FÉVRIER / MARS 2022 25

IN magazine



Jean-Baptiste Rachou Peraldi
Directeur Régional Méditerranée

BNP PARIBAS
IMMOBILIER RESIDENTIEL
La promotion de l'excellence

NICE



OSMOZ

- Appartements du **studio** au **4 pièces** avec terrasse, pergolas et loggias
- Résidence éco-responsable à l'architecture élégante
- Jardin partagé en toiture terrasse
- Proche commerces, écoles...

ESPACE DE VENTE sur site : 15 Boulevard Pierre Sémard. 06300 Nice

BNP PARIBAS IMMOBILIER

nice-osmoz.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 : 3D Immo. Illustration due à la libre interprétation de l'artiste. Document non contractuel. Appartements, balcons et terrasses vendus non meublés. CRYSTALIS.



AGENCEMENT ET ÉQUIPEMENT DE VOS ESPACES EXTÉRIEURS

MOOD design

L'élégance du luxe







www.mooddesign.eu | 04 88 91 95 20 | contact@mooddesign.eu

ÉDITO

ON SE VOIT QUAND ?

When do we meet ?

...L'heure est venue de se rencontrer in real life !

Au sortir de cette interminable crise, voici (re) venu le temps de se rapprocher pour vivre des instants riches de sens, vecteurs de croissance, porteurs d'optimisme en cette nouvelle année !

Chez IN, les rendez-vous ne manquent pas et l'agenda est déjà surchargé...

Dirigeant, en création d'entreprise, candidat à une nouvelle vie professionnelle, simple curieux... Vous êtes toutes et tous les bienvenus à l'Allianz Riviera pour **IN SALON, l'événement business incontournable du territoire azuréen, le 30 mars !** Une journée de surprises, comme nous aimons vous en faire vivre, suivant les principes que nous défendons : partage, performance et décontraction !

Un peu plus loin, à l'approche de l'été, **les IN GAMES reprendront du service, dès le 2 juin :** une version II encore plus extravagante, boostée par notre équipe survoltée, prête à vous faire vivre dans la bonne humeur des émotions ludiques et sportives INcomparables...

Allez, tous à vos agendas !

...The time has come to meet in real life!

At the end of this interminable crisis, the time has (re) come to get closer to live moments rich in meaning, vectors of growth, bearers of optimism for this new year!

At IN, there is no shortage of appointments and the agenda is already overloaded...

Manager, in business creation, candidate for a new professional life, simply curious... You are all welcome to the Allianz Riviera for ***IN SALON, the essential business event of the Côte d'Azur region, on March 30!*** *A day of surprises, as we like to make you experience, following the principles we defend: sharing, performance and relaxation!*

A little further on, as summer approaches, ***the IN GAMES will resume service, from June 2:*** *an even more extravagant version II, boosted by our supercharged team, ready to make you live in the good mood of INcomparable emotions fun and sports...*

Come on, all to your calendars!

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

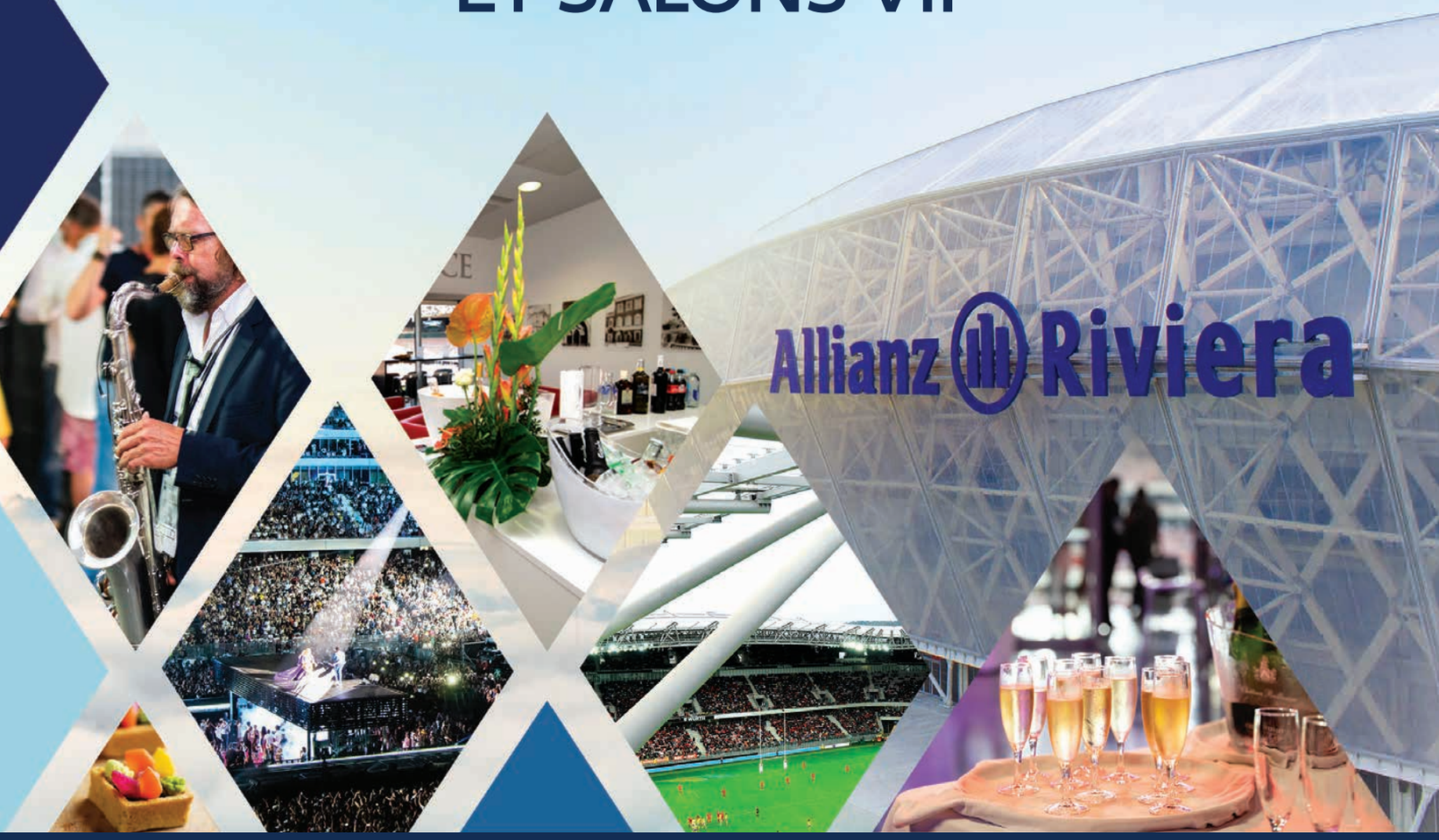
Traduction : Studio Gentile
contact@studio-gentile.fr - www.studio-gentile.fr

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

Impression : PGI Petrilli Group Imprimeur
1 Place Magenta - 06000 Nice

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.

DÉCOUVREZ NOS OFFRES LOGES PRIVATIVES ET SALONS VIP



Les prochains événements

Allianz Riviera

INVITEZ VOS RELATIONS D'AFFAIRES
À L'ALLIANZ RIVIERA DANS
DES CONDITIONS PRIVILÉGIÉES

- RUGBY
  17-18 juin 2022
  Demi-Finales du TOP 14 2022
- CONCERT
  29 Juillet 2023
  Mylène Farmer Tournée NEVERMORE 2023
- RUGBY
  du 8 Septembre au 28 Octobre 2023
  4 Matchs de la Coupe du Monde de Rugby France 2023

INFORMATIONS ET RÉSERVATION
hospitalites@allianz-riviera.fr
04 89 22 42 62
www.allianz-riviera.fr

INmagazine
FÉVRIER / MARS 2022

SOMMAIRE

8 **BNP PARIBAS REAL ESTATE IMMOBILIER RESIDENTIEL**
Une empreinte durable sur la Côte d'Azur
A lasting imprint on the French Riviera

IN FRAROUGE

24 BUSINESS STORIES
Des entreprises aux destins passionnants et à l'esprit conquérant !
Companies with exciting destinies, with a conquering spirit!

IN LE DOSSIER

53 **Kyanite Conseil** - Le prix, question de valeur et de confiance !
The price, a reflection of trust and value!

54 **GSF** - Grandir et évoluer en interne
Progressing and evolving internally

56 **TRANSCAN,** sur la route de la croissance
Transcan, on the road of growth

58 **CAISSE D'EPARGNE CÔTE D'AZUR** - Être utile, c'est être proche
Being useful is being close

60 **REDUCBOX** - au service de l'amélioration de la Qualité de Vie au Travail
Improving quality of life at work

62 **Adhésion à l'ARAPL2CA :** tout à y gagner !
By becoming a member of ARAPL2CA, you have much to win and nothing to lose!

IN FO

67 Professionnels, consultez **CARIVIERA** pour une offre optimisée
Professionals, turn to Cariviera for an optimised offering

69 **MP PRODUCTION** - Boostez votre communication par l'image
Boost your communication with images

76 **JC ANIMATION**
Evénementiel : rythmez vos soirées !
Events: instil some rhythm into your parties!

78 **LE CHÂTEAU DE CRÉMAT,** nouvelle scène niçoise
The Château de Crémat is fast becoming Nice's new scene

82 **PROVENCAL GOLF** - Ludique, fédérateur le golf attire de plus en plus d'adeptes !
Fun and federating, golf is attracting a growing crowd!

84 **PADEL :** Une année stratégique
A strategic year

86 **PADEL** en entreprise : qu'attendez-vous pour tester ?
Padel in business: what are you waiting for to test?

IN TENSITÉ

90 **IN CLUB**
Photos, nouveaux membres, IN Games II "Le retour"

IN CLUB

100 **IN SALON**
Rejoignez l'événement business INcontournable du territoire !

IN SALON

KISSFM
L'ESPRIT DU SUD



CONSTRUISONS ENSEMBLE
VOTRE IDENTITÉ SONORE !

DISTINGUEZ-VOUS
DE VOS CONCURRENTS



ENVIE D'ÊTRE MÉMORABLE ?

CONTACTEZ
NOTRE RÉGIE PUBLICITAIRE



BOOSTEZ
VOTRE RÉPUTATION



AMÉLIOREZ
VOTRE TAUX DE TRANSFORMATION



AUGMENTEZ
VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES



ET DEVENEZ INCONTOURNABLE

WWW.KISSFM.FR

04 92 186 186

Rejoignez-nous

@kissfmfrance

@kissfmsud

Nos fréquences

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

UNE EMPREINTE DURABLE *sur la Côte d'Azur*

A lasting imprint on the French Riviera

Avec 424 logements livrés l'an dernier, le promoteur immobilier BNP Paribas Real Estate participe à un développement foncier raisonné et ambitieux sur l'ensemble du territoire azuréen.

2022 verra pour l'agence de Nice la livraison de quatre opérations immobilières d'envergure dans les Alpes-Maritimes et le début de chantiers qui transformeront durablement la physionomie de la Côte d'Azur.
Pour construire toujours plus ambitieux, plus responsable, plus vertueux, le promoteur s'appuie sur un effectif de 35 personnes et particulièrement sur une équipe resserrée de 11 collaborateurs décidés à laisser une empreinte durable et de qualité à leurs remarquables réalisations.

With 424 housing units delivered last year, the real estate developer BNP Paribas Real Estate is participating in a reasoned and ambitious land development throughout the Côte d'Azur region.

For the Nice agency, 2022 will see the delivery of four major real estate operations in the Alpes-Maritimes and the start of projects that will permanently transform the appearance of the Côte d'Azur.
To build ever more ambitious, more responsible, more virtuous, the developer relies on a workforce of 35 people and particularly on a tight team of 11 employees determined to leave a lasting and quality imprint on their remarkable achievements.

BNP PARIBAS IMMOBILIER

BNP PARIBAS REAL ESTATE IMMOBILIER RESIDENTIEL
Immeuble Azuréa - Le Phoenix - 455 Promenade des Anglais - 06285 Nice cedex 3
04 92 29 25 30 - www.bnppre.fr

BNP PARIBAS IMMOBILIER

Frédérique Combes





Olivier Baravalle



Philippe Baumel



Jean-Baptiste Rachou Peraldi entouré de son équipe, au service de l'excellence du métier de promoteur

Vincent Simonin



René Forel



Xavier Gascuena



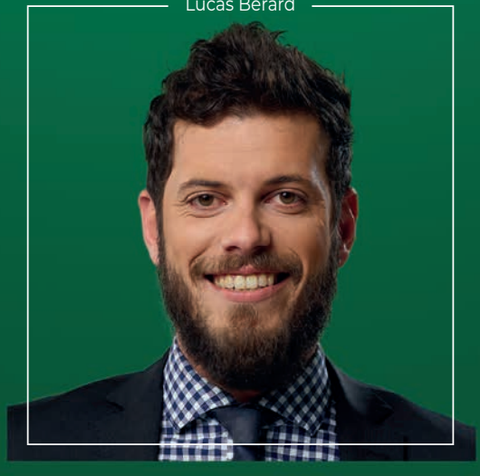
Caroline Astron



Fabien Meredieu



Lucas Berard



Alexis Uytterhoeven



DIRECTION

JEAN-BAPTISTE RACHOU PERALDI

Pour la promotion de l'excellence

Directeur Région Méditerranée de BNP Paribas Immobilier Résidentiel depuis 2019 (région de Nice et Marseille), Jean-Baptiste Rachou Peraldi dirigeait déjà l'agence de Nice depuis 2016. Sous son impulsion depuis 5 ans, le promoteur a vu le nombre de ses chantiers considérablement évoluer sur la Côte d'Azur, passant d'une moyenne de 300 logements construits annuellement à plus de 1.000 aujourd'hui. Pour réaliser cette prouesse, le jeune dirigeant a su s'entourer et fédérer une équipe solide, aussi enthousiaste que performante, au service de l'excellence du métier de promoteur. Entretien.

The development of excellence

As the Regional Director for the Mediterranean region of BNP Paribas Real Estate (Nice and Marseille region) since 2019, Jean-Baptiste was already in charge of the Nice agency since 2016. Under his leadership, for the past five years, real estate developers have seen the number of projects increase substantially along the French Riviera, growing from an average of 300 housing units built in a year, to more than 1'000 today. To achieve this feat, this young manager surrounded himself with a strong team, as enthusiastic as it is efficient, working at the service of the region's real estate developers. Interview.

BNP Paribas Immobilier Résidentiel se positionne aujourd'hui comme un leader sur la Côte d'Azur : à quoi attribuez-vous ce succès ?

Jean-Baptiste Rachou Peraldi : C'est un travail de tous les jours, de chaque instant. C'est une ambition chevillée au corps, qui est portée par nos équipes de travail et qui nous est insufflée au plus haut, je veux parler ici de nos dirigeants Olivier Bokobza, qui préside l'ensemble des activités de promotion du groupe BNP Paribas Real Estate en France et à l'international, comme de Thierry Laroue-Pont, Chairman et CEO du groupe : leur enthousiasme et leur envie rejaillissent sur nos équipes. Ensemble, nous militons pour construire de l'excellence, en gardant à l'esprit que nous laisserons une empreinte sur notre territoire : nos programmes se doivent d'être exemplaires et épanouissants pour nos clients !

BNP Paribas Real Estate is now positioned as a leading force in the French Riviera's property market: how do you explain your success.

Jean-Baptiste Rachou Peraldi: It is something we work on every minute of every day. This unwavering ambition, carried by our teams and instilled at the highest levels of management, and by that, I mean our leaders Olivier Bokobza, who oversees all the real estate development of the BNP Paribas Real Estate group in France and abroad, and Thierry Laroue-Pont, Chairman and CEO of the group: our times are inspired by their enthusiasm and energy. Together, we strive to achieve excellence, while being mindful of the print we leave on our territory: our programmes must be exemplary and fulfilling for our clients!

Quelle est votre actualité sur la région niçoise ?

Nous poursuivons en 2022 la livraison du quartier antibois de Marenda Lacan : l'opération la plus emblématique de ces dernières années sur la Côte d'Azur, avec un multiplexe, des logements et commerces, un rooftop, le tout en plein cœur de ville ! Cela n'a pas été facile mais je suis fier de ce que nous avons réalisé, c'était de la couture urbaine et le résultat est à la hauteur de nos engagements et de notre investissement : absolument exceptionnel !

What is new in the Nice region?

In 2022, we will continue work on delivering the Antibes neighbourhood of Marenda Lacan: this is the most emblematic operation we've seen in many years in the French Riviera, with a multiplex, housing units and stores, and a rooftop, all set in the heart of the city! It hasn't been easy, but I'm proud of what we've achieved, it was urban tailoring, and the result meets our commitments and investments: it is truly exceptional!

Parlez-nous de l'avenir de la profession sur la Côte d'Azur :

BNP est une institution et les propriétaires fonciers nous consultent très régulièrement. Nous ne réalisons pas de « petite » opération, en dessous de 40 logements. Nous identifions et développons des programmes notamment à partir de ce critère. En ce sens, nous sommes très innovants car les grandes tendances naissent bien souvent des chantiers d'envergure, qui transforment le paysage et la qualité de vie des futurs résidents. La mixité (commerce, habitat), par exemple, est une tendance née avec la réalisation de certains grands ensembles emblématiques.

D'un point de vue géographique, je crois beaucoup en l'Est de Nice, qui est pour moi un territoire à développer et qui mérite que l'on s'y penche. Nous y avons d'ailleurs lancé une nouvelle opération emblématique, « Dolce Via », qui comptera 520 logements, un groupe scolaire de huit classes, un supermarché, des commerces, édifiés sur le site de l'ancien Comptoir métallurgique du littoral (CML). Plus à l'ouest, j'aimerais que nous soyons présents à Sophia Antipolis : nous étudions toutes les opportunités d'y réaliser des projets de qualité...



A l'Est de Nice, la nouvelle opération emblématique, « Dolce Via », comptera 520 logements, un groupe scolaire de huit classes, un supermarché et des commerces.

Tell us about the future of your line of work in the French Riviera:

BNP is an institution, and property owners frequently come to us for advice. We do not handle "small operations", with less than 40 units. Based on that criterion, we identify and develop various programmes. In that respect, we are very innovating, because the greatest trends are often born from large-scale projects that transform the landscape and the quality of life of future residents. Mixed units (housing and businesses), for instance, is a trend that saw the day with the construction of large and emblematic complexes. Geographically, I believe firmly the east of Nice has a lot of potential and is an area that merits closer examination and, hopefully, further development. We have launched a new operation in that area, "Dolce Via", which will boast 520 housing units, a school with eight classrooms, a supermarket, and various stores. It is built on the site of the former "Comptoir Métallurgique du Littoral (CML). Further to the west, I want us to have a presence in Sophia Antipolis: we study all opportunities, looking for high-quality projects...



« Ensemble, nous militons pour construire de l'excellence »

"Together, we strive to achieve excellence"

Jean-Baptiste Rachou Peraldi



Frédérique Combes & Philippe Baumel

PÔLE COMMERCIAL

FREDERIQUE COMBES

Directrice Régionale Transaction résidentielle Région Sud

Son secteur couvre les Alpes-Maritimes, le Var ainsi que les Bouches-du-Rhône. Directrice Régionale Transaction résidentielle Région Sud, le rôle de Frédérique Combes est multiple et varié : « J'interviens au niveau de la phase de développement pour valider avec les développeurs si le terrain conviendra ». Le secret ? « Bien communiquer entre nous et bien nous connaître, car c'est un secteur très concurrentiel… Le développeur demande une étude de marché, validée également à Paris. Je dois pour cela donner la valeur et la typologie de la réalisation. Ma vision est complétée par mes adjoints, Philippe à Nice, Sylvie à Marseille, puis je travaille avec le Pôle programmes. A l'obtention du permis, j'interviens avec l'architecte sur la validation des surfaces. Et ensuite, place à la commercialisation ». Son métier requiert des compétences et qualités variées, au premier rang desquelles la connaissance pointue du marché, un prérequis indispensable.

« La promotion, le métier le plus complet de l'immobilier »

"Real estate development is the most extensive job for those who are in our business line"

Avant d'intégrer BNP Paribas en 2001, le parcours de Frédérique lui a permis d'entrevoir les nombreuses facettes de l'immobilier en créant notamment sa propre agence. Puis la jeune femme se retrouve en 2000 avec un exceptionnel programme à commercialiser à Nice pour BNP : la réhabilitation du Palais de la Méditerranée, qui a connu un succès sans égal.

Sa satisfaction aujourd'hui ? « Le management m'apporte beaucoup, tout comme la force de motivation de Jean-Baptiste et de ma hiérarchie, qui nous donnent à tous des ailes ! »

Her area covers the Alpes-Maritimes, the Var, and the Bouches-du-Rhône. She is the Southern Regional Director of Residential Transactions. As such, the role of Frédérique Combes is varied: "I am involved in the development phase and I validate, together with developers, whether the land is suitable for any given project". What is her secret? "Establishing a clear line of communication between us, and knowing one another well, because this is a highly competitive market… Developers will ask for accurate market research, which has to be validated in Paris as well. For that, I have to quantify the value and describe the typology of the project. In my work, I rely on my assistants, Philippe in Nice and Sylvie in Marseille, then I work with the Programme Department. When the building permit is issued, I work with the architect to validate the project's surfaces. Then comes the marketing phase". Her job requires different skills and qualities, but chief among them is an in-depth understanding of the market, which is an essential prerequisite.

Before joining BNP Paribas in 2001, the career of Frédérique showed her the many facets of real estate, in particular when she opened her own agency. In 2000, the young woman found herself tasked with marketing a magnificent programme on behalf of BNP, in Nice: redeveloping the Palais de la Méditerranée, and her efforts were met with astounding success.

From what does she derive satisfaction? *"I find management to be very fulfilling. But I will also say that working Jean-Baptiste is highly motivating, and our senior managers are a huge boost to us all!"*

PHILIPPE BAUMEL

Responsable des ventes

Philippe Baumel, responsable des ventes, a toujours exercé dans l'immobilier : désormais adjoint de Frédérique Combes, il a longtemps œuvré comme directeur d'agence immobilière ou consultant dans la promotion. Entré en 2007 chez BNP Paribas Real Estate, meilleur commercial en « bulle de vente » jusqu'en 2018, il anime et manage aujourd'hui une équipe de 7 vendeurs (en bureau de vente et en relation avec des prospects de la banque). Avec le fort développement insufflé depuis 4 ans à Nice, son rôle de responsable des ventes le voit aujourd'hui en charge de l'animation du réseau de vendeurs, mais aussi « de la mise en place de la stratégie de commercialisation, de la communication et de la publicité, auprès de Frédérique : presse, panneaux d'affichage, bulle de vente, ainsi que le site internet BNP Paribas immobilier. Nous intervenons aussi sur les plans, les prestations, nous établissons les grilles de prix et nous suivons de manière hebdomadaire les relations prescripteurs, les actes de vente… ».

« Suivre toutes les étapes d'un projet »

"Overseeing all the step of a project"

Ce qui lui plait ? « Partir de la genèse du projet et en suivre toutes les étapes. Auparavant, j'étais en bout de chaine : je vendais le produit fini. Mon rôle aujourd'hui, qui inclut le management, l'animation commerciale et le marketing, m'attribue d'autres facettes du métier vraiment enthousiasmantes ! »

Philippe Baumel, head of sales, has always worked in real estate: he is now an assistant of Frédérique Combes, but before that he worked as the manager of a real estate agency and as a consultant in real estate development. Having joined BNP Paribas Real Estate in 2007, he was named best sales representative in the "sales bubble". In 2018, he was tasked with overseeing and managing a team of seven sales representatives (in a sales firm aligned with the bank's prospects). Due to the strong wind of real estate development that has been blowing in Nice for the past four years, as head of sales he now has to organise a network of sales representatives, and also "the implementation of the marketing, communication, and advertising strategy, alongside Frédérique: media, billboards, sales bubble, and also the internet site of BNP Paribas Real Estate. We work on plans, services, we establish price scales, and we monitor, on a weekly basis, the specifiers, the deeds of sale…".

What does he enjoy the most? *"Starting right at the beginning of the project and following all of its the steps. Before, I was at the end of the line: I sold the finished product. My role today, which includes management, sales, and marketing, shows me all the other facets of this line of work, which I find exciting!"*

PÔLE DÉVELOPPEMENT

VINCENT SIMONIN

Directeur du Développement

A seulement 35 ans, Vincent Simonin a déjà 14 années de promotion immobilière derrière lui ! « Avec un beau-père géomètre-expert, un oncle promoteur, une marraine agent immobilier, j'ai baigné dans cet univers très tôt… Même mon premier stage en entreprise au collège a eu lieu chez un promoteur ! ». Entré cette année chez BNP comme Directeur du Développement, Vincent a déjà plus de 30 opérations livrées à son actif et une vision affinée du métier : « La plus grande partie de notre travail consiste en la relation avec les propriétaires. Nous créons des liens avec eux en tentant de comprendre leurs besoins et leur volonté. Car en dehors de l'aspect financier, il y a de l'affectif et un intérêt pour ce que nous allons faire de leur terrain. En ce sens, chez BNP, il y a une vraie culture des projets mixtes et innovants.

Nous sommes capables d'acheter des terrains en y mettant le prix et de proposer les meilleurs projets, parce que nous travaillons avec des équipes multidisciplinaires de talent, comme avec les meilleurs partenaires régionaux pour leur réalisation ». La mission du développeur est accomplie lorsque la promesse de vente est signée mais en interne, le travail en équipe prend le relais : « le Pôle Programme nous apprend à décoder le PLU, à anticiper les nouvelles règles, l'équipe technique nous aide à travailler sur les coûts de construction, nous informe des contraintes techniques et enfin l'équipe commerciale analyse le marché local et ses besoins en termes de produits. Nous sommes très soudés pour tous aller dans le même sens ! ».

Qualité requise pour le job ? « Être passionné et dans le partage, aimer partir à la découverte de chacun de ses interlocuteurs ».

Et pour durer ? « Il faut prendre le temps de découvrir l'autre et surtout avoir une ligne de conduite inflexible : le respect de l'engagement ».

« Le respect de l'engagement »

"Meeting our commitments"

Aged only 35, Vincent Simonin already has 14 years of real estate experience under the belt! "My stepfather was a surveyor, my uncle was a real estate developer, my godmother was a realtor, so I grew up in the business… Even my first internship, when I was at college, was with a real estate developer!". This year he joined BNP as Director of Development, and Vincent can already boast some 30 operations he delivered personally, and an acute understanding of the business line: "Most of our work is about entertaining good relationships with owners. We create sites with them, by trying to understand their needs and their vision. Besides the financial aspect, there is also sentimental value, and a keen interest for what we are going to do with their land. In this regard, BNP nurtures a real culture made of mixed and innovating projects.

We are positioned to buy land by offering the right price and to develop the best projects, and it is all due to the fact that we work with multidisciplinary and talented teams, and we have the best regional partners to bring these projects to life". The real estate developer's mission is completed when the sales agreement is signed, but internally, this is when the teamwork begins. "The Programme Centre teaches us how to decode the local urban planning requirements and to anticipate new rules, and the technical team helps us work on constructions costs, informing us of technical constrains, whereas the sales team analyses the local market and its needs in terms of products. We form a tight-knit team, and we are all pulling in the same direction!".

A required quality to get the job? *"Being passionate and wanting to share, wanting to discover the specific needs of all the people we conduct business with".*

And to stay in the job? *"It is about taking the time to listen to others, and more importantly, you must have an unwavering code of conduct: always meet your commitments".*

LUCAS BERARD

Directeur adjoint du Développement

Niçois d'origine corse, Lucas Berard est entré au service Développement de BNP en 2018. Licencié en droit, évoluant comme agent immobilier, il a appris les ficelles du métier depuis 4 ans, à la faveur d'une formation interne. Sa fonction consiste en la recherche et la négociation foncière, l'accompagnement et le montage du dossier jusqu'à la signature d'une promesse de vente : cet engagement acté avec le propriétaire ou avec l'institution qui détient les parcelles.

« J'aime le défi commercial, l'humain. Pour ce métier, il faut aimer les gens, les maths et les problèmes ! Car il faut toujours intégrer la dimension économique d'un projet. Le développement, c'est le premier maillon de la chaine. Ensuite, avant la promesse, le dossier doit être validé par la direction parisienne, avec notre service technique pour le chiffrage de la construction et notre service commercial pour connaître le prix de vente : les deux curseurs qui nous permettent de remporter l'offre et créer une opération équilibrée et qualitative ».

Lucas Berard se souvient précisément de sa première signature : « c'était en mars 2019… Pour un programme de 105 logements. Cela a été pour moi un déclic, un peu comme… un avant-centre qui ne marque pas et qui tout d'un coup inscrit son premier but : il est en confiance et les énergies positives se ressentent ! ».

Avec un objectif sous-jacent : « des réalisations dont on sera fiers en passant devant dans 20 ans ! »

« Le premier maillon de la chaîne »

"The first link in the chain"

A resident of Nice, but Corsican by birth, Lucas Berard joined BNP's Development Service in 2018. As a law graduate who turned to real estate, he has been learning the ropes for four years, and has been trained internally. His job is to research and conduct property negotiations, to oversee and prepare the necessary documents, all the way to the signing of a sale agreement: a notarised document that binds the owner or the institution that owns the plots of land.

"I love a good business challenge, and a human one too, for that matter. For this job, you must love people, maths, and problem-solving! It is always important to consider the economic dimension of a project. Real estate development is the first link in the chain. Then, before the sale agreement is signed, the project is sent to senior management in Paris, where it is validated by our technical department for the construction cost analysis, and by our business department to ascertain the selling price: these two indicators are used to create a well-balanced and high-quality operation".

Lucas Berard remembers perfectly his first signing: "it was in March 2019 for a project with 105 housing units. It was a realisation for me, a bit like… playing centre-forward and never scoring, until one day you net your first goal: it builds self-confidence and positive energy!". ***With an underlying objective:*** *"completed projects that we'll be proud of when we see them in twenty years' time!"*



Lucas Berard & Vincent Simonin



Xavier Gascuena

PÔLE TECHNIQUE

XAVIER GASCUENA

Directeur Technique

Sa formation d'architecte associée à son parcours dans la promotion immobilière chez un concurrent parisien ont séduit BNP Paribas Real Estate à Paris, qui a recruté Xavier Gascuena en 2000. Depuis 2004 à l'agence de Nice, Xavier a aujourd'hui la charge, avec son équipe de techniciens, de chiffrer les projets qui naissent à la suite de la validation des engagements pris sur l'achat de foncier. « Les architectes réalisent à notre demande une étude de faisabilité. Puis nous travaillons sur le coût : notre rôle est d'optimiser le projet tout en conservant absolument l'aspect qualitatif de toutes nos opérations. Nous pouvons par exemple jouer sur les matériaux mais nous devons de toute façon faire face à un ensemble de contraintes liées à l'archéologie, à la nature des sols, à la pollution…

J'ai coutume de dire que si vous voulez mettre en pratique votre métier au sortir de l'école, vous devez venir à Nice car il y a ici un concentré de toutes les problématiques : eau, sismicité, relief, liquéfaction des sols, nappes phréatiques… ! » Le Pôle Technique doit toujours travailler en amont, avec quatre mois d'avance sur l'ensemble de la chaine. « Nous ne pouvons pas travailler en réaction et c'est pour cela que nous devons maitriser absolument toutes les étapes ».

His training as an architect, along with his career as a real estate developer for a Parisian competitor appealed to BNP Paribas Real Estate in Paris, and so Xavier Gascuena was hired in 2000. Since 2004, at the Nice agency, Xavier is now in charge, along with his team of technicians, of quantifying projects that are born from commitments made on the acquisition of land. "The architects, at our request, prepare a feasibility study. Then we work on cost: our role is to optimise the project, while maintaining a very high level of quality in all our operations. For example, we have some manoeuvring room with construction materials, but we have to contend with a number of constraints, such as archaeology, the nature of soils, pollution…

I usually say that if you want to put the skills you learned at school to practice, you must come to Nice, because all the standard problems are concentrated here: water, earthquakes, topology, soil liquefaction, groundwater…! " The Technical Department must always work upstream from the rest, four months in advance on the chain. "We cannot operate by reacting, which is why we must be in full control of every step".

> ***« Commencer à réfléchir à partir d'un coup de crayon, c'est grisant ! »***
>
> *"Starting to think with just one stroke of the pen, it is so exciting!"*

Ce qui lui plait le plus dans l'ensemble de ses activités ? « Lorsqu'à partir d'un coup de crayon de l'architecte, vous devez commencer à réfléchir et à travailler sur le projet : ça y est, vous êtes dans le vif du sujet ! » L'agence niçoise réalisait environ 300 logements annuels il y a 5 ans contre plus de 1000 aujourd'hui, poussant l'équipe à se renforcer. « Mais si vous envoyez le signal que vous et votre équipe êtes prêts, chez BNP, on vous valorise, on vous suit en vous donnant les moyens de bien travailler ! » sourit Xavier.

What does he prefer about his job? *"When, with a stroke of an architect's pen, you start thinking and working on the project, and in no time, you are at the heart of the matter!" The Nice agency handled some 300 housing units every year five years ago, but now that number has grown to 1'000, which means we need a bigger team. "But, if you give us the signal and your team is ready, at BNP, we add value to your project, and we support you by giving you the means to do good work!" Xavier says with a smile.*



Première opération d'envergure dans le Var : Les jardins de Maraval à Saint-Raphaël, une résidence qui offrira une qualité de vie remarquable dans le quartier du golf de Valescure

PÔLE TECHNIQUE

RENÉ FOREL

Directeur Technique adjoint

« Ce sont les compétences de chacun qui fiabilisent nos opérations »

"Individual skills make our operations more reliable"



René Forel

Après 17 ans passés chez un grand concurrent national, René Forel se laisse séduire par BNP Paribas Real Estate, sa réputation et l'exceptionnelle qualité de ses opérations. Depuis 8 mois à Nice, directeur Technique adjoint, sous la direction de Xavier Gascuena, il se partage le travail avec Fabien Meredieu, en binôme sur les différents programmes de l'agence.

Ingénieur de l'ESTP (Ecole Spéciale des Travaux Publics) session 1989, René Forel a toujours travaillé dans la construction. « Mon père était artisan tapissier-peintre, mes oncles étaient entrepreneurs dans le bâtiment, la logique voulait que je fasse mes études dans le bâtiment et les travaux publics ! » Marseillais, aujourd'hui niçois d'adoption, il apprécie beaucoup la région, sa géographie et la diversité de son environnement. Qu'est-ce qui fait la différence au sein de l'équipe de l'agence qu'il a intégré voici quelques mois ? « D'un point de vue organisationnel, le Pôle Technique et le Pôle Programmes sont séparés. Même s'il y a de fortes interactions entre eux, chacun gère sa partie du travail. Résultat : tout le monde est plus responsabilisé et c'est finalement l'ensemble des compétences de chacun, mises en commun, qui permet de fiabiliser nos opérations ». Ce qu'on peut lui souhaiter pour 2022 ? « De travailler avec de belles entreprises, sur de beaux chantiers dans les délais et surtout -car c'est la vraie finalité de l'entreprise, de satisfaire nos clients acquéreurs ».

Having spent 17 years working for an important national competitor, René Forel was drawn in by BNP Paribas Real Estate, its reputation, and the outstanding quality of its operations. Working in Nice for the past eight months as Deputy Technical Director, under the leadership of Xavier Gascuena, he shares his workload with Fabien Meredieu. The pair work as a team on the agency's different programmes.

As an engineer who graduated from the ESTP (Special School of Public Works) in 1989, René Forel has always been involved with the construction industry. "My father was a painter and upholsterer, and my uncles were entrepreneurs working in construction, so it seemed natural for me to study public works and construction!" A native of Marseille, he is now a resident of Nice and he really loves the region, its geography, and its environment. What does he find different in the agency team he joined some months ago? "From an organisational standpoint, the Technical Department and the Programme Department are separate. Even if there are strong interactions between both entities, each manages its share of the work. As a result, we are all more empowered, and ultimately, individual skillsets, when pooled, are what makes our operations more reliable". What can we wish him for 2022? "To work with great companies, on great projects, meeting our deadlines and, more importantly, satisfying the needs of our clients, which is our true mission".

PÔLE TECHNIQUE

FABIEN MEREDIEU

Directeur Technique adjoint

Né à menton, Fabien Meredieu a suivi un cursus d'ingénieur en génie Civil à Saint-Etienne à l'ENISE, en passant ses trois dernières années d'études en alternance dans le groupe Fayat à Nice, au sein duquel le jeune ingénieur travaux évolue sur des projets variés : logements, conception-réalisation d'un parking souterrain, école avec auditorium, immeuble de bureaux... C'est sa rencontre avec BNP, alors promoteur de l'immeuble niçois Connexio (première opération du Grand Arénas) dont il assure la conduite de travaux, qui le mènera à travailler au sein de l'équipe de Jean-Baptiste. Fabien, embauché comme Responsable technique, relèvera le défi d'opérations complexes, ce qui lui permettra d'être rapidement promu Directeur Technique adjoint : « J'aime la complexité que l'on retrouve sur les chantiers, j'aime démêler les nœuds, résoudre des problématiques variées, débloquer des situations ! »

Son atout ? « Je crois qu'il faut savoir rester soi-même, adapter son discours à des interlocuteurs variés, de la sphère publique comme du monde du BTP ou de l'immobilier ».

Une opération emblématique ? « Marenda Lacan, à Antibes que nous allons finir de livrer tout au long de cette année. Un vrai défi relevé en pleine crise sanitaire, dont nous sommes très fiers ». Et en 2022 ? « Un nouveau challenge nous attend avec notre première opération d'envergure dans le Var : Les jardins de Maraval à Saint-Raphaël, une résidence qui offrira une qualité de vie remarquable dans le quartier du golf de Valescure ».

A native of Menton, Fabien Meredieu trained as a civil engineer at the ENISE of Saint-Etienne, spending his tree final years of study working part-time for the Fayat group in Nice, where the young engineer was involved with a variety of projects: housing, design of an underground parking, school with auditorium, office building... He went on to discover BNP, when the group was developing the Nice Connexio building (the first operation of the Grand Arénas) and he was in charge of supervising the works. This encounter led him to join Jean-Baptiste's team. Fabien, hired as technical manager, rose to the challenge of more complex operations, and was therefore promoted to Deputy Technical Director: "I love the complexity of construction sites, I love unravelling difficult knots, solving a variety of issues, unlocking tricky situations!"

What is his greatest asset? *" You must remain true to yourself, adapt your arguments to the different people you speak to, as they could be laymen, construction specialists, or real estate developers".*

A memorable operation? *"Marenda Lacan, in Antibes, which we will complete the delivery of throughout the year. It was a difficult challenge during the health crisis, and we are immensely proud of our work. And what about 2022? "There's a new challenge for us with our first major operation in the Var department: the Jardins de Maraval in Saint-Raphaël, a residence offering a remarkable quality of life in the neighbourhood of the Valescure golf course".*

« Il faut aimer résoudre des problématiques variées ! »

"You have to enjoy solving all sorts of issues!"



Fabien Meredieu

PÔLE PROGRAMMES

OLIVIER BARAVALLE

Directeur de Production

Niçois, Olivier Baravalle est ingénieur des Arts & Métiers (Aix-en-Provence) et a débuté sa carrière en bureau de contrôle pour l'Apave, avant de travailler en maîtrise d'ouvrage déléguée puis comme Responsable de programmes chez un concurrent de Sophia Antipolis. Entré chez BNP en 2008 comme Directeur de Programmes jusqu'en 2019, Olivier a vu son rôle prendre de la hauteur avec le pilotage de l'ensemble de la production, la supervision et l'organisation du Pôle Programmes, en lien fort et stratégique avec le Pôle Développement et la direction d'agence.

Avec la Direction Technique, le Pôle Programmes prépare le montage du permis de construire, jusqu'à la livraison du chantier : montage juridique, travail avec le service commercial puis suivi avec la Direction Technique. « Et tout au long du chantier, nous sommes garants de la qualité du programme ». Pour cela, Olivier Baravalle s'appuie sur une équipe qu'il a en partie contribué à former : « Nous sommes performants car nous gérons des dossiers à forts enjeux autour d'une équipe resserrée : ils sont d'excellente composition, je suis là pour les accompagner et pour veiller à être sûr que toutes les étapes importantes se déroulent bien, car nous nous sommes beaucoup développés ces dernières années ».

« Pour une équipe performante, garante de la qualité de nos programmes »

"For a high-performance team, ensuring the quality of our programmes"

Originally from Nice, Olivier Baravalle is engineer in Arts and Crafts (Aix-en-Provence) and started his career in the control department of Apave, before working in the contracting industry, and later as Programme Manager for a competitor of Sophia Antipolis. Having joined BNP in 2008 as Programme Director, a position he held until 2109, Olivier was promoted to a senior position where he steers the entire production, oversees the Programme Department, working in close and strategic collaboration with the Development programme and Agency Management.

With the Technical Department, the Programme Department applies for the planning permissions, and oversees the operations all the way to the final delivery of the product: legal matters, collaboration with the Sales Department, and overseeing all the technical aspects. "Throughout the entire project, we guarantee the quality of the programme". For this purpose, Olivier Baravalle relies on a team that he has partly trained himself: "We are very efficient because we are a small, tight-knit team in charge of high-stakes operations: we form an outstanding group, and I am here to support them and to make sure that all the important steps run smoothly, and we have learned a great deal these past few years".

CAROLINE ASTRON

Directrice de Programmes

Directrice de Programmes depuis 2020, Caroline Astron est titulaire d'un Master II en Droit de l'immobilier et de l'Urbanisme qu'elle a complété par un Master II spécialisé à l'ESPI (Ecole Supérieure des Professions Immobilières). En débutant sa carrière chez un promoteur familial parisien, elle devient Responsable de Programmes et découvre toutes les facettes de la profession : « c'est une très bonne école pour comprendre et avoir une vision panoramique du métier ». Revenue dans la région azuréenne d'où elle est originaire, elle entre chez BNP en janvier 2019 et un an plus tard, devient Directrice de Programmes. « Nous travaillons tous les aspects juridiques : avec les géomètres, les notaires, les contrats de réservation avec les bailleurs sociaux, les VEFA (Vente en Etat Futur d'Achèvement) ...

Un rôle qui prend aussi en compte l'aspect économique car nous avons des revues bilans trois fois par an ». Ses nouvelles fonctions managériales lui permettent de fédérer son équipe : « je supervise les responsables et les accompagne afin qu'ils trouvent de l'épanouissement dans leur travail, car ce métier est semé d'embûches : il faut savoir s'unir et conjuguer nos talents pour franchir les étapes d'un projet et livrer de belles réalisations. L'obtention d'un permis, purgé de tout recours, puis la livraison sont des phases très encourageantes, mais la satisfaction client est primordiale : livrer un client heureux est ma plus belle récompense. N'oublions pas que nous laissons une empreinte visible et durable sur notre environnement ! ».

« Conjuguer nos talents pour franchir toutes les étapes »

"Pooling our talents to complete all the steps"

As a Head of Programme since 2020, Caroline Astron holds a master's degree II in Real Estate Law and Urban Planning, to which she added a specialised master's degree II from the ESPI (Higher Institute of Real Estate Professions). As she began her career at a Paris-based, family-run real estate business, she was promoted to the position of Head of Programme and discovered all the facets of her line of work: "It was a great school to learn and acquire a panoramic vision of the job".

Back in her native French Riviera, she joined BNP in January 2019, and one year later, was promoted to Head of Programme. "We work on legal matters: with the surveyors, the notaries, the social landlords for matters relating to reservation contracts, the buyers of future properties...

This role also takes into account the economic dimension, as we have performance reviews every four months". Her new managerial responsibilities help her maintain team unity: "I oversee the managers and help them find fulfilment in their work, because this line of business has many pitfalls: we must work together and pool our talent to complete the steps of a project and deliver great results. Obtaining a building permit that no one can appeal against, and the final delivery are very exciting steps, but customer satisfaction is of prime importance. A happy client is my greatest reward. Let us not forget that we leave a visible and lasting mark on our environment!".



Caroline Astron & Olivier Baravalle

PÔLE PROGRAMMES

ALEXIS UYTTERHOEVEN

Directeur de Programmes adjoint

« Être passionné pour marquer notre territoire »

"Being passionate about leaving our print on our territory"



Alexis Uytterhoeven

Alexis Uytterhoeven a choisi un double cursus ingénieur Génie Civil (Polytech Marseille) et architecture, que le jeune homme a complété par l'IAE (Institut d'Administration des Entreprises) d'Aix-en-Provence : « ma formation d'ingénieur, extrêmement professionnalisante, me conduisait à travailler en bureau d'études ou directement en conduite de travaux : je voulais la compléter en fiscalité, droit, comptabilité et Ressources Humaines, afin de comprendre le monde de l'entreprise et en percevoir une vision globale ».

Maître d'Ouvrage Technique Réalisation (MOTR) durant son alternance puis Responsable de Programmes, Alexis a intégré BNP en septembre 2018 et vient d'être promu Directeur de Programmes adjoint. La noblesse du métier, il l'entrevoit dans sa finalité : « Nous marquons le territoire en bâtissant des lieux de vie où les gens vont se créer des souvenirs ». Cette appétence pour le monde de la construction, il la tient de ses jeunes années : « j'adorais les histoires de ma grand-mère qui racontait le métier de son père, ingénieur en génie civil au Maroc, cela me passionnait ! » Une passion qui doit forcément transparaitre lorsqu'on entre chez BNP : « Je me souviens très bien de mon entretien de recrutement avec Jean-Baptiste : il m'a dit, je cherche avant tout une personnalité et une envie… Et cela résume tout à fait l'état d'esprit de l'équipe ! »

Alexis Uytterhoeven was trained both as a civil engineer (Polytech Marseille) and as an architect, before graduating from the IAE (Corporate Administration Institute) of Aix-en-Provence: "my engineering background had prepared me for a career in a study firm, or working directly on projects: but I wanted to learn the basics of tax systems, law, accounting, and human resources, in order to understand and have an all-encompassing view of the corporate world".

Technical Contracting Manager during his internship, and then Programme Manager, Alexis joined BNP in September 2018 and has recently been promoted to the position of Assistant Programme Director. The beauty of his work resides in its purpose, he tells us: "We mark our territory by erecting buildings people will visit and where they will create memories". This appetite for the construction industry was developed during his formative years: "I loved hearing my grandmother's stories about her father's work, who was a civil engineer in Morocco, I found it so interesting!" This level of passion and drive certainly emerged when he joined PNP: "I remember my job interview with Jean-Baptiste: he told me; I want someone who is driven and who has personality… It beautifully sums up the state of mind of the team! "

DES PROGRAMMES D'EXCEPTION

DOLCE VIA

518
Logements dont

141
En locatif social

1894 m²
Une école

2662 m²
De commerces dont un supermarché



Dolce Via : à l'Est, du nouveau

Le programme Dolce Via, à Nice Est, mixe toutes les composantes du lieu de vie de demain, rythmé autour d'infrastructures d'envergure (école, commerces), labellisé « Quartier Durable Méditerranéen ».

Dolce Via: in the East, something new

The Dolce Via program, in Nice Est, mixes all the components of the living space of tomorrow, punctuated around major infrastructures (school, shops), labeled "Mediterranean Sustainable District". The construction has just started.

MARENDA LACAN

189
Logements

2022
Fin de la livraison de l'ensemble du programme

12498 m²
De surface de logements en cœur de ville

4103 m²
De cinéma multiplexe

Marenda Lacan, performance et prouesse technique

En plein centre-ville d'Antibes, c'est toute la physionomie de la cité qui se trouve transformée par un programme composé d'un cinéma multiplexe, de logements et de commerces.

Marenda Lacan, performance and technical prowess

Right in the city center of Antibes, the entire appearance of the city is transformed by a program consisting of a multiplex cinema, housing and shops.



BNP PARIBAS REAL ESTATE IMMOBILIER RESIDENTIEL
Immeuble Azuréa - Le Phoenix - 455 Promenade des Anglais 06285 Nice cedex 3
04 92 29 25 30 - www.bnppre.fr

BNP PARIBAS IMMOBILIER



BUSINESS STORIES

Elles viennent tout juste d'être créées quand parfois, leur savoir-faire séculaire se transmet depuis plusieurs générations. De toute taille, dans des secteurs d'activité variés, aux quatre coins du département, ces entreprises racontent toujours une histoire passionnante, sont souvent nées de grandes idées et ont toutes en commun de pouvoir compter sur l'immense implication de leurs dirigeants pour que l'aventure de la conquête se poursuive en 2022...

They have just been created when sometimes their age-old know-how has been passed down for several generations. Of all sizes, in various sectors of activity, in the four corners of the department, these companies always tell a fascinating story, are often born of great ideas and all have in common that they can count on the immense involvement of their leaders so that the adventure of conquest continues in 2022...

SOMMAIRE

Des entreprises aux destins passionnants et à l'esprit conquérant !

Companies with exciting destinies, with a conquering spirit!

26 TRAVEL PLANET,
le voyage d'affaires agile et au juste prix
Travel Planet, agile and fairly priced business trips

28 AZUR TRUCKS FROID
la chaîne du froid n'attend pas !
The cold chain does not wait!

30 THE NEOSHIELDS
Protéger ses données, un vrai atout concurrentiel
Protect your data and gain a competitive edge

32 MYCOPHYTO
2022, l'année du développement industriel
2022, the year of industrial development

34 ALLIANZ RIVIERA
Bien plus qu'un stade !
Much more than a stadium!

36 CCI / LA PLACE BUSINESS
Les objectifs du chef d'entreprise : développer son réseau, rencontrer ses pairs
The CEO's goals: developing a network, meeting peers

38 ABE,
survoltée en 2022
High voltage at ABE in 2022

40 MOOD DESIGN
L'élégance du luxe, indoor & outdoor
Elegance and luxury, indoor and outdoor

42 DOMAINE DU PARADIS DES OISEAUX :
bienvenue aux entreprises
The Domaine du Paradis des Oiseaux is opening its gates to companies

44 PHASELEC
En transition énergétique
active in energy transition

46 CHEVRON VILLETTE
Les Vignobles Chevron Villette, une histoire de Famille
a family story

48 DANIEL DESAVIE
Recette de succès
A recipe for success

50 JULY OF ST BARTH
Parfums et haute couture
Perfumes and haute couture



TRAVEL PLANET, *le voyage d'affaires agile et au juste prix*

Betty Seroussi dirigeait des agences spécialisées dans le voyage de loisirs. Sa rencontre avec Tristan Dessain-Gelinet aura permis de créer une offre innovante et technologique dans le voyage d'affaires. Pour 2022, Travel Planet ambitionne un chiffre d'affaires de 100 M€ grâce à sa solution intégrée pour la gestion du voyage d'affaires et sa nouvelle offre de plate-forme en marque blanche commercialisée sous forme de licence logicielle. On refait le match avec Betty et Tristan, cofondateurs de Travel Planet dont l'activité s'est profondément transformée en moins de 3 ans.

Travel Planet, agile and fairly priced business trips

Betty Seroussi used to manage leisure travel agencies. But then she met Tristan Dessain-Gelinet, and together they created an innovating and technological offering in the business travel industry. In 2022, Travel Planet is expecting a turnover of 100 M€, thanks to its integrated business travel solution and its brand-new white label platform that it markets as a software licence. We sat down with Betty and Tristan, cofounders of Travel Planet, and went over the profound changes that their company has undergone in the past three years.

Quelle est l'histoire de Travel Planet ?

Betty Seroussi : Après avoir travaillé près de 25 ans tant en agence de voyage traditionnelle que de voyage d'affaires, j'ai rencontré Tristan, issu de l'IT. Ensemble, nous avons analysé les évolutions structurelles du marché du voyage d'affaires. Travel Planet est le résultat de nos réflexions et de notre travail : un modèle complètement intégré de bout en bout, au service des entreprises pour la gestion de leurs déplacements. Réservation de tous les voyages sur une plateforme unique, remontée d'informations en temps réel, business intelligence dynamique, backoffice de facturation, jusqu'à la note de frais : nos clients n'ont qu'un seul point d'entrée pour gérer leurs voyages, Travel Planet. Très vite, ce modèle a séduit des grands donneurs d'ordres. L'approche

> ***La réduction des intermédiaires techniques a généré une économie substantielle et fait émerger un nouveau business model gagnant tant pour nos clients que nos fournisseurs.***
>
> Betty Seroussi, cofondatrice de Travel Planet

What can you tell us about the history of Travel Planet?

Betty Seroussi: *I worked for close to 25 years in agencies specialising in both travel for business and travel for leisure. Then, I met Tristan, who came from the IT world. Together, we analysed the structural evolutions we could expect in the business travel market. Travel Planet is the result of our thoughts and our work: an end-to-end, fully integrated model at the service of companies in the management of their travel accounts. All trips are booked on a single platform, the information is escalated in real time, we rely on dynamic business intelligence, there are back-office billing processes in place, including the management of expense accounts: our clients use a single gateway to manage their business trips, and that gateway is Travel Planet. Very early on, our model appealed to major clients.*

Travel Planet
Time to change

www.my-travelplanet.com

> ***Nous avons profité de 2020 et 2021 pour affiner la mise au point de nos solutions digitales, ce qui nous permet aujourd'hui de proposer un maximum de fonctionnalités au service de nos clients.***
>
> Tristan Dessain-Gelinet,
> cofondateur de Travel Planet

de connexions directes aux contenus des fournisseurs a permis de modifier notre relation avec les transporteurs, les hôteliers et les opérateurs du voyages d'affaires. La réduction des intermédiaires techniques a généré une économie substantielle et fait émerger un nouveau business model gagnant tant pour nos clients que nos fournisseurs.

Comment avez-vous passé la crise ?

Tristan Dessain-Gelinet : Si certains se sont mis en sommeil, nous avons profité de 2020 et 2021 pour affiner la mise au point de nos solutions digitales, ce qui nous permet aujourd'hui de proposer un maximum de fonctionnalités au service de nos clients, qui vont encore gagner du temps sur la gestion de leurs voyages d'affaires, avec un seul opérateur, un seul système de facturation et ainsi réaliser des économies sur le temps et sur le « risque technologique ». Nous n'avons pas encore présenté l'ensemble des nouvelles fonctionnalités, mais il est évident que notre technologie a du succès et devrait séduire de plus en plus de clients cette année. D'autant que l'écosystème du voyage d'affaires a connu ces deux dernières années plus de changement qu'au cours des 20 années précédentes...

Quels sont vos clients ?

Nous avons deux métiers : agence de voyages d'affaires et éditeur de solutions logicielles. Nous ciblons donc aussi bien les agences qui -comme nous mais sur des marchés différents, cherchent des solutions complètes pour leurs clients, que les ETI et grands groupes qui veulent optimiser leurs voyages d'affaires : les économies y sont très importantes. Nous travaillons aussi avec des opérateurs de voyages afin de les aider à distribuer directement leurs produits de manière plus agile et plus économe : nous voulons être facilitateur de technologie pour ces donneurs d'ordre.

With an approach based on direct connections to the suppliers' content, we were able to change our relationship with airlines, hotels, and business travel operators. By reducing the technical intermediaries, we generated substantial savings and developed a new business model that benefits both our clients and our suppliers.

How did you weather the crisis?

Tristan Dessain-Gelinet: *Although some went into sleep mode, we took advantage of 2020 and 2021 to refine our online solutions, which now allow us to offer a great many new tools to our customers, who will save even more time when managing their business trips, with a single operator and a single billing system, and who will therefore make savings and reduce their "technological risk exposure". We have not yet rolled out all of these new tools, but it is obvious that our technology is garnering substantial interest and should appeal to a growing number of customers this year. Besides, the business travel ecosystem has been changed more in the last two years than in the past two decades...*

Who are your clients?

We have two business lines: business travel agency and creator of software solutions. We therefore target agencies, such as ours but active in other markets, that want to offer end-to-end solutions to their clients, as well as medium-sized companies and big corporations that want to optimise their travel costs: there are substantial savings to be made. We also work with travel operators to help them distribute their products in a more agile and cost-efficient manner: we want to be technological facilitators for these clients.



Betty Seroussi et Tristan Dessain-Gelinet, cofondeurs de Travel Planet

EN DATES

2014
Le C.A de Travel Planet atteint **7 M€**

2017
Naissance de notre plate-forme : **Click & Control**

2018
Le C.A de Travel Planet passe à... **85 M€ !**

EN CHIFFRES

80
Salariés entre la **France** et le **Royaume-Uni** dont

Près de 30
Salariés installés à **Sophia Antipolis** depuis janvier

Près de 60
Salariés au siège de Sophia Antipolis prévus **fin 2022**

20
Le nombre de **développeurs et intégrateurs** chez Travel Planet

100 M€
Le C.A. prévisionnel de Travel Planet **en 2022**

30 Mds€
Le marché du déplacement professionnel en France

AZUR TRUCKS FROID

LA CHAÎNE DU FROID *n'attend pas !*



Agence de Corbas

Azur Trucks Froid, branche du Groupe Ippolito, s'est spécialisée dans l'entretien, le dépannage et la réparation de groupes frigorifiques embarqués pour toute marque de véhicules. Un métier méconnu, qui, sous la conduite de son Directeur Opérationnel Christophe Audia, va s'enrichir cette année d'une nouvelle activité : la pose, l'entretien et le dépannage de climatisations et de groupes de froid industriels, à destination des professionnels et des particuliers.

Après son rachat par le Groupe Ippolito il y a six ans et l'arrivée l'année suivante de Christophe Audia, Azur Trucks Froid (ATF) a très largement développé son activité, en rachetant plusieurs sociétés spécialisées dans le froid embarqué. Passé de Sept personnes et un point mobile (camion de dépannage), avec un technicien qui se déplace sur le département, ce sont aujourd'hui plus de 25 véhicules de dépannage et de maintenance de groupes frigorifiques qui sillonnent les départements du 06, 83, 04 et 13, ainsi que 9 départements en Auvergne-Rhône-Alpes, où sont notamment situés deux centres de montage de groupes frigorifiques sur véhicules neuf (un en Région Rhône-Alpes Auvergne à Saint-Cyr-sur-Menthon et un en Région PACA à Gémenos). Avec cette organisation, ATF couvre toute la chaine du froid et s'assure un maillage territorial fort, autour des autres implantations du groupe Ippolito (pneumatiques, location, entretien de poids lourds...).

La force d'ATF ?

Christophe Audia : « Le service ! Rapidité et efficacité. Nous nous déplaçons aussi bien pour le dépannage que pour la maintenance sur site, ce que la plupart de nos concurrents ne font plus.



Christophe Audia, Directeur Opérationnel d'Azur Trucks Froid

The cold chain does not wait!

Azur Trucks Froid, a branch of the Ippolito Group, specialises in servicing, troubleshooting, and repairing onboard refrigeration units, working with all truck makes. It is, admittedly, a little-know business line. Under the leadership of its Operational Manager, Christophe Gaudia, the branch is set to begin a new activity: the installation, maintenance, and repair of industrial air-conditioning systems and refrigeration units, for professionals and individual clients.

Having been acquired by the Ippolito Group six years ago, and after the arrival the next year of Christophe Audia, Azur Trucks Froid (ATF) has substantially grown its activities, by buying several companies specialising in onboard refrigeration systems. Having grown from a seven-person team and a mobile unit (repair truck) with a technician travelling throughout the department, the branch now boasts 25 repair and maintenance vehicles especially designed to work on refrigeration units and covering the 06, 83, 04, and 13 departments, along with another nine departments in the Auvergne-Rhône-Alpes region. The group also has two sites in the region where refrigeration units are mounted on new vehicles (one in the Rhône-Alpes Auvergne region in Saint-Cyr-sur-Menthon and one in the PACA region in Gémenos). Thanks to its specific structure, ATF covers the entire cold chain and ensures a strong territorial mesh with other sites of the Ippolito Group (tyres, rental, truck maintenance...).

What is ATF's main strength?

Christophe Audia: "The quality of our service! Quick and efficient. We intervene in repair missions and for on-site maintenance operations, which is something most of our competitors no longer do. Our clients have come to depend on our responsiveness and speed. Digitalisation is further boosting our business, enabling us to find solutions of every one of our clients in under 1h30.
Another advantage is the uniformization of our network; it allows our clients, who are always on the road, to enjoy the same welcome, the same methods, the same quality of service, and even the same billing processes, whether they are in Brignoles or in Clermont-Ferrand".

How are you going to maintain this quality of service in 2022?

"We are on the lookout for competent technicians, whom we train internally, two to three times a year on average. For this purpose, we rely on the

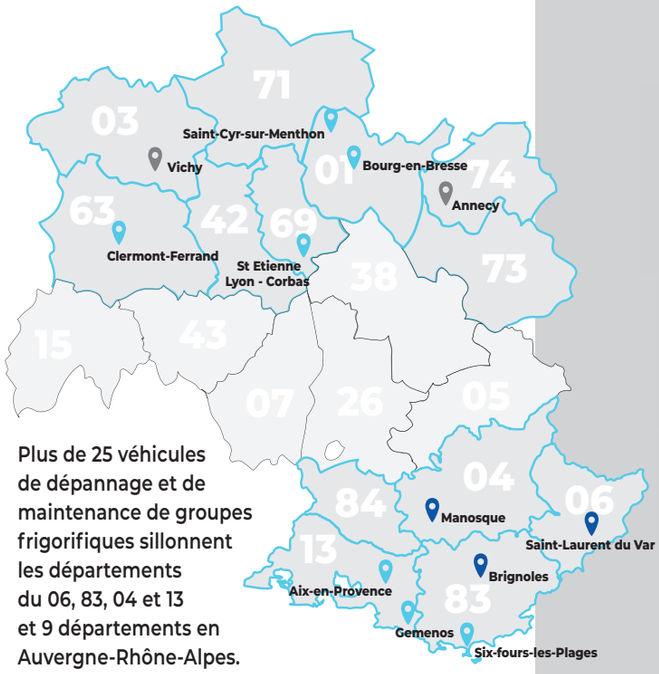
Nos clients ont absolument besoin de réactivité et de rapidité d'intervention. La digitalisation accentue encore ces points forts et font que nous trouvons une solution pour chacun de nos clients en 1 h 30 au maximum.
Autre avantage : l'uniformisation de notre réseau qui permet à nos clients, qui roulent, de retrouver le même accueil, les mêmes process, la même qualité de service jusqu'à la même facturation, qu'ils se trouvent à Brignoles ou à Clermont-Ferrand.

Comment maintenir cette qualité de service en 2022 ?

« Nous cherchons les bons techniciens, que nous formons en interne, deux à trois fois par an en moyenne et pour cela, nous misons sur l'académie créée par le groupe pour accélérer la formation : aujourd'hui, nous demandons à nos techniciens d'être tout à la fois mécaniciens, frigoristes et électroniciens… Nos technologies évoluent et nous nous mettons constamment à jour.
Mon message aux jeunes que nous recrutons : ayez l'amour du métier, l'envie d'apprendre, n'ayez pas peur, ainsi vous évoluerez et vous vous engagerez dans un métier passionnant ! Chez ATF, nous n'avons pas le droit à l'erreur car l'urgence est notre quotidien ! Comme le dit notre slogan : « la chaîne du froid ne s'arrête jamais, nous non plus ! »

Quelles seront vos priorités cette année ?

Continuer d'offrir un service irréprochable à nos clients et nous développer sur un autre métier, connexe à nos activités : la climatisation industrielle et de l'habitat (installation de chambres froides, de climatiseurs dans des ensembles de bureaux…). Nous avons déjà réalisé l'aménagement des nouveaux locaux du siège du groupe. Nous envisageons de monter en puissance sur cette spécialité avec plusieurs recrutements pour nous développer dans le Var et les Alpes-Maritimes pour commencer. Autre développement, celui de la fourniture de pièces détachées pour les groupes frigorifiques embarqués. Nous avons déjà un site dédié à cette activité, de plus de 600 m² à Corbas (69).



Plus de 25 véhicules de dépannage et de maintenance de groupes frigorifiques sillonnent les départements du 06, 83, 04 et 13 et 9 départements en Auvergne-Rhône-Alpes.

academy created by the group to boost our training programmes: now we ask our technicians to be mechanics, refrigeration experts, and electronic engineers… Our technologies are evolving, and we have to stay up to date. Our message for the young people we recruit is 'love your job, love learning, don't be afraid, discover a fascinating job, and enjoy a glorious career!' At ATF, we cannot afford mistakes because we deal in emergencies! As our slogan states: 'The cold chain never stops, so neither do we!'."

What will your priorities be this year?

Continuing to deliver an exceptional service and developing another business line, which is closely related to our other activities: industrial and residential air-conditioning (installation of cold rooms or air-conditioning in office spaces…). We have already refurbished the new premises that serve as the group's headquarters. We really want to intensify our work in this area, with several new recruits to help us in the Var and Alpes-Maritimes departments. Another new development is the supply of spare parts for onboard refrigeration units. We already have a site exclusively dedicated to this activity, covering some 600 m² in Corbas (69).



Agence de Bourg-en-Bresse

GROUPE Ippolito

AZUR TRUCKS
Groupe IPPOLITO
FROID

Azur Trucks Froid
947 Chemin des Iscles
Saint-Laurent du Var
04 92 13 80 66
0 800 913 148
www.azur-trucks.fr

EN CHIFFRES

11
Implantations

13
Départements en PACA et Auvergne-Rhône-Alpes

42
Dépanneurs mobiles

70
Effectif majoritairement composé de techniciens

+ de 25
Véhicules de dépannage

+ de 250
Groupes frigorifiques installés sur des véhicules neufs en 2021

10 M€
De CA en 2021 (15 % sont réalisés avec la vente de pièces détachées)

600 m²
De stockage de pièces détachées

24/7
ATF propose toujours une réponse à ses clients

THE NEOSHIELDS

PROTÉGER SES DONNÉES, *un vrai atout concurrentiel*

The Neoshields est le spécialiste de la protection des données personnelles. L'entreprise sophipolitaine propose ses solutions de mise en conformité RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données), mais aussi de la formation de DPO (Data Protection Officer) ainsi que des solutions digitales dédiées au management de données personnelles. Xavier Leclerc, qui œuvre depuis plus de 20 ans dans ce domaine d'expertise, revient avec nous sur la création de The Neoshields et ses ambitions pour 2022.

Protect your data and gain a competitive edge
The Neoshields specialises in the protection of your personal data. The company based in Sophia Antipolis creates solutions to ensure compliance with the General Data Protection Regulation (GDPR) and offers Data Protection Officer (DPO) training programmes and digital solutions for the management of personal data. Xavier Leclerc has been working in this field for more than two decades. He takes us through the creation of The Neoshields and shares his ambitions for 2022.

Xavier, vous êtes un pionnier de la protection des données en France…

Après des études supérieures en marketing international, il y a près de 20 ans, j'ai intégré à Sophia Antipolis comme chef de projet « base de données », une entité française du groupe Experian, qui commercialise dans le monde entier des données et des outils de gestion de la relation client, particulièrement orientés sur le risque de crédit, la prévention de la fraude ou le ciblage des offres marketing.

Je suis devenu le premier « DPO » (à l'époque Data Privacy Officer) devenu depuis **« Data Protection Officer »,** le référent de la protection des données dans le cadre du RGPD, le fameux Règlement Général sur la Protection des Données, adopté en 2018.
Dans le cadre de la naissance de cette profession, j'ai eu l'occasion de cofonder en 2004, **l'association française des correspondants à la protection des données** (AFCDP) et de créer en 2017 **l'UDPO** (Union des DPO) puis la **Fédération Européenne** (EFDPO) en 2019. J'ai aussi mis en place, en lien avec l'ISEP de Paris (Institut Supérieur d'Electronique de Paris) le 1er Master professionnel en protection des Données Personnelles.

Que propose DPMS – The Neoshields à ses clients ?

Nous sommes le 1er groupe français à proposer une offre complète au service de votre conformité en protection des données à caractère personnel. Depuis 2004, nous proposons de vous auditer, de vous former avec **The Neoshields Training** notre filiale dédiée, qui dispense la 1ère formation qualifiée par Bureau Véritas en 2017 pour préparer les DPO et Référents RGPD candidats à la certification **"Bureau Veritas Certification"** en France.



Nous sommes le 1er groupe français à proposer une offre complète au service de votre conformité en protection des données à caractère personnel.

Xavier Leclerc, fondateur de The Neoshields

Xavier, you are a pioneer of data protection in France…

After I completed my studies in international marketing some 20 years ago, I came to Sophia Antipolis as head of a "database" project on behalf of a French entity of Experian. The group was present all over the world, selling data and tools to manage customer relations, with a special focus on credit risk, fraud prevention, and targeted marketing.

*I became the first "DPO" (initially the acronym stood for **"Data Privacy Officer",** but now the preferred term is "Data Protection Officer"), the person in charge of protecting data under the GDPR, the famous General Data Protection Regulation, adopted in 2018.*

*In the context of this emerging line of business, in 2004, I cofounded the **French association of data protection correspondents** (AFCDP) and in 2017, I created the **UDPO** (Union of DPOs) followed by the **European Federation of DPOs** (EFDPO) in 2019. I also implemented, with the ISEP in Paris (Higher Institute of Electronics of Paris) the first professional master's degree in personal data protection.*

THE NEOSHIELDS

DATA RISK MANAGEMENT & COMPLIANCE

1198 Avenue Maurice Donat
Immeuble Natura 3 - Mougins
theneoshields.eu

The Neoshields est enfin créateur de la plateforme logicielle **Privashield**, pourvoyeuse de solutions digitales dédiées à la gouvernance des données personnelles.

Quelle valeur ajoutée apportez-vous aux entreprises et organisations qui font appel à vos services ?

N'oubliez pas l'adage « Privacy is good for business », autrement dit : il faut savoir traiter et protéger ses données et celles de ses clients en toute transparence afin de conserver leur confiance. Car les conséquences pour les entreprises d'être en non-conformité avec le RGPD sont potentiellement dangereuses. De même, la mise en place d'une véritable stratégie de gouvernance des données devient un atout concurrentiel, un gage de sérieux pour les entreprises qui souhaitent toujours rester en avance et dans l'innovation face à leurs concurrents.

> ***il faut savoir traiter et protéger ses données et celles de ses clients en toute transparence afin de conserver leur confiance.***

What does DPMS - The Neoshields do for its clients?

We are the first French group to provide a full solution to ensure your compliance with regulations governing the protection of personal data. Since 2004, we have been auditing our clients and training them. ***The Neoshields Training****, our specialised subsidiary, provides the first training programme, certified by Bureau Veritas in 2017, to prepare DPOs and GDPR reference persons for their certification by the* ***"Bureau Veritas Certification"*** *in France. Finally, The Neoshields is the creator of the* ***Privashield*** *software platform, which provides digital solutions to ensure the proper management of personal data.*

What added value do you offer companies and organisations that rely on your services?

It comes down to the saying "Privacy is good for business". In other words, companies must properly manage their data and that of their clients, in a fully transparent manner, so as to retain their trust. The consequences for companies that fail to comply with the GDPR are potentially dire. Furthermore, the implementation of a real strategy to manage data provides a competitive edge that companies can leverage to show they take these matters seriously, and to stay one step ahead of their competitors in terms of innovation.



EN CHIFFRES

+ DE 1000

Le nombre de **DPO et Référents RGPD** formés par The Neoshields

11.000

Le nombre de plaintes déposées en 2018 auprès de la CNIL pour non-respect du RGPD

EN DATES

1974

Le 21 mars, le journal Le Monde révèle la volonté du gouvernement français de créer un **fichier d'identification, « SAFARI »** pour chaque français et d'interconnecter toutes les administrations. Cela provoque une vive émotion dans l'opinion publique, conduisant à une réflexion plus vaste sur la protection des données personnelles.

1978

La loi Informatique & Libertés réglemente en France la liberté de traitement des données personnelles. Dans son sillage est créée la CNIL, Commission Nationale Informatique & Libertés, son autorité de régulation.

1995

Une directive Européenne pose **les prémices du futur RGPD**

2016

Le RGPD est publié au Journal Officiel de l'Union Européenne

2018

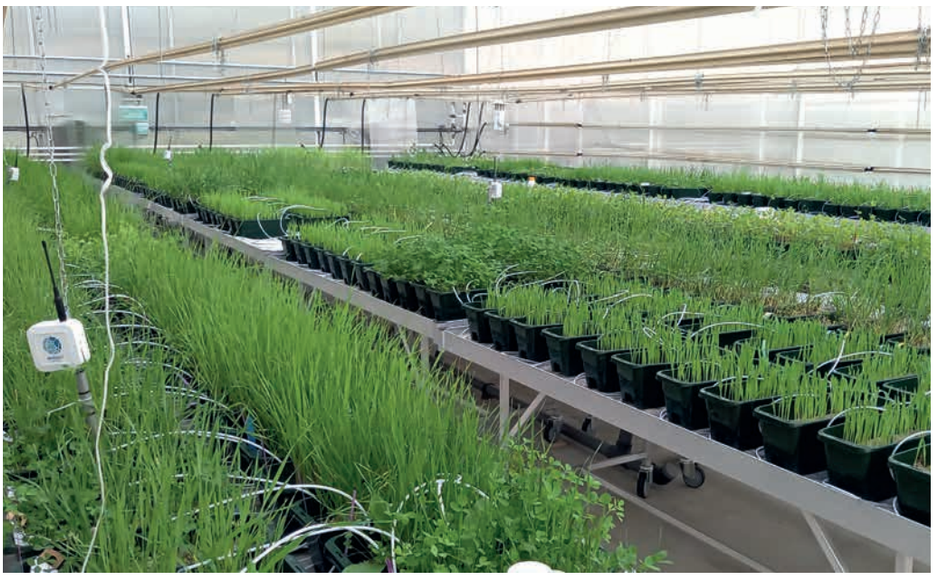
Les dispositions du RGPD sont applicables en Europe

MYCOPHYTO
2022, l'année du développement industriel

Mycophyto, Agritech et deeptech sophipolitaine spécialisée dans la revitalisation des sols sans intrants chimiques, passe à la vitesse supérieure cette année : industrialisation, levée de fonds, équipe renforcée et restructurée. Comme les solutions qu'elle développe et commercialise, l'entreprise gagne en fertilité chaque année !

2022, the year of industrial development

Mycophyto, an agrotechnology and deep tech firm based in Sophia Antipolis and specialising in reviving soils without relying on chemical inputs, is shifting gears this year: industrialisation, fund raising, and a reinforced and reorganised team. Very much like the solutions it develops and sells, the company is becoming increasingly fertile with each passing year!



Mycophyto développe des champignons « indigènes » qui permettent de revitaliser les sols et favoriser le développement de plus 85 % des plantes terrestres ! Des prouesses agronomiques reconnues par l'attribution de 15 prix (I-Lab 2019, Inov 2021, ADD -Aide au Développement Deeptech- en 2021…), soutenues par différents programmes de financement européens et par des capitaux extérieurs !

Concentrée ces dernières années sur la levée de certains verrous liés à la R&D, l'entreprise entame un nouveau volet de son développement : une nouvelle levée de fonds va donc permettre à Mycophyto de passer à une phase d'industrialisation de ses process en configurant et déployant son outil de production à très grande échelle. Prévue pour être finalisée fin février, il reste encore la possibilité de participer à cette levée de fonds et ainsi conforter le développement de l'entreprise*.

Structuration, industrialisation et déploiement commercial

L'Agritech co-créée par Justine Lipuma et Christine Poncet et présidée par Justine Lipuma a besoin de fonds pour se structurer et assurer son déploiement commercial. « De 12, l'équipe va passer à 22 personnes… en 2022 ! Nous allons aussi intégrer de nouveaux locaux que nous devrons équiper techniquement » explique Justine. Ainsi, à la fin du 1er trimestre, une implantation est prévue du côté de Grasse.

En interne, des évolutions de poste sont au programme : « Nous créons un pôle innovation qui assurera de manière transversale le développement technique de nos produits et viendra en soutien scientifique aux équipes commerciales ». Enfin, le Pôle R&D va être renforcé avec plusieurs recrutements.

Entretemps et avant de commercialiser un produit fini, l'entreprise a développé des offres intermédiaires, nommées « Mycodev » : « plusieurs mix de champignons ont déjà

*Mycophyto develops "indigenous" fungi that revive soils and bolster the growth of more than 85% of land plants! These agricultural feats have been recognised by **15 awards** (I-Lab 2019, Inov 2021, ADD – deep tech development aid - in 2021…), supported by various European funding programmes and outside capital.*

For the past several years, the company has been working on cutting red tape in R&D and has now embarked on a new step of its journey: a fundraising campaign should allow Mycophyto to launch a new phase of industrialisation of its processes, by configurating and deploying its production tool at a very large scale. Scheduled to be completed by the end of February, it is still possible to take part in this fundraising effort and the bolster the company's development.*

Structurisation, industrialisation, and business deployment

Agritech co-created by Justine Lipuma and Christine Poncet and chaired by Justine Lipuma needs funds to structure and carry out its commercial deployment. "The team is growing from 12 to 22 members… in 2022! We are also moving to new facilities that we must fit with the latest technical equipment" Justine explains. And so, by the end of the 1st quarter, the firm should move to a site in the Grasse region.

Internal promotions are also on the agenda. "We are busy creating an innovation department that will be in charge, in a cross-cutting way, of the technical development of our products and will lend scientific support to our sales teams". Finally, the R&D department will be reinforced with several new recruits.

In the meantime, and before marketing a finished product, the company has developed intermediary offers, called "Mycodev": "several mixes of fungi have already yielded some excellent results. We know the geographic area of their use, the right soil conditions, and we are going to launch their production. By 2023, the offer will be fully available".

« De 12, l'équipe va passer à 22 personnes... en 2022 ! Nous allons aussi intégrer de nouveaux locaux que nous devrons équiper techniquement »

Justine Lipuma, cofondatrice et présidente de Mycophyto



donné d'excellents résultats. Nous connaissons le périmètre géographique de leur utilisation, les bonnes conditions des sols, nous allons les lancer en production. D'ici 2023, l'offre sera complètement disponible ».

Et si 2022 et 2023 correspondent au développement industriel, 2024 sera l'année du déploiement et de la production de masse, et de l'international. Les solutions de Mycophyto sont très demandées par plusieurs pays étrangers, en Europe, suivant la filière concernée.

Certains marchés insoupçonnés

Les prévisions de croissance sont exponentielles sur le marché de la biostimulation. Et si les concurrents indirects des solutions de Mycophyto sont les engrais classiques, les produits phytosanitaires ou autres solutions de biostimulation, la législation ouvre parfois à l'Agritech sophipolitaine des marchés qu'elle n'avait pas immédiatement envisagés : « Nous étions sur des filières agricoles mais des textes réglementaires comme la loi Labbé nous ouvrent d'autres perspectives ». Celle-ci impose par exemple l'interdiction totale de l'utilisation de produits phytosanitaires sur les « lieux de vie » (forêts, espaces verts... en accès libre au public). En 2025, cette interdiction concernera également les activités sportives : golfs, hippodromes, tennis sur gazon... Et ouvrira encore le champ des possibles pour Mycophyto, dont la fertilité n'est déjà plus à démontrer.

2022 and 2023 will be devoted to industrial development, whereas 2024 will be the year of mass production and international rollout. Mycophyto's solutions are highly sought after in different business lines of several European countries.

Untapped markets

The growth forecasts are exponential in the biostimulation market. While the indirect competitors of the solutions provided by Mycophyto are traditional fertilisers, phytosanitary products, or other biostimulation solutions, evolving legislation sometimes opens the Sophia-based agrotechnical firm to markets it hadn't necessarily considered: "We were mainly active in the farming industry, but new regulatory measures, such as the Labbé law, open brand-new perspectives for us". For instance, the new law imposes a total prohibition of phytosanitary products in "places of living" (forests and parks that are open to the public). By 2025, this prohibition will have extended to certain sports: golfing, racetracks, lawn tennis... thereby further broadening the perspectives for Mycophyto, a company whose fertility is clearly demonstrated.

MYCOPHYTO

Cultivons l'équilibre de la nature

www.mycophyto.fr

EN CHIFFRES

550 K€
CA prévisionnel 2022

1,8 M€
Le CA prévisionnel en 2023

4,8 M€
En 2024

2.1 M€
Le montant du financement issu de l'Aide au développement Deeptech de l'Ademe

700.000 €
Liés à sa victoire à I-Nov

EN DATES

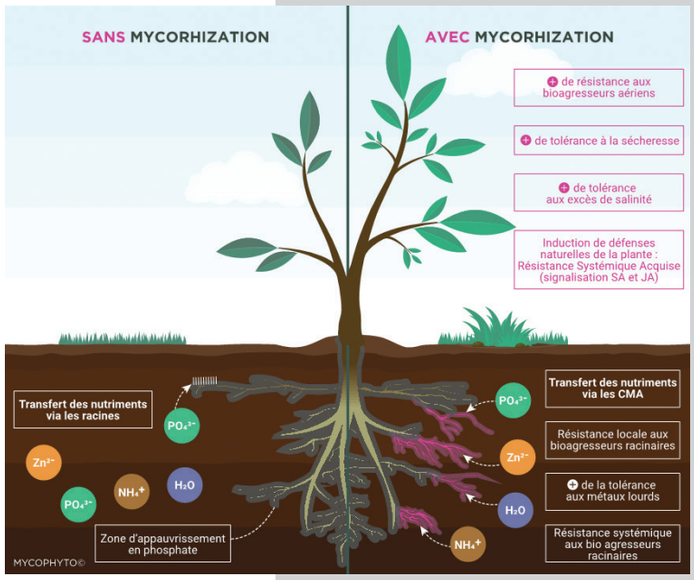
2017
Création de Mycophyto

2022-2023
Industrialisation de l'entreprise, structuration, recrutement

2024
Déploiement commercial de masse et développement international



Racine d'une légumineuse présentant des spores de champignons mycorhiziens et son réseau d'hyphes qui permettront à la plante de capter plus de nutriments.



ALLIANZ RIVIERA

BIEN PLUS QU'UN STADE !

Exceptionnel équipement à vocation sportive et ludique, le stade Allianz Riviera n'accueille pas que des matchs de foot ou de rugby depuis son ouverture en 2013. Olivier Yvon, à la tête du département commercial de Nice Eco Stadium, nous rappelle l'organisation et la diversité du business généré autour de cette enceinte de plus de 36.000 places.

Allianz Riviera: much more than a stadium!
Although it is an outstanding sports venue, the Allianz Riviera stadium has been doing much more than hosting football and rugby games since it opened back in 2013. Olivier Yvon, who is at the head of the sales department of Nice Eco Stadium, talks to us about the organisation and business diversity generated around this site that boasts more than 36'000 seats.



© FA Reportagephotos.fr - Architecte stade Wilmotte & Associés

Olivier, vous dirigez le service commercial depuis l'ouverture du stade. Quel est votre parcours ?

J'ai un long parcours dans le marketing sportif : j'ai travaillé dix ans chez Havas Sports, j'ai dirigé 4 ans la régie publicitaire de l'OM, mais j'ai aussi été Directeur Général du club de football de Tours à l'époque en Ligue 2 et avant de créer le département commercial à l'Allianz Riviera, j'ai été consultant pour Oreca, l'écurie de course automobile basée à Signes dans le Var, à côté du circuit du Castellet. Je suis à Nice depuis fin 2012 et en novembre, cela fera dix ans que nous avons créé l'offre commerciale et tous les produits autour de l'Allianz Riviera : nous sommes fiers de tout cela !

Comment s'organise cette offre ?

Nous vivons tout d'abord des revenus apportés par nos partenaires bénéficiant de droits marketing avec le stade qui sont aujourd'hui près d'une dizaine, dont le plus important, celui avec Allianz qui intègre le naming « Allianz Riviera » et qui a été renouvelé en juillet 2021 : les retombées médiatiques qui y sont liées ont pleinement satisfait Allianz qui a décidé de reconduire ce partenariat pour 9 ans ! **Valentin Toulemonde,** Responsable Grands Comptes dans notre équipe, assure au quotidien la mise en place et le suivi de nos accords contractuels avec nos partenaires.

Autre volet important de notre activité commerciale : les évènements d'entreprises organisés toute l'année à l'Allianz Riviera. **Claire Castellan,** experte dans ce domaine évènementiel est Responsable Commerciale Corporate. Séminaires, soirées de gala, salons professionnels, salons grand public, team building… Nos espaces de réception s'étendent sur 10.000 m² où nous pouvons recevoir de 10 personnes pour une simple réunion de travail à 4.000 pour de grandes conventions avec la possibilité notamment de privatiser le stade.

En novembre, nous avons accueilli **les Entreprenariales,** le salon de l'UPE 06. Nous allons aussi accueillir prochainement le **salon Sport Unlimitech** et le 30 mars, c'est votre **IN Salon** qui est au programme ! En temps normal, hors crise sanitaire, nous accueillons entre 90 et 100 événements annuels.

Olivier, you've been managing the sales department since the stadium opened. What can you tell us about your career?

I've had a long career in the field of sports marketing: for ten years, I worked at Havas Sports, and for four years I was in charge of the advertising operations for the OM football team. I was also the General Manager of the Tours football team who played in Ligue 2, and before creating the sales department at Allianz Riviera, I was a consultant for Oreca, the automotive racing team based in Signes, in the Var, next to the Castellet racetrack. I've been in Nice since the end of 2012, and November will mark the tenth year since we created the business offering and all the products associated with Allianz Riviera: we are extremely proud of our achievements!

How is the offering put together?

We derive some of our revenue from our partners who enjoy marketing rights at the stadium. We have around ten such partners, the most important of them being Allianz, whose name features in "Allianz Riviera" of course. Allianz has renewed its contract with us in July 2021: indeed, Allianz was happy with the media impact generated, and decided to renew the partnership for another nine years. ***Valentin Toulemonde,*** *who is in charge of the key accounts, works every day to monitor our contractual agreements with our partners.*
Another significant aspect of our business activities has to do with corporate events organised all year round at Allianz Riviera. ***Claire Castellan,*** *who specialises in the event industry, is head of the corporate business affairs department. Seminars, gala evenings, professional events, trade fairs, team building exercises… Our event facilities extend over 10'000 m² and we are able to host a group of ten for a simple work reunion to 4'000 guests for larger gatherings, with the possibility of booking the entire stadium. In November, we hosted* ***the Entrepreunariales,***




© Allianz Riviera - Architecte Wilmotte Associés



Olivier Yvon, Directeur Commercial & Partenariat, Claire Castellan Responsable Commerciale Corporate, Alexandre Di Vita, Commercial Hospitalités et Valentin Toulemonde, Responsable Grands Comptes

Allianz Riviera

www.allianz-riviera.fr

Quelle est votre troisième activité ?

Cette activité concerne les grands évènements sportifs et musicaux organisés en collaboration avec les producteurs de concerts ou les institutions sportives (clubs, fédérations, ligues...). Nous définissons avec eux un mode de fonctionnement permettant un partage des revenus liés à la manifestation sur différents postes (partenariats, billetterie, restauration, hospitalités, merchandising le cas échéant ...). **Alexandre Di Vita,** Commercial Hospitalités, nous a rejoint récemment pour commercialiser sur ces grands évènements les Hospitalités auprès des entreprises désireuses d'acheter des loges privatives ou des prestations en salon VIP. Nous avons accueilli de nombreuses grandes manifestations : déjà 6 matchs des équipes de France de football féminine et masculine, 6 du RCT, un concert de Beyonce & Jay-Z, un de Céline Dion, des matchs de l'Euro 2016, de la Coupe du monde de football féminine Fifa 2019... Pour les **17 et 18 juin prochains, auront lieu à l'Allianz Riviera les demi-finales de Top 14 en rugby** pour lesquelles nous avons **plus de 6.000 prestations VIP** à vendre. Et nous sommes bien partis pour tenir nos objectifs ! C'est un évènement exceptionnel qui nous attend avec des fans de rugby venant de toute la France... En septembre 2023, 4 matchs de la **Coupe du Monde de Rugby** se tiendront au stade et nous serons hôtes des matchs de football pour les **JO 2024.** Enfin, côté musique, le concert de **Mylène Farme**r aura lieu en juillet 2023 !

What is your third activity?

This activity involves large-scale sporting and musical events organised with concert promoters or sporting institutions (clubs, federations, leagues...). We work with our partners to establish a business model governing the manner in which the income derived from the event is distributed across several items (partnerships, ticketing, catering, accommodation, merchandising...). ***Alexandre Di Vita,*** *a sales representative working for the hospitality department, is a relatively new addition to the team. During these great events, he is in charge of selling the hospitality offering to companies that are eager to acquire private boxes or enjoy our services in our VIP lounges. We have hosted many important events: six games of the French women's football team, six games of the RCT, a Beyonce and Jay-Z concert, a musical performance by Céline Dion, games of the 2016 Euro, FIFA's women's football world cup in 2019... And on the* ***17th and 18th of June, the semi-finals of the Top 14 rugby championship*** *will be played at Allianz Riviera, for which we have* ***6'000 VIP service packs*** *on offer. We're off to a great start to reach our goals! It's an exceptional event that rugby fans from all over France will come to see... In September 2023, three games of the* ***Rugby World Cup*** *will be played at our stadium, and we will also be hosting the football matches for the* ***2024 Olympic Games.*** *And finally, in terms of music,* ***Mylène Farmer*** *will perform at the site in July 2023!*

EN CHIFFRES

212
grands événements et matchs accueillis depuis l'inauguration du stade en 2013

Près de 600
événements d'entreprises organisés depuis l'ouverture dont :

2 Conventions nationales
53 Soirées - Diners - Galas
93 Journées d'étude
98 Séminaires - conférences
37 Salons - Forums - Expositions
86 Tournages et prises de vue
22 Team Buildings
166 autres événements (lancement de produit, presse, associatif, privé etc.)
Pour un total de
76 000 participants

En plus du namer Allianz,
10 autres partenaires dont GSF, Carlsberg, Mauro, Coca Cola, Wurth, Team Interim, Champagne Cheurlin, Vins Chevron Villette, Etic et un partenaire presse, IN Magazine !

CCI / LA PLACE BUSINESS

LES OBJECTIFS DU CHEF D'ENTREPRISE : *développer son réseau, rencontrer ses pairs*

A l'origine de la création de « La Place Business », un constat né d'une étude régionale menée en 2018 par la CCI Nice Côte d'Azur : les chefs d'entreprise azuréens ont pour principale préoccupation de développer leur réseau professionnel, rencontrer d'autres entrepreneurs ainsi que de nouveaux clients.

The CEO's goals: developing a network, meeting peers
"La Place Business" stems from an observation made in a regional study conducted by the CCI Nice Côte d'Azur: CEOs of the French Riviera are chiefly concerned with developing their professional networks, meeting other entrepreneurs, and reaching new clients.



En 2018, lorsque cette étude met en lumière les attentes des entreprises, elle est corroborée par d'autres données, liées à la légitimité des Chambres consulaires : « Il apparaissait que du point de vue des chefs d'entreprise, le rôle des CCI était clairement de faire se rencontrer les entreprises entre elles et plus généralement se faire le catalyseur de l'écosystème économique du territoire », explique Sophie Roussel, responsable de La Place Business auprès de la CCI.

Pour répondre à ces attentes, il est décidé, en 2019, de travailler en groupe d'entreprises sur les services que pourrait apporter la CCI sur ce vaste sujet. Basée sur l'engagement, l'entraide, la cooptation et le collaboratif, **La Place Business** nait de ces réflexions, en fin d'année 2020.
Ce service, aujourd'hui porté par la chambre consulaire, repose sur trois piliers.

> ***Les Rendez-vous mensuels entre adhérents, permettent à une cinquantaine de participants de pitcher leur activité avant de se rencontrer en tête à tête pour nouer des relations de travail.***

In 2018, when this study shone a new light on the expectations of corporate leaders, there was another set of data to support the findings, relating to the legitimacy of consular chambers: "It appeared that from the CEO's perspective, the role of the CCIs was clearly to introduce companies to one another, and more broadly to be the catalyst of the territory's economic ecosystem", explains Sophie Roussel, who is in charge of La Place Business on behalf of the CCI.
In 2019, to meet these expectations, the decision was made to create a group of companies working on the services that the CCI could provide. Based on principles of commitment, mutual support, co-optation, and collaboration, ***La Place Business*** *was the result of these different analyses and was created towards the end of 2020. This service, now within the purview of the consular chamber, rests on three pillars.*
A ***collaborative platform*** *offers a range of e-services. Professionals of the French Riviera can be listed in a directory of member companies (600 to date) that compiles their relevant business data and contact information. This collaborative platform also features an agenda of upcoming business events in the Alpes-Maritimes. It identifies and shares all the public offers that are likely to interest CEOs: calls for tender, co-contracting, etc. The idea was to provide, in just one click, an accurate*





www.laplacebusiness.com

Une **plateforme collaborative,** propose tout d'abord plusieurs e-services. Les professionnels azuréens peuvent intégrer un annuaire d'entreprises adhérentes (600 à ce jour) qui compile des informations commerciales et des coordonnées de contact. Sur cette plateforme collaborative est aussi proposé un agenda des événements business des Alpes-Maritimes. C'est aussi une veille qui se fait le relais de toutes les offres publiques publiées dans l'environnement du chef d'entreprise : appels d'offres, co-traitance, etc. L'idée : proposer en un clic une vision précise des marchés du territoire avec un accès aux sites légaux des différents acteurs concernés.

Enfin, la plateforme est complétée par un espace dédié aux **opportunités business** (uniquement accessible aux membres Premium de La Place Business) : chaque membre, qui peut être à la fois acheteur ou donneur d'ordre répond aux demandes de la même manière qu'il peut proposer ses services. Ces e-services accessibles sont enfin complétés par un espace de mise en réseau, composé d'un mur où faire sa promotion, demander des mises en relation ou encore, bénéficier de l'aide des autres adhérents pour donner de la visibilité à ses communications.

Rendez-vous et conventions d'affaires

Le deuxième pilier de La Place Business, les **Rendez-vous mensuels** entre adhérents, permettent à une cinquantaine de participants de pitcher leur activité avant de se rencontrer en tête à tête pour nouer des relations de travail.

Enfin, le succès de La Place Business repose sur des **Conventions d'affaires** (6 ont été organisées en 2021) préparées de façon thématique. L'an dernier, le tourisme, l'industrie, la transition énergétique ou l'Intelligence Artificielle, la silver économie et la santé ont été au menu de ces grands événements entre acheteurs et fournisseurs. Le fonctionnement ? Des rendez-vous ultra-qualifiés de 15 minutes préprogrammés, en one-to-one avec des donneurs d'ordres influents locaux, nationaux et internationaux ainsi qu'avec des entreprises locales.

En mai, une convention d'affaires multisectorielle inédite aura lieu, puis une nouvelle sera organisée sur la fin d'année dédiée à la chaine évènementielle et touristique.

view of the local market and to offer access to the sites providing the relevant legal information to various involved stakeholders. Finally, the platform also includes a space dedicated to ***business opportunities*** *(only accessible to premium members of La Place Business): each member, whether they are buyers or contractors, can respond to requests, or offer their services. These accessible e-services also come with a networking space, which features a wall where members can promote their work, ask for introductions, or enjoy the help of other members to provide increased visibility to their communications.*

Business meetings and conventions

The second pillar of La Place Business, ***monthly business meetings*** *among members, allows some fifty participants to pitch their activities before holding individual meetings where members forge specific business relationships.*

Finally, the success of La Place Business stems from its ***Business Conventions*** *(six were held in 2021) that explore different themes. Last year, tourism, industry, energy transition, artificial intelligence, silver economy, and health were on the agenda of this great event, bringing together buyers and suppliers. How does it work? Highly qualified 15-minute meetings are scheduled, one-to-one, with influential local, national, and international contractors, and with local companies.*

In May, a business convention focusing on different sectors will take place, and another one is scheduled towards the end of the year, relating to the event and tourism industry.



EN CHIFFRES

150
Adhérents Premium

1
Rendez-vous mensuel entre adhérents

850
Rendez-vous organisés en one-to-one lors des conventions d'affaires en 2021

EN DATES

2018
Une étude souligne ce qu'attend le chef d'entreprise azuréen de la CCI

2019
Des groupes de travail réfléchissent à ces attentes

2020
La Place Business est née

ELECTRICITE & IRVE

ABE, SURVOLTÉE *en 2022*

Depuis 2003 et la création d'ABE, Bruno Tobes a développé son entreprise d'électricité en prenant soin de différencier son offre au fil des années. Depuis les travaux d'installations électriques et les dépannages pour les particuliers et les professionnels jusqu'à l'installation qualifiée d'infrastructures de recharge électrique en passant par l'intégration de solutions domotiques. L'entreprise a pris un virage technologique qui l'amène aujourd'hui progressivement vers de nouveaux marchés, prenant en compte une clientèle en perpétuelle évolution. Bruno Tobes nous livre les étapes de ce changement et les perspectives qu'il entrevoie pour ABE en 2022.

High voltage at ABE in 2022

Since 2003 and the creation of ABE, Bruno Tobes has developed his electricity firm, taking care to diversify his offering over the years. He started by providing electric installation and repair work to individual and professional clients, but then he grew his business to include the integration of home-automation solutions and now the certified installation of electric vehicle charging infrastructures. The company has taken a turn in a new technological direction that is progressively bringing it to new markets, catering for clients who are constantly evolving. Bruno Tobes takes us through the different steps of this strategic change and tells us of his perspectives for ABE in 2022.



ABE a changé ?

Nous avons toujours beaucoup de demandes en électricité générale. En parallèle et parce que depuis près de dix ans je m'intéresse, me forme et me qualifie sur ce marché, notre premier partenaire SAP Labs à Mougins et notre réseau de concessionnaires automobiles nous sollicitent de plus en plus pour l'installation IRVE (Infrastructure de Recharge de Véhicule Electrique). Pour cela, l'entreprise se structure et prévoit de recruter un à deux salariés en 2022 pour répondre à la forte demande d'installation de bornes de recharges.

Comment êtes-vous organisés ?

Notre activité se répartit entre l'électricité générale Résidentiel, Tertiaire et l'IRVE. Trois pôles d'activités composés d'un responsable travaux Résidentiel (Christophe Fromiau), Tertiaire (Jérôme Fantino) et d'un responsable d'études IRVE (Eric Péron), auxquels sont rattachés des équipes de techniciens qui évoluent sur le terrain. ABE est aussi une entreprise familiale : mon épouse Virginie, assistée de Géraldine Perrais, prend en charge le pôle administratif et financier de l'entreprise tandis que je m'occupe du pôle commercial, auquel Hugo, notre fils, est rattaché depuis septembre en tant que technico-commercial IRVE.

Hugo, technico-commercial IRVE,
Virginie, pôle administratif & financier et Bruno, fondateur d'ABE



Has ABE changed?

We still receive a large amount of requests that have to do with general electricity work. In parallel, our first partner, SAP Labs in Mougins, and our network of car dealerships are increasingly relying on us for the installation of electric vehicle charging terminals. I have been interested in this market for close to a decade, and I have been training towards the necessary certifications and qualifications. So, our company is changing its organisation and we're planning on hiring one or two new employees in 2022 to meet the strong demand for charging terminals.

How are you organised?

Our activities cover general electricity work in residential facilities and for clients working in the service industry, along with the installation of electric vehicle charging infrastructures. We have three areas of activity, with project managers specialised in residential installations (Christophe Fromiau), in the service industry

Quel est le rythme de travail et quelles sont les perspectives de cette année ?
Sur l'IRVE, nous anticipons 3 à 4 installations par semaine chez les particuliers ainsi qu'une installation d'une à dix bornes par mois en entreprises. Lorsque l'on fait appel à ABE, nous nous déplaçons systématiquement pour étudier la faisabilité de l'installation, tandis que beaucoup de nos concurrents chiffrent à distance et ne sont pas électriciens de formation. Equiper un point de recharge chez un particulier prend en moyenne 3h, nos qualifications et nos années d'expérience font la différence sur la réalisation de nos prestations. Nous proposons également la prise en charge des Subventions Advenir que nous maitrisons parfaitement ainsi que tous les aspects réglementaires liés à ces installations.
Chez ABE, l'IRVE, c'est du cousu main !

Comment se présente cette année, côté électricité ?
Pour la partie installations électriques et domotique, nous disposons des qualifications Qualifelec ® et KNK Partner ®. Sur le marché des particuliers, nous avons déjà signé 10 villas neuves à équiper en traditionnel mais aussi en domotique pour des maitres d'œuvre et constructeurs du département.
Sur le marché du Tertiaire, plusieurs banques nous font confiance sur la partie travaux et dépannages dont Le Crédit Agricole, la Société Générale, le Crédit Mutuel et le CIC. Nous intervenons aussi pour les pharmacies et les boutiques commerciales dans les Alpes Maritimes et le Var.

> ***Equiper un point de recharge chez un particulier prend en moyenne 3h, nos qualifications et nos années d'expérience font la différence sur la réalisation de nos prestations.***





(Jérôme Fantino), and in electric vehicle charging infrastructures (Eric Péron), each overseeing teams of technicians who carry out field work. ABE is also a family-run firm: my wife Virginie, with the help of Géraldine Perrais, is in charge of everything financial and administrative, whereas I am in charge of the business department, where our son Hugo has been working since September as a technical sales representative specialising in electric vehicle charging infrastructures.

What is the work pace, and what are your perspectives as a new year begins?
In terms of the electric vehicle charging terminals, we are expecting three to four new installations per week for private customers, as well as one to ten new terminal installations per week on behalf of corporations. When we are called upon, we always come to the site to conduct a feasibility study of the installation, whereas most of our competitors will have an assistant, who is rarely a trained electrician, give you a quote over the phone. Installing a charging terminal for a private client takes on average three hours, and our years of experience and our qualifications have really allowed our services to stand out. We also offer to handle the Advenir subsidies for you, as we have in-depth understanding of all the regulatory aspects pertaining to these installations. At ABE, electric vehicle charging terminals are tailored to our clients' needs!

How does this year look, electricity-wise?
For our electric and home-automation activities, we have achieved the Qualifelec® and KNK Partner® certifications. In the property market, we have already signed ten contracts for recently built villas that we are going to fit with traditional installations, and we are also relied upon to install home-automation systems on behalf of contractors and promoters throughout the department. In the service industry, several banks have placed their trust in us for their electrical works and repairs, including the Crédit Agricole, the Société Générale, the Crédit Mutuel, and the CIC. We also work for pharmacies and stores in the Alpes-Maritimes and Var departments.

ABE

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

EN CHIFFRES

3 h
Le temps moyen dédié à équiper un site résidentiel d'une borne de recharge électrique

10
L'équipe d'ABE Electricité

10
Villas individuelles neuves à équiper en 2022

EN DATES

2003
Création d'ABE Electricité

2012
ABE obtient sa 1ère certification IRVE

2014
SAP Labs à Mougins contacte ABE pour l'installation de son 1er point de charge (50 Pdc aujourd'hui)

MOOD DESIGN

L'ÉLÉGANCE DU LUXE, *indoor & outdoor*

Spécialiste du mobilier outdoor haut de gamme et sur-mesure, Mood Design équipe également les professionnels azuréens de la restauration. Son jeune dirigeant Vincent Ammouial, nous explique son business model et ses ambitions :

Elegance and luxury, indoor and outdoor

A specialist of high-end and custom-made outdoor furniture, Mood Design also works for professionals of the catering industry in the French Riviera. The company's young manager, Vincent Ammouial, tells us of his business model and his ambitions:

Vincent, quel est le parcours qui vous a conduit à créer Mood Design ?

J'ai débuté ma carrière professionnelle dans le secteur bancaire, comme conseiller auprès des particuliers. Très vite, j'ai cherché à créer mon entreprise, mais je ne savais pas dans quel secteur d'activité me lancer... Avec une prédisposition pour le commerce, j'ai commencé par acheter une licence de distribution de mobilier d'extérieur auprès d'un fournisseur afin de vendre à des boutiques de décoration. Un an plus tard, pour me développer, j'ai compris que je devais m'entourer des meilleurs fabricants pour proposer de la variété, optimiser les coûts et sécuriser l'approvisionnement et j'ai décidé, en créant Mood Design, de vendre auprès des particuliers puis dans un deuxième temps, aux professionnels.

Vos débuts ont été difficiles ?

Oui, comme tout le monde, mais j'ai eu la chance d'être très bien entouré, notamment par mon père, banquier, qui a été à l'écoute et de bon conseil... Je suis d'un naturel optimiste et reste persuadé que tout échec est formateur : cela me permet de toujours rester dynamique et motivé !

Avec Mood Design, vous proposez du mobilier d'extérieur haut de gamme et luxe :

Nous travaillons avec plus de 40 fournisseurs que je connais pour les avoir visités et avoir délibérément choisi leur marque, toujours synonyme de qualité et de variété. Dans notre showroom de Cagnes-sur-Mer, nous proposons une grande diversité de mobilier de qualité irréprochable, avec une foule d'échantillons de matières pour parfaire le choix : bois, tissus, métaux, fibres et résines... Ce qui permet d'adapter ou de faire fabriquer certains produits sur-mesure pour nos clients.

La différence avec vos concurrents ?

Nous pensons d'abord « conseil », avant de penser « produit ». Nous garantissons à nos clients un service d'accompagnement personnalisé dans les choix qu'ils feront parmi nos collections, de la conception jusqu'à la livraison et à l'installation. Lorsqu'un client est hésitant, nous faisons intervenir notre propre architecte qui réalise des rendus 3D de l'implantation de son futur mobilier de jardin dans son propre environnement : c'est un service très apprécié !



Ambiance Kama, Ego Paris

Vincent, what led you to create Mood Design?

I started my career in the banking sector, as an advisor to private clients. Early on, I wanted to create my own company, but I wasn't sure what area of activity to choose... With some skills as a salesman, I started by buying a licence to distribute outdoor furniture from a supplier, with the idea of approaching interior decorating and furniture stores. A year later, as I wanted to grow my business, I understood that I had to work with the best manufacturers and broaden the selection I was offering, to optimise my costs and secure my procurement sources. I therefore decided to create Mood Design, to sell to individual customers, and later, to professional clients.



Ensemble de repas Ria, FAST

Was it difficult to begin with?

Yes, as it is for everyone, but I was lucky enough to be receive great support, especially from my father, who's a banker, and who listened and gave good advice... Besides, I am an optimist at heart, and I believe that failure is a formative experience: this state of mind allows me to remain energetic and motivated!

With Mood Design, you offer luxury and high-end outdoor furniture:

We work with more than 40 suppliers, whom I know for having visited them and carefully selected their brands. Their creations are always synonymous with quality and variety. In our showroom in Cagnes-sur-Mer, we display a wide range of furniture boasting a quality that is beyond reproach, with a plethora of material samples so that our clients can refine their selection: wood, fabric, metal, fibres, and resins... This allows us to adapt or to have some products custom-made for our clients.



Vincent Ammouial,
fondateur de Mood Design

MOOD design

Showroom au 50 rue des Reynes
06800 Cagnes sur Mer
07 82 53 36 21
www.mooddesign.eu

> *Nous pensons d'abord « conseil », avant de penser « produit ». Nous garantissons à nos clients un service d'accompagnement personnalisé*

Au besoin, nous nous déplaçons pour affiner le conseil, donner des idées, repenser les espaces en lien avec le mode de vie de nos clients : il y a beaucoup d'humain dans notre métier. La différence vient aussi du fait que nous pouvons faire personnaliser une très grande partie des gammes que nous commercialisons (teintes, matières, structures...).

Mood Design, c'est aussi une excellente adresse pour les professionnels azuréens de la restauration :

Oui, nous les équipons en mobilier intérieur et extérieur, nous aménageons leurs terrasses et leur proposons plus généralement des collections exclusives ou des aménagements optimisés. Mood Design travaille en exclusivité pour ses clients avec deux ateliers situés en Pologne et au Portugal, afin de proposer des concepts sur-mesure à nos clients professionnels de la CHR (Café-Hôtel-Restaurant) de la Côte d'Azur. Je sais qu'ils sont très occupés, aussi nous avons pour habitude de nous rendre dans leurs établissements afin de nous imprégner de l'ambiance et leur faire des propositions adaptées à leur environnement de travail et d'accueil de leurs clients.

What makes you stand out among your competitors?

Our first approach is to provide "advice", and only then can we sell a "product". We deliver an exceptional level of service to our clients, helping them choose among our collections, from the initial design all the way to the final delivery and installation. When a customer hesitates, we bring in our inhouse architect who prepares 3D images to show what the furniture will look like in their garden: this is a highly appreciated feature of our service!

If needed, we are happy to travel to our client's site to deliver our advice, come up with new ideas, or redesign spaces aligned with our clients' way of life: there is an important social aspect to our work. The difference also stems from the fact that we are able to customise large portions of the ranges that we sell (colours, materials, structures...).

Mood Design is also a popular address among catering professionals:

Yes, we sell them indoor and outdoor furniture, we redesign their terraces, and, generally speaking, we offer exclusive collections and optimised arrangements. Mood Design works exclusively with two work-shops, in Poland and in Portugal, to offer customised designs to our clients working in the cafe-hotel-restaurant industry in the French Riviera. I know they're very busy, so we take it upon ourselves to come to their establishments, to experience the atmosphere, and to come up with ideas that are suited to the environment where they work and welcome their patrons.

> *Avec notre architecte, visualisez en 3D l'implantation de votre futur salon de jardin*



Projet 3D



Résultat

EN CHIFFRES

98 %
De fournisseurs et fabricants européens et notamment quelques français

+ de 40
Marques exclusives de mobilier haut de gamme : Kettal, Ego Paris, Fast, Emu...

60 %
De particuliers et 40 % de professionnels dans la clientèle de Mood Design

200 m²
De showroom à découvrir à Cagnes-sur-Mer

227
Le nombre de commandes en 2021

2800
Chaises vendues en 2021

EN DATES

2018
Lancement de Mood Design

2019
Création du showroom, à Cagnes-sur-Mer

2020
Le chiffre d'affaires double, puis triple en 2021 !

2021
Recrutement de 2 collaboratrices

DOMAINE DU PARADIS DES OISEAUX : *bienvenue aux entreprises*

Le Domaine du Paradis des Oiseaux s'ouvre au monde professionnel et accueillera dès sa réouverture toutes les entreprises désireuses d'y passer des moments authentiques et de qualité, dans un cadre bucolique de caractère.

The Domaine du Paradis des Oiseaux is opening its gates to companies
The Domaine du Paradis des Oiseaux is setting its sights on the corporate world and is waiting for its reopening to welcome companies eager to spend authentic and high-quality moments in a beautiful and bucolic setting.

Le déclic ?

A la suite de sa maman, lorsque Shiva Charman prend, avec sa sœur, la direction du Domaine du Paradis des Oiseaux et ses 5 hectares de nature au cœur de Mougins, elle entrevoit vite les possibilités qu'offrent l'immensité et le charme des lieux. Ouvert jusqu'ici aux événements privés et à quelques soirées en marge du Festival International du Film, le Domaine est une vraie pépite qui mérite d'être redécouverte... Ancienne responsable RH pour des entreprises de dimension internationale, Shiva connait bien les difficultés de sélectionner des lieux tout à la fois élégants, assez vastes et discrets pour y accueillir des entretiens, des événements festifs comme des moments plus intimes que requiert la vie de l'entreprise. A moins de 10 minutes du cœur de la technopole, le Domaine du Paradis des Oiseaux séduit par son authenticité.

Quelles sont les nouveautés ?

C'est dans cet objectif que la rénovation de plusieurs espaces du Domaine a été menée. On retrouvera en premier lieu la salle de réception entièrement réinterprétée. Cet espace réceptif qui peut accueillir jusqu'à 200



What brought this about?

When Shiva Charman and her sister took over from their mother the management of the Domaine du Paradis des Oiseaux and its five hectares of wilderness at the heart of Mougins, she quickly identified the opportunities afforded by the sheer size and charm of the place. Until now catering to private events and a few parties held around the International Film Festival, the Domaine is a gem that deserves to be revisited... As a former HR manager working for international companies, Shiva is well aware of the difficulties of finding the right venues, which must be elegant while remaining sufficiently big and discrete to hold talks, organise festive gatherings, or celebrate the more intimate moments of corporate life. At less than ten minutes from the heart of the technopole, the appeal of the Domaine du Paradis des Oiseaux lies in its authenticity.

What is new?

And authenticity is the idea that guided the renovation of several spaces within the Domaine. Firstly, the reception hall has been entirely redesigned. This area can hold up to 200 guests,





convives a désormais son espace de bureaux où tenir vos conférences, séminaires ou réunions de travail. Les multiples terrasses du site autorisent de nombreuses configurations dès que les premiers rayons du soleil apparaissent. Par ailleurs, l'immense parking règlera vos problèmes de stationnement.

L'hébergement, confidentiel, se compose de 4 chambres qui ont aussi bénéficié de travaux de rénovation. La Master Suite de 50 m² à la vue sur Mougins et les collines environnantes voisine avec une junior suite de 35 m² à la décoration revue et deux chambres double dont l'une a conservé sa décoration d'époque. En extérieur, la magie et l'immensité des lieux se prêtent à toutes les possibilités : Pool Party, barbecues, concours de pétanque, tandis que le terrain de tennis est tout indiqué pour y organiser des tournois... Incontestablement, les festivités organisées dans le cadre professionnel permettent de rapprocher les collègues de travail, de fédérer les équipes et de développer votre culture d'entreprise.

Parmis les nouveautés, la rénovation de l'espace réceptif qui peut accueillir jusqu'à 200 convives avec son espace de bureaux où tenir vos conférences, séminaires ou réunions de travail.

and now features an office space where clients can organise conferences, seminars, or work meetings. The site's numerous terraces allow different arrangements and configurations as soon as the sun comes up. Furthermore, the huge parking area is extremely convenient.

In terms of accommodation, the estate provides a lot of privacy and boasts four rooms that have also been renovated. The 50m² master suite with a view of Mougins and the surrounding hills lies adjacent to a 35m² junior suite, which has been redecorated, and to two twin bedrooms, one of which has kept its original interior. Externally, the enchantment and the size of the estate allow all sorts of possibilities: pool parties, barbecues, pétanque competitions, and there is even a tennis court for those who want to organise a tournament... The festivities held in this professional setting are undoubtedly conducive to team building, bringing co-workers closer together, and developing your specific corporate culture.

Et en 2022 ?

Dès cette nouvelle saison qui va commencer en mars, le Domaine du paradis des Oiseaux sera désormais ouvert toute l'année et vous pourrez donc y organiser des événements pendant la saison hivernale, depuis les repas de fêtes et galettes de rois en passant par les présentations de produits ou séminaires de rentrée. Sur place, il est déjà programmé plusieurs tournages d'émissions TV et des événements aussi extravagants que l'une des épreuves de la saison II des IN Games... A découvrir très vite !

And what about 2022?

During the coming season, which will start in March, the Domaine du Paradis des Oiseaux will remain open all year round and you can hold events during the winter season, including Christmas and Epiphany celebrations, or product presentations and seminars. The site is already scheduled to host the filming of TV shows, and extravagant events such as one of the competitions of season two of the IN Games... Don't wait, just come and discover the site!

EN CHIFFRES

5 HA
De parcs et jardins

2 à 200
Convives

25 x 5 m
La taille de la piscine extérieure chauffée

4
Chambres d'exception

Domaine du Paradis des Oiseaux
MOUGINS

DOMAINE DU PARADIS DES OISEAUX
104 av Maurice Gridaine - Mougins
06 70 22 64 75
paradisdesoiseaux@orange.fr
www.domaineduparadisdesoiseaux.com

PHASELEC

EN TRANSITION *énergétique*

L'histoire est en marche pour Phaselec ! L'entreprise de Philippe Marchay se positionnait jusqu'alors comme « l'électricien 2.0 », en offrant les toutes dernières innovations en matière électrique à ses clients. Aujourd'hui, Phaselec va plus loin : il ambitionne de devenir un « acteur local de la transition énergétique du territoire ». Philippe Marchay, toujours en avance de phase, nous refait l'histoire :

Phaselec, active in energy transition

History is being made for Phaselec! Until recently, Philippe Marchay's company was positioned as the "electrician 2.0", selling its most recent electricity innovations to its clients. But today, Phaselec is taking things even further: it plans on becoming a "local stakeholder of the territory's energy transition". Philippe Marchay, who is always one step ahead, looks back at the company's history:





Phaselec n'est plus l'électricien 2.0 ?

Il est plus que ça ! Aujourd'hui, notre mission est d'être un acteur local de la transition énergétique sur notre territoire. La différence ? Nous ne sommes plus de « simples » électriciens, mais nous sommes intégrateurs de solutions électriques. Nous partons de l'analyse du projet de notre client, de ses besoins pour lui proposer une solution complète et pas simplement une installation ou un appareillage. Cela passe par une phase de compréhension de ses usages, de ses contraintes, pour déterminer un cahier des charges.

Qu'est-ce que cela implique dans votre nouvelle offre ?

Plusieurs changements. En B to B, en plus des activités traditionnelles de courant fort et courant faible, nous proposons aux professionnels de gérer leur consommation énergétique via la GTB (Gestion Technique du Bâtiment). Le décret Tertiaire impose de nouvelles obligations sur le monitoring de l'énergie dans les entreprises, avec comme 1er objectif d'atteinte un minima de 40 % de réduction d'énergie d'ici 2030 pour les bâtiments de plus de 1000 m².

> ***Nous proposons systématiquement la gestion dynamique de la charge dans notre offre d'installation de bornes de recharges (IRVE) pour une maitrise complète de l'énergie consommée.***

Du côté de notre activité phare d'installation d'infrastructure de bornes de recharges (IRVE), notre offre propose systématiquement l'optimisation de la consommation électrique grâce à la gestion dynamique de la charge : la puissance délivrée par les bornes s'adapte en permanence à l'énergie disponible chez nos clients.

Nous gérons également pour nos clients les dossiers de subventions au titre de la

So, Phaselec is no longer the electrician 2.0?

It is now more than that! Today, our mission is to become a local stakeholder of the territory's energy transition. What is the difference? We are no longer "simple" electricians; instead, we have become integrators of electrical solutions. We start by analysing our client's project and their needs, and then we come up with a full solution that goes beyond simply installing devices or equipment. This means we must understand the uses intended by the client, and their constraints, and establish a proper design brief.

What does this involve in your new offering?

There have been a number of changes. In B-to-B mode, in addition to our traditional activities involving low and high voltage, we help professionals manage their power consumption using our Property Technical Management solutions. The recent decree on the tertiary sector imposes new obligations in terms of corporate energy monitoring, with the prime objective of achieving a 40% energy reduction by 2030 for buildings of over 1000 m².

In terms of our key activity, which is the installation of electric vehicle charging terminals, our offering systematically includes the optimisation of power consumption thanks to dynamic charging management solutions: the power delivered by the terminals is constantly adapted to the power available at our clients' sites.

We also manage, on behalf of our clients, their requests for energy transition subsidies, as our company is certified with Ademe for any type of installation, regardless of the charging power.

In addition, with our offering that features monitoring, user identification, billing, and charging infrastructure maintenance activities, we are able to provide our clients with a full service: We are becoming a "local operator of electric mobility" of sorts, and a reference in our territory.

Who are your clients?

We are increasingly working in B-to-B mode, but we are also working with property managers who want to own their charging solutions and free themselves from third party operators, and also with private clients.

transition énergétique, car notre entreprise est référencée auprès de l'Ademe pour tout type d'installation et quelle que soit la puissance de charge installée.

En complément, avec nos offres de supervision, d'identification des usagers, de refacturation et de la maintenance des infrastructures de recharge, nous proposons un service complet à nos clients : Nous devenons en quelque sorte un « opérateur local de mobilité électrique » et une référence sur notre territoire.

Quels sont vos clients ?

Nous développons de plus en plus le B to B, mais nous travaillons également avec les copropriétés qui veulent être propriétaires de leurs solutions de recharge sans être dépendants d'opérateurs tiers, ainsi qu'avec les particuliers.
Sur l'activité courant fort / courant faible, nous travaillons aussi avec le particulier et les Syndics, mais le professionnel reste une clientèle importante, avec laquelle nous œuvrons aussi sur les questions de monitoring énergétique.

L'économie circulaire n'est pas un gros mot chez Phaselec...

Oui, le recyclage fait partie de l'ADN de l'entreprise et nous travaillons depuis toujours en priorité avec des acteurs locaux. Pour la supervision des infrastructures de recharge de véhicules électriques, nous travaillons avec SAP Mougins ; pour la passerelle de communication intelligente et les tableaux de bord de gestion énergétique du bâtiment, et autres monitorings comme la qualité de l'air, notre partenaire est une entreprise de Villeneuve-Loubet, IoThink Solutions. C'est aussi en cela que nous sommes cohérents : quand nous le pouvons, nous n'allons pas chercher des solutions au bout du monde ! Le développement de l'activité Photovoltaïque prévue pour cette année viendra compléter ce cercle vertueux.



Philippe Marchay, fondateur de Phaselec

Regarding the high voltage/low voltage activity, we work with individual customers and unions, but our professional clients remain an important base that we are happy to work with on energy monitoring.

So, circular economy is not something frowned upon at Phaselec...

Precisely, recycling is part of the company's DNA and we have been working in priority with local stake-holders. For the supervision of electric vehicle charging infrastructures, we are working with SAP Mougins; for the smart communication gateway and energy dashboards for the management of buildings, and other monitoring activities such as air quality, our partner of choice is a Villeneuve-Loubet-based company, IoThink Solutions. This is an area where we show great consistency: when we can, we don't go hunting for solutions at the other end of the world! The development of the solar panel activity should accelerate this year and complete this virtuous cycle.

En B to B, nous proposons aux professionnels de gérer leur consommation énergétique via la GTB (Gestion Technique du Bâtiment).



La recherche de synergie avec les acteurs locaux fait partie de l'ADN de l'entreprise

PHASELEC
INTÉGRATEUR DE SOLUTIONS ÉLECTRIQUES

224, Avenue de la Plaine
06250 Mougins
04 93 75 52 87
www.phaselec.com

EN CHIFFRES

+ de 150
Phaselec a installé **plus de 150 bornes** de recharge électrique en 2021

+ de 50 %
De l'activité de Phaselec concernera l'**IRVE en 2022**

1 Test case chez Phaselec pour montrer toutes les **solutions de monitoring de l'énergie** disponibles

1 service complet sur la mobilité électrique : supervision, identification des usagers, refacturation, maintenance des IRVE...

884
Interventions réalisées l'an dernier

LES VIGNOBLES CHEVRON VILLETTE, *une histoire de Famille*

Les Vignobles Chevron Villette, c'est avant tout une histoire familiale séculaire, qui prend date en 1189, avec l'union de deux grands noms de la noblesse savoyarde, les Chevron et les Villette. Aujourd'hui, les vins signés Chevron Villette représentent près de 6 millions de bouteilles et c'est désormais 20 % de la production qui s'exporte à travers le monde. Retour sur une saga à succès, bâtie avec audace, amour et respect du travail de la terre.

En 1919, Pierre Joseph de Chevron Villette, le grand-père de Guillaume, est le premier de la famille à planter des vignes sur le Domaine de Reillanne. Puis c'est son fils, Bernard de Chevron Villette qui s'y installe en prenant la suite. Nous sommes en 1956 et les terres sont alors en polyculture : le raisin n'y pousse que sur 8 hectares.
Moins de 20 ans plus tard, en 1975, la vigne a bien grandi : 60 hectares sont cultivés sur les terres du Domaine. Bernard de Chevron Villette est alors en pleine phase de développement : il contribue d'ailleurs très largement à la création de l'appellation Côtes-de-Provence, reconnue en 1977.

C'est en 1983 que Guillaume reprend le domaine. S'il hérite de la passion familiale et affiche une farouche volonté d'être vigneron, c'est en véritable féru d'écologie qu'il sera amené à restructurer le vignoble en palissage et en agriculture raisonnée, en supprimant notamment les engrais chimiques et en diminuant les herbicides, insecticides et pesticides. « Notre savoir-faire consiste à respecter la nature et à la laisser s'exprimer », confie-t-il. Fabrice Claudel, Directeur Commercial CHR (Café-Hôtels-restaurants) va fêter 10 ans au sein de la belle maison et apprécie cet engagement de chaque instant pour le respect de l'environnement : « Guillaume est un vrai paysan au sens noble du terme : il n'a qu'un objectif, la qualité. C'est ce qui nous caractérise aujourd'hui : nous faisons de la quantité avec une qualité certaine et ça, c'est une vraie prouesse ! ». Si aujourd'hui, 90 % de la production est en Rosé de Provence, Guillaume de Chevron Villette travaille certaines têtes de cuvées comme Héritage, qui sortira aussi cette année en Rouge, grâce à une sélection parcellaire qui devrait permettre un tirage d'exception de quelques 5.000 bouteilles.



Guillaume de Chevron Villette





Vignobles Chevron Villette, a family story

Vignobles Chevron Villette, if anything, is a centuries old family story, that dates all the way back to 1189, when two great names of Savoyard nobility, the Chevron and the Villette families, were united as one. Today, Chevron Villette produces close to six million bottles and around 20% of their production is exported throughout the world. Let's take a look at this success story, built with courage, love, and respect for the land.

In 1919, Pierre Joseph de Chevron Villette, Guillaume's grandfather, was the first to plant vines in the Reillanne family estate. Later his son, Bernard de Chevron Villette, moved in and took over the business. The year is 1956, and the estate turns to polycrop farming: grape is only grown on eight hectares.

Less than 20 years later, in 1975, the vines have come along very nicely, 60 hectares of the estate are used as vineyards. By then, Bernard de Chevron Villette was in full development: he largely contributed to the creation of the Côtes-de-Provence appellation, which was recognised in 1977.

In 1983, Guillaume took over the management of the estate. He inherited the family passion and demonstrated his unwavering love for winemaking. But he was also passionate about the environment, and he reorganised the vineyard, resorting to the use of trellises and sustainable farming, in particular by eliminating chemical fertilisers, and by reducing the use of herbicides, insecticides, and pesticides. "Our know-how consists in respecting nature and letting it express itself", he tells us. Fabrice Claudel, CHR (Café-Hotels-Restaurants) Sales Director is about to celebrate his tenth year working for the company and is highly appreciative of the family's commitment to the environment: "Guillaume is a true farmer, in the noblest sense: he has but one objective, which is quality. Today, our marking characteristic is that we create quantity without compromising on quality, which is quite an amazing feat!". Alhtough, 90% of the production is Provence Rosé, Guillaume de Chevron Villette is working on new top-of the-range wines, such as Héritage, a red wine set to come out later



“ Guillaume est un vrai paysan au sens noble du terme : il n’a qu’un objectif, la qualité. C’est ce qui nous caractérise aujourd’hui : nous faisons de la quantité avec une qualité certaine et ça, c’est une vraie prouesse ! ”

2022 sera l’année de l’ouverture du nouveau caveau et des espaces réceptifs du Domaine de Château Reillanne. Le berceau de l’histoire de la famille pourra désormais accueillir séminaires et visites, au sein des anciennes caves historiques du Domaine, entièrement réhabilitées. « Jusqu’ici, nous avons toujours investi dans l’outil de production, dans l’innovation et aujourd’hui, nous voulions pouvoir recevoir nos fidèles clients, les professionnels, les acheteurs étrangers, dans un cadre à la hauteur de l’exceptionnel écosystème qui nous entoure » explique Fabrice Claudel. Et au cœur d’une réserve naturelle d’exception, aux pieds du Massif des Maures, la belle histoire des Vins Chevron Villette va pouvoir continuer de s’écrire, au fil d’un travail passionné qui prône avant tout la qualité et le respect de la terre.

LES VIGNOBLES CHEVRON VILLETTE
Comte Guillaume de Chevron Villette Vigneron
Château Reillanne · Château Chevron Villette · Abbaye FONTFROIDE Les Vins

Château Reillanne - Route de St Tropez
83340 Le Cannet des Maures
Fabrice Claudel,
Directeur Commercial CHR & B to B
06 60 05 90 70
vignobleschevronvillette.com

this year, thanks to a plot selection that should enable the production of some 5'000 bottles of outstanding quality.

2022 will also see the opening of a new cellar, along with reception areas in the Château Reillanne estate. The family’s historical cradle is open to guided tours and seminars in the historic cellars of the estate, which have been entirely renovated. "Until now, we have always invested in our production means and innovation, but now we also want to be able to welcome our loyal clients, professionals of the industry, and foreign buyers in an exceptional setting reflecting the wonderful ecosystem that surrounds us" Fabrice Claudel explains. At the heart of an exceptional natural reserve at the foot of the Massif des Maures, the beautiful history of Chevron Villette wines will be written for years to come, carried by a philosophy made of passion and hard work, promoting quality and respect for the land.

EN CHIFFRES

6 Millions
De bouteilles produites chaque année

20 %
De la production s’exporte

90 %
De la production est du Rosé

170 Ha
De vignes cultivées au Domaine de Château Reillanne

EN DATES

1919
Premières vignes plantées au Château Reillanne

1956
Le domaine exploite 8 HA

1975
60 HA de vignes

1983
Guillaume de Chevron Villette reprend l’exploitation de Château Reillanne



DANIEL DESAVIE, *recette de succès*

Daniel Desavie vous accueille à Valbonne, au choix, dans son restaurant gastronomique ou à sa table bistronomique. Une belle histoire qu'il écrit depuis l'ouverture en 2000, autour d'une véritable passion pour la seule vraie star qui compte à ses yeux de chef : le produit… et si possible, local !

Daniel Desavie, a recipe for success

In Valbonne, Daniel Desavie welcomes you to sample his gastronomic offering, or enjoy his bistronomic restaurant. Both are part of the same success story, which he has been writing since the opening of his establishment in 2000, driven by the chef's love for the real stars of the show: locally-sourced products!

Le déclic ?

Après avoir travaillé à Mougins aux côtés du chef étoilé Roger Vergé pendant 23 ans et voyagé ensuite dans le monde entier comme ambassadeur de sa cuisine, Daniel Desavie choisit de poser ses bagages à Valbonne en ouvrant son restaurant gastronomique. Nous sommes en 2000. En 2016, il crée, à la même adresse, sa table bistronomique, qui complète avec gourmandise une offre adaptée à tous les gourmets de la Côte d'Azur.

« A la bonne saison, mais aussi tout le reste de l'année, j'interprète les fleurs de courgettes dans ma cuisine »





Son secret ?

Daniel Desavie est un homme de terroir. Au Domaine de l'Abadie, à Cannes-La Bocca auprès de son ami Jean-Charles Orso, il aime sélectionner avec soin ses fleurs de courgettes, l'ingrédient vedette de ses créations ensoleillées. « A la bonne saison, mais aussi tout le reste de l'année, j'interprète ce légume dans ma cuisine », explique le chef, qui aime par-dessus tout aller à la quête du bon produit pour proposer des recettes de saison, inspirées et différentes.

What brought this about?

Having worked in Mougins with Michelin starred chef, Roger Vergé, for 23 years, and having travelled the world extensively as an ambassador of his cuisine, Daniel Desavie ultimately decided to set up shop in Valbonne where he opened a gastronomic restaurant. That was back in 2000. In 2016, he opened, within the same establishment, a bistronomic restaurant, completing his gastronomic offering for all the gourmets of the French Riviera's.

What is his secret?

Daniel Desavie is close to the land. At the Domaine de l'Abadie, in Cannes-La Bocca, with his friend Jean-Charles Orso, he likes to carefully select zucchini flowers, which are the star ingredient of his sun-soaked recipes. "When the season allows, but also for the rest of the year, I love working this ingredient into my cuisine", the chef explains. His greatest passion is searching for the right product, to create seasonal recipes, always different, but always inspired.



Le Gastro De sa Vie

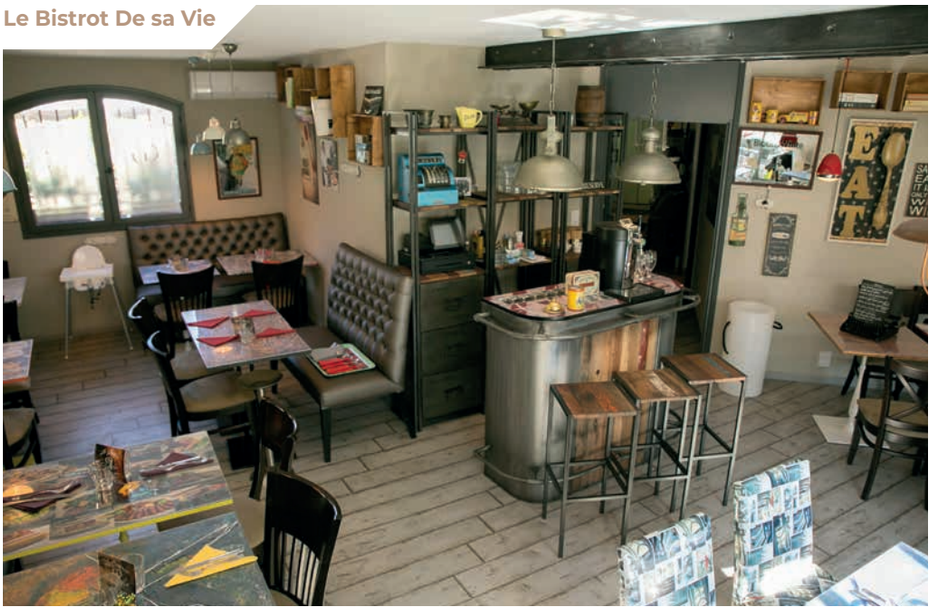
« Tous les mercredis, c'est un départ à 5 h, pour aller sur le carreau du MIN à Nice, voir les petits producteurs locaux... Selon l'époque, j'y retrouve des carottes fanes, des fraises des bois de Saint-Jeannet, des melons du Var, des abricots... qui peuvent composer mes menus, selon l'inspiration et en fonction des produits qui sont disponibles et qui me plaisent sur les étals : c'est aussi cela la cuisine ! »

"Every Wednesday, I leave at 5am and go to the MIN in Nice, to meet with local producers... Depending on the season, I find carrots, wild strawberries from the Saint-Jeannet woods, melons from the Var, apricots... I can use them in my recipes, depending on my inspiration and the availability of appealing products: that is what cuisine is all about! "

Et toutes les saisons sont bonnes : le printemps approche, on retrouvera par exemple chez Daniel Desavie l'artichaut barigoule et sa préparation à base d'ail qui magnifie ce légume printanier, ou encore les nombreuses déclinaisons que le chef aime proposer de la coquille Saint-Jacques : en nage de légumes ou en millefeuilles et ses rondelles de truffes...

And all seasons are great seasons: as spring is nearing, Daniel Desavie will be serving "barigoule" artichoke and its garlic-based preparation that brings out the best in this vegetable, or the many other recipes the chef enjoys creating with scallops: in a sea of vegetables, or as a millefeuille with sliced truffle...

Le Bistrot De sa Vie



EN CHIFFRES

2 Restaurants,
deux ambiances :
gastronomique et
bistronomique

2 Services traiteur :
privé et business

52 €
Premier **menu gastronomique**
en 3 services

EN DATES

2000
Daniel Desavie s'installe à Valbonne et ouvre son restaurant gastronomique

2016
Ouverture du Bistrot,
ambiance vintage

2020
Lancement de la **terrasse aromatique** et des **plateaux-repas** d'entreprise

De sa Vie

Le Gastro Le Bistrot De sa Vie
1360 Route d'Antibes,
06560 Valbonne
Fermé le dimanche et le lundi
04 93 12 29 68
www.restaurantdanieldesavie.fr

JULY OF ST BARTH, *parfums et haute couture*

July Of St Barth, la griffe haute couture et parfums, distille ses créations depuis plus de 30 ans. De Grasse à Milan, de New York aux Antilles, l'inspiration de Juliette Espinasse Dubois n'a pas de limite : son travail sera encore plus visible cette année avec des ouvertures de boutiques sur la Côte d'Azur et de nombreux défilés de mode dans le monde.



July Of St Barth, perfumes and haute couture
July Of St Barth, a designer clothing and perfume brand, has been selling its beautiful creations for more than 30 years. From Grasse to Milan, or from New York to the Antilles, Juliette Espinasse Dubois's inspiration is boundless: her work will become even more visible this year with new boutiques opening in the French Riviera and numerous fashion shows around the world.

Quel a été le déclic ?

Juliette a toujours eu l'âme créative. C'est en s'installant aux Antilles avec son mari en 1989 qu'elle décide de donner à sa passion de la couture un tournant professionnel : elle crée la marque July Of St Barth, pour vendre les chapeaux qu'elle dessine et confectionne depuis longtemps. Le succès est immédiat et ses couvre-chefs, ornés de coquillages et inspirés par la nature antillaise, se vendent depuis dans le monde entier.

Quand a commencé la diversification ?

Très vite, July, installée sur la Côte d'Azur, dessine et crée des robes de haute couture. Elle tient cette fibre artistique de sa marraine, qui habillait des stars françaises comme Marlène Jobert dans les années 60... C'est en 2014 que sa passion des fragrances l'emporte et qu'elle se lance comme créatrice de parfums. Entourée



Juliette Espinasse Dubois

So, what got her started?

Juliette has always had the soul of a creator. When she moved to the Antilles with her husband back in 1989, she decided to take her passion to professional levels: she created the brand July Of St Barth, selling the hats that she had been designing and making for a long time. Her endeavours were met with immediate success and her hats, bedecked with shells and inspired by the Antillean countryside, are now sold the world over.

When did she start diversifying her brand?

July, who by then had relocated to the French Riviera, started creating designer dresses. She gets her artistic talent from her godmother, who dressed French celebrities, like Marlène Jobert, in the 60s... But it wasn't until 2014 that her passion for fragrances got the better of her and she started her career in the perfume



Avec 17 défilés de mode en 2022, programmés à Paris pour la Fashion Week (le mois dernier), ou dans des destinations aussi variées que l'Ukraine ou l'Italie avec Milan, la haute couture de July Of St Barth s'offre une visibilité internationale.





de grands noms de la profession comme Jean-François Latty (qui a œuvré pour Yves Saint Laurent ou Givenchy), July compose 17 parfums dans cinq collections différentes. « Sans être chimiste, je me suis toujours exercée à sentir plusieurs dizaines de fragrances chaque jour, et ce, depuis plusieurs années ».

Ses projets cette année ?

Avec 17 défilés de mode en 2022, programmés à Paris pour la Fashion Week (le mois dernier), ou dans des destinations aussi variées que l'Ukraine ou l'Italie avec Milan, la haute couture de July Of St Barth s'offre une visibilité internationale. Côté retail, à Nice, la marque accueillera un nouveau concept store, « Juliette Dubois », qui proposera un retour aux sources (Dubois est le nom de jeune fille de Juliette) avec une nouvelle collection de parfums. Dans le monde, July Of St Barth arrive en Chine et plus près de nous, à Grasse, une autre emblématique adresse, Boulevard du Jeu de Ballon, accueillera une nouvelle boutique en 2022 où seule l'activité haute couture de la marque, agrémentée de quelques parfums, sera représentée.

industry. Surrounded by the greats of the perfume business, such as Jean-François Latty (who worked for the likes of Yves Saint Laurent or Givenchy), July created 17 different scents in five collections. "Although I am no chemist, for many years now I have been training to smell tens of fragrances every day".

What are her projects for this year?

With 17 fashion shows in 2022, in Paris for the Fashion Week (last month) or in various venues in Ukraine or Milan in Italy, July of St Barth's haute couture operation is enjoying international exposure. In terms of her retail operations, the brand is about to open a new concept store, "Juliette Dubois", offering a return to her roots (Dubois being Juliette's maiden name) with a new collection of perfumes. Internationally, July Of St Barth is making its debut in China, and closer to us, in Grasse, with a new emblematic store on Boulevard du Jeu de Ballon, where in 2022 a new boutique will be selling exclusively haute couture creations along with a few perfumes.



EN CHIFFRES

3
Boutiques

17
Parfums créés depuis près de 10 ans
Plusieurs dizaines
De points de ventes de la marque dans le monde entier

4000
Chapeaux griffés July Of St Barth, vendus dans le monde entier

EN DATES

1863
La famille de Juliette se lance dans la fleur à parfum, en Provence

1989
création de July Of St Barth

2014
Premier parfum

2020
Ouverture à Grasse

2022
Ouverture à Nice, deuxième boutique à Grasse, nouvelle installation en prévision à Cannes







July of St Barth
Since 1989

14 Place aux Aires - Grasse
www.julyofstbarth.com
www.julyincannes.com
www.julyingrasse.fr



INfo

L'ÉCO AZURÉENNE

KYANITE CONSEIL

Le prix, question de VALEUR ET DE CONFIANCE !

Au service de la performance de l'entreprise, Laurence Allançon nous donne les clés pour mieux appréhender et travailler sur la notion de prix et de TCO (coût total de détention). Qu'est-ce qu'un bon prix ? Comment en faire un outil d'amélioration de nos rapports avec nos clients, nos fournisseurs, une vraie plus-value ?

The price, a reflection of trust and value!

Working at the service of corporate performance, Laurence Allançon gives us the keys to better understand and take advantage of the notions of price and TCO (total cost of ownership). What is a fair price? How can you turn the concept of price into a tool to improve your relations with your clients and your suppliers, and ultimately generate added value?

Après nous avoir conseillé sur la relation client-fournisseur, Laurence Alllançon, fondatrice de Kyanite Conseil, s'intéresse au prix : « c'est une question constante que se posent acheteurs et vendeurs, après chaque conclusion d'accord. Le vendeur se demande s'il aurait pu marger davantage et l'acheteur si un meilleur prix aurait pu être obtenu… Mais plus important que la valeur affichée d'un prix en Euros sont les bénéfices obtenus par la valeur et la valeur invisible : le capital de confiance, difficile à gagner et à conserver, mais parfois si facile à perdre !

Prix, coût, valeur : quelles différences ?

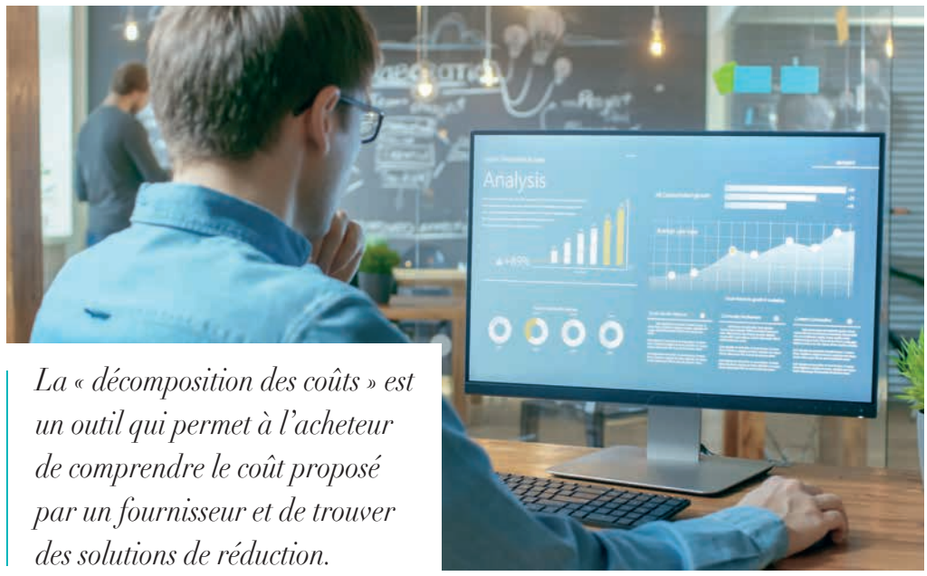
Le prix n'est rien de plus qu'une valeur monétaire fixée pour un bien ou pour une opération tandis que le coût constitue l'ensemble des frais d'un produit. Le Coût Total d'Acquisition ou Total Cost of Ownership (TCO) méthodologie bien connue de la fonction achats, consiste à évaluer le coût global d'un bien ou d'un service tout au long de son cycle de vie. En le calculant, on identifie **le coût réel et donc l'offre la plus avantageuse** sans se limiter au seul prix d'acquisition : un outil indispensable dans la préparation des négociations, pour une opération d'outsourcing ou d'internalisation.

Pour le calculer, il faut distinguer deux types de coûts. **Les coûts directs** sont engagés directement dans la fabrication ou la commercialisation d'un produit ou d'un service : matière première, transport, main-d'œuvre, maintenance, gestion des stocks… Ils sont généralement faciles à identifier. En revanche, **les coûts indirects ou invisibles** sont plus difficiles à quantifier et à chiffrer : coût de contrôle et de non-qualité, formation des utilisateurs, coût des évolutions technologiques…

La « décomposition des coûts » est un outil qui permet à l'acheteur de comprendre le coût proposé par un fournisseur et de trouver des solutions de réduction.

Enfin, la **notion de valeur** repose sur la relation entre le niveau de satisfaction du besoin (bénéfices) et les moyens mis en œuvre (coût). On parle alors de **Valeur Totale de Possession.**

Pour la maximiser, il ne faut pas se limiter à une simple problématique de réduction du coût, mais prendre en compte tous les bénéfices additionnels : la croissance, la gestion des risques, le temps gagné pour une opération…



La « décomposition des coûts » est un outil qui permet à l'acheteur de comprendre le coût proposé par un fournisseur et de trouver des solutions de réduction.

Having already advised us on the relations between clients and suppliers, Laurence Allançon, founder of Kyanite Conseil, has turned her sights to the notion of price: "it is a constant question for buyers and sellers, every time a deal is sealed. The seller wonders if they could've increased their margins, and the buyer wonders whether a lower price might have been negotiated… But there is something more important than a price given in Euros. It is all a question of value, and more importantly of invisible value: trust capital, as difficult to earn as it is to keep, and so easy to lose!

Price, cost, value: what's the difference?

*Price is nothing more than a monetary value given to a product or an operation, whereas the cost reflects all the expenses incurred in the creation of a product. The Total Cost of Ownership (TCO) methodology, well known to all those who work for acquisition departments, consists in assessing the global cost of a good or of a service throughout its lifecycle. By calculating the TCO, **the real cost, and therefore the most advantageous offer** can be identified, without being limited to the price of acquisition: it is an indispensable tool when preparing for negotiations, for projected outsourcing operations, or for an internalisation process.*

*To calculate TCO, it is important to distinguish two types of costs. **The direct costs** are used directly in the manufacturing or marketing of a product or a service: raw materials, transport, labour, maintenance, stock management… They are generally easy to identify. However, **the indirect and invisible costs** are harder to quantify and calculate: the cost of quality control and quality defects, the training of users, the cost of technological evolutions…*

The "cost breakdown analysis" is a tool that enables the buyer to understand the cost stated by the supplier and to find solutions to bring that cost down.

*Finally, **the notion of value** rests on the relationship between the level of satisfaction of the need (benefits) and the means of implementation (costs). In this case, the preferred term is **Total Value of Ownership.***

To optimise it, one shouldn't limit oneself to the simple reduction of costs, but take into account all the added benefits that can be gained: growth, risk management, the time saved for an operation…

KYANITE CONSEIL
RÉINVENTER L'ENTREPRISE PERFORMANTE

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

GSF

GRANDIR ET ÉVOLUER *en interne*

Chez GSF, l'un des leaders français de la propreté et de l'hygiène des espaces de travail, l'encadrement et l'organisation internes permettent de faire évoluer la satisfaction client chaque année, tout comme les équipes, qui gagnent en compétence et peuvent prétendre à faire carrière au sein d'un groupe animé par des valeurs humaines fortes.
A 29 ans, Damien Durand, chef d'établissement de Vallauris, est issu de cette promotion interne, qui fait chaque jour grandir les hommes et les femmes de GSF.

Progressing and evolving internally
At GSF, one of the French leaders of workplace cleanliness services, internal processes help increase customer satisfaction every year. They also ensure the teams are trained to new techniques and methods, and employees enjoy the prospect of a great career in a group that is driven by strong social values.
At 29, Damien Durand is in charge of the Vallauris establishment. He took advantage of an internal promotion policy that helps the women and men of GSF grow in their work every day.

Au sein de l'un des sept établissements que compte la « galaxie » GSF Jupiter, le jeune homme est à la manœuvre pour développer une entreprise de près de 300 collaborateurs, qui opèrent sur un secteur qui couvre Mougins, Sophia Antipolis, et s'étend jusqu'à Cagnes-sur-Mer.

Comment avez-vous intégré le groupe GSF ?

Damien Durand : Après mon cursus à Skema et à l'Idrac, c'est une rencontre avec une personne en charge des RH chez GSF qui a été déterminante : son état d'esprit, ce qu'il me présentait du groupe, m'ont beaucoup plu. Je ne me destinais pas spécialement à travailler dans ce secteur d'activité que je ne connaissais pas mais j'ai rapidement été séduit. Je suis entré comme responsable d'exploitation junior en 2015, un métier prenant, passionnant. Il est avant tout fait de rencontres, sur le terrain et en interne, de nos équipes, de nos clients…

Ensuite, vous avez rapidement pu évoluer comme chef d'établissement…

La promotion interne est l'un des fondamentaux du groupe. GSF est une très belle entreprise, par son histoire, sa pérennité, ses performances mais surtout par les hommes qui la composent : en y entrant, vous devez avoir des valeurs axées sur l'humain. La marque de fabrique de GSF : des encadrants, des responsables qui font confiance, qui font grandir, qui permettent d'évoluer, ce qui a été les cas pour moi. Cette politique de mentorat se ressent à tous les niveaux d'encadrement.

L'immersion est-elle importante chez GSF ?

Oui, c'est primordial : chacun croit connaître le nettoyage car à minima… on fait du ménage chez soi ! Mais le nettoyage et l'hygiène, ce sont avant tout des techniques, des process très précis, de l'outillage, de la formation… Embauché tout récemment, un de nos responsables d'exploitation est ainsi en immersion avec les équipes sur le terrain. Tôt le matin, souvent à partir de 4 h jusque tard le soir, pour comprendre le fonctionnement de l'établissement, mais aussi parfaitement connaître nos clients car modèle de GSF s'appuie sur des secteurs géographiques restreints qui permettent une très forte proximité avec nos clients.



Avec près de 130 clients, dont beaucoup le sont depuis plus de 15 ans, nous œuvrons dans des secteurs d'activité très différents : le numérique, la santé (hospitalier), le pharmaceutique, le tertiaire, le multiservice…

Within one of the seven establishments of the GSF Jupiter universe, the young man is steering the development of a company that boasts close to 300 employees, working in a sector that covers Mougins and Sophia Antipolis, and extends all the way to Cagnes-sur-Mer.

How did you get to join the GSF group?

Damien Durand: Having graduated from Skema and Idrac, I was fortunate enough to meet the person in charge of HR for GSF. This was a decisive moment: his state of mind and what he was telling me about the group strongly appealed to me. I had no particular intention of working in this line of business, of which I knew absolutely nothing, but I was rapidly drawn in. I started as a junior operations manager in 2015. It was an exciting and enthralling job. It was all about meeting people and creating contacts, in the field and internally, among our clients and within our teams…



7,5 M€ Le chiffre d'affaires de l'établissement de Vallauris en 2019

60 % Le niveau du volume d'activité de Vallauris réalisé sur la seule technopole de Sophia Antipolis

286 L'effectif de l'établissement de Vallauris

+ de 1400 Salariés composent les 7 établissements de GSF Jupiter

La marque de fabrique de GSF : des encadrants, des responsables qui font confiance, qui font grandir, qui permettent d'évoluer.

Damien Durand, chef d'établissement de Vallauris

GSF Etablissement de Vallauris
90 Route de Font de Cine - 7 Chemin de Saint-Bernard
06220 Vallauris
www.gsf.fr

A Vallauris, qui sont-ils et comment évolue votre activité ?

Avec près de 130 clients, dont beaucoup le sont depuis plus de 15 ans, nous œuvrons dans des secteurs d'activité très différents : le numérique, la santé (hospitalier), le pharmaceutique, le tertiaire, le multiservice...

Nous nous développons de plus en plus dans les services associés, fort de beaux succès au niveau national. Ainsi, nous avons une carte à jouer dans la logistique, avec déjà une expérience très concluante de mise en rayons de nuit au sein de grandes enseignes de bricolage dans la région. Le multiservice est aussi une piste de développement : nous travaillons par exemple avec la marque Lidl, pour laquelle nous assurons la maintenance de premier niveau de près de 40 supermarchés de la région. En interne, cette année, j'aimerais aussi pouvoir organiser une fois par mois des matinées thématiques en fonction de l'activité de nos clients, afin de les fédérer, échanger avec eux autour des bonnes pratiques à mettre en place chez eux, mais aussi à partager entre eux.

Then, you were quickly promoted as head of establishment...

Internal promotion is one of the fundamental principles of the group. GSF is a fantastic company, thanks to its history, to the sustainability of its business model, to its performance levels, but more importantly, to the women and men who work there: those who join the group must be driven by strong social values. GSF's defining feature is its managers: they trust the members of their teams and they help them grow in their careers, and that was certainly the case for me. This mentorship policy can be seen at all levels of management.

Is immersion important at GSF?

Yes, it's crucial: everyone thinks they know the fundamentals of cleaning, based on the fact that they clean their own home! But cleanliness and hygiene are also about mastering very precise techniques and processes, having the right equipment, and being suitably trained... For example, one of our recently recruited managers has been assigned to one of our teams working in the field, to learn by immersion. Work starts very early in the morning, often at 4am, and goes on until late at night; it helps understand how the establishment operates, but it also provides the opportunity to get to know our clients, because the GSF model rests on small geographic areas and affords great proximity to our clients.

Who are your colleagues at Vallauris, and how is your activity evolving?

With close to 130 clients, many of whom have been clients for more than 15 years, we are active in highly varied areas of activity: IT firms, health establishments (hospitals), the pharmaceutical industry, the service industry, and multiservice...
Increasingly, we are developing associated services and have been met with unmitigated success at the national level. In that context, we also have an important hand to play in logistics. We've successfully experimented with night-time shelf-stacking operations for major DIY stores. Multiservice is also an encouraging area of activity: we work for example with Lidl, providing first-level maintenance services in close to 40 supermarkets of the region. Internally, this year, I would also like to organise, once a month, morning sessions on themes that are aligned with our clients' activities, in order to bring them together, and to discuss proper practices with them, which they can implement and promote in their own companies.

L'équipe d'encadrement de GSF Vallauris


Olivier Briers


Agnès Jeannot


Styvanne Sanches


Marlène Laporte


Franck Cregniot


Philippe Digard

TRANSPORT

TRANSCAN
sur la route de la croissance

Transcan progresse et continue de satisfaire sa clientèle en maintenant sa performance. Aujourd'hui, les filiales Route, Eco City, E-Commerce et Atelier voient leur activité se développer au fil d'une croissance soutenue et d'importants investissements menés par le dynamique transporteur régional.



Filiale Route : augmentation de trafic

La filiale Route de Transcan, qui gère 50 conducteurs SPL, (Super Poids Lourd) se compose de conducteurs qui opèrent sur différentes activités : travail de jour, de nuit, trafics et manutention spécifiques, etc... sur le Grand Quart Sud Est. Chez Transcan, 80 % des effectifs de chauffeurs SPL sont affectés à des tournées fixes, renforçant le lien et la confiance avec leurs clients habituels, quand 20 % préfèrent la polyvalence et n'effectuent jamais les mêmes tournées. D'ailleurs, la diversité est le mot d'ordre de cette filiale : spécialiste confirmée depuis plus de 20 ans, elle peut répondre à toutes les demandes en termes de trafics (sec, frais, plateau, tautliner, fourgon et même grues...).

Avec l'augmentation du trafic et le développement de l'entreprise, Transcan Route opère une phase de recrutement de conducteurs SPL. Afin de toujours garantir des émissions de $C0^2$ minimum et une meilleure sécurité et fiabilité à ses chauffeurs, Transcan renouvelle son parc de camions tous les 4 à 5 ans. La filiale s'est également engagée dans les nouvelles sources d'énergie avec le remplacement récent de ses tracteurs en Energie propre B100.

> *Avec l'augmentation du trafic et le développement de l'entreprise, Transcan Route opère une phase de recrutement de conducteurs SPL.*

De nouveaux hub pour Transcan Eco-City à Nice

La nouvelle filiale du Groupe chargée de livrer le dernier mètre et permettre aux professionnels comme aux particuliers de se réapproprier le centre-ville, est en plein développement.

Si son Hub du boulevard Gambetta à Nice trouve sa vitesse de croisière (8 vélos cargos sillonnent une large partie de la ville), c'est dans le cadre de l'ouverture d'un second Hub rue Marceau, prévu en mars, et pour les deux autres implantations niçoises prévues dans l'année 2022 (au cœur du centre historique et dans le quartier du port), que Le Directeur des



Transcan, on the road of growth

Transcan is growing and continues to deliver unparalleled performance to its satisfied clients. Currently, the Road, Eco City, E-Commerce, and Workshop Divisions are seeing an increase in their activities, which is aligned with the sustained growth and substantial investments of the energetic regional haulier.

Road Division: traffic increase

Transcan's Road Divion boasts some 50 superweight truck drivers who cover various areas of activity: daywork, nightwork, transport and maintenance operations, etc... in the south-eastern part of the country. At Transcan, 80% of superweight truck drivers are assigned to fixed rounds that help forge relations based on trust with their customers, whereas the remaining 20% prefer a varied schedule, and never do the same round twice. Besides, this branch of the group is all about diversity: with 20 years of specialised experience, it is able to meet any demand in terms of transport (dry, fresh, tautliner trucks, vans, and even cranes...)

With the increase of traffic and the company's development, Transcan Road is currently recruiting superweight truck drivers. To keep its $C0^2$ emissions to a minimum, to ensure its drivers work safely, and to continue to provide constantly reliable services, Transcan renews its fleet of trucks every four to five years. The branch is also turning to new sources of power, having recently replaced its fleet of tractors with B100 clean energy models.

filiales Transcan Eco City va procéder au recrutement de plusieurs livreurs coursiers, pour pouvoir mettre sur la route les nouveaux vélos cargos qui doivent arriver ce premier trimestre.

Le boom du E-commerce

La filiale E-commerce est en forte croissance avec près de 80 collaborateurs sur 3 sites différents et plus de 10.000 m² réservés à cette activité, Transcan E-Commerce assure la réception, le stockage, la préparation et l'expédition des commandes quotidiennes de ses clients : de 3.000 à 4.000 colis chaque jour... Un important volume d'activité, en constante expansion, surtout depuis le « boom » des commandes consécutives aux différentes périodes de confinement que tout le monde a pu connaître. Transcan E-commerce s'adapte donc et continue d'innover en améliorant sans cesse les process logistiques et en modernisant ses outils de préparation et de chargement pour améliorer la rapidité de prise en charge et le délai entre la validation de la commande par le client et sa livraison. La filiale travaille aussi en parallèle sur l'optimisation de la gestion clientèle pour être encore plus proche de ses clients. L'objectif ? Conserver son avance, anticiper et donner le plus d'informations possibles à ses clients pour rester efficaces dans un marché de plus en plus concurrentiel. Transcan doit également rester toujours en veille sur le foncier disponible, tout en se préparant à recruter les forces vives de la filiale : les préparateurs de commande ou emballeurs, chefs d'équipe ou responsables clients, à même de renforcer sa croissance.

Transcan Atelier gère 14 sites

Avec désormais 14 sites à superviser et entretenir pour le groupe, l'équipe de Jérôme Damiani, Responsable de la Filiale Atelier, se structure pour faire face aux nouveaux défis que Transcan compte relever ces prochains mois. Les métiers évoluent et la réactivité est indispensable dans les projets qui permettent à l'entreprise de se développer : avec les deux nouvelles chaines de tri automatisé situées au PAL St Isidore, dont dispose aujourd'hui Transcan, la filiale est en quête de profils expérimentés pour intégrer une équipe très dynamique. Travaux de rénovation et de maintenance des sites logistiques, développement de ses infrastructures, des réseaux, du contrôle d'accès et de l'installation informatique, Transcan Atelier se structure pour tous les projets d'envergure à venir...

New hubs for Transcan Eco-City in Nice

The new subsidiary of the Group is in charge of covering the last metre and enables professionals, and private clients, to wrestle back control over the city centre, which is currently undergoing significant redevelopment works.
Its hub in Boulevard Gambetta in Nice has settled into its cruising speed (eight cargo bicycles criss-cross a large section of the city), but with the opening of a second hub on Rue Marceau, scheduled in March, and with two new sites in Nice also scheduled for 2022 (in the historical centre and in the port area), the Director of the Transcan Eco City Division is about to recruit a team of bicycle couriers, in order to put the new cargo bikes that are to be delivered during the first quarter on the road.

The boom of E-Commerce

The E-Commerce Division is growing fast, with 80 employees working out of three sites and with more than 10'000 m² set aside for this activity. Transcan E-Commerce takes delivery, stores, prepares, and ships daily orders on behalf of its clients: 3'000 to 4'000 parcels every day... This represents a significant and constantly growing volume of business, especially since the boom of orders that came with the various lockdowns imposed on the population. Transcan is therefore adapting and continues to innovate by improving its logistical processes and is modernising its order picking and loading tools, in order to improve its services and shorten the delay between the moment a client confirms an order and the moment they take delivery of said order. The branch is also working on optimising customer management systems so it can be closer to its clients. But for what purpose? Staying ahead of the game, anticipating, and providing as much information as possible to its clients, to remain efficient in an increasingly competitive market. Transcan must also keep a watchful eye on the property market, while also preparing to recruit the workforce that this branch needs: order pickers or packagers, team managers, or customer relations officers, all of whom will support the company's growth.

> *La filiale E-commerce est en forte croissance avec près de 80 collaborateurs sur 3 sites différents et plus de 10.000 m² réservés à cette activité*



Transcan Workshop manages 14 sites

With some 14 sites to oversee and maintain for the group, the team working under Jérôme Damiani, Head of the Workshop Division, is reorganising itself to meet the new challenges that Transcan has set for itself in the coming months. Business lines are evolving, and responsiveness is essential to all projects that help Transcan grow: with Transcan's two new automated sorting lines at the PAL St Isidore, the branch is on the lookout for experienced candidates to join a highly energetic team. The job involves maintaining and renovating its logistical sites, developing infrastructures, networks, access control, and IT facilities: The Workshop Division is preparing for many upcoming major projects...

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





CAISSE D'EPARGNE COTE D'AZUR

ÊTRE UTILE, *c'est être proche*

Sylvain Vial, membre du directoire de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur en charge de la banque de détail, va prochainement inaugurer la 129e agence bancaire azuréenne de la CECAZ, quand ses concurrents auraient tendance à en fermer au profit de la seule digitalisation de leurs services.
Il nous explique la stratégie de la banque ; la force de son modèle coopératif, au service de la qualité, qui se traduit par une grande proximité avec ses clients, particuliers comme professionnels.

Being useful is being close
Sylvain Vial, who sits on the management board of Caisse d'Epargne Côte d'Azur that oversees retail banking operations, is set to inaugurate the 129th CECAZ branch in the French Riviera, at a time when his competitors are more inclined to digitalise their services and close their branches. He tells us of the bank's strategy: the strengths of its cooperation model, at the ser-vice of quality, which translates into greater proximity to the bank's customers and professional clients.

Vous êtes membre du directoire en charge de la banque de détail. Pouvez-vous nous expliquer vos missions ?
Sylvain Vial : Nous sommes une banque universelle et la CECAZ est une banque coopérative régionale, dont le capital social est détenu par ses clients sociétaires. Historiquement, la Caisse d'Epargne est la première banque de réseau à avoir été créée ! Nous avons une mission de service de proximité et nous l'assurons à travers notre réseau de 129 agences, nos 4 banques privées et notre Banque en Ligne, dont les équipes sont basées à Nice, au siège de la CECAZ, à l'Arénas. Notre motivation est d'être le banquier et assureur qui accompagne tous les projets des azuréens avec le meilleur niveau d'expertise.

A l'heure où certains de vos concurrents replient leurs agences de proximité, vous allez à contre-courant en ouvrant une nouvelle agence dans la plaine du Var !
Oui, tout à fait et nous sommes très fiers de créer cette nouvelle agence dans la commune de Saint-Martin-du-Var, où nous n'étions pas présents, avec pour objectif d'accompagner les habitants de la commune mais aussi des municipalités alentour, jusqu'aux stations de l'arrière-pays.

Nous croyons au modèle de proximité, cela fait plus de 200 ans que nous travaillons en circuit court, au plus proche de nos clients et nous le démontrons encore par cette ouverture. Nos clients ont besoin de proximité et d'attention : des aspirations qui ont d'ailleurs été exacerbées par la crise sanitaire. En parallèle, nous investissons massivement dans le digital, pour répondre aux besoins « clés en main » de nos clients et nous continuons aussi d'investir dans le réseau

La nouvelle agence de Saint-Martin-du-Var à pour objectif d'accompagner les habitants de la commune mais aussi des municipalités alentour, jusqu'aux stations de l'arrière-pays.



You sit on the management board that oversees its retail banking operations. Can you tell us what your job entails?
Sylvain Vial: We are a universal bank and CECAZ is a regional cooperative bank, its share capital being detained by its clients, who are also shareholders. Historically, the Caisse d'Epargne was the very first retail bank! Our mission is to provide a proximity service, for which we rely on our network of 129 branches, four private banks, and our online bank, which is run by our teams at our Arénas headquarters in Nice. Our goal is to become a banker and an insurer involved with all the projects up and down the French Riviera, delivering the best level of expertise.

At a time when some of your competitors are closing their local branches, you are doing the opposite, opening a new branch in the Plaine du Var!
Yes, and we are extremely proud of having opened this new branch in the commune of Saint-Martin-du-Var, where we had no presence until now. We want to lend our help and support to all the inhabitants of Saint-Martin, and its neighbouring communes, all the way to the backcountry resorts. Throughout our two-hundred-year history, we have always believed in our proximity-based model, working in short circuits and remaining as close as we can to our clients. We are upholding our age-old tradition once again by opening this new branch. Our clients rely on our proximity and our attention, and the health crisis has made that fact abundantly clear. In parallel, we are investing massively in digital technologies, to meet our clients' demand for turnkey solutions, as we continue to invest in our physical network. The two are complementary and must translate into high levels of satisfaction. That is our goal. We have to meet our customer's needs through both physical and digital channels.

Nous croyons au modèle de proximité, cela fait plus de 200 ans que nous travaillons en circuit court, au plus proche de nos clients

Sylvain Vial, membre du directoire de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur en charge de la banque de détail



physique. Les deux sont complémentaires, et doivent se traduire par un niveau de satisfaction élevé, c'est notre objectif. Il faut répondre à la demande du client, de manière omnicanale : physique ou digital.

Vous êtes attentif à la qualité de la relation client. Que mettez-vous en place pour l'améliorer ?

Toute la pertinence de notre modèle repose sur la satisfaction client.
Nous avons énormément progressé, notre NPS (Le Net Promoter Score sert à mesurer la propension et la probabilité de recommandation d'une marque par ses clients, NDLR), s'est considérablement amélioré et nous continuons à le suivre. Nous interrogeons régulièrement tous nos clients sur leur niveau de satisfaction.

Il en ressort qu'ils nous demandent en priorité 3 critères : de la simplicité et de la réactivité, en leur facilitant la banque le plus possible (c'est le cas avec notre appli bancaire, Banxo qui est très performante), la possibilité d'entrer en contact avec nous en leur laissant le choix du canal (par mail, téléphone, internet, en rendez-vous physique ou en visioconférence) et de l'expertise, avec les collaborateurs adaptés à leur situation.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez pour les mois à venir ?

Nous allons renforcer le digital. Nous avons en projet de développer notre e-agence auprès des professionnels, pour les clients premium mais aussi pour les associations de proximité. L'objectif est d'adresser les besoins de services digitaux, clés en main pour une partie de notre clientèle, qui nous le demande car aujourd'hui plus qu'hier, le client choisit son mode de consommation de la banque.

En parallèle, nous continuons de développer des lieux d'expertises, au plus proche de nos clients, en cohérence avec les atouts de notre territoire, dans une logique très affinitaire, ce qui nous permettra d'assurer un niveau de service optimal et répondre à des demandes spécifiques, comme nous le faisons avec « Territoire Tourisme », ou avec le sport et la santé, pour lesquels nous avons été innovants. Nous avons d'ailleurs le projet de créer d'autres lieux d'expertise.

Car être utile, c'est aussi et surtout être proche de nos clients !

You pay close attention to the quality of your customer relations. What measures have you implemented to improve them?

The relevance of our model rests on customer satisfaction.
We have made astounding progress, our NPS (Net Promoter Score measures the likelihood of a brand being recommended by its customers) has considerably improved, which is a key indicator that we are continuing to monitor closely. We regularly survey our clients to determine their level of satisfaction.

Our research reveals that their expectations revolve around three criteria: simplicity and responsiveness, by making their banking operations as simple as possible (which is the case with our highly-efficient banking app, Banxo), the choice of channel to establish contact (by email, phone, face-to-face meeting, or videoconference), and our expertise, with the right people working on their case.

What projects are you going to be working on in the coming months?

We are going to continue working on our digital technologies. We want to develop our e-branch for our professional clients, our premium clients, and also for local associations. The purpose is to meet the needs of a portion of our customers in terms of turnkey digital solutions, because today more than ever, our clients like to choose the way they conduct their banking operations.

In parallel, we continue to develop sites of expertise, close to our clients, and aligned with the assets of our territory, with an affinity-based approach, which should allow us to provide the best possible service and meet very specific requests, as we are already doing with our Territory-Tourism or our Health and Sports programmes, where we've been extremely innovating. And now we are planning on opening other sites of expertise.

Because being useful also means being close to our clients!

CAISSE D'EPARGNE
COTE D'AZUR

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



REDUCBOX

AU SERVICE DE L'AMÉLIORATION *de la Qualité de Vie au Travail*

Vous souhaitez récompenser vos employés en leur offrant du pouvoir d'achat et être exonérés de charges sociales pour cela ? C'est possible grâce à REDUCBOX, la plateforme avantages et loisirs pour TPE, PME, CSE et réseaux, qui fait du bien au porte-monnaie et redonne le sourire à vos ayants droit. Pour y parvenir, la plateforme se compose d'une boutique comptant des offres remisées, des modules de versement d'e-cartes et subventions ainsi que de remboursement et un espace de communication personnalisable, pour partager des documents.

Improving quality of life at work

Do you want to reward your employees by increasing their buying power, while enjoying exemptions on your social security duties at the same time? REDUCBOX makes this all possible. The platform of advantages and leisure activities for small and medium-sized companies, corporate social committees, and networks gives a boost to your finances and puts smiles on the faces of your beneficiaries. To achieve this, the platform features a boutique of discounted offers, modules to replenish e-cards and pay subsidies, and a customisable space where documents are published and shared.

Accompagner vos employés dans la démarche d'une meilleure qualité de vie, c'est l'objectif que s'est fixé et que réalise REDUCBOX. Avec la plateforme, vous allez profiter de **plus de 90 % d'offres dématérialisées disponibles quasi-instantanément sur Internet et / ou en magasin** selon le descriptif de chaque offre.

Sur REDUCBOX, pas de « premier arrivé, premier servi ». Chaque personne ayant un accès peut profiter des meilleures offres de la plateforme. Votre entreprise n'est pas éligible au CSE en raison d'un nombre insuffisant d'employés ? Aucun souci ! Avec REDUCBOX, toutes les entreprises ont accès aux avantages d'un grand CSE externalisé. Il n'existe **pas de nombre minimum ni maximum d'employés pour en profiter !** De plus, cette plateforme offre une facilité de gestion du CSE à son gestionnaire et d'utilisation à ses ayants droit. Rien de plus simple que

150.000 Offres pour se faire plaisir tout en économisant

90 % d'offres dématérialisées disponibles quasi-instantanément sur Internet et / ou en magasin

*Helping your employees improve their quality of life is REDUCBOX's stated mission, and one it carries out with great success. On the platform, you will enjoy **more than 90% of dematerialised offers available instantaneously on Internet and/or in stores**, depending on the specific description of each offer.*

*With REDUCBOX, there is no of "first-come, first-served" principle. Each user who is granted access is entitled to the platform's best offers. Your company does not have a Social Committee because it does not have the required number of staff... No problem! With REDUCBOX, all companies enjoy the advantages of a large externalised corporate social committee. There is **no minimum or maximum requirement in terms of the number of employees to be allowed to take part in the scheme!** Furthermore, with the platform, the management of the corporate social committee is made easy for its managers, and its use is made easy for*

se connecter et remplir les quelques informations requises. Et voilà, c'est prêt à être utilisé !
Et là où un concurrent vous laisserait vous débrouiller seul devant votre ordinateur puis face à vos salariés, **REDUCBOX vous accompagne.**

Un service client irréprochable

Ça y est, vous avez signé. Félicitations ! Un commercial se déplace dans votre entreprise pour faire une présentation de la plateforme à vos salariés. Pour le nouveau gestionnaire et ses ayants droit, rien de tel que de pouvoir poser ses questions en direct, pour comprendre et se servir de REDUCBOX de la façon la plus optimale. On vous donne aussi un kit de bienvenue avec une affiche coin café, des guides de prise en main et d'utilisation de la plateforme, pour les gestionnaires et ayants droit.
Et si par hasard, vous auriez besoin d'aide pour vos achats sur la plateforme ou son utilisation, un chargé de clientèle est là pour vous accompagner.

Plus de 150 000 Offres pour se faire plaisir tout en économisant

Vous y trouverez forcément votre bonheur, la plateforme comprend près de **150 000 offres négociées et renouvelées en permanence.** Retrouvez plusieurs fois par mois de nouvelles offres, organisées en catégories simples, pour vous faire profiter de vacances, de produits de grande distribution, d'enseignes nationales et internationales. Mais aussi des remises sur les coffrets cadeaux, les bons d'achat, la presse magazine, les voyages, le cinéma, les grandes marques ou encore la grande distribution...

Des bons plans près de chez vous ?

REDUCBOX propose des offres locales et vous aide à participer à l'économie de votre région, département et ville. Vous souhaitez qu'un commerçant de votre quartier intègre la plateforme, donnez-nous ses coordonnées et on le lui proposera. Pour être au courant de toutes les nouveautés, actualités et bons plans du moment, rendez-vous sur les réseaux sociaux : il vous suffit de vous abonner aux comptes Facebook et LinkedIn pour être sûr de ne rien manquer.

Une application pour être encore plus proche de vous

Chez REDUCBOX, on prend soin des clients. Plusieurs fois par mois, plusieurs newsletters sont envoyées à destination des ayants droit et gestionnaires.
En quoi ça consiste ? Pour les ayants droit, REDUCBOX sélectionne les meilleures offres du moment, présente les nouveautés, les codes avantages, e-cartes ou remises les plus avantageuses selon la période comme le ski, les fêtes de fin d'année, des pères / mères, les vacances d'été... Et les gestionnaires ? Les e-mails leur facilitent l'utilisation de la plateforme et la découverte des nouvelles fonctionnalités. Besoin d'un bon d'achat pour acheter un livre à la Fnac ou faires vos courses chez Carrefour ? Vous pouvez dès à présent commander ces bons sur votre téléphone. Et pour plus de facilité, **une application mobile dédiée** est prévue. Pas encore de date prévue pour l'instant, mais restez connectés, cela ne devrait pas trop tarder...

REDUCBOX propose des offres locales et vous aide à participer à l'économie de votre région, département et ville.



its beneficiaries. Nothing is easier than logging on and providing the required information. There, you are ready to go! Although our competitors would have been quite happy to let you figure it all out on your own, in front of your computer and then in front of your staff, ***at REDUCBOX we help you get there.***

A service that is beyond reproach

There, you've just signed in. Congratulations! A representative will come to your company to deliver a presentation of the platform to your employees. For the new manager and their beneficiaries, there is nothing quite like being able to ask questions directly, to better understand the platform and to use REDUCBOX in the best possible manner.
There is also a starter kit with a coffee corner poster and manuals on how to use the platform for both managers and beneficiaries.
And should you ever need some help for your purchases on the platform or its use, a customer support officer is there to assist you.

More than 150'000 offers that you can enjoy while making substantial savings

You are sure to find what you need, as the platform features close to 150'000 offers that are constantly renegotiated and renewed. Every month, new offers are put online, organised in simple categories, allowing you to enjoy holidays and off-the-shelf products sold by national and international brands. There are also discounts on gift boxes, vouchers, magazines, travels, cinema, known brands, merchandise...

Good deals close to you?

REDUCBOX has local offers and helps you contribute to the economy of your region, department, or city. If you want a neighbourhood business owner to join the platform, just give us their contact information and we will invite them. To stay informed of all new offers, news, and current amazing deals, check out our social media: just follow our Facebook and LinkedIn accounts to be sure you are not missing anything.

An app that is even closer to you

At REDUCBOX, we take good care of our clients. Several times a month, newsletters are sent to beneficiaries and managers.
What is the idea? For beneficiaries, REDUCBOX selects the best offers of the moment, presents new releases, and provides benefit codes, e-cards, or discounts depending on the season. It could be skiing outings, end-of-year celebrations, Father's Day or Mother's Day, a summer vacation... And for the managers? They receive emails that facilitate their use of the platform and introduce them to new tools. Do you need a voucher to buy a book at Fnac or for your groceries at Carrefour? You can now order these vouchers over the phone. And, for increased convenience, ***a special mobile app has been created.*** *No date has been set for its release yet, but stay connected, it shouldn't be too long now...*

REDUCBOX
Accélérateur de bons plans

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

ORGANISME DE GESTION AGRÉÉ

ADHÉSION À L'ARAPL2CA : *tout à y gagner !*

En adhérant à l'organisme de gestion agréé ARAPLCA Côte d'Azur, quels sont vos avantages ? Le réseau des ARAPL apporte une véritable offre de services packagée pour les chefs d'entreprises, indépendants et libéraux, tout comme pour les partenaires de l'ARAPL que sont les experts comptables. Voici le détail de ces services, qui peuvent en outre s'enrichir d'un certain nombre de prestations optionnelles, spécifiques à certaines situations et profils d'entrepreneurs.

By becoming a member of ARAPL2CA, you have much to win and nothing to lose!
What are the advantages of becoming a member of certified management body, ARAPLCA Côte d'Azur? The ARAPL network offers a fantastic service pack, intended for CEOs, freelancers, and liberal professionals, as well as for chartered accountants, who are the trusted partners of the ARAPL. Below is a detailed review of these services, to which one can add a range of optional services that are specific to certain entrepre-neurial situations and profiles.

L'organisme de gestion agréé de la Côte d'Azur se veut le partenaire de ses adhérents, professions libérales et indépendants : un accompagnement qui se traduit par un ensemble de prestations, comprises dans son adhésion annuelle, d'un montant de 245 € TTC.

Un package de prestations

Serena

Il s'agit de **l'audit annuel de prévention** et de sécurisation. Pour l'adhérent, celui-ci sécurise sa situation, en particulier fiscale, garantissant ainsi sa sérénité. Pour l'expert-comptable, cela représente la sécurisation de la relation client-cabinet, avec une minimisation des risques et une notion de labellisation.

Proxima

En adhérant, vous bénéficiez d'**un conseiller dédié, spécialisé,** qui vous accompagne au quotidien, de manière personnalisée, à toutes les étapes de votre vie professionnelle, avec des newsletters, des focus métiers et une base documentaire exclusive. Côté cabinet d'expertise comptable, cela représente une hotline, une documentation experte et un « SVP » au service des collaborateurs.

Economica

L'analyse économique de l'activité de l'adhérent est un outil de prospective précieux : il y retrouvera, dans un dossier de gestion commenté, une traduction chiffrée comparée mesurant la performance de son activité, les essentiels et des repères mnémotechniques. Pour l'expert-comptable, ce sont des outils pertinents de mesure de performance, un rapport de gestion et des ressources pour affiner les stratégies de ses clients.

Stat-a

Dans le même esprit, Stat-a permet d'obtenir des **statistiques comparées** pour se projeter et se situer dans son écosystème économique. Elle offre une monographie chiffrée des activités libérales par grands agrégats. Le professionnel de l'expertise comptable y trouvera, lui, des données pertinentes pour réaliser les prévisionnels de ses clients et valoriser les activités libérales.



The purpose of the certified management body of the French Riviera is to be a trusted partner for its members, who, in general, are liberal professionals and freelancers. It offers its support in the form of a service pack, and it is yours for a yearly membership fee of just 245 €, all taxes included.

A service pack

Serena

*This is a **yearly preventive and safeguarding audit.** It allows members to secure their situation, in particular in terms of taxes, which in turn affords them greater peace of mind. For chartered accountants, it safeguards the client-firm relationship, reduces their risk exposure, and includes a certification notion.*

Proxima

*By becoming member, you will have your own, **dedicated, and specialised advisor,** who is there for you on a daily basis, offering customised support in every step of your professional life. You will also receive newsletters focusing on specific jobs and enjoy access to an exclusive documentary database. For chartered accountants, the service includes a hotline, expert documentation, and an after-sales service dedicated to their employees.*

Economica

*For members, **an economic analysis** of their activities is a precious prospective tool: the service includes a management report with comments, a comparative analysis measuring the performance of their activities, along with essential information and memory aids. For chartered accountants, the pack includes useful tools to measure their performance, a management report, and resources to further refine their clients' strategy.*

Stat-a

*In the same spirit, Stat-a provides **comparative statistics allowing members** to project and position themselves in the economic ecosystem. It offers a quantitative*

Optima

L'ARAPL, c'est aussi **une offre de formations** spécialement conçue pour répondre aux besoins spécifiques des professions libérales, garantissant ainsi leur sérénité. Plus de 3000 adhérents, profitent chaque année d'un panel de thématiques sans équivalent. Les experts-comptables peuvent y suivre des formations BNC en intra-cabinet et des séminaires ouverts aux collaborateurs.

Digit-a

Vous disposez d'**un accès personnel digital** en lien vers votre dossier, sur une plateforme en accès full web, l'interface AWS, pour disposer en ligne, en temps réel, de tous les services liés à l'adhésion. Côté cabinet, Digit-a apporte un accès sécurisé à l'ensemble de vos dossiers clients adhérents, un tableau de bord de suivi synchronisé en temps réel et des services dédiés à votre cabinet

Club-A

Un comité d'entreprise ARAPL : Club avantages gratuit, dédié aux adhérents et à leurs ayants-droits. ARAPL2CA, Reducbox, Reducpro et carte carburant Essence Go, partenaires pour offrir aux membres tarifs préférentiels, codes avantages promotionnels auprès d'enseignes et de différents prestataires nationaux et locaux.

A noter que l'adhésion à l'ARAPL, ouvre sur des permanences gratuites de spécialistes (optimisation retraite, patrimoine, prévoyance, banque et assurance). Elle fait également bénéficier d'une protection juridique intégrée, axée sur la défense en cas de mise en cause pénale ou disciplinaire devant un Conseil de l'Ordre. Elle y ajoute information juridique, assistance téléphonique, transmission de la jurisprudence, des textes de lois...
A cette base, un contrat facultatif (250 €) couvre tout le panel de garantie d'une protection juridique optimale, y compris le risque fiscal et social avec des prestations hors normes à ce tarif, en partenariat avec Juridica et Swisscourtage. En comparaison, cette offre sur le marché est évaluée à près de 1.000 € H.T.

Des prestations optionnelles

Pass-Créa

Cette option propose **un parcours d'accompagnement ante-création** qui permet d'acquérir les bonnes pratiques entrepreneuriales. Pour le cabinet comptable, c'est un bon moyen de fidéliser son futur client dans cette co-construction efficiente, sans coût interne.

Label-A

Label-A vous propose **l'attestation de conformité fiscale :** en appui d'une sécurisation entrepreneuriale, un label qualité contre le risque fiscal. Cette prestation, qui peut être réalisée en partenariat total avec le professionnel du chiffre, apporte un renforcement de la cohérence et de l'indépendance des cabinets, sans responsabilité complémentaire pour une relation client optimisée.

Lara

Un assistant conçu pour **faciliter la gestion bancaire** et la préparation comptable. Cet outil numérique ne remplace aucunement l'expert-comptable, valeur sûre additionnelle et complémentaire ! Lara permet avant tout de gérer ses comptes professionnels, par le biais d'une synchronisation bancaire et d'un robot « comptable ». Pour l'expert-comptable, c'est une digitalisation pratique, intuitive et maitrisée de ses clients libéraux, offrant un réel gain de temps : l'outil parfait pour optimiser la collaboration et faciliter le conseil.

ARAPL 2CA Côte d'Azur

Centre de gestion dédié Professions Libérales, Commerçants et Artisans, Agréé par le ministère des Finances sous le n°203060

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

Prix ridicule, prestations premium, réduction d'impôt pour frais de comptabilité sous conditions, crédit d'impôt formation du dirigeant...
Profitez de ce partenaire associatif, complément additionnel incontournable de l'expert-comptable, accompagnateur et facilitateur de l'entrepreneuriat libéral, et laissez-vous guider. Vous auriez tort de vous en priver !

Ridiculously low price, premium service, tax abatement for accounting expenses under certain conditions, CEO training tax credit...
Take advantage of this associative partner, working alongside chartered accountants, and let yourself be guided through the intricacies of liberal entrepreneurship. You would be wrong to go without!

monography of liberal professions, divided into large groups. For chartered accountants, the service pack includes relevant data so they can generate forecasts for their clients and bring added value to liberal activities.

Optima

*The ARAPL also offers **training courses especially** designed to meet the specific needs of liberal professions, thereby increasing its members' peace of mind. Every year, more than 3'000 members take advantage of an unparalleled panel of themes. Chartered accountants can follow training courses on non-commercial profits within their firm, along with seminars that are open to all employees.*

Digit-a

*Members enjoy **personal digital access** to their casefiles, on an internet platform. The service also features an AWS interface so that members can enjoy, in real time and online, all the services that come with membership.*
For the firm of chartered accountants, Digit-a offers a secure access to all your files. And for members, in addition to a monitoring dashboard that is synchronised in real time, there is a range of services especially designed for your firm.

Club-A

***An ARAPL corporate committee:** a free advantages club, for members and their beneficiaries. ARAPL2CA, Reducbox, Reducpro, and Essence Go fuel card all partner up to provide members with discounted rates, codes and promotions from different brands and from various local and national service providers.*

It should be noted that ARAPL membership provides access to free specialist advice (retirement optimisation, wealth management, savings, banking, and insurance). It also offers its members full legal protection, focused on defending them in the case of penal or disciplinary proceedings being brought before a governing council. With it comes legal information, a dedicated hotline, transmission of jurisprudence, legal texts...

In addition, an optional contract (250 €) provides full coverage and the best possible legal protection, including in terms of exposure to tax risks. The services are truly astounding for such a low price and are provided in partnership with Juridica and Swisscourtage. By comparison, the same offer is sold on the market for a whopping 1'000 €, excluding taxes.

Optional services

Pass-Créa

*This option offers **support in the early stages of business-creation,** helping members acquire the proper entrepreneurial practices. For the firm of chartered accountants, it is a useful tool to build loyalty among future clients in a logic of efficient co-construction, without internal costs.*

Label-A

*Label-A offers its members a **certificate of tax compliance:** it is a quality certificate protecting entrepreneurs from undue exposure to tax risks. This service, which is provided in full partnership with accountants, reinforces the consistency and independence of accounting firms, without additional responsibility, and is conducive to optimised client relations.*

Lara

*An assistant designed to **facilitate financial management** and the preparation of accounts. This digital tool does not replace the chartered accountant, but it is a reliable additional resource! Lara enables to manage professional accounts, using banking synchronisation tools and an "accountant" robot. For chartered accountants, this is a convenient, intuitive, and controlled digitalisation of their liberal clients, offering a fantastic time saver: the perfect tool to optimise collaboration and facilitate advice.*

TOURISME

Nouvelle équipe pour LE CRT CÔTE D'AZUR

David Lisnard, Maire de Cannes et Vice-Président du Département des Alpes-Maritimes, a décidé de quitter le poste de Président du CRT (Comité Régional du Tourisme) Côte d'Azur France qu'il occupait depuis presque 7 ans, en raison de ses nouvelles fonctions nationales de Président de l'Association des Maires de France.

David Lisnard, Mayor of Cannes and Vice-President of the Alpes-Maritimes Department, has decided to leave the position of President of the CRT (Comité Régional du Tourisme) Côte d'Azur France, which he has held for almost 7 years, due to his new national duties as President of the Association of Mayors of France.



© Département des Alpes-Maritimes - Xavier Giraud

Alexandra Borchio Fontimp, Sénatrice et Conseillère Départementale des Alpes-Maritimes, jusqu'alors Vice-Présidente du CRT Côte d'Azur France, lui succède. L'histoire du tourisme et celle de la Côte d'Azur sont intimement liées. La destination Côte d'Azur France, qui inclut le département des Alpes-Maritimes, une partie de celui du Var, ainsi que la Principauté de Monaco, a accueilli en 2019 plus de **13 millions de touriste**s dont plus de la moitié étaient étrangers, ainsi que des millions de visiteurs excursionnistes. Le poids du tourisme a dépassé en 2019 les **7 milliards d'euros** et sa contribution au PIB local est deux fois supérieure à la moyenne française. Le tourisme est le premier créateur de richesses des secteurs économiques locaux avec **75 000 emplois directs et 150 000 indirects.**

Dans un contexte de situation sanitaire toujours incertaine et avec la prudence et l'adaptabilité nécessaires, la nouvelle équipe vient de présenter un plan d'actions ambitieux avec un enjeu majeur pour l'année 2022 : redynamiser la fréquentation touristique sur les ailes de saison, mais également de la renouveler dans le temps et l'espace azuréen pour stimuler les flux tout au long de l'année et sur l'ensemble du territoire pour une croissance durable de l'économie touristique azuréenne.

*Alexandra Borchio Fontimp, Senator and Departmental Councilor of the Alpes-Maritimes, until then Vice-President of the CRT Côte d'Azur France, succeeds him. The history of tourism and that of the Côte d'Azur are intimately linked. The Côte d'Azur France destination, which includes the Alpes-Maritimes department, part of the Var department, as well as the Principality of Monaco, welcomed more than **13 million tourists** in 2019, more than half of whom were foreigners, as well than millions of excursion visitors. The weight of tourism exceeded **7 billion euros** in 2019 and its contribution to local GDP is twice the French average. Tourism is the leading creator of wealth in local economic sectors with **75,000 direct and 150,000 indirect jobs.***

In a context of still uncertain health situation and with the necessary prudence and adaptability, the new team has just presented an ambitious action plan with a major challenge for the year 2022: revitalizing tourist attendance on the seasonal wings, but also to renew it in time and space on the Côte d'Azur to stimulate flows throughout the year and throughout the territory for a sustainable growth of the tourist economy of the Côte d'Azur.

cotedazurfrance.fr

CONSEIL DEPARTEMENTAL

Des contrats pour soutenir LES PROJETS STRUCTURANTS

Le Conseil départemental des Alpes-Maritimes a voté un budget de 150 M€ pour soutenir les grands projets structurants et durables, qui épousent ses politiques du **SMART et du GREEN Deal**, des 5 principales intercommunalités maralpines et leurs villes centres, dont la Communauté d'Agglomération Sophia-Antipolis et la ville d'Antibes.

Ces projets visent à préserver l'environnement et faire du territoire azuréen un leader en matière de transition écologique et numérique. Au total, sur 6 années, la collectivité départementale contribuera à **137 opérations représentant un investissement global de près d'1,2 milliard d'euros.** Cet engagement de solidarité territoriale aura un effet levier pour multiplier et concrétiser les projets au service d'une amélioration de la qualité de vie des Maralpins.

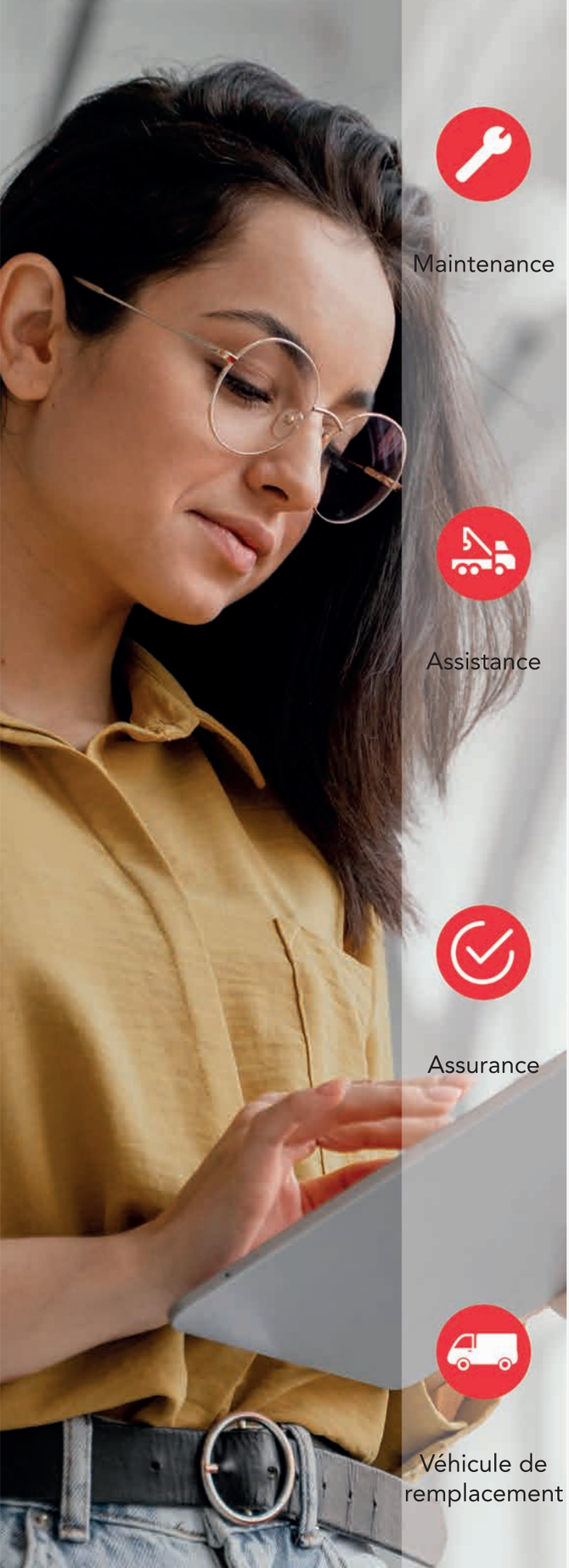


Contracts to support structuring projects

*The Alpes-Maritimes Departmental Council has voted a budget of €150 million to support major structuring and sustainable projects, which embrace its **SMART and GREEN Deal policies**, the 5 main Maralpine intermunicipalities and their central cities, including the Community of Sophia-Antipolis agglomeration and the city of Antibes.*

*These projects aim to preserve the environment and make the Côte d'Azur territory a leader in terms of ecological and digital transition. In total, over 6 years, the departmental authority will contribute to **137 operations representing an overall investment of nearly 1.2 billion euros.** This commitment to territorial solidarity will have a leverage effect to multiply and materialize projects to improve the quality of life of the Maralpins.*

www.departement06.fr



Maintenance

Assistance

Assurance

Véhicule de remplacement

OFFRE PRO

SIMPLE & SANS ENGAGEMENT

FLEXIBLE **ECONOMIQUE**

4 SOLUTIONS

Des tarifs fixes toute l'année, des remises et encore plus de services*...

-10 %	Essentiel
-15 %	Standard
-20 %	Premium
SUR RDV %	Grands Comptes



Contactez votre agence la plus proche dans les ALPES-MARITIMES, MONACO & EST VAR.

*Remise Essentiel valable sur tarifs public. Remise Standard, Premium et Grands comptes valable sur tarifs PRO. Voir conditions d'éligibilité à l'offre dans les agences participantes.

Photos non contractuelles. freepik.com

ada

INtensité



EVASION, SPORT ET MOBILITÉ

MOBILITE – VEHICULE DE SOCIETE

PROFESSIONNELS, CONSULTEZ CARIVIERA *pour une offre optimisée*

L'équipe Cariviera Solutions Pros se renforce pour répondre au mieux à vos interrogations sur la technologie et la fiscalité automobile. L'équipe passe de 10 à 16 collaborateurs, au sein des 8 concessions azuréennes, de Mandelieu-la-Napoule à Nice Est. Philippe Didier, directeur régional des ventes, nous explique les atouts de Cariviera pour les pros :



Une équipe de vente musclée pour relever le défi de la performance en 2022 !

En tant que professionnel, pourquoi dois-je faire appel aux services de Cariviera pour mon véhicule ?

Philippe Didier : C'est bien simple : **2 véhicules sur 3 vendus chez Cariviera le sont à des professionnels,** qu'il s'agisse de professions libérales, d'artisans et commerçants, de TPE, PME, Grands comptes ou loueurs de voitures ! Une autre raison de nous consulter pour votre solution de mobilité est que nous disposons d'une gamme étendue de véhicules électriques. Dans les marques que nous représentons, vous retrouverez chez Volkswagen les e-Up, ID.3, ID.4, ID.5 ; chez Audi la nouvelle Q4 et Q4 Sportback, la E-Tron SUV et Sportback, GT et RS GT ; chez Cupra la Born ou l'Enyaq chez Skoda… Chez Cariviera vous trouverez la plus large gamme de véhicules hybrides du marché avec 30 modèles depuis le segment de la Golf et de l'A3 jusqu'au SUV les plus imposants tels que les Audi Q7 et Q8 ou le Volkswagen Touareg !

Essence, diesel, hybride, électrique… Comment bien choisir ?

C'est tout l'intérêt de nous consulter : nous vous proposons une étude comparative de TCO (Total Coast of Ownership, le coût total de détention) qui permettra un comparatif précis entre les différents modèles, les différents types d'énergie et d'intégrer le coût ou les économies fiscales au sein de votre entreprise.

Certaines règles changent en 2022 sur la fiscalité des véhicules de société ?

Oui, au cours des années, le cout fiscal d'un véhicule a beaucoup évolué et nous sommes devenus de véritables fiscalistes ! Avec les nombreux avantages et les dispositifs fiscaux, nous parvenons à vous faire réaliser de très importantes économies.
Ajoutons à cela les nouvelles dispositions à prendre en compte : le malus au poids (pour les véhicules de plus de 1800 kg), la modification de la taxe sur les véhicules de société ou encore l'amortissement possible à 100 % des batteries de votre véhicule et jusqu'à 100 % d'amortissement lorsque le véhicule est full électrique ! Il faut absolument nous consulter pour réaliser une étude personnalisée…

Professionals, turn to Cariviera for an optimised offering

The Cariviera Solutions Pros team is growing to best answer your questions about automotive technology and taxation. The team has grown from 10 to 16 employees, within the 8 Riviera concessions, from Mandelieu-la-Napoule to Nice Est. Philippe Didier, regional sales manager, tells us of the assets that Cariviera has in store for its professional clients:

As a professional, why should I rely on Cariviera's services for my vehicle?

Philippe Didier: It is quite simple: Two out of three vehicles sold at Cariviera are bought by professionals: liberal professions, craftspeople and business owners, or employees of small to medium-sized companies, key accounts, and even car rental companies! Another reason to come to us for your mobility solution is that we have an extensive range of electric vehicles. Among the brands we sell, we have, for Volkswagen, the e-Up, ID.3, ID.4, ID.5; for Audi, the new Q4 and Q4 Sportback, the E-Tron SUV, and the Sportback, GT and RS GT; for Cupra, the Born or the Enyaq for Skoda… Cariviera also offers ***the widest range of hybrid vehicles of the department,*** *with 30 models, from the Golf and the A3 all the way up to the most impressive SUVs, such as the Audi Q7 and Q8 or the Volkswagen Touareg!*

Petrol, diesel, hybrid, electric… How to make the right choice?

That's another good reason to come and visit us: we offer a TCO comparative study (Total Cost of Ownership) allowing our clients to compare the different models, the different types of energy and integrate the cost or tax savings within your company

Some new rules are coming into force in 2022 regarding taxes on company cars, is that right?

Yes, over the years, the tax cost of a vehicle has changed a lot and we have become real tax experts! With numerous advantages and tax provisions, we can help you achieve significant savings. Also, there are new legal provisions to take into account: weight penalty (for vehicles of over 1'800 kg), changes to company car taxation, or 100% amortisation on the batteries of your vehicle, and up to 100% amortisation when the vehicle is fully electric. You must really come and see us for an accurate analysis…

8 Sites dans les Alpes-Maritimes, 8 Marques, 1 Contact : fleet@cariviera.com

CARIVIERA | VOLKSWAGEN GROUP RETAIL FRANCE

www.cariviera.com



MP PRODUCTION

Boostez votre communication PAR L'IMAGE

Issu du monde du cinéma et de la communication, Matthieu Pesini a choisi d'orienter son travail de vidéaste en direction des entreprises. Basée à Sophia Antipolis, sa société de production audiovisuelle MP Production, propose à toutes les entreprises du département de travailler sur leur image à l'aide des dernières innovations du métier.

A travers la conception de vidéos, de films d'entreprises, de reportages et plus généralement de tout support chargé de véhiculer le positionnement de l'entreprise ou de la marque qui fait le choix de travailler avec MP Production, Matthieu Pesini engage toute la créativité et le savoir-faire de son équipe. « Nous souhaitons apporter un regard neuf et dynamique sur votre image. Passionnés et en recherche constante de nouveauté, c'est à travers nos réalisations que nous vous proposons cette nouvelle vision de la communication » explique-t-il avec enthousiasme.

La logistique de son infrastructure lui permet une grande réactivité, en phase avec vos contraintes de délais, d'organisation comme de budget. Sa créativité et sa bonne humeur sont encore des atouts de choix pour un projet vidéo qui vous ressemble : film publicitaire, teasing événementiel, reportage interne, clip, vidéo de présentation, streaming...
Rencontrez Matthieu, et découvrez ensemble les multiples possibilités offertes par le monde de l'image pour booster votre communication et votre business !



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

Boost your communication with images
Hailing from the world of cinema and communication, Matthieu Pesini decided to put his filmmaking talents to work for the corporate world. Based in Sophia Antipolis, his audio-visual production company, MP Production, invites companies throughout the department to improve their image by using latest available technological advances.

When a brand or a corporation selects to work with MP Production, Matthieu Pesini commits all the creativity and skills of his team to directing and editing videos, corporate clips, documentaries, or more broadly any support that helps communicate on the position of the company. "We want to offer you a new and energetic image. We are passionate and constantly on the lookout for something fresh, and with our productions we want to share this new vision of communications" he explains enthusiastically.

The logistics of his infrastructure allow him to be extremely responsive, and to align himself with your constraints in terms of deadline, organisation, and budget. His creativity and good humour are further assets that will ultimately lead to a video project that reflects who you really are: advertising clip, event teaser, internal documentary, presentation video, streaming content...
Come and meet Matthieu, discover the many possibilities afforded by the world of images to boost your communications and your business!

AURON : *du nouveau sur les cimes*

La station d'Auron présente quelques nouveautés à découvrir cet hiver.
A commencer par l'installation d'un éclairage de la piste rouge du Colombier, pour pratiquer le ski en nocturne, mais aussi pour vivre certaines compétitions comme les Championnats de France de ski alpin, prévues à partir du 23 mars prochain.

En station, la grande nouveauté de la saison consiste en l'ouverture d'un centre aqualudique avec piscine couverte, espace enfant et balnéothérapie (accès à partir de 7 € pour les adultes et 5 € pour les enfants). Enfin, le complexe para-hôtelier Monde des Neiges, ouvrira progressivement ses installations aux pieds des pistes : on y retrouvera 5 restaurants, des chalets et appartements.

www.stationsnicecotedazur.com


Centre aqualudique avec piscine couverte


Complexe para-hôtelier Monde des Neiges

Auron: something newon the peaks
The resort of Auron presents some new features to discover this winter.
Starting with the installation of lighting on the Colombier red run, to practice night skiing, but also to experience certain competitions such as the French Alpine Skiing Championships, scheduled from March 23rd.

In resort, the great novelty of the season consists of the opening of an aquatic center with indoor swimming pool, children's area and balneotherapy (access from €7 for adults and €5 for children). Finally, the para-hotel complex Monde des Neiges will gradually open its facilities at the foot of the slopes: there will be 5 restaurants, chalets and apartments.



THE ORIGINAL

HARLEM GLOBETROTTERS®



VENDREDI 6 MAI 20H00

AZURARENA ANTIBES

SPREAD GAME TOUR

COMMENT VENIR ?

AZURARENA ANTIBES
250 RUE EMILE HUGUES 06600 ANTIBES

STADE DES TROIS MOULINS

BUS // TRAM Antibes <> Sophia

AZURARENA - LIGNE A

POURQUOI ASSISTER À UNE #SOIRÉESHARKS?

ANTIBES SHARKS CÔTE D'AZUR



Une ambiance familiale



Du show tout au long de la soirée



Sharky



THÈME: MATCH USA
VEN. 4 FEVRIER — NANTES

MAR. 8 FEVRIER — SAINT CHAMOND

VEN. 18 FEVRIER — DENAIN

THÈME: TIM BLUE NIGHT
VEN. 4 MARS — TOURS

THÈME: ECO-GAMES
VEN. 18 MARS — AIX MAURIENNE

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

FESTIVAL INTERNATIONAL DES JEUX : *du sérieux !*

Rendez-vous à Cannes, au Festival International des jeux ! En famille, entre amis, venez découvrir des centaines de jeux à tester pendant 3 jours et parfois même la nuit ! Avec près de 110.000 visiteurs en 2019, 30.000 m² d'exposition, 3.000 participants recensés lors des nuits « Off », le succès du « FIJ » est total ! Et si l'édition 2021 a été annulée, 2022 sur le mode « Shake », aura bien lieu, du 25 au 27 février.

International Games Festival: serious business!
See you in Cannes, at the International Games Festival! With family or friends, come and discover hundreds of games to test for 3 days and sometimes even overnight! With nearly 110,000 visitors in 2019, 30,000 m² of exhibition space, 3,000 participants identified during the "Off" nights, the success of the "FIJ" is total! And if the 2021 edition has been canceled, 2022 on the "Shake" mode, will take place, from February 25 to 27.

La France est joueuse ! Et le succès du Festival International des jeux est en partie à mettre sur le compte de cet engouement qui ne se dément pas... Avec **150 éditeurs, 1200 boutiques spécialisées,** la France est désormais le plus gros marché d'Europe avec près de **20 millions de boîtes vendues en 2020.** Rien qu'en 2021, le segment jeu a encore progressé de 10 % !

Le pays peut se féliciter d'être devenu en quelques années le fer de lance du monde ludique. Le jeu reste un formidable vecteur social, en famille ou entre amis, en petit comité et permet de vivre plus facilement ces périodes de crise sanitaire et confinement.

Dans ce contexte, le Festival international des Jeux de Cannes décernera **l'As d'Or-Jeu de l'Année,** le prix ludique le plus prestigieux récompensant les meilleurs jeux de société édités et distribués dans l'hexagone, lors d'une cérémonie le 24 février au Grand Auditorium du Palais des Festivals en présence de tous les professionnels du secteur. Pour départager les nominés, les jurés avaient une mission étonnante à remplir : après **10 heures de délibération, 2000 parties, 1800 heures de jeux et 150 heures de visioconférence,** ils sont parvenus à nommer 12 jeux dans 4 catégories !



Tout savoir sur
www.festivaldesjeux-cannes.com

*France is a player! And the success of the International Games Festival is partly due to this undeniable enthusiasm... With **150 publishers, 1,200 specialized shops,** France is now the largest market in Europe with nearly **20 million boxes sold in 2020.** In 2021 alone, the game segment grew by another 10%!*

The country can congratulate itself for having become in a few years the spearhead of the entertainment world. The game remains a great social vector, with family or friends, in small groups and makes it easier to experience these periods of health crisis and confinement.

*In this context, the Cannes International Games Festival will award the **As d'Or-Game of the Year,** the most prestigious game prize rewarding the best board games published and distributed in France, during a ceremony February 24 at the Grand Auditorium of the Palais des Festivals in the presence of all the professionals of the sector. To decide between the nominees, the jurors had an amazing mission to fulfill: after **10 hours of deliberation, 2000 games, 1800 hours of games and 150 hours of videoconferencing,** they managed to name 12 games in 4 categories!*





Bonne Saint-Valentin

1 séance de CCE &
1 massage de 30 min.

♥ *un moment à deux* ♥

142 €

Offre valable jusqu'au 14/02/22

PUREXPERT
Cryothérapie - Santé naturelle

Réservez en ligne sur 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



On pense à nos grands-mères !

1 diagnostic de peau
+
1 nettoyage du visage
+
15 min. de massage visage

49 €

Offre valable tout le mois de mars

TRIBUTE BANDS : *ils reprennent les plus grands*



The Dire Straits Experience

▸ 11 mars à 20 h - **Palais des Congrès Acropolis**
www.nice-acropolis.com

Voici un tribute band qui n'en est pas tout à fait un... Car « The Dire Straits Experience » propose les reprises des plus grands hits de Dire Straits avec... Chris White sur scène, membre du groupe originel !

Here is a tribute band that is not quite one... Because "The Dire Straits Experience" offers covers of the greatest hits of Dire Straits with... Chris White on stage, member of the original group!





The Australian Pink Floyd Show

▸ 11 février à 20 h - **Palais Nikaia – Nice – www.nikaia.fr**

Avec plus de 4 millions de billets vendus dans le monde entier, décrit comme « Une Référence Absolue » par le Times et comme "des Rois dans leur genre" par le Daily Mirror, The Australian Pink Floyd Show se produit pour la toute première fois en 1988, en Australie. Depuis, le spectacle s'est joué dans plus de 35 pays à travers le monde, ou encore à l'occasion des 50 ans de David Gilmour, allant même jusqu'à accueillir sur scène Rick Wright !

With over 4 million tickets sold worldwide, described as "An Absolute Benchmark" by The Times and "Kings of Their Kind" by the Daily Mirror, The Australian Pink Floyd Show is performing for the very first time in 1988, in Australia. Since then, the show has been performed in more than 35 countries around the world, or in David Gilmour's 50th birthday, even going so far as to welcome Rick Wright on stage!



Genesya : Tribute to genesis

▸ 18 mars à 20 h - **Casino Terrazur - Cagnes sur Mer**
www.casinoterrazur.com

Comme son nom le laisse deviner, voici un tribute band dédié au légendaire groupe de Peter Gabriel et Phil Collins, qui, plutôt rock et classique à ses débuts, a progressivement évolué vers une pop rock plus commerciale et efficace.

As its name suggests, here is a tribute band dedicated to the legendary group of Peter Gabriel and Phil Collins, which, rather rock and classic in its beginnings, gradually evolved into a more commercial and effective pop rock.

2022

FÉVRIER

- ORELSAN - jeudi 3
- GIMS - vendredi 4
- THE AUSTRALIAN PINK FLOYD SHOW - vendredi 11

MARS

- ALBAN IVANOV - mercredi 2
- GLADIATOR • CINÉ CONCERT - vendredi 4
- JE VAIS T'AIMER LA COMÉDIE MUSICALE - dimanche 6
- TRIAL INDOOR INTERNATIONAL - vendredi 11
- JEAN-LOUIS AUBERT - mardi 15
- GOSPEL POUR 100 VOIX - samedi 19
- PAT' PATROUILLE • LE SPECTACLE - dimanche 20
- JAMES BLUNT - jeudi 24
- EVA - samedi 26
- JULIEN DORÉ - jeudi 31

AVRIL

- MESSMER • HYPERSENSORIEL - vendredi 1er
- BACK TO BASIC 2000 - samedi 2
- HOLIDAY ON ICE SUPERNOVA - mardi 12 & mercredi 13
- NINHO - mercredi 20
- JEFF PANACLOC ADVENTURE - vendredi 22
- GAD ELMALEH • D'AILLEURS - mercredi 27
- GREASE • LA COMÉDIE MUSICALE - vendredi 29

MAI

- LE GRAND BLEU • CINÉ CONCERT - mardi 3
- JEAN-BAPTISTE GUEGAN LA VOIE DE JOHNNY - samedi 7
- ANGÈLE - mercredi 11
- ZUCCHERO - vendredi 13
- PNL - jeudi 19

JUIN

- SEXION D'ASSAUT - mardi 14
- VITAA & SLIMANE • VERSUS TOUR - mercredi 15
- SCORPIONS - mardi 28

JUILLET

- LE CIRQUE DU SOLEIL • CORTEO du jeudi 21 au dimanche 24

OCTOBRE

- STARMANIA - vendredi 7 au dimanche 9
- LES BODIN'S • GRANDEUR NATURE samedi 15 & dimanche 16

NOVEMBRE

- DUTRONC & DUTRONC - vendredi 4
- JEREMY FERRARI ANESTHESIE GENERALE - jeudi 10
- MAES - vendredi 18
- N'OUBLIEZ PAS LES PAROLES - vendredi 25

DÉCEMBRE

- MIRACULOUS LE SPECTACLE MUSICAL - dimanche 4
- ERA • THE LIVE EXPERIENCE - mardi 13
- AMIR - jeudi 15
- -M- - vendredi 16

Palais Nikaia
VILLE DE NICE

2023

JANVIER

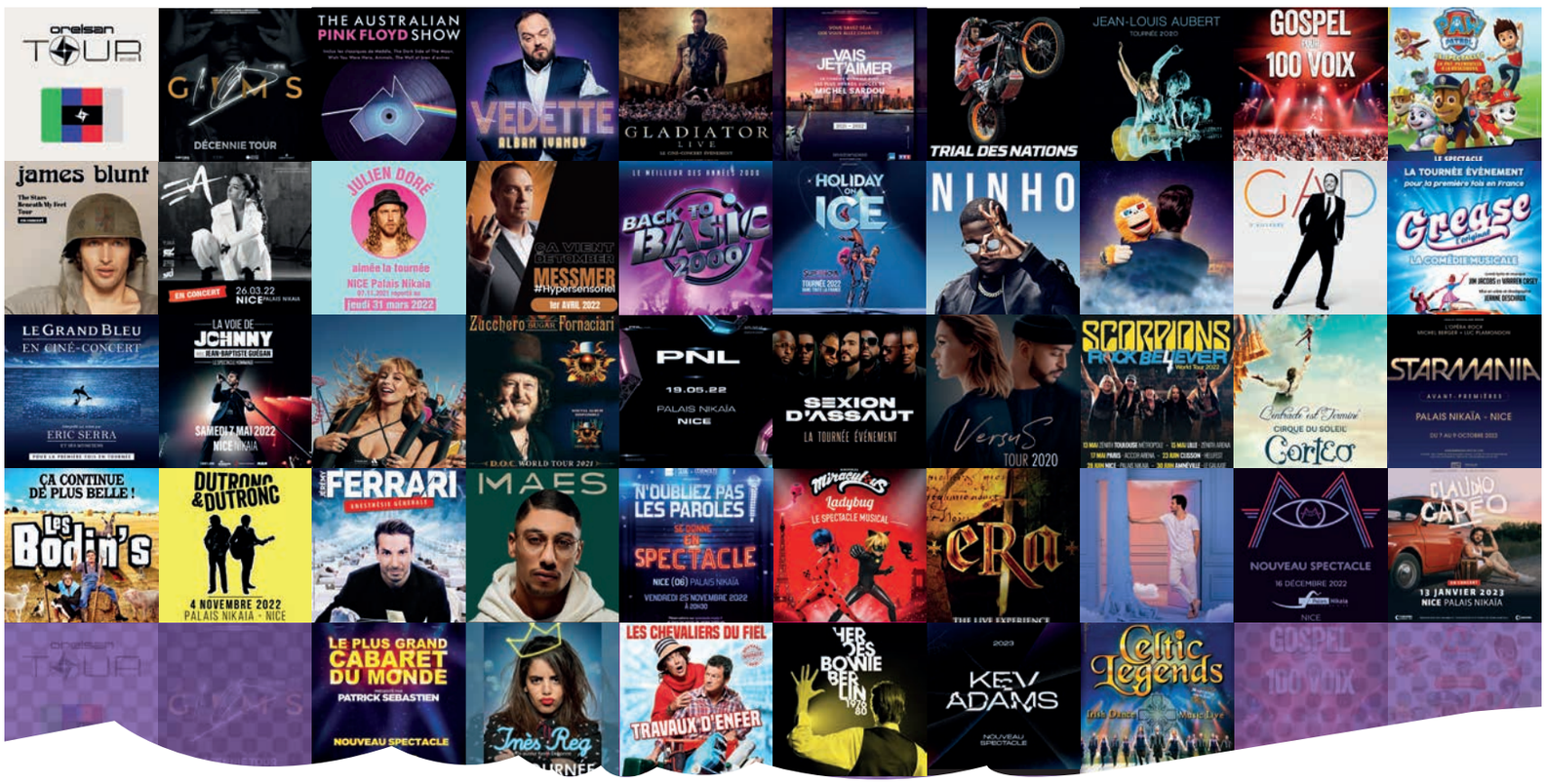
- CLAUDIO CAPÉO - vendredi 13
- LE PLUS GRAND CABARET DU MONDE dimanche 22

FÉVRIER

- INÈS REG - samedi 4
- LES CHEVALIERS DU FIEL TRAVAUX D'ENFER - jeudi 9
- HEROES BOWIE BERLIN 1976-80 mercredi 22

MARS

- KEV ADAMS - samedi 25
- CELTIC LEGENDS - jeudi 30



Palais Nikaia
VILLE DE NICE

#ILoveNICE

VILLE DE NICE

JC ANIMATION

EVÉNEMENTIEL : *rythmez vos soirées !*

Chacun de vos événements se veut unique. Qu'il soit d'ordre privé ou professionnel, son organisation nécessite les meilleurs prestataires pour satisfaire pleinement vos invités. Dans ce contexte, la musique ne doit jamais y être oubliée : elle donne le rythme, le ton du moment que vous allez passer tous ensemble. JC Animation en a fait sa spécialité.

Events: instil some rhythm into your parties!

Each one of your events should be unique. Whether it is a private or a professional affair, the organisation of your event requires the best service providers, working together to the delight of your guests. And in this context, music must not be overlooked, as it is the rhythm of your gathering and provides the tone of the moment that you are about to share with your guests. That is JC Animation's area of expertise.

Professionnel de l'événementiel reconnu et estimé, Jean Charles apporte à vos événements toutes les qualités de son carnet d'adresses, riches de spécialistes de l'animation, de la musique et de la danse : « je peux proposer de nombreux chanteurs ou animateurs DJ à même de correspondre à vos souhaits les plus pointus. Je travaille avec plusieurs guitaristes, saxophonistes ou percussionnistes, ainsi qu'avec des formations musicales qui évoluent en trio jazz, en quatuor gipsy, en duo soul… Côté danse, le rock comme la salsa et tant d'autres styles peuvent agrémenter votre soirée ».

Une très large palette de tonalités musicales et d'ambiances caractérise la proposition de JC Animation : soirées « Music Live », ambiance avec chanteurs et/ou musiciens en live, thématiques « cinéma » avec blind test musicaux, décorations diverses…

Composez votre propre bande-son avec JC Animation

Et si vous choisissiez la couleur musicale de votre soirée ? JC vous propose l'ambiance et peut aller jusqu'à adapter un song-book entièrement dédié à votre fête : une vraie occasion de se démarquer dans votre proposition événementielle.

Jean Charles peut aussi assurer des soirées à thèmes comme des revues cabaret, un show avec danseuses et danseurs… Des prestations de magiciens et illusionnistes peuvent aussi être organisés selon l'ambiance désirée. Côté voix, avec son groupe Détour en France, Jean-Charles propose aussi un tour d'horizon de 2 h à travers les grands standards de la chanson française, de Renaud à Eddy Mitchell, dans un show live plein de talent et d'émotion…



> *Je travaille avec plusieurs guitaristes, saxophonistes ou percussionnistes, ainsi qu'avec des formations musicales qui évoluent en trio jazz, en quatuor gipsy, en duo soul…*



Jean-Charles is a well-known and respected event organiser who opens wide his book of contacts, making sure your event is hosted by the best performers, providing top-notch musical and choreographic entertainment. "I have numerous singers, or DJs, or masters of ceremony standing ready to meet the needs of the most demanding clients. I work with a variety of guitar players, saxophone players or drummers, as well as with different bands: jazz trio, gipsy quartet, soul duo… And in terms of dancing, give your party the beat of your choice, be it salsa, rock, or any other musical style…".

JC Animation's offering features a very wide range of musical tones and atmospheres: from the "Live Music" event featuring singers and/or a band playing on stage, to "cinema-themed" parties, with musical blind tests and movie-inspired decorations…

Write your own soundtrack with JC Animation

Why don't you choose the musical colour of your evening? JC sets up the atmosphere for your event and can even prepare a songbook fully adapted to your party: it is a chance to make your event truly stand out.

Jean Charles also organises themed parties such as cabaret events, a show with a troupe of dancers… Performances by magicians and illusionists can also be requested if that is the sort of event you are after. And in terms of his own musical talents, Jean-Charles and his band, Détour en France, take you on a two-hour journey through the great classics of French music, with songs by Renaud or Eddy Mitchell to name but a few, during a live show crammed with emotion and talent…

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

anthéa
antipolis
théâtre
d'antibes

www.anthea-antibes.fr

2021-22 | FÉVRIER • MARS



MÖBIUS **cirque** • à partir de **8 ans** • **Compagnie XY** • **1er, 2 février**

AMIS **théâtre** • de **Amanda Sthers, David Foenkinos,** mise en scène **Kad Merad,** avec **Kad Merad, Claudia Tagbo, Lionel Abelanski** • **3, 4 et 5 février**

ÉTHER **cirque** • à partir de **8 ans** • par la **Compagnie Libertivore** • **22 et 23 février**

anthéa coproduction **SYMPHO NEW** avec le **Conservatoire de Musique et d'Art Dramatique d'Antibes Juan-les-Pins, Orchestre de Cannes** • **27 février**

SNOW THÉRAPIE **théâtre** • adaptation **Jeanne Le Guillou, Bruno Dega,** mise en scène **Salomé Lelouch** • avec **Alex Lutz, Julie Depardieu** • **1er, 2 mars**

DEPARDIEU CHANTE BARBARA **concert** • texte **Barbara,** avec **Gérard Depardieu,** piano **Gérard Daguerre** • **4 mars**

DÉJEUNER EN L'AIR **spectacle musical** • de et avec **Daniel Auteuil** • **8 mars**

JANE BIRKIN **concert** • **12 mars**

LES NAUFRAGÉS **théâtre** • de **Patrick Declerck,** mise en scène **Emmanuel Meirieu,** avec **François Cottrelle** • **15 mars**

IMMERSION **arts numériques** • **19 et 26 mars**

JULIETTE ARMANET **concert** • **22 mars**

anthéa coproduction **PUPO DI ZUCCHERO** **théâtre** • texte et mise en scène **Emma Dante,** librement inspiré de ***Pentamerone*** de **Giambattista Basile** • **25 et 26 mars**

J'HABITE ICI **théâtre** • texte et mise en scène **Jean-Michel Ribes** • **29, 30 mars**

TOMBÉS DU CIEL **théâtre** • inspiré des **Métamorphoses d'Ovide**, texte et mise en scène **Thierry Vincent** • **30 mars, 1er avril**

ANTIBES Juan-les-Pins | COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION SOPHIA ANTIPOLIS | DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES 06 | RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

mardi au samedi de 15h à 19h et les soirs de spectacle | 260, av. Jules Grec
anthea-antibes.fr | 04 83 76 13 00 | contact@anthea-antibes.fr

DÉJEUNER EN L'AIR © Studio Harcourt • LES NAUFRAGÉS © D. R. • SNOW THÉRAPIE © Giovanni Cittadini Cesi • PUPO DI ZUCCHERO © Daniela Gusmano • J'HABITE ICI © Stéphane Trapier

ART & MUSIQUE :

LE CHÂTEAU DE CRÉMAT, *nouvelle scène niçoise*

Après avoir accueilli le showcase de Clara Luciani pour quelques happy fews il y a quelques semaines, le Château de Crémat confirme sa nouvelle orientation événementielle, autour de la musique et de l'art contemporain. Tour de scène.

The Château de Crémat is fast becoming Nice's new scene

Having hosted Clara Luciani's showcase for a select happy few some weeks ago, the Château de Crémat confirms it has set its sights on the event industry, with a focus on music and modern art. Let us take you on a quick tour.



Showcase exceptionnel de Clara Luciani au début de mois de janvier au Château de Crémat

Avec un tel potentiel réceptif, l'un des plus beaux sites de Nice accueille désormais, au-delà des événements privés dont il était jusqu'alors coutumier, des moments artistiques de qualité, comme la Côte d'Azur a toujours su en réserver aux amateurs éclairés et aux hédonistes de tous horizons... Le Château de Crémat, son histoire séculaire, ses majestueuses terrasses panoramiques dominant la Baie des Anges, a choisi de s'ouvrir à l'art et inaugurera sa propre galerie le 7 avril prochain.

Une galerie d'Art au cœur des vignes

En partenariat avec **Mehdi Lemdjadi,** gérant de Elie Art Events, elle mettra à l'honneur, à l'occasion de ses 40 ans de carrière, l'artiste **Marcos Marin,** pour toute l'année 2022. On y retrouvera aussi des grands noms du monde de l'art tels Jeff Koons (avec Ballon Dog), Arman, Yves Klein, Max Cartier ou Yvon Kergall et nombre d'autres, de la région comme internationaux. Ce nouveau lieu d'exposition accueillera aussi du **Street Art Events** avec des journées dédiées, autour d'artistes locaux à découvrir très prochainement.

With such a great potential in terms of hosting receptions, one of the most beautiful sites of Nice now organises, in addition to the private get-togethers we were accustomed to, the sort of high-quality artistic events that the French Riviera has historically had in store for enlightened amateurs and hedonists from all walks of life... the Château de Crémat, boasting a centuries-old history and majestic panoramic terraces overlooking the Baie des Anges, has decided to open itself further to the world of art and will be inaugurating its own gallery on the 7th of April.

An art gallery set among the vineyards

*In partnership with **Mehdi Lemdjadi,** manager of Elie Art Events, and to mark a career of 40 years, the gallery will feature artist **Marcos Marin** for the whole of 2022. It will also feature the works of some of the greatest local and international artists, such as Jeff Koons (with Balloon Dog), Arman, Yves Klein, Max Cartier, Yvon Kergall, and many others. This new exhibition venue will also welcome **Street Art Events** with special days dedicated to local artists whom you'll soon be able to discover.*



Vocation musicale éclectique

Le Château de Crémat a fait sensation toute la saison estivale autour d'événements musicaux intimistes et de scènes variées. Une véritable volonté d'accueillir de grands artistes de tous horizons s'est matérialisée par le showcase de **Clara Luciani** au début de mois de janvier. En prélude à la saison estivale, la noblesse des lieux s'accordera désormais parfaitement avec le partenariat initié avec l'Opéra de Nice et l'accueil de concerts comme **« Histoire de cors »** et **« Hommage au concert des 3 ténors »**, un quatuor de cors qui aura lieu sous forme d'Afterwork les 14 et 28 juin prochains dans les jardins du château.

Sur cette lancée va naître **le Classic Crémat Festival, du 24 au 28 juillet,** autour de soirées dédiées à la musique classique. 5 grandes dates feront sensation, autour du violon, des grands airs de musique classique, du lyrique ou d'un best of des plus grandes musiques de films. Pour autant, l'ouverture d'esprit musicale est large et on annonce également une programmation surprise au cours du mois de juillet avec l'un des plus grands DJ du moment sur la Terrasse Baie des Anges et son exceptionnelle vue mer, et un show très attendu avec une scène composée de chanteurs découverts lors d'un célèbre show TV pour leur voix unique... Surprise à suivre !



Mehdi Lemdjadi, de la galerie Elie Art Events



Œuvre de l'artiste Jean Martin

En partenariat avec Mehdi Lemdjadi, gérant de Elie Art Events, Le Château de Crémat mettra à l'honneur, à l'occasion de ses 40 ans de carrière, l'artiste Marcos Marin, pour toute l'année 2022.

Electric music is on the programme

The Château de Crémat created quite the stir during the summer season, putting on private and varied musical events. The stated ambition of welcoming great artists from all walks of life was realised with ***Clara Luciani's showcase*** *at the beginning of the month of January. As a prelude to the summer season, the beauty of the venue is perfectly well-suited to the partnership started with the Opera of Nice and concerts such as* ***"Histoire de cors"*** *(a history of horns) and* ***"Hommage au concert des 3 ténors"*** *(homage to the concert of three tenors), a horn quartet that will delight audiences during afterwork sessions on the 14th and 28th of June in the château's gardens. In the wake of these concerts,* ***the Classic Crémat Festival will follow from the 24th to the 28th of July,*** *with classical music concerts in the evenings. These five dates will enthral all audiences, with talented violinists, great classical music, lyrical art, and even a selection of greatest soundtracks. The organisers have an open musical mind and have also announced a surprise programme for the month of July featuring some of the greatest DJs who will be delighting crowds on the terrace of the Baie des Anges and its breath-taking sea view, and a highly anticipated show with a selection of singers discovered in the course of a popular TV show showcasing the unique voices of its candidates... but they're keeping it all under wraps for now, so stay tuned!*

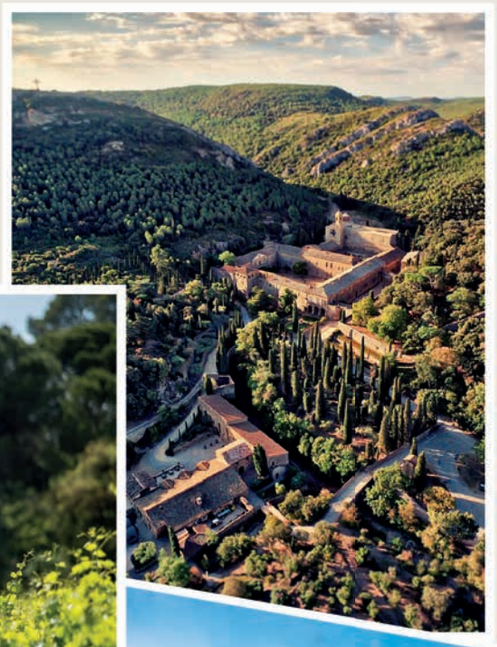
CHÂTEAU DE CRÉMAT

442 Chemin de Crémat - 06200 Nice
04 92 15 18 81 - 06 48 28 41 89
events@chateaudecremat.com
www.chateaudecremat.com

LES VIGNOBLES
CHEVRON VILLETTE
Comte Guillaume de Chevron Villette Vigneron

Château Reillanne
Château Chevron Villette
Abbaye de FONTFROIDE Les Vins

Une Signature, UN GAGE DE QUALITÉ.









TERRA VITIS plaisir du vin terre vivante
AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE
demeter agriculture biodynamique

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

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé
la tête&les jambes

Marineland®
SPECIAL EVENTS

Vos séminaires 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





DE VÉRITABLES MOMENTS DE CONVIVIALITÉ

- Une pause déjeuner avec vue imprenable sur le lagon des dauphins
- Dîner dans la salle panoramique du tunnel des requins : de 30 à 60 personnes en dîner servi à table, et jusqu'à 250 en cocktail dînatoire.

Possibilité d'hébergement sur place
Marineland Hôtel*** 95 chambres

Marineland HÔTEL

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

Photos non contractuelles. Copyrights Marineland.

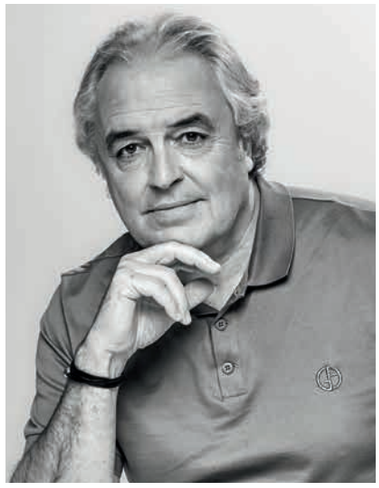
HUMANE CERTIFIED

©Marineland

PROVENCAL GOLF

LUDIQUE, FÉDÉRATEUR : *le golf attire de plus en plus d'adeptes !*

Top Tracer vient de faire son entrée au Provençal Golf. Allier la technologie et l'esprit du jeu, tel est le pari de cette nouvelle installation, connue des amateurs de golf et qui séduit même les novices, curieux de découvrir tous les attraits de ce sport. Au 9 trous de Saint-Philippe à Biot, les nouveautés sont nombreuses et le nombre d'amateurs de la balle blanche est en pleine expansion !



Jean-Jacques Gonzales, PDG du Provençal Golf

A Sophia Antipolis, sur le practice, Jean-Jacques Gonzales, PDG du Provençal Golf et la directrice du 9 trous Nathalie Oneglia, viennent de faire installer un éclairage qui permet de prolonger plus tard dans la soirée tout le plaisir des parties jouées entre amis, souvent après le travail.

Les tous nouveaux tapis Top Tracer, qui permettent au joueur de recueillir de précieuses informations sur la typologie de son jeu, amènent également une dimension ludique incomparable à toute partie de golf. Chacun pourra déterminer la vitesse,

> *Prochainement, vous découvrirez au Provençal Golf un magnifique practice à étage de 52 tapis (dont 25 dotés de Top Tracer) avec espace restauration, studio d'entrainement…*

Fun and federating, golf is attracting a growing crowd!

Top Tracer has just arrived at the Provençal Golf. This new installation brings new technology to the game, without changing its spirit, and it is garnering unprecedented enthusiasm, not only among experienced players, but among beginners too. There are many new features on offer at the nine-hole course of Saint Philippe in Biot, and the number of golf enthusiasts is steadily growing!

In Sophia Antipolis, at the driving range, Jean-Jacques Gonzales, CEO of Provençal Golf, and Nathalie Oneglia, director of the 9-hole course, have just had new light fixtures installed: now, afterwork sessions among friends will go on well into the night.

The brand-new Top Tracer mats, providing golfers with valuable information on their technique, add some incomparable fun to any session at the driving range. Players can determine the speed, the height, the spin, the distance to target… But all this data also gives rise to some friendly competition





la hauteur, le spin, la distance à la cible… Autant de données qui peuvent aussi faire l'objet de défis entre joueurs (concours de précision, parcours virtuels…), à l'occasion de sessions de jeu organisées autour de soirées, agrémentées de cocktails et de tapas : un vrai antidote à la morosité en cette fin de saison hivernale !

Organisez vos événements professionnels au Provençal Golf

L'excellence et l'innovation, au Provençal Golf, passent aussi par l'ouverture d'un Callaway Performance Center. Un équipement haut de gamme qui va permettre aux golfeurs de faire leur choix parmi les tout derniers produits de la gamme Callaway et leurs nombreuses options de fitting.

Enfin, prochainement, vous découvrirez au Provençal Golf un magnifique practice à étage de 52 tapis (dont 25 dotés de Top Tracer) avec espace restauration, studio d'entrainement…

Le printemps approche : préparez dès aujourd'hui vos prochains événements au Provençal Golf. Que diriez-vous de proposer à vos équipes de travail une initiation à la balle blanche autour d'une animation signée Top Tracer, ou une compétition entre golfeurs expérimentés parmi vos clients, vos fournisseurs et vos employés ?
Côté restauration comme auprès des professionnels qui enseignent le golf, les équipes de Jean-Jacques Gonzales sauront vous proposer un événement sur-mesure : plusieurs formules de restauration (snacking, tapas, restauration traditionnelle…), d'encadrement des joueurs, permettront d'organiser un moment adapté à vos attentes, en toute convivialité et simplicité.



Que diriez-vous de proposer à vos équipes de travail une initiation à la balle blanche autour d'une animation signée Top Tracer, ou une compétition entre golfeurs expérimentés parmi vos clients, vos fournisseurs et vos employés ?

among players (accuracy, virtual courses…) during rounds of golf organised around tapas and cocktail parties: it is exactly what is needed to combat end-of-winter gloom.

Organisez vos événements professionnels au Provençal Golf

The recent opening of the Callaway Performance Centre is also driving excellence and innovation. High-end equipment allows golfers to choose among the latest products of the Callaway range and their many fitting options.
And soon at the Provençal Golf, you will discover a magnificent, storied driving range with 52 mats (25 of which are fitted with Top Tracer technology), a food court, a training studio…

Spring is just around the corner: start preparing your upcoming events at the Provençal Golf. Why not invite your work teams to a day of golfing initiation, complete with Top Tracer animation, or a contest pitting the more experienced players among your clients, suppliers, or employees against one another? The catering teams and golf experts working under Jean-Jacques Gonzales will prepare a customised event for you; there are several catering solutions on offer (snacks, tapas, traditional cuisine…), along with activities organised for players, so you can enjoy a simple and friendly get-together that is sure to meet your expectations.

Le Provençal
GOLF

95 avenue de Roumanille
Biot Antipolis - 04 93 00 00 57
Restaurant Le Club - 04 93 65 00 00
www.leprovencalgolf.com

PADEL

Une année STRATÉGIQUE

Christian Collange, Président de la commission régionale de la Ligue Paca, nous parle des grandes tendances de ce sport de raquette qui a le vent en poupe, particulièrement au sein de la région, bien pourvue en structures et où le nombre de pratiquants n'a de cesse d'augmenter, à la faveur d'un grand dynamisme de ses instances dirigeantes.

A strategic year

Christian Collange, chairman of the regional commission of the PACA league, tells us of the great trends of this racket sport that has the wind in its sails, especially in the region, as it has new facilities and a growing number of enthusiasts: all of this is being energetically driven by the sport's governing bodies.



Christian, la Ligue de Padel PACA est « pilote » et précurseur d'un certain nombre d'aménagements et d'initiatives que plusieurs régions vous envient : quels sont-ils ?

Nous avons tout d'abord lancé les matchs par équipes, il y a trois ans. Cette année, ce sont 120 équipes pour 60 clubs de la ligue Paca qui sont inscrites à cette compétition : un véritable succès !

En comparaison, pour 2018, l'année du lancement de ces tournois, 50 équipes étaient inscrites et en 2019, le nombre montait à 90 avec une annulation des compétitions en 2020 du fait de la crise sanitaire. Les matchs se divisent en trois catégories : Mixte, Messieurs et Jeunes. Débutés en janvier, ils se termineront en mars. Ces championnats par équipe sont uniques en France.

En mars, un circuit de tournois Jeunes sera lancé ainsi qu'un circuit de tournois Seniors +



Christian, the PACA Padel league is a "pilot programme" that foretells a great many initiatives and new infrastructures that a lot of regions are envious of: so, what is new?

We launched team matches, three years ago. This year, we have 120 teams in 60 clubs that are part of the PACA league and that have registered for the competition: this is an astounding success. By comparison, for 2018, the year these tournaments were started, 50 teams were entered, and in 2019, we had 90 teams participating, but in 2020, the contest was cancelled for COVID reasons. The matches are divided into three categories. Mixt, Men's, and Young Players. The competition started in January and will end in March. These team championships are unique in France.

In March, a series of youth tournaments will be initiated, along with a series of senior

En mars, un circuit de tournois Jeunes sera lancé ainsi qu'un circuit de tournois Seniors + (plus de 45 ans). Ils déboucheront sur un Master final, qui devrait se tenir le week-end où les meilleurs se qualifieront pour remporter le titre de champion régional dans leur catégorie. Les jeunes devraient jouer la finale le week-end du 25 et 26 juin, date de la phase finale hommes et dames de la ligue Paca, afin d'organiser une grande fête du Padel, au centre de Ligue d'Aix-en-Provence. Toute l'année, en Paca, ce sont au total 2 à 3 tournois qui sont organisés chaque semaine...



La formation est aussi au cœur de nos préoccupations. Les premiers diplômés qui pourront enseigner le Padel sortiront de leur cursus de formation ce premier trimestre.

Pour développer le Padel, les jeunes sont au cœur des objectifs de la Ligue et de la FFT (Fédération Française de Tennis) :

En Paca, nous organisons un week-end par mois, entre mars et juillet, une session de détection qui a eu beaucoup de succès l'an dernier déjà. La formation est aussi au cœur de nos préoccupations. Les premiers diplômés qui pourront enseigner le Padel sortiront de leur cursus de formation ce premier trimestre : une vingtaine de professeurs seront ainsi titularisés au sein de la Ligue Paca.

La FFT mise beaucoup sur le développement de ce sport en France...

Oui, le Padel a toute l'attention de la FFT, qui vient d'ailleurs de créer une cellule pour développer du Padel Féminin et pour la formation des jeunes (je fais partie de cette dernière). Faire entrer le Padel à l'école est l'un de ses objectifs. En ce sens, avoir mis en place le diplôme va nous permettre de créer des écoles : ce qui manque actuellement en France pour avoir encore plus de reconnaissance.

La médiatisation (Canal + a diffusé des matchs tout récemment et a acheté des droits de retransmission), la volonté de la FFT de créer une sorte de « Roland-Garros » du Padel l'an prochain tout comme la programmation en France d'une étape du World Padel Tour 2022 vont encore renforcer notre popularité, c'est certain !

tournaments (for players aged 45 and more). These will lead to a final Masters tournament expected to be held over a weekend, during which the best players will qualify to win the title of regional champion in their category. Younger players are scheduled to play over the weekend of the 25th and 26th of June, which is the date of the men's and women's final of the PACA league. The idea is to organise a great Padel celebration, at the League's centre in Aix-en-Provence. All year round, in the PACA region, there are on average two or three tournaments organised every week...

To develop the sport of padel, young players are a big part of the goals set by the League and the FFT (French Tennis Federation):

In PACA, we organise, one weekend per month between March and July, a talent spotting session that was highly successful last year. Training is also at the heart of our ambitions. The first graduates allowed to teach the sport of padel will have completed their training course this term: this means that around 20 instructors will be allowed to train players in the PACA league.

The FFT is banking on the development of this sport in France...

Yes, the sport of padel has the attention of the FFT, as it has recently created a cell to develop women's padel and to train young players (I am a part of this cell). Seeing padel taught in schools is clearly one of its objectives. For this purpose, the creation of a diploma will allow us to create academies: what is cruelly lacking in France for the moment is recognition. Efforts to mediatise the sport (Canal + broadcasted the games and has recently acquired broadcasting rights), the creation, by the FFT, of a sort of Padel "Roland-Garros" next year, and the hosting of a stage of the World Padel Tour 2022 in France will further increase our appeal, that is for sure!

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

Bullpadel
www.bullpadel.com

Fédération Française de Tennis
www.FFT.fr





PADEL EN ENTREPRISE : *qu'attendez-vous pour tester ?*

A l'occasion du lancement de l'édition 2 de la Padel Business League by MPPI, son fondateur Michael Kuzaj, revient sur la pratique du padel en entreprise, un concept en vogue après le succès de la 1ère édition qui a vu plus de 100 entreprises engagées aux quatre coins de la France. Et vous, qu'est-ce que vous attendez pour essayer cette discipline ultra ludique et fédératrice ?

Padel in business: what are you waiting for to test?
On the launch of the 2nd edition of the Padel Business League by MPPI, its founder Michael Kuzaj, looks back on the practice of padel in business, a concept in vogue after the success of the 1st edition which saw more than 100 companies involved in the four corners of France. And you, what are you waiting for to try this ultra playful and unifying discipline?



En premier lieu, les côtés ultra accessible et ludique du padel, en font un sport idéal pour entretenir une pratique régulière et créer de l'animation avec les collaborateurs. Pas de prérequis en termes de niveau ni de condition physique : on prend la raquette en main et on s'amuse tout de suite.

Les valeurs positives de ce sport sont directement transposables au monde de l'entreprise. Et tout d'abord **l'esprit d'équipe** : rien de tel qu'une partie pour rapprocher deux personnes ! Au padel, c'est un peu "Gagner ensemble ou perdre seul" : impossible d'ignorer ce que fait son partenaire... Le padel, c'est aussi **la mixité** : il n'y a probablement aucun autre sport qui permette de mélanger aussi facilement les genres, les cultures et les générations. Au niveau hiérarchique, le côté informel permet aussi de mélanger les employés dans un contexte extra professionnel. Enfin, il est synonyme de **convivialité et de partage :** le terrain est petit, offrant une proximité unique entre les joueurs. On crie, on rigole, on se chambre... beaucoup ! Une ambiance décontractée et conviviale que l'on retrouve sur le terrain mais aussi en dehors ! Le padel est donc un atout pour vos salariés mais c'est également l'activité parfaite à proposer dans une démarche commerciale avec des clients ou des fournisseurs.

Aujourd'hui, ce challenge sain et motivant est désormais à la portée de toutes les entreprises avec la **Padel Business League :** même les indépendants souhaitant participer avec des confrères peuvent le faire. Désormais, les équipes sont constituées de collaborateurs travaillant au sein d'une même entreprise ou dans des entreprises différentes si elles exercent le même métier.

First of all, the ultra accessible and playful sides of padel make it an ideal sport to maintain a regular practice and create entertainment with employees. No prerequisites in terms of level or physical condition: you take the racket in hand and have fun right away.

The positive values of this sport can be directly transposed to the business world. And first of all ***team spirit:*** *nothing like a game to bring two people together! In padel, it's a bit like "Winning together or losing alone": impossible to ignore what your partner is doing... Padel is also about* ***diversity:*** *there is probably no other sport that allows you to mixing genres, cultures and generations so easily. At the hierarchical level, the informal side also makes it possible to mix employees in an extra-professional context.*
Finally, it is synonymous with ***conviviality and sharing:*** *the field is small, offering a unique proximity between the players. We shout, we laugh, we sleep... a lot! A relaxed and friendly atmosphere that can be found on the field but also outside! Padel is therefore an asset for your employees but it is also the perfect activity to offer in a commercial approach with customers or suppliers.*

Today, this healthy and motivating challenge is now within the reach of all companies with the ***Padel Business League:*** *even freelancers wishing to participate with colleagues can do so. From now on, the teams are made up of employees working within the same company or in different companies if they exercise the same profession.*

FAITES PARTIE DE L'AVENTURE !

Les inscriptions à l'édition 2 de la Padel Business League ouvriront en ligne le 14 février sur www.padelbusinessleague.com. Dans les Alpes-Maritimes, la compétition accueillera une nouvelle étape qualificative au TC Montaleigne (Cagnes-sur-Mer) en plus de celle déjà existante au Tennis Padel Soleil (Beausoleil).

PADEL BUSINESS LEAGUE BY MPPI

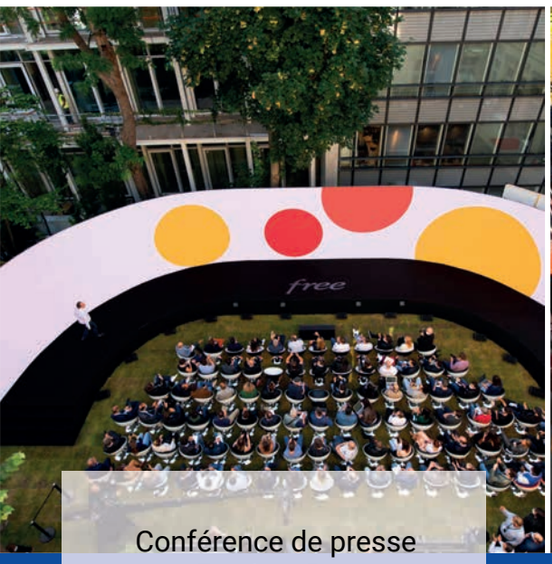
www.padelbusinessleague.com

BE PART OF THE ADVENTURE!

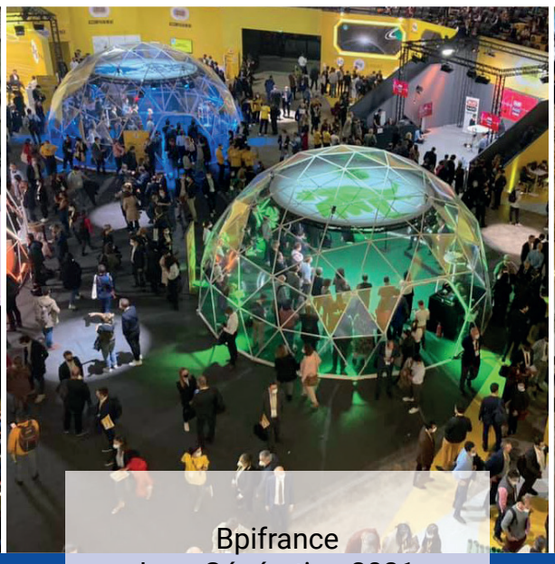
Registration for edition 2 of the Padel Business League will open online on February 14 at www.padelbusinessleague.com. *In the Alpes-Maritimes, the competition will host a new qualifying stage at TC Montaleigne (Cagnes-sur-Mer) in addition to the one already existing at Tennis Padel Soleil (Beausoleil).*

novelty AZUR

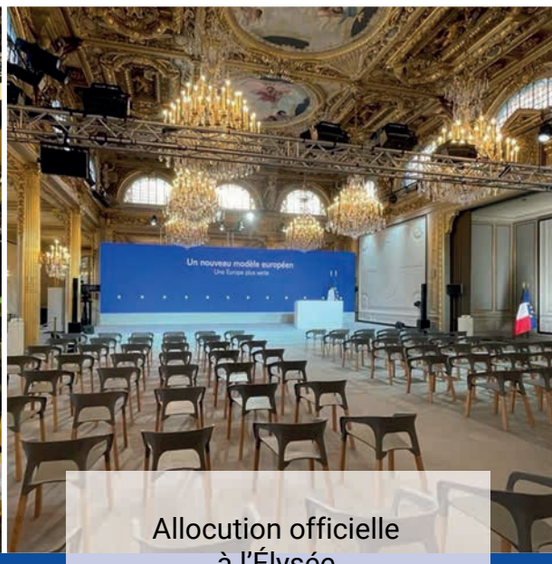
YOUR TECHNICAL PARTNER



Conférence de presse
Freebox Pop



Bpifrance
Inno Génération 2021



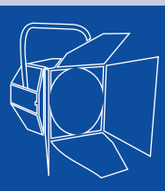
Allocution officielle
à l'Élysée



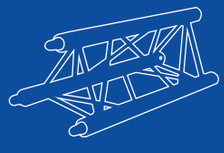
VIDEO



SOUND



LIGHT



TRUSS



POWER

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

Expert & spécialiste à votre service pour la prestation de services, la location de matériel, l'ingénierie, la vente, l'installation et la maintenance d'équipements.

Know-how and tailor-made support in VIDEO | SOUND | LIGHT | TRUSS | POWER
Expert & specialist at your service for the provision of services, equipment rental, engineering, sales, installation and maintenance of equipment.

PARIS • CANNES • TOULOUSE • BORDEAUX • NANTES • LYON
MONACO • BRUSSELS • LONDON • DUBAI • DAMMAM

Novelty Azur : 242 avenue Jean Mermoz - 06210 Mandelieu-La-Napoule
www.novelty.fr | azur@novelty.fr | +33 4 93 73 08 19
Contact : Stéphane Bailli | s.bailli@novelty.fr | +33 6 15 38 55 79

novelty AZUR

Montrez-vous, *communiquez dans* INmagazine









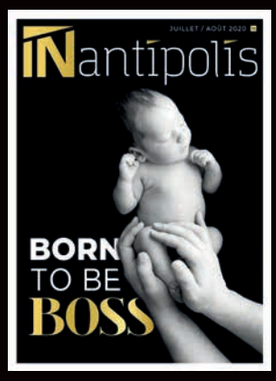






















Nos prochains dossiers

EN AVRIL 2022

DOSSIER RSE : s'investir

Responsabilité Sociétale des Entreprises

Découvrez l'engagement de nos partenaires

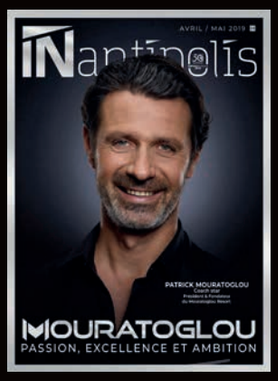
EN JUIN 2022

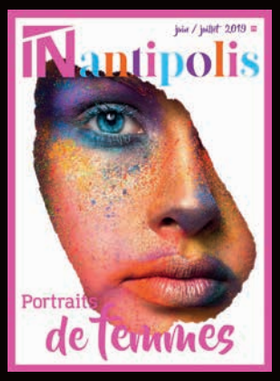
PORTRAITS DE FEMMES

Vous êtes une femme chef d'entreprise ?
Vous souhaitez mettre en lumière une femme de votre entourage, valoriser une équipe féminine ?
Rejoignez notre Magazine 100 % féminin !





















Contactez-nous : **06 09 86 03 03**

commercial@in-magazines.com

www.in-magazines.com

Retour en images

CLOS'IN PARTY | Jeudi 9 décembre



Les 5 Fantastiques, grands vainqueurs des IN Games 2021



Les Skal, deuxièmes des IN Games 2021



La Veine déchainée, troisièmes des IN Games 2021



District 18, quatrièmes des IN Games 2021



Team Eho, cinquièmes des IN Games 2021



Dons récoltés lors de la soirée au profit de l'association APAR Autisme








Audi
Nice - Mo


GAMES
LE SIS


LOCATION


GAMES
BY IN CLUB
LOCATION
QleanAir


LOCATION
Manpower
LE SIS
QleanAir
Audi
Nice - Mougins
LA MUTUELLE


Manpower
LE SIS
QleanAir
LA MUTUELLE


LOCATION
LINX CONSULTING


LINX CONSULTING




Audi
LE SIS
LOCATION
Manpower
Nice - Mougins







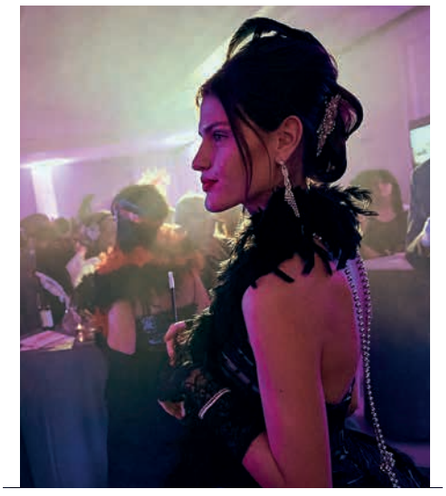


























Merci à tous nos partenaires et rendez-vous en juin 2022 pour les **IN Games II, le retour !**

BRUGUIER
L'EXPERTISE ÉTANCHÉITÉ

PUREXPERT
Cryothérapie - Santé naturelle

Audi
Nice - Mougins

AZUR TRUCKS
Groupe IPPOLITO
LOCATION

Manpower

LINX CONSULTING
Cabinet de Conseil en Recrutement & Executive Search

LA MUTUELLE générale

LE SIS
À chaque bâtiment son cycle de vie

QleanAir

Les Vignobles Chevron Villette

novelty

GROUPE ETIC
ACCUEILLIR · COMMUNIQUER · ORGANISER

Château de Crémat

Brasseurs de l'Esterel
RIVIERA B3ER

Le Provençal
BEACH
Restaurant · Plage privée

Clos des Roses

OPIHR

ULTIMA STUDIO

Monte-Carlo Connection

People by Jasmin

Animation

la luna

YCM Vence

MMD events

Eric Lefebvre

MP Production

mixomood.

NEOPAX

Estérel Aventures
Les distillateurs d'enthousiasme

Laser Bowling
Antibes

apar autisme



TN GAMES II
LE RETOUR

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 !

www.in-magazines.com

LE PRINCIPE : 4 ÉPREUVES LUDIQUES ET SPORTIVES

Une soirée de lancement et une soirée de clôture

Dates des événements*

2 JUIN	**23 JUIN**	**7 JUILLET**
IN GAMES 2 LE RETOUR	*SQU'IN GAMES*	*KOH LANT'IN*
15 SEPTEMBRE	**13 OCTOBRE**	**8 DECEMBRE**
BRICE DE IN'CE	*OCTOBER FEST'IN*	*CLOS'IN PARTY*

**Dates susceptibles d'être modifiées en fonction des mesures sanitaires et de la possibilité d'organisation de l'épreuve*

Vous êtes **MEMBRES IN CLUB**

Détail de toutes les épreuves et inscription en ligne sur
www.in-magazines.com

2 TYPES D'ÉQUIPES

Une équipe Société complète de 5 personnes

Engagement pour l'entreprise :
3000 € HT

5 PERSONNES par équipe

Une équipe que nous formons avec plusieurs entreprises*

Engagement individuel :
600 € HT / pers.

** Si vous êtes moins de 5 personnes dans votre entreprise*

Vous êtes **MEMBRES IN CLUB**

Demande d'adhésion auprès de :



Aurélie Suchet
06 11 03 76 62
club@in-magazines.com



Marc Pottier
06 01 94 71 87
marc@in-magazines.com



Eric Pottier
06 09 86 03 03
commercial@in-magazines.com

IN CLUB
BY IN GROUPE



à consommer sans modération !

CONVIVIALITÉ, BUSINESS & PLAISIR

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

Aurélie Suchet **06 11 03 76 62**
club@in-magazines.com

Marc Pottier **06 01 94 71 87**
marc@in-magazines.com

Retrouvez tous nos événements sur
www.in-magazines.com

Devenez membre **IN CLUB** et découvrez *nos prochains événements*



Vendredi 4 février à 8 h

Direction la station de Valberg
pour une journée de glisse ou une sortie Raquette
Transport + Repas + Forfait



Jeudi 24 février à 18 h 30

Rendez-vous à 18 h 30 au **restaurant l'Adresse**
à Vallauris - Au programme, Speed Business Meeting
et cocktail dînatoire



Vendredi 4 mars à 12 h

Rendez-vous à 12 h au **restaurant**
Perla Riviera à Villeneuve-Loubet
pour un déjeuner Business



Vendredi 11 mars à 8 h

Evadez-vous le temps d'une journée pour une
session de glisse dans **la station d'Isola 2000**
Et pour les non-skieurs, sortie Raquette pour aller
rencontrer le YETI, et OUIIII
Transport + Repas + Forfait



Jeudi 17 mars à 18 h 30

Rendez-vous à **Marineland** pour
un Speed Business Meet'IN costumé :
Tous en Mar'IN !



Mercredi 30 mars à 8 h

Rendez-vous à **l'Allianz Riviera,** au cœur du **IN Salon,**
pour commencer la journée par un exceptionnel
Speed Business Meet'IN

Inscriptions sur www.in-magazines.com

IN Club tient à signaler que ses événements se tiennent dans le strict respect des règles sanitaires établies par le gouvernement, afin de préserver ses membres, ses partenaires et son équipe de travail

Les nouveaux membres **IN CLUB ILS NOUS REJOIGNENT :**



FRANCK GELE
CENTURY 21
LIBERTÉ
04 97 21 88 00
franck.gele@century21.fr
www.century21.fr



FLORENT PEFAURE
ETUDES DIAGNOSTICS
EXPERTISES
06 34 08 52 00
ede.diagnostics@gmail.com



LILIADYS KERLOCH
PERLA AZUREA
06 40 83 29 63
contact@perlariviera.fr
www.perlariviera.fr



DELPHINE CLER
3S2I
0612967734
delphine.cler@3s2i.fr
www.3s2i.fr



MARJORIE DARMON
MDC
MARJORIE DARMON
CONSULTING
06 50 15 48 42
marjorie.darmon@gmail.com



ALEXANDRA BOURGEOIS
THE NEOSHIELDS
07 62 68 88 05
alexandra.bourgeois@theneoshields.eu
www.theneoshields.eu



ZIED CHOUCHANE
AGS PROPRETE
ET SERVICES ASSOCIES
06 09 47 07 54
avenue.nettoyage@gmail.com



JEAN-JACQUES GONZALES
DREAM GOLF
06 08 43 39 41
direction@provencalgolf.com



CHRISTOPHE DEBRABANDERE
TRANSCAN
06 46 60 36 58
c.debrabandere@transcan.fr



SEBASTIEN HUMBERT
SUD ENERGIE
06 22 45 37 70
sebastien.humbert@sudenergie.fr



ENOY SENGSOUVANKHAM
ENE EXCLUSIVE SERVICES
07 78 34 49 14
contact@eneexclusive.com



TOM DESANDRE
HORIZON BUSINESS CONSEIL
06 26 78 22 61
horizonbusinessconseil@outlook.fr



FABIEN POLLET
MON COURTIER AUTO.FR
06 72 54 71 49
fabien@mon-courtierauto.fr
www.mon-courtierauto.fr



YANNICK LEROY-DUCARDONNOY
ROYAL INTRADE
06 60 56 84 46
yaleroy@gmail.com



NICOLAS DURAN
PS READ ME
06 61 05 65 65
contact@ps-readme.com
www.ps-readme.com



FRANK GEBUSSON
04 93 69 21 21
frank@manao-communication.com
ERIC ROYER
MANAO COMMUNICATION
eric@manao-communication.com
www.manao-communication.com



PATRICIA PINTO
06 48 13 36 99 - ppinto@immopret.fr
LAURA DUBET
06 47 35 46 93 - ldubet@immopret.fr
IMMOPRET
www.immopret.fr



GUILLAUME CAZANAVE
STADE NICOIS RUGBY
06 46 64 01 98
guillaume.cazanave@stadenicois.fr
www.stadenicois.fr



JEAN-FRANCOIS BENNETOT
GSF
04 93 95 33 73
jfbennetot@gsf.fr
www.gsf.fr



FRANCK PEUCH
CODETEK
CABINET MARTIN
06 82 59 08 78
contact@codetek.fr
www.codetek.fr



JEAN-LUC MAIONE
BMW NICE PREMIUM Motors
07 57 00 65 52
jean-luc.maione@npm.net.bmw.fr



DIDIER MARTINEZ
BEST MEDITERRANEE
06 83 77 55 20
didier.martinez@bestmediterranee.com
www.bestmediterranee.com

ILS NOUS RENOUVELLENT LEUR CONFIANCE



JULIEN TISON
ID CONSEIL
SAS INTELIGENT DIAGNOSTIC
06 63 49 04 09
julien.tison@groupesofraco.com



MOHAMED AMEZIANE
NEOPAX
04 93 63 60 07
neopax06@yahoo.fr



DINO MICELI
CORIOLIS TELECOM
06 09 55 44 33
dinomiceli@coriolis.fr
www.coriolis.fr



ANAIS VERRANDO
AVANCER RH
06 13 57 26 87
a.verrando@avancerrh.com
www.avancerrh.com



AGNES MENGEL
CHÂTEAU DE CREMAT
06 48 28 41 89
events@chateaucremat.com
www.chateaucremat.com



PHILIPPE DIDIER
RIVIERA TECHNIC
04 93 45 73 12
philippe.didier@vgrf.fr



NATHALIE SAURIN
FIDAL
06 07 60 21 24
nathalie.saurin@fidal.com



CLEMENT THIERY
GAN ASSURANCES
04 92 59 29 00
clement-1.thiery@gan.fr



AURELIE BOSCHEL
MARINELAND
04 93 33 55 77
a.boschel@marineland.fr

IN 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 dans 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 :

Avril 2022 : spécial RSE
Juin 2022 : Portraits de Femmes

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** sur les réseaux sociaux, **votre espace personnalisé** notre site

Suiviez l'actualité du IN Club sur Linkedin
@IN Club I IN Magazine

IN GAMES II LE RETOUR

1er jeux inter-entreprises de 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

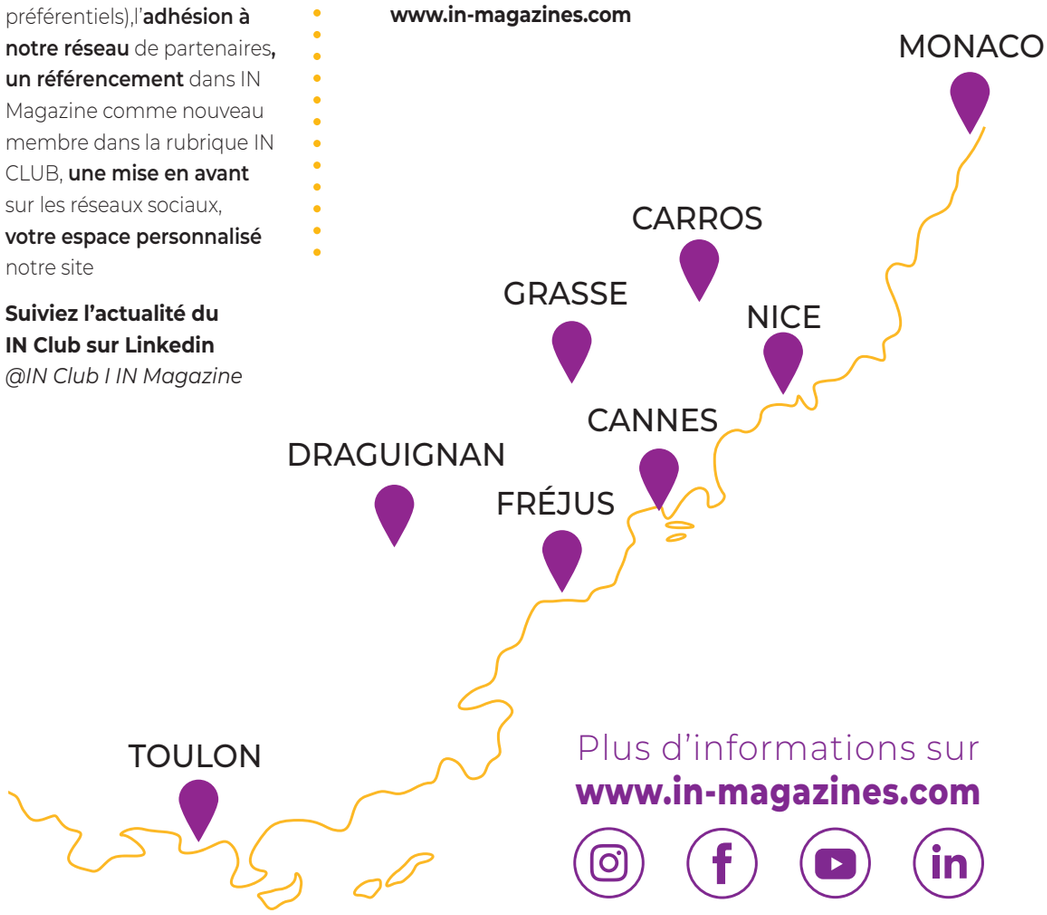
Découvrez les vidéos des événements sur linkedin et les inscriptions prochainement sur www.in-magazines.com

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

LE PROGRAMME

30 mars 2022 à l'Allianz Riviera

8 h > 9 h — Speed Business Meeting
Boostez votre réseau et enrichissez-vous de l'expérience des différents partenaires présents

9 h 30 > 10 h 30 — Sourcing
Rencontrez vos futurs talents

11 h > 12 h — Apéro géant

12 h > 14 h — Déjeuner Business

14 h — Retour aux stands B to B / B to C

15 h — Défilé de mode proposé par July of Saint-Barth

16 h — Goûter gourmand

18 h — Fermeture du salon

18 h — Cocktail Dînatoire & grande soirée IN

23 h — Fin des festivités

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)

PARTENAIRES

Pourquoi participer au IN Salon ?

L'ÉVENEMENT BTOB INCONTOURNABLE DU TERRITOIRE

Le Salon est divisé en 6 départements distincts pour le B to B :

- Profession libérale, banque et gestion de patrimoine
- Ecoles, enseignement et formation
- IT
- Services aux entreprises et mobilité
- BTP, habitat et immobilier
- CHR, événementiel et loisirs

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

Annonces micro toute la journée par le speaker

Interview vidéo lors d'un live, relayée sur les réseaux sociaux

Page ou 1/2 page de publicité avec portrait dans le livret exposant

Récupération des contacts parmi la liste des participants (ayant accepté la RGPD)



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 tous nos 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

TARIF 15 000 €





STAND PREMIUM

> **ESPACE DE 24 M²**
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **1 canapé + table basse**
> **8 pass** pour déjeuner
> **8 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 20 000 €

STAND PREMIUM+

> **ESPACE DE 50 M²**
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **1 canapé + table basse**
> **10 pass** pour déjeuner
> **10 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 35 000 €

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







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...

PUREXPERT
Cryothérapie - Santé naturelle

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

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

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

PUREXPERT CRYOTHÉRAPIE SANTÉ NATURELLE - SIREN 851 878 850



INFO LOCALE
LOISIRS

Bienvenue

SUR LA CHAÎNE INFO DÉDIÉE À L'ACTUALITÉ DE VOTRE RÉGION

MOBILITÉ
MÉTÉO
SERVICES



DeBonneville-Orandini

BFM
NICE
CÔTE D'AZUR

INFO - SERVICES - PROXIMITÉ

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

BFMNICECOTEDAZUR.COM ET
L'APPLI BFM NICE CÔTE D'AZUR

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**