernier cri : Matthieu Pesini et son équipe proposent un large panel de moyens techniques adaptés aux besoins les plus variés de la réalisation vidéo.

MP Production

MP Production - 06 08 00 26 28
contact@mpproduction.net
www.mpproduction.net

Customised images

With MP Production, Matthieu Pesini has turned his passion into highly sought-after expertise: he creates corporate videos on the communication formats that are best suited to his customers' needs.

Now is the time to showcase your skills and know-how on social media or across different formats and to make your products, services and brand highly visible.

Matthieu Pesini, videographer and founder of MP Production is also a trusted partner and friend of IN Magazine and IN Club: he produces all the mad ideas the IN Team comes up with! As a true artist, he creates teasers, documentaries, and presentation videos, and is more specifically specialised in storytelling. He knows how to highlight the aspects that contribute to the uniqueness of a company.

Innovation

He is also an adept at working exclusively on the communication elements that are associated with the history of your company, ensuring that the video universe being deployed is the one you need: information, leisure, promoting your products or services...

Constantly on the lookout for innovative ideas, MP Production also offers live broadcasting services, with a TV set, allowing your teams and partners to communicate in a highly appealing, revolutionary, and professional format.

Drones, underwater video systems, cutting-edge equipment: Matthieu Pesini and his team offer a wide range of technical means adapted to your video creation needs, whatever these may be...

INNOVATION AGRITECH

Mycophyto accélère LA TRANSITION AGROÉCOLOGIQUE

Après avoir remporté de nombreux prix, l'entreprise a été lauréate, en juin 2019, du concours national de recherche -iLab. Reconnue par BPI comme l'une des Agritech - Deeptech à suivre, Mycophyto vient de franchir cet été un nouveau palier en étant successivement lauréate du concours ADD (Aide au Développement Deeptech) en juin 2021, porté par BPI France, puis lauréate du concours i-Nov en août 2021, opéré par l'Ademe.

Mycophyto accelerates the agroecological transition
After winning numerous prizes, the company was the winner, in June 2019, of the national research competition -iLab. Recognized by BPI as one of the Agritech - Deeptech to follow, Mycophyto has just reached a new level this summer by being successively winner of the ADD competition (Aide au Développement Deeptech) in June 2021, carried by BPI France, then winner of the i-Nov competition in August 2021, operated by Ademe.

Grâce à cette double reconnaissance, Mycophyto va pouvoir asseoir encore davantage sa crédibilité dans le monde de l'Agritech et transformer ses travaux de recherche et développement en solutions disponibles à grande échelle pour accompagner les agriculteurs dans leur transition agroécologique et leur permettre de proposer des produits sains, respectueux de la nature et économiquement viables. Répondant à un projet ambitieux (enveloppe de 2,1 M€), l'Aide au Développement Deeptech avec le **projet Mycophyto 2.0** va permettre à la startup de mettre en place la plus grande **biobanque européenne de Champignons Mycorhiziens Arbusculaires (CMA),** de configurer et déployer son outil de production à très grande échelle et de finaliser le développement de son algorithme de prédiction (qui permet de définir le meilleur Mix de champignons pour un terroir et une culture donnés).

Le projet iNOV MycoAgri, dont l'enveloppe totale dépasse les 700 K€, est un projet d'innovation et de R&D qui a pour but d'accompagner l'accélération de Mycophyto dans la mise en œuvre de solutions industrielles (production de masse) de biostimulation. Une levée de fonds est en cours, pour un montant de 6 M€. Elle doit permettre de pousser l'accélération de Mycophyto dans sa vente de produits finis et son industrialisation. Pour cela les fonds de la levée sont orientés sur des capex (dépenses d'investissement) dans la partie production avec la création de deux fermes (mycofarm) et l'équipement de nouveaux laboratoires de R&D permettant d'accueillir la biobanque, les projets de R&D (iNov et Aide au développement deeptech) et l'équipe renforcée. Cette R&D est orientée sur la levée des verrous techniques à l'industrialisation. Ces fonds sont également positionnés sur l'accélération du développement commercial, incluant un renforcement de l'équipe et l'équipement numérique/outils. Enfin des capex sont également positionnés afin d'industrialiser les étapes de réalisation contrats par des équipements agricoles et de formulations.

Thanks to this double recognition, Mycophyto will be able to further establish its credibility in the world of Agritech and transform its research and development work into solutions available on a large scale to support farmers in their agroecological transition and enable them to offer healthy, respectful of nature and economically viable products.
Responding to an ambitious project (€ 2.1 million envelope), Deeptech Development Assistance with the ***Mycophyto 2.0 project*** *will allow the startup to set up the largest* ***European biobank of Arbuscular Mycorrhizal Fungi (CMA),*** *to configure and deploy its production tool on a very large scale and finalize the development of its prediction algorithm (which makes it possible to define the best mix of mushrooms for a given terroir and culture).*
The iNOV MycoAgri project, *whose total budget exceeds 700 K €, is an innovation and R&D project which aims to support the acceleration of Mycophyto in the implementation of industrial solutions (mass production) biostimulation.*
Fundraising is underway for an amount of € 6 million. It should make it possible to push the acceleration of Mycophyto in its sale of finished products and its industrialization. To do this, the fundraising funds are oriented towards capex (investment expenditure) in the production part with the creation of two farms (mycofarm) and the equipment of new R&D laboratories to accommodate the biobank, R&D development projects (iNov and Deeptech Development Assistance) and the reinforced team. This R&D is geared towards lifting the technical barriers to industrialization. These funds are also positioned on accelerating business development, including team building and digital equipment / tools. Finally, capexes are also positioned in order to industrialize the stages of contract fulfillment with agricultural equipment and formulations.

MYCOPHYTO
Cultivons l'équilibre de la nature
www.mycophyto.fr

TENDANCES

La filière numérique RECRUTE !

C'est une réalité : il est important de le rappeler en ces périodes d'incertitudes économiques, la Côte d'Azur est une formidable pourvoyeuse d'emplois et cherche de nombreux talents, particulièrement dans les métiers du numérique.

The IT sector is recruiting!
It's a reality: it is important to remember in these times of economic uncertainty, that the Côte d'Azur is a formidable creator of employment and is seeking numerous talents, particularly in the IT professions.

Plus que jamais, la filière se montre attractive, comme en témoigne d'ailleurs le succès du salon Talent In Tech, organisé par la CCI Nice Côte d'Azur à Sophia Antipolis en cette fin d'année. Plus globalement, on estime à près de 6 000 le nombre de recrutements prévus en région Sud dans cette filière. Le secteur numérique, qui compte environ 800 000 salariés dans l'Hexagone (ce qui correspond à près de 3 % de l'emploi total en France), est en tension et recrute massivement. Codage, gestion des données, cyber-sécurité : les besoins sont réels et nombreux.

A Sophia, le seul salon Talent In Tech propose ainsi **500 emplois** issus de **85 entreprises** implantées localement, mais ouvre aussi ses portes à tous les candidats à une reconversion professionnelle ou recherchant une formation adéquate dans le digital. Demandeurs d'emploi, porteurs de projet entrepreneurial, étudiants en quête de métiers d'avenir : 15 parcours de formation y ont d'ailleurs été identifiés sur le territoire, en pointe sur ces questions. Certaines spécialités y bénéficient d'un environnement universitaire et professionnel d'excellence : **Labellisée 3IA** (pour Institut Interdisciplinaire de l'Intelligence Artificielle), la Côte d'Azur compte déjà cinq formations et écoles d'été autour de l'intelligence artificielle. Deux diplômes d'Université Côte d'Azur sont déjà labellisés : le Master Data Science & AI et le Master Engineers for Smart City.

The sector is more attractive than ever, as demonstrated by the success of the Talent In Tech exhibition, organised by the CCI of Nice Côte d'Azur in Sophia Antipolis at the end of this year. More generally, the number of recruitments planned in the Sud region in this sector is estimated at approximately 6000. The IT sector, which has approximately 800,000 employees in France (which corresponds to approximately 3% of total employment in France), is strong and recruiting massively. Coding, data management, cyber security: the requirements are substantial and numerous.

In Sophia, the Talent In Tech exhibition alone ***offers 500 jobs from 85 local companies,*** *and also opens its doors to all candidates for professional retraining or seeking suitable training in the digital sector. Jobseekers, entrepreneurial project leaders, students seeking the professions of the future: 15 training programs have been identified in the area, at the cutting edge on these matters. Certain specialities benefit from an excellent university and professional environment:* ***called 3IA*** *(Institut Interdisciplinaire de l'Intelligence Artificielle or Interdisciplinary Institute for Artificial Intelligence), the Côte d'Azur already has five training programs and summer schools for artificial intelligence. Two diplomas at the Université Côte d'Azur already called: the Masters in Data Science & AI and their Master in Engineers for Smart City.*

www.talentintech.fr
www.cote-azur.cci.fr

CCI NICE CÔTE D'AZUR

JOB DATING I CONFÉRENCES I FORMATION

TALENT IN TECH

LA RENCONTRE DES MÉTIERS DU NUMÉRIQUE

#TalentInTech

JEUDI 2 DÉCEMBRE 2021

9h - 14h

AZUR ARENA

ANTIBES

SOPHIA ANTIPOLIS

Entrée gratuite

inscription et information

talentintech.fr

CCI NICE CÔTE D'AZUR

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

pôle emploi

NESPRESSO. PROFESSIONNEL

SCALIAN

cesi CAMPUS D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE FORMATION PROFESSIONNELLE

42 NICE Région Sud

apec

La FRENCH TECH CÔTE D'AZUR RÉGION SUD

Interreg ALCOTRA

INmagazine

LA TRIBUNE

Le réseau des CCI PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

ANTIBES Juan-les-Pins

IN my city

L'actualité des municipalités azuréennes

HOMMAGE
à Pierre Laffitte

Pierre Laffitte nous quittait le 7 juillet dernier. Le créateur de la technopole de Sophia Antipolis, scientifique visionnaire et humaniste, fut le fervent défenseur de la fertilisation croisée entre chercheurs, enseignants et industriels. Ingénieur géologue, il est nommé en 1963 sous-directeur de l'École des Mines de Paris, puis directeur de 1974 à 1984. A Sophia Antipolis, le Campus de l'Ecole des Mines porte son nom et une plaque commémorative en son honneur y a tout récemment été dévoilée.

In honor of Pierre Laffitte
Pierre Laffitte died on July 7th. The creator of the Sophia Antipolis technopole, visionary and hu-manist scientist, was the fervent defender of cross-fertilization between researchers, teachers and industrialists. A geological engineer, in 1963 he was appointed deputy director of the École des Mines de Paris, then director from 1974 to 1984. In Sophia Antipolis, the Campus of the Ecole des Mines bears his name and a commemorative plaque in his honor was just recently unveiled.

STUDIOGentile®
Traduction • Formation • Interprétariat

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

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

Subtitling
Voice-over
Corporate videos, mulimedia guides, DVD notices...

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

Free same-day quote - Confidentiality

afaq ISO 9001 Qualité AFNOR CERTIFICATION

Depuis 10 ans à Monaco

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

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

VILLE DE VALBONNE SOPHIA ANTIPOLIS

Joyeuses Fêtes

GARBEJAIRE
13 - 15
DECEMBRE

VALBONNE VILLAGE
22 - 24
DECEMBRE

Marché de Noël - Expositions
Animations - Spectacles

Programme à retrouver sur
www.valbonne.fr

VSA VILLE DE VALBONNE SOPHIA ANTIPOLIS

INFOS : 04 93 12 34 50

RFM

Noël

à Antibes Juan-les-Pins

du 26 nov. au 3 janv.

Village de Noël
Patinoire à la Pinède de Juan-les-Pins
Petite Ferme et animations
Concerts et Manèges

programme complet des animations sur
www.antibes-juanlespins.com

CANNES LERINS

CANNES BASTIDE ROUGE, *pôle d'excellence de l'économie créative et des métiers de l'image*

Avec la première rentrée universitaire du Campus Georges Méliès à Cannes, c'est une étape majeure du grand projet Cannes Bastide Rouge qui se dessine pour l'agglomération présidée par David Lisnard.

Cannes Bastide Rouge, a centre of excellence for the creative economy and the television and cinema industry
The first university term of the Georges Méliès Campus in Cannes marks a major step of the great Cannes Bastide Rouge project for the agglomeration chaired by David Lisnard.

En septembre dernier, plus de 1 000 étudiants découvraient le nouveau Campus Georges Méliès à Cannes. Une rentrée très remarquée qui s'inscrit dans le cadre du développement d'un pôle d'excellence dédié à l'économie créative et aux métiers de l'image au cœur de la capitale mondiale du cinéma. Sur place, la Cité des entreprises accueille déjà 13 sociétés et plus de 50 salariés dans la production audiovisuelle, les médias, la publicité, la réalité virtuelle et même la création d'écrans sphériques innovants, d'enceintes connectées fabriquées sur place... Côté universitaire, le Campus permet de dispenser - sur plus de 4400 m² - 35 formations, du DUT au Doctorat, pour la plupart uniques en France et en Europe.

Cannes Bastide Rouge, ce sont aussi des studios de captation, de post-production et de projection pour tous les pros de l'audiovisuel, des espaces événementiels avec possibilité de tournage et diffusion en direct ou encore le Multiplexe cinématographique « Cineum Cannes » qui compte 12 salles, 2 426 fauteuils et des espaces de restauration. Avec de telles installations, la première ville française (hors Paris) d'accueil de festivals et salons professionnels dispose ici d'un outil de travail exceptionnel et unique, déjà très apprécié pour des tournages tels que l'émission « C'est Canteloup » sur TF1 avec Alessandra Sublet.

Pour Laure Cayla, qui dirige la Cité des Entreprises et les Studios de production Bastide Rouge, cette unité de lieu permet « une fertilisation croisée entre le monde académique et professionnel en réunissant - sur un même site - étudiants, enseignants-chercheurs et entreprises du monde de l'audiovisuel ».
Sur le sujet, Cannes avait déjà mis en place des résidences d'écriture, lors du Festival International du Film et de Canneséries, prémices d'un travail plus abouti sur le sujet de l'économie créative. Pour David Lisnard, « Il faut garder nos jeunes à Cannes, pour l'avenir de notre cité. C'est pourquoi nous agissons pour permettre à ceux qui le désirent de se former, de rester vivre et de travailler à Cannes. Le Campus Georges Méliès est un maillon phare de notre stratégie de développement de l'économie créative et positionne Cannes comme LA capitale des métiers de l'écriture. »

Last September, more than 1'000 students discovered the new Georges Méliès Campus in Cannes. This start of the university year was highly anticipated and heralded the development of a centre for excellence for the creative economy and the television and cinema industry, right at the heart of the world's capital of films. The Cité des Entreprises already boasts some 13 companies and 50 employees working in audio-visual production, media, advertising, virtual reality, and even the creation of innovating spherical screens, along with connected and locally produced loudspeakers... In the University, the Campus covers some 4'400 m² and in it 35 courses are taught, from DUT level to PhD level, most of which are unique in France and Europe.
Cannes Bastide Rouge also features recording, post-editing, and screening studios for all professionals working in the audio-visual industry, with areas to hold events, cinema sets, live television sets, or the "Cineum Cannes" centre that boasts 12 theatres, 2'426 seats and various eateries. With these facilities, the city that organises the most festivals and fairs in France (outside Paris) now has an exceptional and unique tool that is already very popular for shooting various TV shows, such as the "C'est Canteloup" show on TF1 with Alessandra Sublet.
For Laure Cayla, who is in charge of the Cité des Entreprises and the Bastide Rouge production studios, this unity of space "helps create some measure of crossbreeding with the academic world and the professional world, bringing together in one site students, teachers, researchers, and audio-visual companies". Besides, Cannes had already created writing residences, during the Cannes Film Festival and Canneséries, premising more work to further the creative economy. According to David Lisnard, "We must keep our youths in Cannes, for the future of our city. That is why we act, to allow those who want to be trained, and to remain in Cannes to live and work. The Georges Méliès Campus is a key indicator of our strategy to develop the creative economy and is positioning Cannes as THE capital of creative writing. "

Cannes Bastide Rouge
216 av Francis Tonner à Cannes La Bocca
(Accès direct A8 sortie 41)
Tél. : 04 22 21 51 00
contact@bastiderouge.com
www.bastiderouge.com

EXPOSITION

LE KHÔL, SECRET D'UN REGARD *envoûtant venu d'Orient*

Le Musée International de la Parfumerie à Grasse organise à partir du 3 décembre 2021 une exposition consacrée au khôl autour de l'acquisition d'une collection particulière de pots à khôl offerte en don au musée en 2016 par Mme Françoise Leblanc et présentée pour la première fois au public. Le Musée International de la Parfumerie poursuit sa découverte de l'univers des cosmétiques du XXe siècle dans le monde entier en consacrant son exposition estivale de 2021 à l'histoire de la poudre de beauté en Occident avant d'explorer, cet hiver, l'univers mystérieux et envoûtant du khôl en Orient. Utilisé dès l'Antiquité par les Egyptiens, le khôl revêt à la fois une fonction sociale, religieuse et médicinale. Son usage s'est diffusé dans tout le bassin méditerranéen, en Arabie et dans une partie de l'Asie, où il souligne le regard des femmes mais également celui des hommes.

Pot à khôl - XXe s.,Sultanat d'Oman - Bronze - Musée International de la Parfumerie, inv. 2016.9.75 - Don Leblanc

The secret of spellbinding look from the east

On 3 December 2021, the International Perfume Museum in Grasse will unveil an exhibition on kohl, around the acquisition of a private collection of kohl pots which Françoise Leblanc donated to the museum in 2016. This is the first time they will be on display to the public. The museum is continuing to explore 20th-century cosmetics from around the world with its 2021 summer exhibition dedicated to the history of beauty powder in the West before delving into the mysterious and spellbinding world of kohl in the East this winter. Used since ancient times by the Egyptians, kohl has a social, religious and medicinal function. Its use spread throughout the Mediterranean basin, within the Arabian Peninsula and to parts of Asia, where it is used to highlight women's and men's eyes.

Ouvert tous les jours de 10 à 17 h 30 - Tarif 6 € - Musée International de la Parfumerie - 2 Bd du Jeu du Ballon - Grasse **- www.museesdegrasse.com**

INNOVATION

LES LABOS D'ANALYSE 2PIP APC *s'implantent à Grasse*

Au cœur du territoire du Pays de Grasse, l'Espace Jacques-Louis Lions est un lieu hybride, dédié à l'innovation et à la création. Il accueille désormais l'Institut d'Innovation et de Partenariats Arômes Parfums Cosmétiques de l'Université Côte d'Azur.

2PIP APC analysis labs set up in Grasse

In the heart of the Pays de Grasse territory, the Espace Jacques-Louis Lions is a hybrid place, dedicated to innovation and creation. It now hosts the Institute of Innovation and Partnerships Aromas Perfumes and Cosmetics of the University of Côte d´Azur.

L'Espace Jacques-Louis Lions se veut une destination privilégiée pour la R&D, l'innovation et l'entreprenariat. Depuis le 1er septembre, il accueille les chercheurs de l'Université Côte d'Azur et du Campus des métiers et des qualifications, occupant l'Institut d'Innovation et de Partenariats Arômes Parfums Cosmétiques (2IP APC). Une installation qui confirme la volonté politique ambitieuse d'attractivité portée par la Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse autour de l'accompagnement du cluster Parfum, Arôme, Cosmétique, l'ADN du Pays de Grasse.

The Espace Jacques-Louis Lions is intended to be a privileged destination for R&D, innovation and entrepreneurship. Since September 1, it has been welcoming researchers from the Côte d´Azur University and the Trades and Qualifications Campus, occupying the Institute of Innovation and Partnerships Aromas Perfumes Cosmetics (2IP APC). An installation which confirms the ambitious political will of attractiveness carried by the Agglomeration Community of the Pays de Grasse around the support of the Perfume, Aroma, Cosmetics cluster, the DNA of the Pays de Grasse.

« Lieu de fertilisation croisée, l'Institut a pour vocation de favoriser le lien avec l'entreprise et assurer la connexion effective et les interactions entre recherche fondamentale et innovation autour d'une plateforme technologique/ partenariale de très haut niveau. Ainsi réunit-il les acteurs de la recherche, de l'enseignement et du monde socio-économique dans une logique collaborative visant à la fois à comprendre les solutions existantes, nouveaux besoins et perspectives d'évolution dans les domaines d'activité stratégique identifiés telles que parfumerie, cosmétique, ingénierie olfactive, santé et bien-être » explique Jeanick Brisswalter, Président d'Université Côte d'Azur.

"A place of cross-fertilization, the Institute's vocation is to promote the link with the company and ensure the effective connection and interactions between fundamental research and innovation around a very high-level technological / partnership platform. Thus, it brings together stakeholders in research, education and the socio-economic world in a collaborative logic aimed at both understanding existing solutions, new needs and prospects for development in the areas of strategic activity identified such as: as perfumery, cosmetics, olfactory engineering, health and well-being "explains Jeanick Brisswalter, President of Université Côte d'Azur.

GRASSE

MUSÉE INTERNATIONAL DE LA PARFUMERIE

FRANCE - CÔTE D'AZUR

Le Khôl

Le secret d'un regard envoûtant venu d'Orient

Du 3 décembre 2021 au 13 mars 2022

musée international de la PARFUMERIE

Pays de Grasse communauté d'agglomération

SUIVEZ-NOUS ! FOLLOW US · SEGUICI

WWW.MUSEESDEGRASSE.COM

Direction de la communication CAPG. Image ©Shutterstock - Création visuel : Studio C'Graphik

INtensité

EVASION, SPORT ET MOBILITÉ

BYMYCAR FLEX : *l'abonnement auto sans engagement, en toute liberté !*

BYmyCAR, pionnier de l'innovation sur les questions de mobilité, lance l'abonnement auto, sans engagement et sans apport : une révolution ! Le groupe soutient également l'arrivée à Nice de Marcel, le réseau de VTC à la française, éthique vis-à-vis de ses collaborateurs, de ses clients, comme de la planète. Elise Potola, qui dirige BYmyCAR sur la Côte d'Azur, fait le point sur ces nouveautés.

Elise Potola, Directeur Général BYmy)CAR Côte d'Azur

Elise, en quoi consiste le lancement de cette nouvelle offre d'abonnement auto, unique en son genre sur la Côte d'Azur ?

Nous réfléchissions depuis longtemps à apporter une réponse simple et concrète à la question de la flexibilité de la mobilité en voiture. Avec « BYmyCAR Flex », nous lançons une formule unique d'abonnement auto, de 1 à 12 mois, sans aucun engagement de durée, à loyer mensuel fixe, sans apport et complète : location de la voiture, entretien, assurance, rapatriement. Cette offre est disponible dans 5 concessions françaises de BYmyCAR, dont Mercedes Villeneuve-Loubet, où nous proposons une sélection de véhicules Mercedes et SMART de notre parc de VO. Elle peut être contractée par un particulier comme par une entreprise et en 5 minutes en concession, vous savez si vous y êtes éligible. Seules conditions obligatoires : avoir au minimum 21 ans et deux ans de permis de conduire.

Que comprend-elle, par rapport au seul leasing ?

Outre le non-engagement et l'offre complète, vous avez droit à une journée de location courte durée de véhicule par mois, cumulable sur deux mois. Ce qui vous permet de disposer temporairement, d'un autre type de véhicule : fourgon, utilitaire, van, pour une utilisation différente de la voiture. Avec l'abonnement, vous avez également droit à 10 % de réduction sur le service de Marcel...

Mais qui est donc ce Marcel, VTC à la Française ?

BYmyCAR a investi dans cette entreprise de VTC, qui, en plus d'offrir un service de qualité accessible à tous, répond aux préoccupations sociales et environnementales des citoyens. A ce jour, 1 chauffeur sur 3 est équipé d'un véhicule hybride ou électrique, ce qui a déjà permis à la plateforme de réduire de 20 % ses émissions par kilomètre parcouru. Disponible à Paris, Lyon et Nice, vous pouvez télécharger Marcel sur toutes les plateformes d'applications. Avec votre abonnement auto, vous gagnez 10 % de réduction en utilisant Marcel.

BYmyCAR Flex: the car subscription scheme that gives you total freedom!

BYmyCAR, a pioneer and innovator in all matters relating to mobility, is launching a brand-new car subscription scheme. This non-binding offer does not have any hidden starting costs: it is revolutionary! The group also supports the introduction of Marcel in the city of Nice. Marcel is a network of French-made hybrid bicycles that is ethical towards its employees, its clients, and the planet. Elise Potola, who is in charge of BYmyCAR operations in the French Riviera, walks us through these new releases.

Elise, could you tell us about the launch of this new car subscription, the first of its kind in the French Riviera?

We have been thinking long and hard about providing a simple and real solution to the question of flexibility in terms of car mobility. With "BYmyCAR Flex", we are launching a unique car subscription scheme, from one to 12 months, with no strings attached. For a monthly fixed rent that covers all costs and without a subscription fee, users enjoy a full service: car rental, maintenance, insurance, and repatriation. This offer is available in all five French BYmyCAR dealerships, including the Mercedes dealership in Villeneuve-Loubet, where we offer a range of Mercedes and SMART models from our fleet of second-hand cars. Both individual customers and companies can take out the subscription, and it only takes five minutes in one of our dealerships to find out if you are eligible. The only conditions are being at least 21 years of age and having had a driving licence for two years.

What does the subscription include, compared with a simple car lease?

In addition to the fact that there are no strings attached and that this is a complete offer, you are entitled to a day of short-term car rental per month, cumulated over two months. This allows you to use any other type of vehicle when you need a different kind of car: van, truck, utility vehicle. With the subscription, you are also granted a 10% discount on the Marcel service...

So, what is Marcel, the French network of hybrid bicycles?

BYmyCAR has invested in this company that makes hybrid bicycles. In addition to providing a high-quality service that is open to all, it also addresses the population's social and environmental concerns. Today, one out of three drivers drives a hybrid or electric car, which has allowed the platform to reduce by 20% the emissions for each kilometre travelled. Available in Paris, Lyon, and Nice, you can download Marcel from any app provider. And, with your car subscription, you get a 10% discount when you use Marcel.

BYmyCAR CÔTE D'AZUR

Tout savoir sur ces offres mobilité sur **bymycar.fr**

L'ÉVÉNEMENT DU DÉBUT D'ANNÉE 2022

azurarena antibes

TIM BLUE NIGHT

DÉBUT DE LA SOIRÉE À 19H00

MARDI 11 JANV. DENAIN

VENEZ CELEBRER LA LÉGENDE DES SHARKS
LORS DE LA CÉRÉMONIE DE RETRAIT
DE SON MAILLOT NUMÉRO 4

COMMENT VENIR ?

AZURARENA ANTIBES
250 RUE EMILE HUGUES 06600 ANTIBES

STADE DES TROIS MOULINS BUS // TRAM Antibes <> Sophia **AZURARENA - LIGNE A**

ANTIBES SHARKS CÔTE D'AZUR

POURQUOI ASSISTER À UNE #SOIRÉESHARKS?

MATCH DES SUPERS HÉROS
VENDREDI 10 DEC. ALSACE

MATCH DE NOEL
JEUDI 23 DEC. BLOIS

Une ambiance familiale

Des animations pour tous

Du show tout au long de la soiree

Sharky

POUR ACHETER VOS PLACES

- BILLETTERIE EN LIGNE : SHARKS-ANTIBES.COM
- OFFICE DU TOURISME ANTIBES JUAN-LES-PINS
- SUR PLACE AU GUICHET LES SOIRS DE MATCH

numaya

FAÎTES LE PLEIN... D'AIR

INCENTIVE
TEAM BUILDING
CADEAUX D'ENTREPRISE

VALORISER VOTRE ENTREPRISE

Votre rallye d'entreprise Numaya est organisé selon vos envies: aventures, découvertes... Une idée originale pour renforcer la cohésion d'équipe au sein de votre entreprise.

Une activité fun et récréative qui marque les esprits de vos clients et de vos salariés !

OFFRES INDIVIDUELLES
COFFRETS CADEAUX

Roadbooks personnalisés

Conduisez sur les traces de l'historique rallye de Monte-Carlo, sur les pistes de terres de l'arrière-pays, jusqu'aux plages de la French Riviera.

Faites plaisir à coup sûr !

www.numaya.fr resa@numaya.fr 06 69 63 00 25

MMD
events

BRANDING | PRODUCTION D'EVENEMENTS
EVENT DESIGN | VENUE SOURCING
COORDINATION SUR SITE | ANIMATIONS
CONSULTING | EVENEMENTS PRIVES

MMD Events aide les entreprises à travers le monde à créer et mettre en place une solution événementielle complète, en utilisant des idées novatrices, des ressources sans limites et une grande expertise des événements et congrès à Cannes.

MMD Events Management - 24 allée Charles Nungesser - 06210 Mandelieu La Napoule - FRANCE
06 27 09 10 22 - contact@mmd-events.com - mmd-events.com

PROVENCAL GOLF

Réinventer LE GOLF

Le plus beau 9 trous de la région Paca se réinvente et garde un coup d'avance !
Au Provençal Golf, Les dernières technologies s'implantent avec l'arrivée de Top Tracer et d'un Callaway Performance Center. Un practice unique et connecté qui va proposer un entraînement ludique et toujours plus personnalisé.

Reinventing golf
The most beautiful 9-hole course in the Paca region is reinventing itself and staying one step ahead! At Provençal Golf, the latest technologies are being introduced with the arrival of Top Tracer and a Callaway Performance Center. A unique and connected practice which will offer a fun and ever more personalized training.

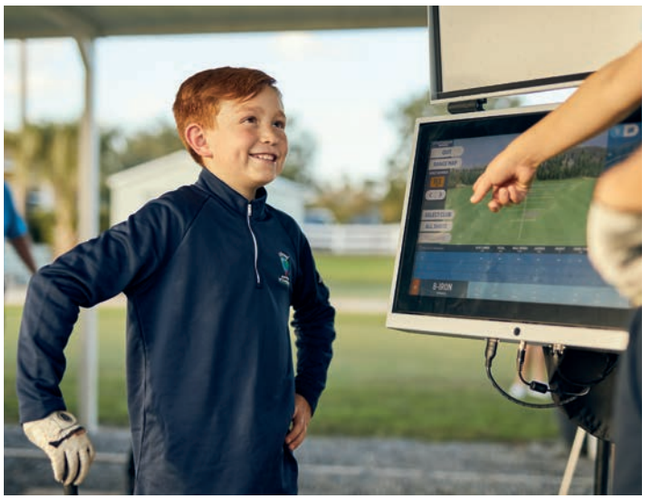
Jean-Jacques Gonzales, PDG de Dream Golf et sa directrice Nathalie Oneglia ont opté pour valoriser ce changement avec l'objectif de créer l'enthousiasme de nouveaux clients, des plus « branchés » aux plus exigeants. Toujours soucieux de développer le Restaurant « Le Club » et « Le Provençal Golf », Jean-Jacques Gonzales a su trouver la recette gagnante : elle se base sur deux ingrédients principaux, bien manger & bien bouger pour associer le plaisir de progresser et le bien-être !

Top Tracer : technologique et ludique

Top Tracer, qui sera installé en janvier au Provençal Golf, est l'outil qui va permettre de séduire les novices, les joueurs confirmés, les enfants, les seniors, les entreprises... Cette technologie permet de concilier en temps réel la vitesse, la hauteur, le spin, la distance à la cible : des informations précieuses, du débutant au professionnel. Un outil remarquable qui offre également plusieurs modes pour s'amuser (en mode ludique et amateur) ou se perfectionner au plus haut niveau : analyses de trajectoires, concours de précision, de drive, parcours virtuels, défis avec les amis... Vous découvrirez

Très bientôt, un magnifique practice à étage de 52 tapis (dont 25 dotés de Top Tracer) avec espace restauration, studio d'entrainement…

Jean-Jacques Gonzales, CEO of Dream Golf and its director Nathalie Oneglia have opted to promote this change with the objective of creating the enthusiasm of new customers, from the most "connected" to the most demanding. Always keen to develop the Restaurant "Le Club" and "Le Provençal Golf", Jean-Jacques Gonzales has found the winning recipe: it is based on two main ingredients, eating well & moving well to combine the pleasure of progress and the good -to be !



un practice éclairé pour des soirées de défis autour de cocktails et tapas. Et très bientôt, un magnifique practice à étage de 52 tapis (dont 25 dotés de Top Tracer) avec espace restauration, studio d'entrainement...Côté Centre d'entrainement, notons l'arrivée de Franck Lorenzo Vera, entraineur de joueurs professionnels et entraineur national. Avec lui, c'est une équipe de coachs au complet avec des spécificités techniques différentes qui peuvent répondre aux besoins des joueurs de tous âges, nationalités et de tous niveaux.

Prochainement, un nouvel espace Rebalance Impulse

Rebalance ® Impulse est une machine révolutionnaire qui associe pour la première fois au monde, au sein d'un même programme de soins, le meilleur des neuro-sciences appliquées, des neuro-technologies, de la sonothérapie, de la chromothérapie et de l'ergonomie zéro gravité pour aboutir à l'expérience la plus efficace jamais observée en matière de diminution du stress et d'augmentation de la vitalité. Après quelques séances de 30 minutes, et parfois dès la première, chacun découvre son mode de relaxation idéal et les clés de son propre contrôle du stress à long terme. Le stress diminue, le niveau de vitalité augmente, signe d'un équilibre retrouvé.

La technologie Top Tracer permet de concilier en temps réel la vitesse, la hauteur, le spin, la distance à la cible : des informations précieuses, du débutant au professionnel.

Top Tracer: technological and fun

Top Tracer, installed at Provençal Golf in january, is the tool that will appeal to novices, experienced players, children, seniors, companies ... This technology makes it possible to reconcile speed, height, spin in real time. , the distance to the target: valuable information, from beginners to professionals.

A remarkable tool which also offers several modes to have fun (in fun and amateur mode) or to improve at the highest level: trajectory analyzes, precision competitions, drive, virtual courses, challenges with friends ... In the meantime, you will discover an illuminated practice for challenging evenings around cocktails and tapas. And very soon, a magnificent practice floor with 52 mats (25 of which are fitted with Top Tracer) with catering area, training studio ... On the Training Center side, note the arrival of Franck Lorenzo Vera, coach of professional players and national coach. With him, it's a whole team of coaches with different technical specifications that can meet the needs of players of all ages, nationalities and levels.

Coming soon, a new Rebalance Impulse Space

Rebalance ® Impulse is a revolutionary machine that combines for the first time in the world, within a single treatment program, the best of applied neurosciences, neuro-technologies, sound therapy, chromotherapy and zero gravity ergonomics to achieve the most effective experience ever in reducing stress and increasing vitality. After a few 30-minute sessions, and sometimes even the first, everyone discovers their ideal mode of relaxation and the keys to their own long-term stress control. Stress decreases, the level of vitality increases, a sign of a regained balance.

Le Provençal
GOLF

Le Provençal Golf
95 Av de Roumanille - Biot Antipolis
04 93 00 00 57
www.leprovencalgolf.com

Marineland®
SPECIAL EVENTS

Vos évènements dans un cadre exceptionnel

VOTRE SÉMINAIRE DEMI-JOURNÉE OU JOURNÉE

De 7 à 130 pax

- Accueil café au tunnel des requins
- Séminaire au Lagoon Center (mise en place en fonction de votre effectif)
- Salles modulables à la lumière du jour et complètement occultables
- Déjeuner servi à table, en cocktail ou buffet
- Pause-café face au lagon des dauphins, devant la salle
- Accès aux représentations de votre choix

SOIRÉE DANS LE TUNNEL DES REQUINS

- Cocktail apéritif dans la salle des tortues, dîner servi à table ou cocktail dînatoire dans la salle panoramique du tunnel des requins
- Ecran disponible pour personnalisations (logos, vidéos...)
- De 30 à 60 personnes en dîner assis et jusqu'à 170 en cocktail dînatoire

Possibilité d'inclure une représentation des orques ou des dauphins

AURÉLIE BOSCHEL - Responsable commerciale
evenementiel@marineland.fr - www.marineland.fr/evenementiel/
Tél. 04 93 33 82 72

Photos non contractuelles. Copyrights Marineland.

HUMANE CERTIFIED
A PROGRAM OF AMERICAN HUMANE

comquest ©Marineland

WE WISH YOU A MERRY **KISSMAS** *

Et une bonne année !

☎ **04 92 186 186**

www.kissfm.fr

KISSFM
L'ESPRIT DU SUD

1ère RADIO RÉGIONALE INDÉPENDANTE EN PACA(1)

253 500(2) AUDITEURS
CHAQUE SEMAINE

Définissons ensemble votre projet de communication en période de fêtes

Rejoignez-nous

@kissfmfrance @kissfmsud

Nos fréquences

Nice - 90.9
Cannes - 94.6
Saint-Raphaël - 90.8
Draguignan - 97.8
La Ciotat - 101.6
Auron - 96.1
Isola 2000 - 89.0
Nice - DAB+
Marseille - DAB+
Toulon - DAB+

(1) Médiamétrie, Médialocales PACA, sept 2020 juin 2021, Lu-Ve 13 ans + (1) Kiss FM N°1 sur le périmètre des radios privées de l'agrégat des programmes locaux en audience cumulée
(2) Habitudes d'écoute, auditoire semaine Kiss Fm - Sept 2020 - juin 2021

* Nous vous souhaitons un Joyeux Noël avec Kiss FM

IDEES CADEAUX PRINTEMPS

Bleu céleste, or divin, blanc d'hiver & or fantaisie

Comme chaque année pour les fêtes, les marques les plus en vue proposent une sélection exclusive de cadeaux pour satisfaire toutes les envies et faire du Printemps Polygone Riviera la destination incontournable du shopping de Noël.

Gourmandises, mode & accessoires de haute volée, au total pas moins d'une centaine d'exclusivités dans les magasins Printemps et sur printemps.com

1

2

3

4

5

6

7

8

1 - Blouse fluide métallisée col cheminée
95 € - *Au Printemps Paris*

2 - Sac bandoulière lamé or - 400 € - Jérôme Dreyfuss - *en exclusivité au Printemps*

3 - Bague en or rose avec pierre Lapis Lazuli
685 € - Ginette NY - *en exclusivité au Printemps*

4 - Confiture orange et fleur d'oranger - 16,90 €
Confiture Parisienne - *en exclusivité au Printemps*

5 - Ceinture à paillettes - 49 € - *Au Printemps Paris*

6 - Vinaigre balsamique 250 ml
14,50 € - Kallos - *en exclusivité au Printemps*

7 - Huile d'olive extra vierge 500 ml
21 € - Kallos - *en exclusivité au Printemps*

8 - Sac bandoulière en cuir bleu roi détails or
295 € - Sandro - *en exclusivité au Printemps*

9 - Bottine à talon en cuir liseré or
135 € - Jules & Jenn - *en exclusivité au Printemps*

PRINTEMPS
POLYGONE RIVIERA
Polygone Riviera, 137 Av. des Alpes,
06800 Cagnes-sur-Mer
www.printemps.com

9

AVEC **PUREXPERT**, BOOSTEZ VOS DÉFENSES IMMUNITAIRES

Cryothérapie corps entier

- **Récupération** sportive
- **Soulagement** de certaines blessures
- **Effet anti-stress** et **relaxant**
- Amélioration de la **qualité du sommeil**
- **Élimination** des toxines

Cryothérapie faciale & locale

- **Soulage** les pathologies localisées (Cryothérapie Locale)
- **Aide à raffermir** votre peau, **réveiller** son éclat, **lutter contre le relâchement** cutané et l'acné (Cryothérapie Faciale)

Cryolipolyse

- **Destruction des graisses** par le froid intense
- **Élimination des graisses**
- **Réduction locale** de la couche de l'hypoderme et **du pli graisseux**
- **Retour** progressif à une **silhouette mince et harmonieuse**

Et découvrez aussi nos autres prestations disponibles :
LPG Endermologie, HUBER 360 FIIT, Pressothérapie, Impédancemétrie, Massages...

Réservez dès à présent votre séance sur www.purexpert.fr

PUREXPERT
Cryothérapie - Santé naturelle
contact@purexpert.fr

VENCE : 7 rue du Marché ◆ **09 50 11 23 79**
◆ Du lundi au samedi de 9h à 19h non-stop

CAP 3000 : Aile Sud, Niv. 2 ◆ **04 93 56 64 60**
◆ Du lundi au samedi de 10h à 20h30 / Dimanche : 11h à 19h

PUREXPERT CRYOTHÉRAPIE SANTÉ NATURELLESARL au Capital de 25 000€ - SIREN 851 878 850

GASTRONOMIE

Plaisirs partagés à la BASTIDE BRUNO OGER

Une atmosphère exceptionnelle, un lieu unique sur la Côte d'Azur : depuis plus de dix ans, La Bastide Bruno Oger, au Cannet, vous invite à partager les plaisirs de la table en choisissant votre univers, la brasserie chic du Bistrot des Anges ou la table gastronomique de la Villa Archange.

Ormeaux et artichauts, langoustine et fenouil ou bar de ligne à la coriandre… L'inspiration de Bruno Oger, il la puise dans une cuisine d'identité forte, entre terre et mer, de la Bretagne à la Méditerranée, de Bangkok à Cannes, là où sa carrière l'a guidé, au gré d'expériences rares comme lors de son passage à Vonnas, dans l'Ain, auprès de Georges Blanc, 3 étoiles au Guide Michelin.

Le chef de la Villa Archange se définit volontiers comme un « aubergiste du vingt et unième siècle », à la chaleur humaine communicative, présent auprès de ses convives. Un état d'esprit qui se traduit dans l'idée que le chef étoilé se fait de la cuisine : elle doit être ouverte, partagée… Depuis quelque temps, on peut donc manger entouré d'une dizaine d'invités, sur une belle table de chêne, au beau milieu… de la cuisine de la Villa Archange ! Un moment d'intimité pour amoureux de gastronomie, qui plait aux amateurs et dont le succès ne se dément pas : cette table exclusive et authentique se réserve longtemps à l'avance…

Deux univers, une seule empreinte : l'excellence

La Bastide, ce sont deux univers, l'esprit bistrot et la table gastronomique. Depuis plus de dix ans, Bruno Oger et ses équipes suivent une recette d'excellence dans la continuité, au sein de chacun des deux établissements : « Depuis la reprise, nous sommes très heureux de retrouver nos clients, qui eux aussi sont ravis de pouvoir goûter à nouveau aux plaisirs de la table. En 2022, au Bistrot des Anges, nous serons dans la continuité de ce qui nous anime depuis longtemps : proposer une

Shared delights at the Bastide Bruno Oger
For more than a decade, an exceptional atmosphere and a unique venue in the French Riviera The Bastide Bruno Oger, in Le Cannet, invites you to share culinary delights in the universe of your choice, either the chic brasserie of the Bistrot des Anges or a gastronomic meal at the Villa Archange.

Abalones and artichokes, langoustine and fennel, line-caught sea bass with coriander…
Bruno Oger draws his inspiration from any cuisine that has a strong identity, from the sea and from the land, from Brittany to the Mediterranean and from Bangkok to Cannes, wherever his career took him. He also draws it from his unique experiences, such as his work in Vonnas, in the Ain department under Georges Blanc, a chef with no less than three Michelin stars.

The chef of the Villa Archange sees himself as a "21st century innkeeper", eager to share his warmth and friendliness with the diners who frequent his establishment. It is a specific state of mind that is reflected in the idea this star-studded chef has of cuisine: it must be open, inclusive, shared… For some time now, diners have been enjoying their meals surrounded by other patrons, around a beautiful oak table, right in the

cuisine régionale de qualité, de produits frais, sans assemblage. A la Villa Archange, nous poursuivons le cheminement technique et passionné de notre travail, toujours à la conquête de notre troisième étoile au guide Michelin… » Si l'obtention d'un troisième macaron au guide rouge dynamise le travail de Bruno Oger, c'est surtout le plaisir de partager son amour inconditionnel du produit et des saveurs qui guide le chef étoilé dans sa démarche créative. D'ailleurs, s'il n'avait pas embrassé la carrière de cuisinier, il se serait bien vu « …paysan ! Je suis resté très proche de la nature, être à son contact est vraiment indispensable pour moi ». En attendant, il lui rend tous les jours hommage, dans les cuisines de sa Bastide du Cannet, pour le plus grand plaisir de ses hôtes.

Si l'obtention d'un troisième macaron au guide rouge dynamise le travail de Bruno Oger, c'est surtout le plaisir de partager son amour inconditionnel du produit et des saveurs qui guide le chef étoilé dans sa démarche créative.

middle… of the kitchen at the Villa Archange! It is a moment of intimacy that appeals to all those who love gastronomy, and the success of this formula is undeniable: a meal at this exclusive and authentic establishment is booked long in advance…

Two worlds, one signature: excellence

La Bastide has two worlds on offer, either a typical brasserie atmosphere or a gastronomic restaurant. For more than a decade, Bruno Oger and his teams have been following a recipe ensuring sustainable success, in each of his two establishments: "Since we have been able to reopen, we are thrilled to see our patrons return, and they are happy to come and sample some of our culinary delights. In 2022, at the Bistrot des Anges, we will be continuing with what has been driving us for such a long time: offering local and high-quality cuisine prepared with fresh produce. At the Villa Archange we will keep travelling the same technical and inspired path, always trying to earn our third Michelin star… " Although the idea of receiving a third Michelin star motivates Bruno Oger in his work, the reward of sharing his undying love for foods and flavours is really what guides this renowned chef in his creativity. Besides, had he not chosen a career as a chef, he would easily have become "…a farmer! I have remained very close to nature and being in contact with it is really important to me". In the meantime, he pays homage to nature every day, in the kitchen of La Bastide in Le Cannet, always delighting his guests.

Bruno Oger
Le Cannet Côte d'Azur

La Villa Archange**
Table gastronomique doublement étoilée
Le Bistrot des Anges
Brasserie chic et conviviale de cuisine traditionnelle

Rue de l'Ouest - Le Cannet
+33 4 92 18 18 28
reservation@bruno-oger.com
Bruno-oger.com

NOUVEAU LUXE
EAU DE MAIN

BERGAMOTE, JASMIN, DAVANA & MUSC BLANC

JULY OF ST BARTH
14 PLACE AUX AIRES 06130 GRASSE
WWW.JULYOFSTBARTH.COM
WWW.JULYINGRASSE.FR
WWW.JULYINCANNES.COM

LES IDÉES CADEAUX *du Comptoir Provençal*

Nos Céramiques Artisanales
ATELIER BERNEX

Nos 13 Desserts de Provence
MAISON BREMOND 1830

Nos Bougies et Parfums d'Ambiance
DURANCE-en-PROVENCE

Nos Thés de Noël et Infusions Gourmandes
MAISON BOURGEON

Rendez-vous au Comptoir Provençal à Valbonne
Agnès et son équipe vous y accueilleront et vous conseilleront avec un grand sourire dans un superbe écrin aux saveurs, senteurs et couleurs du Sud. Vous y découvrirez les différents univers de notre belle Provence représentés par les meilleures marques locales et une sélection de Créateurs et Artisans de la région que vous pourrez associer dans un grand choix de coffrets cadeaux.

Vous ne savez pas ce qui lui plaira ? Offrez une carte cadeau personnalisée...

Définissez la valeur de la carte et nous la composerons ensemble dans notre concept store, mais vous pouvez aussi le faire directement depuis notre boutique en ligne :

comptoirprovencal.store

COMPTOIR PROVENÇAL
•L'ART DE VIVRE SANS EGAL•

15 Faubourg Saint-Esprit - Valbonne Village
Parking des anciens combattants
06 16 59 48 26
contact@comptoirprovencal.com

COMPTOIR PROVENÇAL
•L'ART DE VIVRE SANS EGAL•

EN MANQUE D'INSPIRATION POUR VOS CADEAUX ?

Notre concept store est là pour vous aider avec un grand choix de produits originaux...

Made in Provence

NOS UNIVERS AUTOUR DE LA PROVENCE

- Epicerie Fine
- Eaux de Parfum
- Créations Artistiques
- Livres
- Céramiques
- Bijoux
- Soins du Corps
- Bougies Parfumées
- Objets de Décoration
- Vins et Liqueurs
- Linge de Table
- Thés et Infusions
- Parfums d'Ambiance
- Fleurs Séchées
- Coffrets Cadeaux

15 Faubourg Saint-Esprit, Valbonne Village
Parking des Anciens Combattants | **06 16 59 48 26**
contact@comptoirprovencal.com | comptoirprovencal.store

REVENDEUR AGRÉÉ Arrosoir & Persil | Atelier Bernex | Durance | Jour de Mistral
Liquoristerie de Provence | Maison Bourgeon | Maison Bremond 1830 | Valdrôme

Partenaires : REDUCBOX Accélérateur de bons plans | Up Cadhoc

Retour en images sur le 5e événement IN GAMES

ROB'IN WOOD | Jeudi 30 septembre

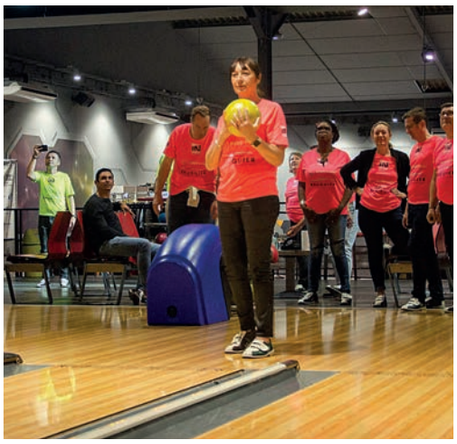
ASSURANCE BOY
MALAGA BOY
MENTAL COACH BOY

IN GAMES BY IN CLUB

Retour en images sur le 6e événement IN GAMES

LASER BOWLING ANTIBES

SHOOT'IN AND BOUL'IN | Jeudi 21 octobre



LES VIGNOBLES
CHEVRON VILLETTE
Comte Guillaume de Chevron Villette Vigneron

Château Reillanne
Château Chevron Villette
Abbaye FONTFROIDE Les Vins

HéRITAGE *1189*, offrez vous l'excellence.

IN ARDUIS STAT
Château Reillanne

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé

Château Reillanne Route de Saint-Tropez - 83340 Le Cannet des Maures
Tél. : 04 94 50 11 70 - Fax : 04 94 50 11 75 - secretariat@cv-vigneron.com

Fabrice Claudel Directeur Commercial CHR
Mob. : 06 60 05 90 70 - f.claudel@cv-vigneron.com

chevron-villette-vigneron.com

CONVIVIALITÉ, BUSINESS & PLAISIR

IN club *à consommer sans modération !*

TARIFS 2022

NON PARTENAIRE
2000 €

DÉJÀ PARTENAIRE
1500 €
Engagé avec le magazine **IN Magazine** au moment de l'adhésion

Ce tarif comprend :

- **L'accès à nos événements :** 3 à 4 rendez-vous mensuels à des tarifs préférentiels
  - **Des soirées business,** afterwork et speed business meeting
  - **Des évènements culturels,** soirées thématiques, gastronomiques...
  - **Des activités sportives** golf, karting, ski, tennis...
- **L'adhésion à notre réseau de partenaires**
- **Un référencement dans IN Magazine** comme nouveau membre dans la rubrique IN CLUB
- **Une mise en avant** dans les réseaux sociaux
- **Votre espace personnalisé** sur le site www.in-magazines.com parmi **plus de 160 entreprises**

Rejoignez le club le plus fou de la Côte d'Azur !

Pour plus d'informations, contactez vos chargés de clientèle

Retrouvez tous nos événements sur
www.in-magazines.com

Nouvelles **épreuves,**
soirées d'ouverture et de clôture
exceptionnelles et plein de
surprises pour cette 2e édition !

Début des événements le 2 juin 2022

INSCRIPTIONS OUVERTES !

Toutes les informations et inscription en ligne
sur www.in-magazines.com ou auprès de 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

Eric Pottier
06 09 86 03 03
commercial@in-magazines.com

IN club

Le Club Business qui vous ressemble

www.in-magazines.com

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

ILS NOUS REJOIGNENT :

Dino Baumgarten
Business Development

DINO BAUMGARTEN
SAS HRC
06 16 11 32 98
dino@dinobaumgarten.fr

Hygiène 4D
Désinfection — Désinsectisation
Dératisation — Désourisation
Assainissement des Espaces Depuis 1976

JULIE DURIEZ
HYGIENE 4D
04 93 74 74 00
julie@hygiene-4d.com
www.hygiene-4d.com

Mentor Marketing

ADRIEN CROVILLE
MENTOR MARKETING
07 72 23 95 63
adrien@mentormarketing.fr
www.mentormarketing.fr

LES 3 ACTES
FORMATION ET THÉÂTRE

FRED LEVERT & VALERIE LE LOUEDEC
FLV PRODUCTION - LES 3 ACTES
06 86 64 03 65 - 06 30 78 23 64
fredlevert@les3actes.com
vallelouedec@les3actes.com
www.les3actes.com

Travel Planet
Time to change

BETTY SEROUSSI
MYTRAVELPLANET
06 20 87 40 30
betty.seroussi@my-travelplanet.com
www.my-travelplanet.com

Comlight
MICRO RESEAU COMMUNICATION & SECURITE

CHRISTOPHE SELVES
COMLIGHT
06 89 25 08 42
christophe-selves@comlight.fr
www.comlight.fr

iad

KEVIN FRANCOIS LUBIN
IAD FRANCE
07 63 52 65 60
kevin.francois-lubin@iadfrance.fr

OPTIM'ESTÉREL
Dynamisez votre entreprise

DAVID PAUCHET
OPTIM'ESTEREL - RIVALIS
07 80 99 52 03
david.pauchet@optimesterel.fr
www.rivalis.fr

MELANIE POIRIER
AMO STUDIO
06 58 01 45 65
melanie@amostudio.fr
amostudio.fr

SEBASTIEN LAMBERT
AVOCAT - ANCIEN NOTAIRE
04 12 08 04 88
avocat@sebastienlambert. fr

SEBASTIEN TAUPIN ET YANN DUTEIL
L'ADRESSE
06 14 32 03 51
yannladresse@yahoo.com
ladresse-restaurant-vallauris.com

FABIENNE ALBIN ROGGE
TOLTEKA
06 42 92 19 87
contact@tolteka.fr
www.tolteka.fr

YANNICK AVARGUES ET CHLOÉ CAISSON
ALPHAPRINT06
04 93 14 91 65
contact@alphaprint06.com
www.alphaprint06.com

« Puiser dans le fond..a mental pour aller vers l'essentiel »
Nathalie PARSEMAIN

NATHALIE PARSEMAIN
FORMA PAR'ESSENTIEL
06 96 80 97 94
nathalie.parsemain@orange.fr

ALEXIA FIGUEROA
ELITE PROPERTIES
06 34 35 72 00
alexia@elite-properties.fr
www.elite-properties.fr

EMILIE PETIT
ALEGRIA
06 62 18 98 84
emilie.petit@alegria.in
www.alegria.in

FLORENCE MARTIN
PHOTOGRAPHE
06 34 84 84 72
contact@florencemartin.fr
www.florencemartin.fr

SHIVA SHARMAN
DOMAINE DU PARADIS DES OISEAUX
06 70 22 64 75
paradisdesoiseaux@orange.fr
www.domaineduparadisdesoiseaux.com

MICKAËL GIRAUD - 06 50 93 27 29
mickael.giraud@chronoclim.com
ÉRIC DEPETRIS - 06 18 66 11 43
eric.depetris@chronoclim.com
LAURENT BARREYRE - 06 45 27 34 96
laurent.barreyre@chronoclim.com

ILS NOUS RENOUVELLENT LEUR CONFIANCE :

SYLVAIN BEAUCHET
CAVALLARI
06 25 34 86 79
sbeauchet@cavallari.fr
www.cavallari.fr

VINCENT AMMOUIAL
MOOD DESIGN
07 82 53 36 21
v.ammouial@mooddesign.eu
www.mooddesign.eu

EMILIE GUERIN
CAISSE D'ÉPARGNE CÔTE D'AZUR
06 70 74 06 90
emilie.guerin@cecaz.caisse-epargne.fr
www.caisse-epargne.fr/cote-d-azur/

SALON
BY IN GROUPE

Rejoignez **L'ÉVÉNEMENT BUSINESS** INcontournable du territoire

Pour qu'un événement devienne INcontournable, il faut une équipe, des partenaires et des entreprises INdispensables, INcroyables et INégalables : **du all' IN !!!**
Pour cela nous vous proposons un rendez-vous avec de l'INtensité, de l'INnovation, de l'INestimable, bref **du IN dans toute sa splendeur !**

- Salon Entreprises & Territoires
- " Talent Sourcing "
- Cocktail dînatoire et soirée dansante

30 MARS 2022

ALLIANZ RIVIERA

QUI SOMMES NOUS ?

IN MAGAZINE BY IN GROUPE

Le magazine n°1 de la région PACA

Aujourd'hui en terme de visibilité : **IN Magazine est le seul magazine régional économique traitant l'actualité ainsi que des dossiers spéciaux diffusé à travers tout le département :** Sophia Antipolis, Bois de Grasse, zone industrielle de l'Argile, Zone industrielle de Tiragon, Zone industrielle de St Laurent du var, Zone industrielle de Carros, Cannes, Cannes la Bocca, Nice Arenas, Monaco, zone industrielle de Fréjus, Toutes les communes de Sophia Antipolis et de la CASA , de l'Eco Vallée, tous les offices de tourisme de la région.

IN Magazine est diffusé à **20000 exemplaires** tous les 2 mois dans plus de **6000 entreprises** (distribution certifiée)

Nos prochaines parutions :

Février 2022 : dossier Business Stories Événementiel et Séminaires
Avril 2022 : spécial RSE

Tous nos magazines en ligne sur : **www.in-magazines.com**

IN CLUB BY IN GROUPE

Numéro 1 des clubs business de la région, IN Club c'est : de la convivialité, du business & du plaisir

Des soirées business, afterwork et speed business meeting
Des évènements culturels, soirées thématiques, rendez-vous gastronomiques...
Des activités sportives golf, karting, ski, tennis...

Adhérer à IN Club c'est bénéficier d'un **accès à nos événements** (1 rendez-vous hebdomadaire à des tarifs préférentiels),l'**adhésion à notre réseau** de partenaires**, un référencement** dans IN Magazine comme nouveau membre dans la rubrique IN CLUB, **une mise en avant** dans les réseaux sociaux, **votre espace personnalisé** sur le site

Suiviez l'actualité du IN Club sur Linkedin
@IN Club I IN Magazine

IN GAMES II BY IN GROUPE

LE RETOUR

1er jeux inter-entreprises sur la région PACA organisés par un Club Business

Des épreuves ludiques et sportives suivies d'un cocktail dînatoire avec animation musicale et dansante, **une grande soirée d'ouverture** et **une soirée de clôture** avec remise de trophées et de nombreuses surprises

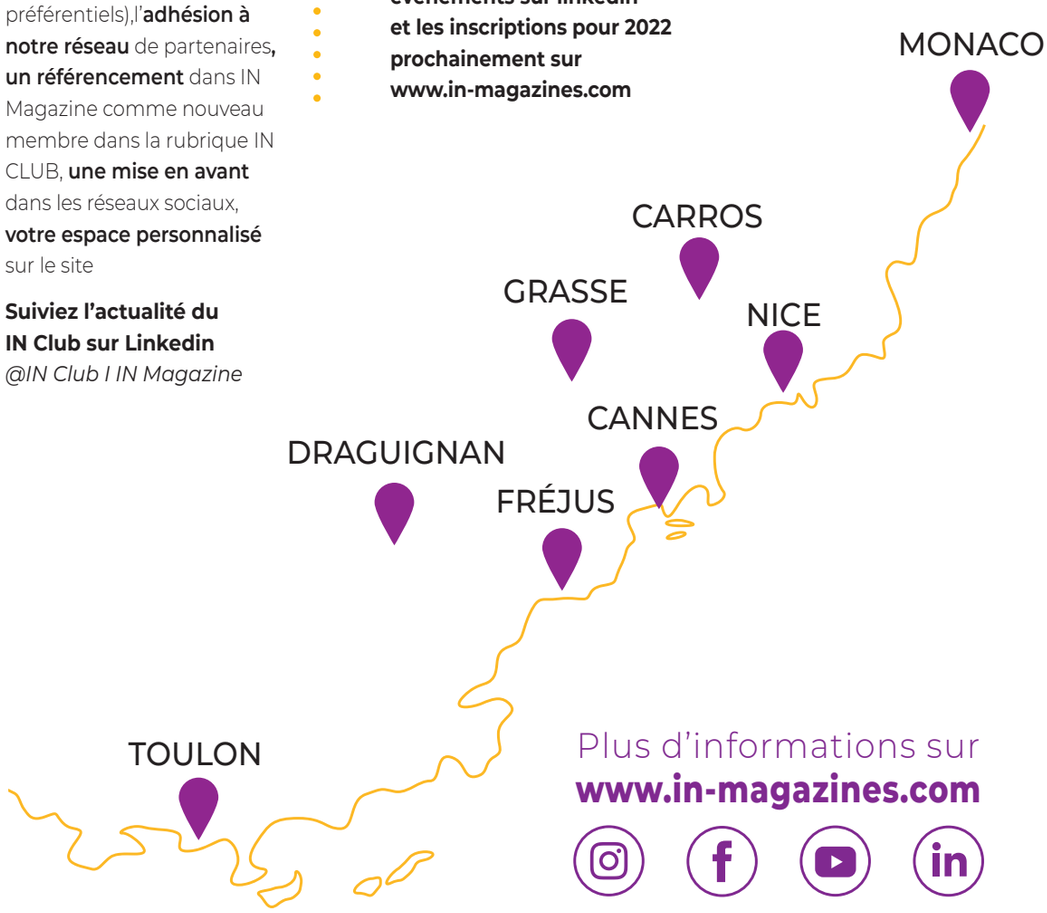
Découvrez les vidéos des événements sur linkedin et les inscriptions pour 2022 prochainement sur www.in-magazines.com

NEW IN SALON BY IN GROUPE

Le 1er acteur économique BtoB qui révéle l'emploi et l'embauche

L'événement business INcontournable du territoire

30 MARS 2022
ALLIANZ RIVIERA



Plus d'informations sur
www.in-magazines.com

PARTENAIRES

Pourquoi participer au IN Salon ?

L'ÉVENEMENT BTOB INCONTOURNABLE DU TERRITOIRE

Retrouvez votre logo sur :

- La communication print & insertions publicitaires (affiche, flyers, livret exposants, courriers postaux, presse, affichage)
- La communication digitale (site internet, newsletters, réseaux sociaux)
- Le plan du salon
- La signalétique officielle de l'évènement
- Les écrans du salon et des espaces de vie

Espace d'exposition privilégié

Accès privilège pour le déjeuner, speed business meeting et la soirée de clôture

Interview vidéo lors d'un live, relayée sur les réseaux sociaux

Page ou 1/2 page de publicité avec portrait dans le livret exposant

Annonces micro toute la journée par le speaker

Récupération des contacts parmi la liste des participants (ayant accepté la RGPD)

COMMUNICATION

AFIN DE FAVORISER LE VISITORAT, NOUS METTONS EN PLACE UNE **CAMPAGNE MULTI-SUPPORTS :**

- Affichage urbain
- Presse régionale et spécialisée
- Campagnes radio
- Distribution de 20 000 invitations aux décideurs économiques de la région
- Distribution de 60 000 Flyers
- Envois postaux d'invitations à toutes les collectivités locales
- Réseaux sociaux : Facebook, Linkedin, Instagram
- Emailings d'invitations
- Envois de newsletters d'informations
- Mise en avant dans le 1er magazine économique de la région

LA FRÉQUENTATION D'UN SALON EST LARGEMENT FAVORISÉE PAR LA PROMOTION RÉALISÉE DIRECTEMENT PAR NOS EXPOSANTS !

Annoncez votre présence sur le salon grâce à la vidéo de présentation de votre entreprise

Opération offerte par nos soins *(à partir du Stand Argent)*

STANDS

STAND BRONZE

> **ESPACE DE 3 M²** (2 x 1,5 m)
(Possibilité de déployer jusqu'à 2 roll-up)
> **1 Mange-debout + 2 chaises**
> **2 pass** pour déjeuner
> **2 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **1/2 page** dans le magazine du Salon
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux

TARIF 3000 €

STAND ARGENT

> **ESPACE DE 6 M²** (3 x 2 m)
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **4 pass** pour déjeuner
> **4 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **1 page** dans le magazine du Salon
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux
> **Interview** TV et radio

TARIF 6000 €

STAND OR

> **ESPACE DE 9 M²** (3 x 3 m)
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **1 canapé + table basse**
> **6 pass** pour déjeuner
> **6 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **Double page** dans le magazine du Salon
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux
> **Interview** TV et radio
> **Partenaire principal : Mise en avant** sur nos différents supports de communication, Radio, TV, Presse, Panneaux

TARIF 9000 €

STAND DIAMANT

> **ESPACE DE 12 M²** (4 x 3 m)
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **1 canapé + table basse**
> **6 pass** pour déjeuner
> **6 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **Double page** dans le magazine du Salon
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux
> **Interview** TV et radio
> **Partenaire principal : Mise en avant** sur nos différents supports de communication, Radio, TV, Presse, Panneaux
> **Naming du Salon**

TARIF 15 000 €

SALON PRIVÉ VIP

Seulement 12 espaces disponibles

- **ESPACE DE 35 M²**
- **1 Mange-debout + 2 tabourets**
- **1 canapé + table basse**
- **Espace logo inclus**
- **5 pass** pour déjeuner
- **5 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
- **Petit déjeuner & goûter** gourmand
- **Mise en avant** sur nos différents supports de communication, Radio, TV, Presse, Panneaux
- Planning de prise de **RDV sourcing** en amont avec **entretien qualifié** toute la journée

TARIF 10 000 €

VOUS SOUHAITEZ DEVENIR EXPOSANT ?

Contactez Eric Pottier

06 09 86 03 03

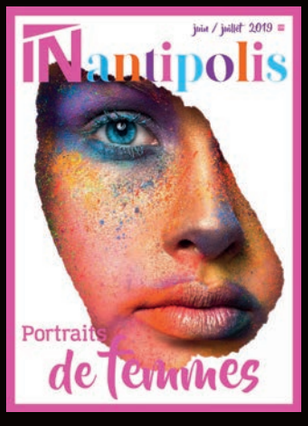
09 83 79 29 56

commercial@in-magazines.com

Plus d'informations sur
www.in-magazines.com

Montrez-vous, *communiquez dans* INmagazine

www.in-magazines.com



Nos prochains dossiers

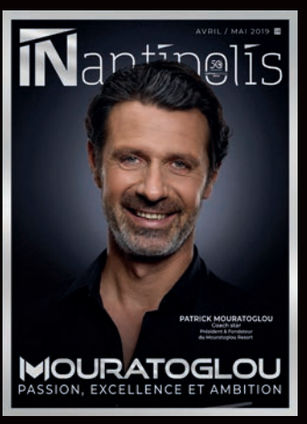
EN FÉVRIER 2022

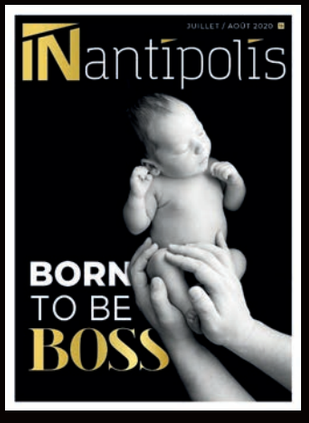
Spécial entreprises :
BUSINESS STORIES
Dossier **ÉVÈNEMENTIEL ET SÉMINAIRES**

EN AVRIL 2022

DOSSIER RSE : s'investir
Découvrez l'engagement de nos partenaires

Contactez-nous : **06 09 86 03 03** - commercial@in-magazines.com





PUREXPERT
Cryothérapie - Santé naturelle

SURPRENEZ AVEC UN INSTANT GIVRÉ & COCOONING !

CRYOlift "signature"

85 €

Soins bio CHO

Cryo Faciale

Endermo Visage

Intense & Sublime

Cryo Faciale

+

59 €

Réservez à CAP 3000 & VENCE
par téléphone : 04.93.56.64.60 et sur www.purexpert.fr

3 Centres d'Affaires dans le Var

Valgora
La Valette du Var

Vitibanque
Les Arcs
sur Argens

Estérel
Puget
sur Argens

5 Centres d'Affaires
dans les Alpes-Maritimes et Monaco

Caisse d'Epargne Côte d'Azur, partenaire des acteurs majeurs de l'économie locale.

CAISSE D'EPARGNE
Côte d'Azur

Centre d'Affaires Nautibanque
23-25 rue Felix Faure, 06400 Cannes
Tel : 04 22 34 07 40*

Centre d'Affaires Sophia-Antipolis
175 rue du Vallon, Immeuble Adamant,
06560 Valbonne - Tel : 04 97 23 13 50*

Centre d'Affaires Nice-Arénas
455 Promenade des Anglais, Immeuble Arenice,
place centrale, 06200 Nice
Tel : 04 93 18 40 20*

Centre d'Affaires Luxury Properties**
455 Promenade des Anglais, 06205 Nice
Tel : 04 89 03 87 37*

Centre d'Affaires Monaco
27 boulevard des Moulins, Villa l'Union,
98000 Monaco
Tel : +377 93 10 10 40*

Document à caractère publicitaire

* Coût d'un appel selon votre opérateur téléphonique. ** Luxury Properties = immobilier d'exception

Caisse d'Epargne et de Prévoyance Côte d'Azur, société anonyme coopérative à Directoire et Conseil d'Orientation et de Surveillance, régie par les articles L.512-85 et suivants du Code monétaire et financier – Capital social 515.033.520 euros – Siège social 455, promenade des Anglais, 06200 Nice – 384 402 871 RCS NICE – Intermédiaire d'assurance, immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07 002 199. Titulaire de la carte professionnelle Transactions sur immeubles et fonds de commerce, sans perception d'effets ou valeurs, n° CPI 0605 2017 000 019 152 délivrée par la CCI Nice-Côte d'Azur, garantie par la Compagnie Européenne de Garanties et Cautions, 16 rue Hoche, Tour KUPKA B, TSA 39999, 92919 LA DEFENSE Cedex. Adresse postale : CS 3297 06205 Nice Cedex 3. Création Marie Debove.

ÉVÉNEMENT

IN SALON

BY IN GROUPE

30 MARS 2022

ALLIANZ RIVIERA

Rejoignez l'événement business INcontournable du territoire !

© FA reportagephotos.fr

Contact : **Eric Pottier 06 09 86 03 03** - 09 83 79 29 56

commercial@in-magazines.com

plus d'informations sur **www.in-magazines.com**