JUIN / JUILLET 2022 27

IN MAGAZINE

HORS SÉRIE

WOMEN *only*

Nouveau Taigo

N'en faites qu'à votre *style.*

Volkswagen Group France – S.A. au capital de 198 502 510 € – 11, av. de Boursonne, Villers-Cotterêts RCS Soissons 832 277 370.

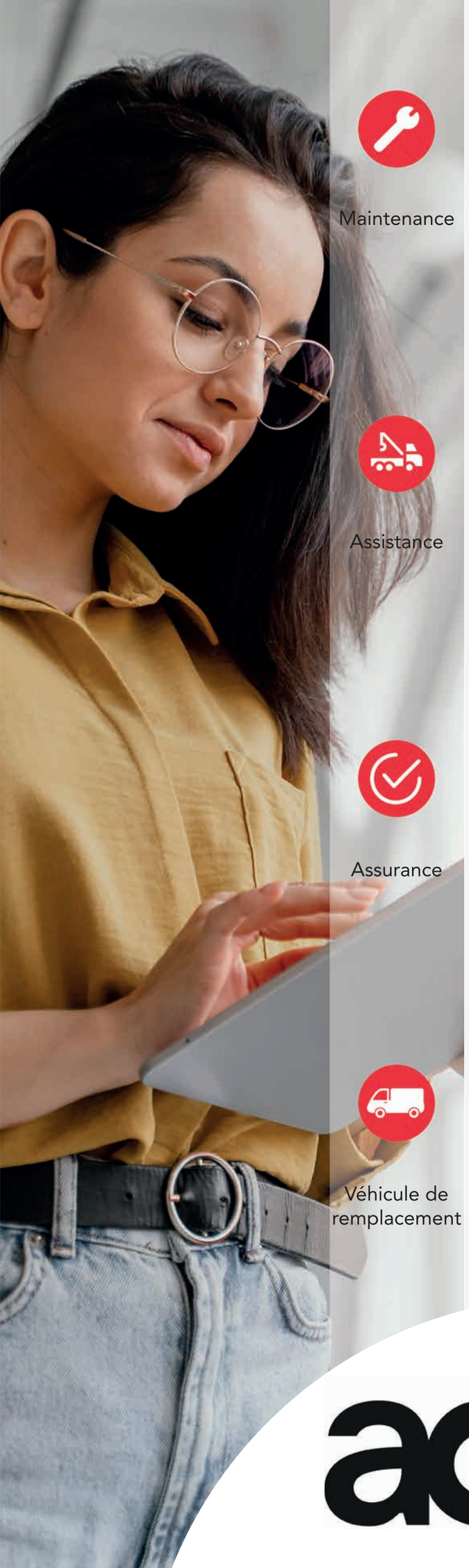
Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo
#SeDéplacerMoinsPolluer

Nice La Plaine
98, avenue Simone Veil
04.93.18.22.18
www.volkswagen-nice.fr

Nice-est
140,rte de Turin
04.93.00.35.35
www.volkswagen-nice-est.fr

Mougins
Bretelle Montante Autoroute
04.93.45.73.12
www.volkswagen-mougins.fr

Antibes
Carrefour du Chataignier
04.93.33.85.86
www.volkswagen-antibes.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

ÉDITO

MISE EN LUMIÈRE

highlighted

La cause des femmes mérite chaque jour plus de visibilité. Soutenir leur combat dans la quête d'une meilleure reconnaissance, mettre en perspective la diversité, la qualité de leurs parcours, de leur implication et de leur engagement dans la marche du monde, tels étaient quelques-uns de nos objectifs dès 2020, à la sortie de notre premier numéro « Women Only ».

Depuis, les choses semblent évoluer dans le bon sens. Et même jusqu'en haut lieu : le chef du gouvernement est… une cheffe ! Faut-il y voir le signe d'une éclaircie dans cette quête d'égalité ?
En tout cas, pour nous, la mise en lumière continue : Mesdames, soyez visibles !

The cause of women deserves more visibility every day. Supporting their fight in the quest for better recognition, highlighting the diversity, the quality of their backgrounds, their involvement, and their commitment to the march of the world, these were some of our objectives from 2020, at the release of our first issue "Women Only".

Since then, things seem to be moving in the right direction. And even up to high places: the head of government is… a woman! Should we see this as a sign of an improvement in this quest for equality?
In any case, for us, the spotlight continues: Ladies, be visible!

IN MAGAZINE BY IN GROUPE

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
Gaël Rabbe : gael@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.

28 JUIN 2022
THÉÂTRE DE LA MER
VALLAURIS
GOLFE-JUAN

KISSFM
PRÉSENTE

DADJU

AMIR

CHRISTOPHE WILLEM

DORELY

TAYC

JÉRÉMY FRÉROT

KISSFM LIVE

RIDSA

LINH

LUCENZO

WILLY WILLIAM

LUJIPEKA

MENTISSA

YANNS

ÉCOUTEZ KISSFM ET GAGNEZ VOS INVITATIONS !

CÔTE d'AZUR FRANCE

pure montagne CÔTE D'AZUR

BOUCHER-TRAITEUR L'AZURÉENNE - 04 93 45 72 60 -

csm Campus Sud des Métiers

Groupe CCI NICE CÔTE D'AZUR

Vallauris Golfe-Juan

SOMMAIRE

WOMEN *only !*

8

Françoise Lemalle
CAISSE D'EPARGNE CÔTE D'AZUR
Multiplier la vie
Multiple lives

10

Jessica Barbotto
GROUPE FW BARBOTTO
Le sens du service
A sense of service

12

Emmanuelle Klein
GROUPE IPPOLITO
Image de marques
Brand image

14

Céline Ludwig
ALU SERVICES MIROITERIE
Vainqueurs en double
Winning couple

16

Floriane Gilardoni
SII
Partie stratégique
The strategic part

18

Natalia Kondratenko
PSYCHOLOGUE
Une guide pour tout changer
A guide for a complete overhaul

20

Marie-Christine Couette
MADE IN COTE D'AZUR
Acte 1 : Marie-Christine

22

Manon Couette
MADE IN CÔTE D'AZUR
Manon, la relève

24

Stéphanie Maillard
GSF JUPITER
En soutien au succès
In support of success

26

Laurie Canac
BFM NICE COTE D'AZUR
Sourire à l'actu
News delivered with a smile

28

Christelle Delli-Zotti
GROUPE DELLI RESORT
Passion d'entreprendre
An entrepreneurial passion

30

Ourida Bahlouli
GSF LE CANNET SERVICE TERTIAIRE
S'accomplir dans la bienveillance
Finding fulfilment in kindness

32

Janine Walter
RICHARD WALTER ENTERTAINMENT
Tribute to music...

34

Sarah Alunni
SII SOPHIA ANTIPOLIS
La technologie, langage universel
Technology, the universal language

36

Alexandra Borchio Fontimp
SENATRICE DES ALPES-MARITIMES
En proximité
It's all about proximity

38

Coralie Fend
GROUPE IPPOLITO
Embarquée dans la belle aventure d'ATF
Part of the great atf adventure

40

Wassia Alade
AGENCE SOVIMO
A touch of women

42

Irina Serban
CABINET LEXELIANS
L'avocate des entrepreneurs
The businessmen lawyers

44

Camille Choquart
MAISON DE BACON
Vivre un moment d'excellence
Experiencing excellence

46

Sophie Roussel
LA PLACE BUSINESS
CCI NICE COTE D'AZUR
En appui aux entreprises
Supporting entrepreneurs

48

Celine Moncel
BFM NICE COTE D'AZUR
Lancement de soirée
A grand start to the evening

50

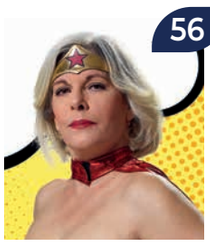
Delphine Molinier
Anne-Laure Delhaise
SKYINCAP
Orientées vers la bienveillance
Turned towards kindness

52

Virginie Ciais
TRANSCAN
Grandir ensemble
Growing together

54

Jessica Chailloux
Alexia Boitte
NOVELTY
Promouvoir le talent français à l'international
Promoting french talent abroad



56

Alexandra Bourgeois
THE NEOSHIELDS
Nous sommes toutes des héroïnes !
"we are all heroes!"

62 **HYGIENE 4D**
Pour un été sans nuisibles !
For a pest-free summer!

68 **MUSÉE INTERNATIONAL DE LA PARFUMERIE**
Respirer l'art, l'expo aux effluves d'art contemporain
Respirer l'art, the exhibition with the scent of contemporary art

71 **DOMAINE DU PARADIS DES OISEAUX**
Ambiance champêtre et authentique
A truly bucolic atmosphere

72 **CHÂTEAU DE CRÉMAT**
Art, vin, culture : l'expérience à 360 °
Arts, wine, and culture: the 360° experience

76 **MAISON DE BACON**
L'expérience du renouveau
The experience of renewal

79 Chouchoutées à
L'HÔTEL-RESTAURANT & SPA CANTEMERLE

80 **VIGNOBLES CHEVRON VILLETTE**
Les vignes en ligne ou comment entretenir un lien privilégié avec les amateurs de vin
Vineyards going online, or how to preserve a privileged relationship with amateurs of fine wines

82 **MERCEDES-BENZ – BYMYCAR**
Lifestyle et mobilité du futur à Cap 3000
Futuristic lifestyle and mobility at Cap 3000

84 **CARIVIERA**
Automobile : des femmes en première ligne
Cars: women on the front line

88 **PADEL FÉMININ :** Objectif séduction
Seduction objective

FRANÇOISE LEMALLE PRESIDENTE DU COS CAISSE D'EPARGNE COTE D'AZUR

MULTIPLIER LA VIE

Elle est abonnée aux journées interminables depuis qu'elle officie dans l'expertise comptable… Et comme si cela ne lui suffisait pas, Françoise Lemalle leur a encore donné de la consistance en s'investissant au sein du Conseil d'Orientation et de Surveillance de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur, qu'elle préside pour un deuxième mandat depuis 2021. Un engagement né voici plusieurs années qui correspond à un tempérament passionné, impliqué et l'illustration que si l'on n'en a pas plusieurs, on peut avoir une vie… multiple !

En 1991, elle est la plus jeune expert-comptable diplômée de la région Paca. Françoise voulait rapidement travailler à l'issue de son BTS et de sa MSTCF qu'elle obtient successivement. « J'ai rencontré celui qui allait devenir mon mari pendant mes études ». Diplômée le 21 octobre, elle se marie… le 24 ! Après quelques jours de lune de miel à Rome, son beau-père, expert-comptable à Cannes, propose à son fils et sa belle-fille, de rejoindre le cabinet. « C'était une belle opportunité… Qu'il fallait savoir saisir… ! » D'un naturel engagé, consciencieuse et assidue, la jeune femme s'investit pleinement dans un métier passion et reprend les rênes du cabinet avec son époux en 2001. L'entreprise familiale se développe et compte aujourd'hui 4 associés et 27 collaborateurs. Mais Françoise aime continuellement apprendre, se former… « Dans une autre vie, je serais peut-être devenue professeure. D'ailleurs, j'ai eu grand plaisir à enseigner la comptabilité, et je continue à animer des formations ».

Une propension à s'engager qui en 1999, l'incite à rejoindre les FCE (Femmes Chefs d'Entreprises) de Cannes. « Evidemment, comme tout expert-comptable qui se respecte, j'ai vite occupé la fonction de trésorière de l'association ! » C'est aussi à cette période que les Caisses d'Epargne deviennent coopératives et cherchent des administrateurs… On sollicite Françoise qui coche toutes les cases.

PÉDAGOGIE BANCAIRE

Elle se dit : pourquoi pas ? Le 1er janvier 2000, elle intègre la Société Locale d'Epargne de Cannes comme membre du Conseil d'administration. Elle sera ensuite élue au Comité d'Orientation et de Surveillance. Avant de se lancer dans le grand bain et d'en prendre la présidence en 2015, Françoise Lemalle n'a qu'une seule doléance : pouvoir se former à ses nouvelles fonctions, notamment en suivant le cycle de l'IFA (Institut français des Administrateurs) à Sciences – Po pendant six mois, car « la dimension politique du rôle de représentant au sein d'un conseil de surveillance ne s'improvise pas ».

Qu'apprend-t-elle de ses nouvelles attributions ? « J'y suis pleinement intéressée pour plusieurs raisons… et pas seulement pour les chiffres ! C'est tout d'abord un engagement fort au service du développement économique et sociétal du territoire. C'est aussi une mission qui offre l'opportunité de belles rencontres, d'horizons très différents ».

Ce deuxième mandat ? « Une évidence » et une continuité bienvenue pour participer à la construction d'une nouvelle page de l'histoire de la CECAZ. A l'image de son métier d'expert-comptable, qu'elle assimile à celui de communicant : « il faut être digital, savoir écouter, comprendre, être aussi dans une forme de séduction avec ses clients comme avec ses collaborateurs pour savoir rendre attractive l'entreprise, ses bonnes pratiques, son image ! »

Multiple lives *- Ever since she started her career in chartered accounting, her days have been as busy as they can be… And as if that weren't enough, Françoise Lemalle has managed to cram even more into her working week by getting involved with the Oversight and Monitoring Committee of the Caisse d'Epargne Côte d'Azur, where she was elected chairwoman for a second mandate in 2021. Her sense of commitment has been her hallmark for many years and reflects her motivated and energetic temperament. It just goes to show that you can, in fact, lead multiple lives!*

In 1991, she was the youngest chartered accountant to graduate in the PACA region. Having achieved, in very short order, a BTS and an MSTCF, she was eager to find employment. "During my studies, I met the man who would become my husband". She graduated on the 21st of October… and got married on the 24th! After a whirlwind honeymoon in Rome, her father-in-law, a chartered accountant from Cannes, invited his son and daughter-in-law to join the firm. "It was a great opportunity… one we just had to seize!" Being of a committed, conscientious, and disciplined disposition, the young woman quickly got fully involved in the job she loves. In 2001, she took over the management of the firm alongside her husband. The family firm is still growing and now boasts 4 partners and 27 employees.

But Françoise has always been an avid learner… "In another life, I think I would have become a teacher. Besides, I thoroughly enjoyed teaching accounting, and I still love giving training courses".

Her life-long tendency to get involved brought her, in 1999, to join the FCE (women CEOs) of Cannes. "Naturally, as any self-respecting chartered accountant, I was quickly named treasurer of the association!" It was also during this period that the Caisses d'Epargne were turning to a cooperative model and were looking for administrators… Françoise was interviewed, and she ticked all the boxes.

BANKING TEACHING

She decided to take a chance. On the 1st of January 2000, she joined the Société Locale d'Epargne in Cannes as a member of the Board of Directors. She was then elected to sit on the Oversight and Monitoring Committee. Before taking another gigantic step and becoming its chairwomanship in 2015, Françoise Lemalle had but one demand: to train towards a new set of skills, in particular by following the IFA cycle (French Institute of Administrators) at Sciences-Po for six months, "because the political side of being in a representative's role and sitting on an oversight board has to be learnt".

So, what did she learn about her new tasks? "I was completely enthralled, for a number of reasons… and not only the number crunching! It is primarily about being totally committed to the economic and societal development of the territory. It is also a mission that offers the chance of meeting new people from very different walks of life".

And the second mandate? "It was self-evident" and represents a welcome continuity in her efforts to write a new page of the history of CECAZ. She feels her role as a chartered accountant is not that different than that of a communicator: "you must have digital skills, know how to be attentive, understanding, and also be appealing to clients and to employees, all in order to promote the company, its proper practices and its image!"

Indiscrétions

Son mantra ?
« Rien ne se fait sans passion »

Une rencontre ?
« Je suis très « fleur bleue » : j'ai eu l'occasion de discuter quelques minutes avec Patrick Bruel, j'adorerais maintenant rencontrer une autre idole… Sophie Marceau ! »

Des loisirs ?
« Pas de sport ! Des pratiques plutôt artistiques : dessin, mandalas… »

Her philosophy?
"Never do anything without passion"

An encounter?
"I'm very sentimental: I was fortunate to be able to chat with Patrick Bruel for a few minutes. Now, I'd love to meet another idol of mine… Sophie Marceau!"

Any hobbies?
"No sports! I prefer artistic pursuits: sketching, mandalas…"

CAISSE D'EPARGNE Côte d'Azur

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

Françoise LEMALLE

CAISSE D'EPARGNE COTE D'AZUR

« Il faut être digital, savoir écouter, comprendre, être aussi dans une forme de séduction avec ses clients comme avec ses collaborateurs pour savoir rendre attractive l'entreprise, ses bonnes pratiques, son image ! »

Jessica BARBOTTO

FW BARBOTTO

“Le métier et l’entreprise ont beaucoup changé : de 20, nous sommes passés à 50 autocars… Entre mon père et moi, il y a une génération d’écart : il me transmet son expérience, je lui partage en retour ce que j’ai appris”

JESSICA BARBOTTO DIRECTRICE GENERALE **GROUPE FW BARBOTTO**

LE SENS DU SERVICE

« C'est dans notre ADN : tout ce que l'on entreprend dans la famille, c'est au service de nos clients ! » résume Jessica Barbotto, actuelle directrice générale du groupe éponyme, composé d'entreprises de transport, de voyage, de restauration, d'événementiel et très bientôt d'hébergement.

En 1929, la famille de Jessica, originaire de Saint-Martin du Var, lançait TANP (Transports Automobiles Nice Plan du Var), un service assurant des lignes d'autocars régulières et scolaires, entre Nice et l'arrière-pays, suivi par STVE en 1957, pour desservir la Vallée de l'Estéron. Les deux entreprises, aujourd'hui fleurons de la holding FW Barbotto, assurent aussi des prestations de transport à la demande auprès d'opérateurs privés.
Mais si Jessica a toujours baigné dans cet environnement, sa vraie passion, la restauration, l'amène à une première carrière au sein de belles maisons, comme le Belles Rives de Juan-les-Pins ou la Réserve de Beaulieu-sur-Mer. S'installer à son compte ? Pour cette fille et petite-fille d'entrepreneurs, c'est une évidence qu'elle concrétise finalement en 2019.
Thierry, le papa, l'aide et la conseille. « Il attendait aussi que je m'engage dans le groupe. Je l'ai fait en toute logique, même si au départ, je n'étais pas très attirée par le monde du transport ... ». Mais Jessica n'a pas pour habitude de se laisser dépasser par les difficultés : le défi lui plait.
Pragmatique, enthousiaste, elle travaille ardemment tous ses dossiers : « J'avais besoin de mieux connaître l'entreprise. J'avais perdu du temps... J'adore maitriser mon sujet ! ». Dans le même temps, elle ouvre donc le restaurant de ses rêves à Nice, Le Clin d'œil, 2 rue Chauvain, autour de son amour du bon produit et la découverte de petites pépites œnologiques.

TOUCHE FÉMININE ET PROJETS

Commence la mise en place d'un emploi du temps millimétré, de 7 h 30 à 23 h, qui la voit passer matinées et après-midis au bureau, services du midi et du soir au restaurant ! Sous son impulsion, la transition familiale se prépare et les activités se diversifient. « Le métier et l'entreprise ont beaucoup changé : de 20, nous sommes passés à 50 autocars... Entre mon père et moi, il y a une génération d'écart : il me transmet son expérience, je lui partage en retour ce que j'ai appris ».

Avec sa sœur, Laurie, d'un an sa cadette, et son plus jeune frère, Thomas, Jessica écrit la suite de l'histoire familiale en y ajoutant une touche féminine. Heaven Travel, agence de voyage, entre dans le giron du groupe en 2020 et plus récemment, une activité autour du spectacle vivant et de l'Evénementiel via son entité Something Supplies. La dernière acquisition du groupe ? Une bastide du 18e siècle, en rénovation à Bargemon, la « perle du Haut Var » qu'il sera possible de privatiser pour mettre en place événements personnels ou professionnels dès 2023.
Pour accompagner ce développement, l'heure est aujourd'hui au recrutement sur toutes les activités. « Plus qu'un diplôme, nous recherchons un état d'esprit et trois valeurs : travail, motivation et bienveillance ».
En attendant, conforme au nom du groupe composé de l'acronyme FW, pour « Feeling Working », la famille poursuit son trajet entrepreneurial, dans la passion du travail bien fait.

> « l'heure est aujourd'hui au recrutement sur toutes les activités. « Plus qu'un diplôme, nous recherchons un état d'esprit et trois valeurs : travail, motivation et bienveillance ».

Indiscrétions

Vacances rêvées ?
« Téléphone coupé, je me laisse guider, je ne prends aucune décision ! Mais j'arrive à me sentir en vacances pendant... une seule journée ! »

Sur une île déserte, elle emmène...
... « Mon chéri ! »

Famille mélomane
Thierry Barbotto est batteur, ses enfants pratiquent tous un instrument ou sont accros à la musique !

A dream holiday?
"I disconnect my phone, let myself by guided, and don't take any decisions! But I can feel as if I'm on holiday... even if it's just for one day!"

On a desert island, she brings...
... "My sweetheart!"

A music loving family
Thierry Barbotto is a drummer, and all his children are avid musicians or music lovers!

www.groupefw-barbotto.com

A sense of service *- "It's in our DNA: everything we undertake in our family is at the service of our clients!", says Jessica Barbotto. She is the current manager of the group that bears her family name, which includes transport companies, travel agents, restaurants, event hosting facilities, and, in a near future, hotel-like structures.*

In 1929, Jessica's family, originally from Saint-Martin du Var, launched TANP (Transports Automobiles Nice Plan du Var), providing a public and school bus service between Nice and the backcountry, followed by STVE in 1957, which connects to the Vallée de l'Estéron. Both companies, now flagships of the FW Barbotto holding, have since evolved to provide transport services to private operators.
Although Jessica has lived her life in this environment, her true passion, cuisine, initially brought her to start a career in the finest establishments, such as Belles Rives at Juan-les-Pins, or the Réserve at Beaulieu-sur-Mer. Did she ever feel like opening her own business? As a daughter and granddaughter of entrepreneurs, it seemed like an obvious path, on which she finally embarked in 2019.
Her Dad, Thierry, helps and advises her. "He was expecting me to join the group. I did so quite naturally, even if, initially, I was not all that attracted by the world of transport...". But Jessica, not being the kind of girl to let difficulties defeat her, rose to the challenge.
With pragmatism and enthusiasm, she started to work assiduously on all her projects: "I needed to get to know all the inner workings of the company. I had wasted time... and I love mastering my subject!". At the same time, she opened her dream restaurant in Nice, Le Clin d'œil, 2 rue Chauvain, focusing on her love of delicious produce and fine wines.

A WOMAN'S TOUCH AND PROJECTS

She then had to implement an extremely tight schedule, from 7.30am to 11pm; she spent her mornings and afternoons at the office and rushed to the restaurant for the lunch and dinner shifts! Under her impetus, the family started to transition the business towards other a more diverse range of activities. "The job and the company have changed a lot: we have gone from 20 to 50 coaches... There is a generation between my father and me. He shares his experience, and I tell him what I've learnt".

With her sister, Laurie, who is just one year younger, and her younger brother, Thomas, Jessica is continuing to write the family story, to which she is adding a feminine touch. Heaven Travel, a travel agency, was incorporated into the group in 2020, and more recently, an activity focusing on live shows and events was integrated through its own entity, Something Supplies. What is the group's latest acquisition? A 18th century bastide, currently being renovated in Bargemon, and dubbed the "pearl of the Haut Var", which will be the venue for private and professional events starting in 2023.
To accompany this development, the time has come to recruit staff in all their areas of activity. "Rather than a diploma, we are looking for a state of mind and three core values: hard work, motivation, and kindness".
In the meantime, staying true to the name of the group, which includes the acronym FW standing for "Feeling Working", the family is pursuing its entrepreneurial aspirations, driven by a passion for work well done.

EMMANUELLE KLEIN INFOGRAPHISTE **GROUPE IPPOLITO**

IMAGE DE MARQUES

Autour de ses quatre branches d'activités, le groupe Ippolito, créé il y a bientôt 55 ans à Villeneuve-Loubet, s'est très largement déployé bien au-delà des frontières de la région PACA mais surtout de ses activités historiques liées aux véhicules industriels. Pour mettre en lumière les développements de cette saga économique à succès, Emmanuelle Klein, infographiste, porte haut les couleurs du groupe en travaillant sur toute la palette de ses marques.

***Brand image** - With its four business lines, the Ippolito Group, created nearly 55 years ago at Villeneuve-Loubet, has extended its scope beyond the boundaries of the PACA region, and has evolved from its original activities relating to industrial vehicles. To shine a light on the developments that have marked the different stages of this economic success story, Emmanuelle Klein, a graphic designer, works on all of its brands to promote the group's shining image.*

Lorsqu'elle intègre le groupe il y a 4 ans, Emmanuelle Klein assiste à la nouvelle diversification insufflée par la troisième génération de la famille Ippolito, qui crée distinctement plusieurs pôles : Automobile, Industriel, Tourisme et Immobilier. Avec une croissance annuelle soutenue, le groupe étend son périmètre d'influence, avec des activités dans tous les départements de la région PACA ainsi qu'en Auvergne Rhône-Alpes.

Autour des valeurs chères à l'entreprise, les « 3P » de Pérennité, Proximité et Performance, le département marketing et communication s'attache à créer une identité forte pour chacun des pôles, composés eux-mêmes d'activités et d'entreprises très différentes. La palette est large : l'on retrouvera par exemple dans le pôle Tourisme aussi bien une plage privée, un restaurant d'altitude qu'un domaine viticole qui propose une activité d'hébergement.

DIVERSITÉ D'ACTIVITÉS, UNITÉ DE STYLE

Emmanuelle peut donc laisser libre court à sa créativité, dans le respect d'une certaine homogénéité de style, en lien avec la stratégie de communication définie pour le groupe. « Seule infographiste, j'ai la charge de toute l'identité visuelle du groupe et de ses multiples entreprises. Logos, chartes graphiques, flyers, stickage de véhicules… Le choix est vaste ! Ainsi, tout récemment, je suis passée de la création du logo du restaurant Le Blanchon, à Auron, à celui de la casse automobile Auto Choc, reprise et entièrement restructurée par le groupe autour de l'économie circulaire ».

> « J'ai la charge de toute l'identité visuelle du groupe et de ses multiples entreprises. Logos, chartes graphiques, flyers, stickage de véhicules… Le choix est vaste ! »

Depuis toujours, la jeune femme travaille son inspiration : adolescente, elle réalisait déjà des montages photos de ses artistes préférés publiés sur des blogs de sa création ! « Ma voie était toute tracée… » Elle obtient en 2015 à l'Université de Toulon, un DUT Métiers du Multimédia et de l'Internet, spécialité Infographie.
Après une première expérience dans la personnalisation d'objets publicitaires à Nice, elle rejoint la cellule Communication et marketing d'Ippolito, qui compte aujourd'hui 5 éléments et où elle apprécie chaque jour de découvrir le fruit de son travail, souvent en grand format, sur les enseignes, les camions, dans les médias : « C'est une vraie fierté de porter l'image du groupe. C'est aussi une grande responsabilité que l'on me confie… », sourit Emmanuelle, dont le travail aurait peut-être connu moins de succès… si comme un temps envisagé, elle avait embrassé une carrière militaire dans l'armée de l'air !

www.azur-trucks.fr

Indiscrétions

Militaire…
Emmanuelle passe plusieurs jours par an sur base pour valider son statut de Réserviste de l'armée.

…Pâtissière…
« Une autre passion, que je tiens de mon papa dont c'est le métier ! »

…Jenifer !
« Je suis très fan de la chanteuse ! Mais plus généralement de musique et de concerts : après Christophe Maé à Monaco, c'est Ed Sheeran au Stade de France »

Soldier…
Emmanuelle spends a few days per year on a base to keep her status as army reserve.

Pastry maker…
Another passion of mine, which I have inherited from my dad, who is a professional pastry chef!

…Jenifer!
I'm a great fan of the singer! But more broadly, I'm a fan of music and concerts: after Christophe Maé in Monaco, it'll be Ed Sheeran at the Stade de France

When she joined the group some four years ago, Emmanuelle Klein took part in a new wave of diversification driven by the third generation of the Ippolito family, creating several different business lines: Automotive, Industrial, Tourism, and Real Estate. Carried by sustained yearly growth, the group is increasing its area of influence, with activities in all departments of the PACA region, and in the Auvergne and Rhône-Alpes departments.
Building on the values that are dear to the company - the 3Ps, for Permanence, Proximity and Performance - the marketing and communication department wants to create a strong identity for each line of business, which are individually made up of very different activities and companies. The scope is wide: for instance, the Tourism activity includes a private beach, a mountain restaurant, and a winemaking estate where guests can come to stay.

DIFFERENT ACTIVITIES, UNITY OF STYLE

Emmanuelle can therefore give free rein to her creativity, although she is required to adhere to certain guidelines in terms of style, reflecting the communication strategy defined for the group. "As the only graphic designer, I was in charge of coming up with the visual identity of the entire group and its many entities. Logos, graphic design guidelines, flyers, branding of vehicles… The choice is wide! Quite recently, I went from designing the logo of Le Blanchon restaurant in Auron, to designing that of the AutoChoc car scrapyard, which has been acquired by the group and restructured according to a circular economy model".

As always, the young woman follows her inspiration: as a teenager, she was already creating montages of photos of her favourite artists and publishing them on her own blogs! "I knew then where my career would lead me…" In 2015 she graduated from the University of Toulon with a DUT in Multimedia and Internet, specialising in graphic design.
Having had an initial professional experience customising advertising items in Nice, she went on to join Ippolito's Communication and Marketing cell, which now boasts five members, and where she enjoys bringing her work to life, generally on a big format, on billboards, lorries, and in the media: "It is a source of absolute pride to carry the group's image. It is also a great responsibility…" Emmanuelle says with a smile. Her career could have gone quite differently, as she was once toying with the idea of joining the air force!

Emmanuelle KLEIN

GROUPE IPPOLITO

> « C'est une vraie fierté de porter l'image du groupe. C'est aussi une grande responsabilité que l'on me confie »

Céline LUDWIG

ALU SERVICES MIROITERIE

« Nous prenons les décisions à deux. Je sais tempérer l'optimisme débordant de Sébastien, il sait me mettre en confiance dans mes choix. »

CÉLINE LUDWIG CODIRIGEANTE **ALU SERVICES MIROITERIE**

VAINQUEURS EN DOUBLE

Avec son mari Sébastien, Céline Ludwig dirige Alu Services Miroiterie, belle PME spécialisée dans la vente, l'installation de produits de fermetures du bâtiment et comme son nom l'indique, le travail de la miroiterie. Une histoire d'entrepreneuriat voulue et vécue à deux, pour un couple très complémentaire dans le match de la vie, qu'ils mènent en double.

Leur histoire a pour point cardinal Villeneuve-Loubet. Céline, lorsqu'elle rencontre Sébastien, c'est au collège de cette ville, qu'ils habitent encore aujourd'hui et où leur fille est maintenant scolarisée... Pour la jeune femme, ces signes ne trompent pas et elle aime s'y rattacher pour dérouler le fil de son histoire, amoureuse comme professionnelle.
Les jeunes tourtereaux, après l'obtention de leur bac, s'orientent ensemble, au sein du même établissement et dans la même formation de BTS Commerce ! « Nous avions 18 ans et on s'est très rapidement installés ensemble ! » confie Céline.
Sébastien affirme sa fibre commerciale, qu'il travaillera tout au long de son parcours professionnel, de la vente de décodeurs TV jusqu'à celle des fenêtres en passant par la commercialisation de vin. Céline se plait plutôt dans la gestion, la comptabilité et le travail administratif en entreprise. Elle passera pourtant par la vente, chez un revendeur informatique. Mais l'un comme l'autre nourrit au fil des années, le rêve de travailler ensemble... Et à l'approche de la quarantaine, le projet se précise.

En la matière, on pourrait dire que peu importe le flacon, seule l'ivresse d'entreprendre compte : « Dans notre recherche, nous nous sommes aussi bien penchés sur le projet de reprise d'un camping que sur celui d'un restaurant... ! ». Il y a 3 ans, par le plus grand des hasards, Sébastien rencontre un ancien client proche de la retraite, affairé à vendre son entreprise artisanale. « Les planètes étaient alignées. Il connaissait bien ce secteur d'activité, l'entreprise était saine, et ce qui ne gâche rien, située à côté de chez nous ! ».

EQUILIBRE DES FORCES

Le couple d'entrepreneurs se décide en quelques jours. Alu Services Miroiterie est, dans un premier temps, reprise par Céline et Sébastien autour de deux employés. En un peu plus de 30 ans, l'entreprise a développé son savoir-faire dans la vente et l'installation de produits de fermeture du bâtiment (portes, portails, fenêtres en alu, pvc, bois, volets...) mais aussi dans l'expertise de la miroiterie : découpe, façonnage, pose de vitres et panneaux de verre de tout type.
Un choix éclairé : Céline et Sébastien voulaient absolument travailler dans un domaine artisanal où subsiste un savoir-faire, que l'on peut difficilement « uberiser ». Avec Alu Services Miroiterie, la complémentarité joue à plein : à Sébastien le commercial et la promotion de l'entreprise dans l'écosystème local, à Céline l'organisation administrative, la gestion, la comptabilité et le volet des ressources humaines. Passée d'un effectif de 2 à 7 personnes, appelé encore à se renforcer à la rentrée, l'entreprise connait un beau développement, qu'il est important pour le couple de mener de façon équilibrée : « Nous prenons les décisions à deux. Je sais tempérer son optimisme débordant, il sait me mettre en confiance dans mes choix. Je n'aurais jamais repris une entreprise seule... Mais je n'ai aucun problème pour me lancer quand je sens que Sébastien m'épaule ! ». Et pour remporter la victoire, en double !

Winning couple *- With her husband Sébastien, Céline Ludwig manages Alu Services Miroiterie, a fantastic medium-sized company that specialises in the sale and installation of doors and glazing for buildings. They embarked on this great entrepreneurial adventure as a couple, bringing complementary skills to the table.*

Their story started in Villeneuve-Loubet, for it was at school in that town that Céline met Sébastien. They still live there today, and in fact their daughter attends the very same school... Back then, all the signs were very clear to Céline, who is very fond of Villeneuve-Loubet. This is where she unfurls the thread of her professional and romantic story.
The young couple, as soon as they graduated, studied together towards a BTS in business at the same institution. "We were 18 and quickly moved in together!" Céline tells us. Sébastien confirmed his talent as a salesman, which he has been honing throughout his professional life, selling anything from TV decoders to windows, with a stint in the wine industry. Céline excelled at management, accounting, and corporate administrative work. But she then transitioned towards a role in sales at an IT company. Both harboured the ambition of working together, and their dream grew over the years... Approaching the age of 40, the project came one step closer to reality.

It doesn't matter what gets you there, only the spirit of entrepreneurship counts: "In our quest, we examined the project of acquiring a camping site, and even a restaurant!". Three years ago, by extraordinary chance, Sébastien ran into a former client of his who was nearing retirement and trying to sell his business. "The stars were aligned. He knew the field well, the company was a healthy one, and as a cherry on the cake, it wasn't far from where we live".

BALANCE OF FORCES

The entrepreneurial couple came to their decision in just a few days. Alu Services Miroiterie was acquired by Céline and Sébastien, and the company's two employees were allowed to stay on. In a little more than 30 years, the company had grown its business of selling and installing access products for buildings (doors, gates, and aluminium-, PVC-, and wood-framed windows, blinds...) and of everything that relates to glazing: cutting, preparing, and installing windows and glass panels of all types.
An enlightened choice: Céline and Sébastien really wanted to work in a business where specialised manual skills are required, something that cannot easily fall into the gig economy. With Alu Services Miroiterie, it is all about the couple's complementarity: Sébastien is in charge of sales and promoting the company in the local ecosystem, whereas Céline is in charge of the administrative organisation, accounting and human resources. Having gone from two to seven employees, with more recruits planned for later this year, the company is undergoing spectacular growth, which the couple is committed to managing in a balanced manner: "We make our decisions as a couple. I know how to rein in my overflowing optimism, and he knows how to get me to believe in my choices. I would never have acquired a company alone... But I have no problem going for it when I know that Sébastien has my back!". And they are truly a winning couple.

Indiscrétions

Dernière folie ?
« Un petit bateau, pour prendre le large et décompresser ! »

La vie est belle !
« A 15 ans, un très grave accident de la circulation m'a fait me construire en relativisant les problèmes et en apprenant à apprécier la vie -je crois- à sa juste valeur ».

Un rêve dans quelques années ?
« Tout plaquer et partir vivre à l'ombre des cocotiers... Si je m'ennuie, j'ouvrirais peut-être un snack de plage ! »

Latest treat?
"A small boat, to sale out to sea and relax!"

Life is beautiful!
"When I was 15, I was involved in a terrible accident and since I have always put problems into perspective, learning what constitutes a life worth living".

A dream in a few years' time
"Leaving it all behind and going to live on a sunny beach... If I get bored, I might open a beach bar! "

ALU SERVICES MIROITERIE

407 chemin des Prés - 06410 Biot
04 93 65 18 00
www.aluservicesmiroiterie06.com

FLORIANE GILARDONI RESPONSABLE DE COMMUNICATION **SII**

PARTIE STRATÉGIQUE

En 2019, Floriane Gilardoni prend en charge la communication interne et externe des agences méditerranéennes de SII. Pour cette fan de jeux vidéo, la partie s'appuie sur un gameplay séduisant : un réseau de com interne à construire et animer, une mutualisation de certains moyens de communication à mettre en place pour faire partager les succès de l'ESN au plus grand nombre.

En 2021, SII se distinguait en obtenant à nouveau la labellisation « Great Place To Work© », à la 1ère place des entreprises de plus de 2500 salariés. Floriane Gilardoni, titulaire d'un Master en Stratégie de Communication, a débuté sa carrière chez SAP à Sophia Antipolis. Ses loisirs et notamment sa passion pour les jeux vidéo (elle dirigeait sa propre Guilde sur World of Warcraft !) ont su -entre autres critères et qualités, retenir l'intérêt des recruteurs de SII : « A bien y réfléchir, ce passe-temps m'aura par exemple permis de faire du recrutement de joueurs, mener des entretiens d'analyse de performance et même de tenir une comptabilité : au-delà du ludique, une vraie petite école de l'entreprise ! »

La partie à mener chez SII se prépare sur le long terme. Pour Floriane, la communication interne est un axe majeur de la qualité de vie au travail et permet de l'évaluer. Dans une ESN (Entreprise de Services du Numérique, NDLR) comme SII, dont la vertu première est d'aider les entreprises de toute taille à intégrer dans leurs projets les nouvelles technologies et le management de l'innovation, les collaborateurs travaillent principalement en externe chez leurs clients. « D'où la nécessité d'uniformiser et structurer la communication car il existe beaucoup de canaux : plusieurs mails par collaborateurs, une messagerie interne... Dans ce contexte, l'information doit circuler dans les deux sens et de manière transverse, entre collaborateurs et agences ». En parallèle, un travail sur le réseau Linkedin sera mené avec les consultants de SII. Compréhension de l'algorithme, stratégie et outils de création de contenu : les enjeux serviront les objectifs de recrutement, sur un marché tendu.

MUTUALISER LES BONNES PRATIQUES

Une mutualisation des moyens s'organise : Floriane a désormais en charge la com pour les agences de Strasbourg et Rhône-Alpes, pour dupliquer et unifier certaines actions. Avec pour objectif de fédérer les collaborateurs autour des succès et initiatives de l'ensemble des agences du groupe, sa mission consiste également à proposer des actions événementielles ciblées : « il ressort un intérêt marqué de nos collaborateurs pour une plus grand variété de formats, afterworks, déjeuners thématiques, conférences techniques, évènements sportifs et même RSE ! Par ailleurs, beaucoup souhaiteraient s'impliquer dans des causes solidaires, avec l'appui de SII. Notre Fondation, créée en 2021, peut répondre à cette volonté d'engagement ».

En vraie mordue de communication, tout est prétexte à l'analyse pour Floriane : « je ne regarde pas la télévision, sauf... les pubs. Je les consomme avec un œil critique, pour rester au fait des tendances, du ton des messages. (...) Dans ce domaine, un personnage de fiction me passionne, Don Draper, l'incroyable publiciste de l'agence Sterling Cooper Advertising, dans la série Madmen : sa créativité débordante est une motivation sans pareille ! »

Indiscrétions

Très féminine...
...Qui assume pourtant très bien ses passions connotées « garçon » : moto, voitures de sport et jeux vidéo !

Une citation ?
« De l'avocat de fiction de la série Suits, Harvey Specter : « I don't have dreams, I have goals. Now it is on to the next one.». Cela me correspond assez : je garde toujours mon objectif en ligne de mire ! »

A very feminine person
... Who has many hobbies that are associated with boys: motorbiking, car racing, and videogames!

A quote?
"By the TV lawyer from the series Suits, Harvey Specter: 'I don't have dreams, I have goals. Now it is on to the next one'. I'm like that, I always keep my goal in sight!"

www.sii.fr

The strategic part *- In 2019, Floriane Gilardoni was put in charge of internal and external communications for the Mediterranean agencies of SII. For a fan of videogames, this challenge offered an appealing gameplay: an internal communications network to build and manage and pooling different communication means to share the successes of this digital consultancy firm with a wide audience.*

In 2021, SII achieved great distinction by obtaining, once again, the "Great Place To Work©" certificate, reaching the top of the rankings for companies with more than 2'500 employees.
Floriane Gilardoni holds a master's degree in communication strategy and started her career with SAP at Sophie Antipolis. Her choice of leisure activities and, in particular, her love for videogames (she headed her own guild in World of Warcraft!) along with her many other qualities, aroused the interest of SII recruiters. "When I think about it, my hobby allowed me to recruit players, conduct performance analysis interviews, and even handle accounting: beyond the fun of it, it is a corporate education of sorts!"

The game that is being played at SII has long been in the works. For Floriane, internal communications is a major factor in improving and assessing the quality of life at work. In any digital consultancy firm, such as SII, whose first purpose is to help companies of all sizes integrate new technologies and innovation management in their projects, employees work externally, at the clients' facilities. "Which is why it is important to homogenise and organise communications, as there are multiple channels: several emails for each employee, internal messaging... In this context, information must travel in both directions and in a crosscutting manner, shared between employees and agencies". In parallel, significant work will go into the LinkedIn network with SII consultants. Understanding the algorithm, the strategy, and the content creation tools: these various challenges will inform our hiring goals, in a stressed market.

POOLING PROPER PRACTICES

Significant means are being pooled: Floriane is now in charge of communications for the Strasbourg and Rhône-Alpes agencies, tasked with duplicating and unifying certain actions. The purpose is to bring all the employees together around the successes and initiatives of all the group's agencies, and her mission is also to propose targeted event actions: "it has revealed that our employees are interested in a wider range of formats, afterwork events, themed lunches, technical conferences, sporting events, and even CSR! Besides, many would like to get involved in humanitarian and social causes, with the support of SII. Our Foundation, created in 2021, reflects our commitment on that front".

As a communications specialist, everything is an excuse for analysis for Floriane: "I never watch television... except for the adverts. I watch them with a critical mind, to stay up to date with trends, and the messaging tone. (...) In this field, there is a fictional character I find extremely interesting, and that is Don Draper, the amazing advertiser working for Sterling Cooper Advertising, in the series Madmen: his boundless creativity is like no other source of motivation!"

Floriane GILARDONI

SII

« Une mutualisation des moyens s'organise : Floriane a désormais en charge la com pour les agences de Strasbourg et Rhône-Alpes »

Natalia KONDRATENKO

PSYCHOLOGUE

“Nous pouvons vraiment reprogrammer notre façon de penser, repartir d’une feuille blanche. J’en suis la preuve, je suis souvent partie de zéro pour me construire !”

NATALIA KONDRATENKO PSYCHOLOGUE

UNE GUIDE POUR TOUT CHANGER

Diplômée de psychologie, spécialiste de Programmation Neuro-Linguistique, Natalia Kondratenko vous propose de changer de vie avec enthousiasme et détermination. Pas de magie ou d'art divinatoire derrière son travail, mais une riche expérience personnelle et un parcours de formation qu'elle met à profit pour reprogrammer votre vie selon les propres atouts de votre jeu.

A guide for a complete overhaul *- With a diploma in psychology and a specialisation in Neuro-Linguistic Programming, Natalia Kondratenko proposes to change your life, with enthusiasm and determination. There is no magic or method of divination underlying her work, but rather a rich personal experience and extensive training, which she relies upon to reshuffle your life's deck so that you can play your best cards.*

Née au Kazakhstan d'un papa militaire et d'une maman biologiste, Natalia a beaucoup voyagé au gré des affectations de son père, d'Allemagne de l'Est à la Biélorussie, pour découvrir Paris à 16 ans : « Un coup de foudre ! » Très intéressée par la psychologie, elle s'orientera pourtant dans un premier temps vers une carrière bancaire, sans grande conviction mais pour rassurer son père… Ce sera ensuite la mode, une autre passion, au service de la vente de grandes maisons comme Yves Saint Laurent.

La jeune femme constate déjà, dans l'acte d'achat de vêtements, des mécanismes et ressorts psychologiques très marqués… Et c'est là qu'elle se met vraiment à l'écoute de ses désirs et ambitions. « J'ai compris que je devais persévérer dans cette voie… » Natalia poursuit donc des études de psychologie et installée entretemps sur la Côte d'Azur, les complète par un certificat en PNL (Programmation Neuro-Linguistique), une approche non directive, orientée sur les solutions à trouver en chacun de nous pour déceler les changements que l'on souhaite apporter à notre vie. « Nous pouvons vraiment reprogrammer notre façon de penser, repartir d'une feuille blanche. J'en suis la preuve, je suis souvent partie de zéro pour me construire ! »

She was born in Kazakhstan to a military father and a biologist mother. In her youth, Natalia travelled extensively, following her dad's postings, in Eastern Germany and Belarus, before arriving in Paris at the age of 16: "It was love at first sight!" Despite a keen interest for psychology, she initially started in banking, in an unenthusiastic effort to reassure her father… Later, she turned to the world of fashion, another of her passions, working in the sales department of the greatest designers, such as Yves Saint Laurent.

But she soon began noticing that the act of buying clothes was driven by very marked psychological processes… Which led her to start paying attention to her own wants and ambitions. "I understood that it was a path I had to follow…" Natalia started psychology studies and, having moved to the French Riviera, continued with degree in NLP (Neuro-Linguistic Programming), an open approach that is designed to help patients find solutions within themselves and identify the changes they want to make in their lives. "It is entirely possible to reprogram our way of thinking, and to start over with a clean slate. I am living proof of this, as I have often started again from scratch and built myself up!"

PAS DE MAGIE, DU SOUTIEN

Toutefois, Natalia prévient d'emblée : nous ne sommes pas en présence d'une cartomancienne ou d'une voyante ! Et même si elle utilise, dans l'approche de son travail, les cartes métaphoriques (crées et éditées par le psychologue allemand Moritz Egetmeyer), Natalia se propose par cette méthode de visualisation et d'association d'idées, de vous faire entrevoir vos propres atouts dans votre quête de renouveau. Elle le répète : elle est une guide, un soutien, dans vos relations personnelles, dans vos affaires ou dans une situation ponctuelle à éclaircir ou à résoudre. « Je ne prends pas de décision à votre place ! »

Nourrie de son expérience et par le bouche-à-oreille qui vante le bien-fondé de sa méthode d'écoute et de coaching, Natalia consulte beaucoup en visioconférence, une méthode qu'elle utilise d'ailleurs aujourd'hui bénévolement dans le contexte de la guerre en Ukraine. Une à plusieurs fois par jour, elle -qui parle entre autres langues le russe- réconforte et écoute les victimes de la guerre de ce pays qu'elle connaît bien : ses grands-parents étaient ukrainiens. Une façon pour elle d'apporter du renouveau et de la bienveillance dans la tête de celles et ceux qu'elle sait écouter aussi par-delà les frontières.

NO MAGIC, JUST SUPPORT

However, Natalia warns us that she is not a card reader or a soothsayer! True, in her line of work, she uses metaphorical cards (created and edited by the German psychologist, Moritz Egetmeyer), but Natalia also relies on visualisation techniques and free association to help people in search of existential renewal to find their own assets. She doesn't tire of explaining that she serves as a guide and a support in your personal relations, in your work, or in a one-off situation that requires understanding or solving. "I'm not here to decide for you!"

Word of mouth helped promote her experience and the soundness of her method, which is based on listening skills and life coaching, and now Natalia does a lot of her work through videoconferencing and is volunteering to help victims of the war in Ukraine. Once or several times a day, as a speaker of many languages including Russian, she comforts and listens to the victims of the war in a country she knows well, as her grandparents were Ukrainian. It is her way of providing hope and kindness to those she listens to, even if they are miles away.

> “Natalia est une guide, un soutien, dans vos relations personnelles, dans vos affaires ou dans une situation ponctuelle à éclaircir ou à résoudre.”

www.nataliakondratenko.com

Indiscrétions

Sa bulle de décompression ?
« Je marche, toujours seule, souvent en musique, au moins une fois par jour, en forêt ou au contact de la nature »

Le repas idéal impossible ?
« J'aurais aimé me retrouver à table avec des grands noms de la discipline comme Erickson, Freud ou des contemporains de la PNL comme Joe Dispenza : des discussions passionnantes en perspective ! »

Son projet ?
« Par étapes… Un tour du monde ! J'ai déjà commencé par la France et toutes ses belles régions ! »

How does she manage to let go?
"I walk, always alone, sometimes with music, at least once a day, in the forest or somewhere that brings me into contact with nature"

An impossible ideal meal?
"I would've loved to enjoy a meal in the company of some of the great names of my profession, such as Erickson or Freud, or the contemporaries of NLP, such as Joe Dispenza: what interesting conversations we would have!"

Her project?
"Travelling around the world, in steps! I've started with France and its beautiful regions!"

MARIE-CHRISTINE COUETTE DIRECTRICE GÉNÉRALE **MADE IN COTE D'AZUR**

MADE IN CÔTE D'AZUR, ACTE 1 : MARIE-CHRISTINE

En créant Made In Côte d'Azur, son agence événementielle, Marie-Christine Couette n'a eu de cesse de mettre en scène la vie professionnelle de ses clients, à travers des moments extraordinaires, nés d'une énergie et d'une imagination débordantes ! Une marque de fabrique qu'elle distille autour d'elle depuis près de 15 ans et qu'elle transmet plus particulièrement aujourd'hui à sa fille Manon, à ses côtés depuis six ans.

Since she created Made In Côte d'Azur, her event agency, Marie-Christine Couette has been working tirelessly to shine a celebratory light on her clients' professional activities, organising extraordinary moments born from her boundless energy and imagination! Energy and imagination are indeed her marking features, as seen in her work for the past 15 years. She is now sharing these qualities with her daughter, who has been working by her side for six years.

Ce don d'organiser des moments festifs, des événements marquants, Marie-Christine le tient assurément de ses parents : « En Lorraine, d'où je suis originaire, mon père dirigeait un chœur amateur. J'ai le souvenir que tous nos week-ends étaient consacrés à chanter et à préparer les événements de la troupe ! ». Avant de créer Made In Côte d'Azur, Marie-Christine s'est d'abord épanouie dans l'hôtellerie. « Mon père, séduit par la toute nouvelle formation de BTS International qui venait d'être créée, m'avait inscrite... sans m'en parler ! ». Cela se révèle toutefois une bonne expérience pour la jeune femme, qui à 20 ans, entre dans le monde de l'hôtellerie, côté ventes, en commençant comme attachée commerciale.

Une carrière qui la voit diriger les ventes d'un hôtel, puis de 3, pour finir au poste de directrice commerciale des 22 hôtels Mercure du Quart Est de la France. « Je parcourais 70.000 km par an mais c'était passionnant ! » se souvient Marie-Christine. Son parcours hôtelier l'amènera sur la Côte d'Azur en 2000, avant de choisir de créer sa propre agence événementielle, une évolution logique pour Marie-Christine, déjà habituée à prendre soin au quotidien de ses clients professionnels, des groupes venus de toute la France et du monde entier. « Nous avons déposé les statuts de Made In Côte d'Azur le jour où la Société Générale annonçait ses pertes records, fin 2008 ! Les débuts de la crise... »

Marie-Christine's gift for organising great parties and memorable events undoubtedly comes from her parents: "In Lorraine, from where I come, my father conducted an amateur choir. I remember that weekends were devoted to singing and preparing the choir's events!". Before creating Made In Côte d'Azur, Marie-Christine found professional fulfilment in the hotel industry. "My dad, who was impressed by an International BTS course that had recently been created, enrolled me... without talking to me about it!". However, the whole experience was a beneficial one for the young woman who, aged 20, started working in the hotel business, for the sales department, starting as sales representative.

In the course of her career, she headed the sales department of one hotel, then of three hotels, before becoming sales manager of the 22 Mercure hotels of eastern France. "I would travel about 70'000 km per year, but it was really interesting!" Marie-Christine remembers. Her career in the hotel industry finally brought her to the French Riviera in 2000, where she decided to create her own event agency, which seemed like a natural progression for Marie-Christine, already accustomed to taking care of her professional clients or groups from all over France and the entire world. "We filed the statutes of Made In Côte d'Azur on the very day Société Générale was reporting record losses, towards the end of 2008! The beginning of the crisis..."

150 SCÉNARIOS POLICIERS

Qu'importe, il en faut beaucoup plus pour faire vaciller Marie-Christine, toujours prête à s'investir pleinement dans les projets qu'elle dirige. Ce sont les débuts d'une belle aventure, vécue en association avec un ami, déjà organisateur d'événements sportifs. A sa création, Made In Côte d'Azur s'oriente en toute logique sur les séminaires et les événements sportifs. Une formule qui plait, mais bien vite, les demandes se diversifient et comme l'imagination des deux amis semble inépuisable, les événements rivalisent d'inventivité : « Nous avions fait fabriquer 4 « Dragon Boats » en Chine, ces grandes pirogues de course au style asiatique ! Nous avons aussi organisé des team building pour 450 personnes, lancé des rallyes de voitures, de bateaux, rien ne nous arrêtait ! » L'époque est aussi aux « Murder Parties », ces enquêtes policières grandeur nature, imaginées autour de la marque, du produit ou de l'environnement concurrentiel du client : « j'ai écrit plus de 150 histoires policières pour des entreprises qui ont adoré le concept » se souvient Marie-Christine.

En 2021, après avoir vécu la privation d'événements, les entreprises sont revenues à la charge et c'est tant mieux : Made In Côte d'Azur a réalisé l'équivalent de son C.A. annuel en quelques mois ! Bien loin de se reposer sur ses lauriers, l'agence continue toutefois de fourmiller d'idées pour rester dans la course. En juin, elle privatise le Palais des Festivals pour 2.000 salariés d'une grande banque et participera à un événement d'exception pour 2.200 personnes à l'Allianz Riviera... Et si Marie-Christine choisit de lever un peu le pied en prévoyant quelques voyages d'agrément dans les mois qui arrivent, sa fille Manon, elle, est déjà bien positionnée dans les starting-blocks de la reprise...

Indiscrétions

Quand le temps lui permet...

« ...Avec mon mari, nous sommes complètement toqués de cuisine ! A la maison, mais aussi à l'extérieur. Nos bons plans ? L'incontournable Cafetière fêlée d'Antibes, sur un autre registre, le Repère du Port de la Rague à Théoule-sur-Mer ou encore le Maëma Plage à Cannes ».

Elle aurait aussi aimé...

«...Tenir une boîte de nuit ! Je suis dingue de musique, je viens même de ressortir vinyles et platine à la maison ! »

When she has the time...

"...My husband and I are absolutely mad about fine foods! At home, but also on outings. Our recommendations? The brilliant Cafetière Fêlée in Antibes, in a completely different style, the Repère du Port de la Rague in Théoule-sur-Mer or the Maëma Plage in Cannes".

In another life she would've been...

"...Running a nightclub! I love music, and I have pulled out my old records and record player at home!"

MADE IN CÔTE D'AZUR

www.madeincotedazur.com

150 MURDER SCENARIOS

It didn't matter, and besides, it takes more than that for Marie-Christine to waver; she was fully ready, as always, to invest all her efforts in her project. It was the start of a great adventure, for which she partnered up with a friend, who was already a promoter of sporting events. When it was created, Made In Côte d'Azur's initial focus was on seminars and sporting events. The offer was appealing, but quickly, requests started coming for different kinds of events, and relying on their limitless imagination, the two partners came up with a highly original offering: "We had four 'dragon boats' made in China. They're basically large Asian-style racing canoes! We were able to organise a team building event for 450 participants; we held car rallies, regattas, nothing could stop us!" They were also hosting 'murder parties', which are full-scale murder investigations, customised to reflect the client's brand, product, or competitive environment: "I have written more than 150 police scenarios for companies as they found the concept very appealing" Marie-Christine remembers.

In 2021, having experienced a prolonged ban on events, corporations started flocking back, which is great: Made in Côte d'Azur reached its expected yearly earnings in just a few months! But, rather than resting on its laurels, the agency is coming up with many ideas to stay in the race. In June, it will host a large event for 2'000 employees of a major bank at the Palais des Festivals and will take part in another event at Allianz Riviera, for 2'200 guests... Marie-Christine will try to take things a little easier and enjoy some holiday time in the coming months, but her daughter Manon is standing ready to take over...

Marie-Christine COUETTE

MADE IN COTE D'AZUR

“ Nous avions fait fabriquer 4 « Dragon Boats » en Chine, ces grandes pirogues de course au style asiatique ! Nous avons aussi organisé des team building pour 450 personnes, lancé des rallyes de voitures, de bateaux, rien ne nous arrête ! ”

Manon COUETTE

MADE IN COTE D'AZUR

> « Je suis intimement persuadée que le genre de projets que nous imaginons pour nos clients, sont tout simplement les moteurs, les catalyseurs du temps qu'ils passent ensemble tout le reste de l'année »

MANON COUETTE RESPONSABLE CLIENTELE MADE IN COTE D'AZUR

MADE IN CÔTE D'AZUR, MANON, LA RELÈVE

En grandissant auprès de Marie-Christine, organisatrice hors pair d'événements hors-norme, il était logique que Manon Couette participe tôt ou tard aux moments clés de la vie de l'entreprise cocréée par sa maman. Entrée chez Made in Côte d'Azur en 2016, son rôle s'y est affirmé au fil d'une histoire devenue passionnelle pour la mise en scène d'événements exceptionnels.

Growing up with Marie-Christine, a fabulous organiser of fabulous events, it was quite natural for Manon Couette to take part in the key moments of the life of the company cofounded by her mother. She went on to join the company back in 2016, and her role has grown as she learnt the intricacies of staging exceptional events.

« Adolescente, je donnais souvent un coup de main à fabriquer les badges, j'aidais à mon niveau quand il y avait des urgences, des imprévus », sourit-elle à l'évocation de ses jeunes années. Aujourd'hui, Manon est à la manœuvre comme responsable clientèle au sein de Made In Côte d'Azur, bien loin de n'être que la « fille de » Marie-Christine. « D'ailleurs, je l'appelle uniquement par son prénom, comme tout le monde ici ! ». L'activité de l'agence se compose pour moitié de Team buildings, de près de 30 % de séminaires et de 20 % de soirées événementielles. La crise sanitaire a très vite montré les limites du virtuel dans la vie des entreprises et redonné à l'événementiel un rôle social de premier plan : « Je suis intimement persuadée que le genre de projets que nous imaginons pour nos clients, sont tout simplement les moteurs, les catalyseurs du temps qu'ils passent ensemble tout le reste de l'année », analyse Manon. Avant de prendre en charge les projets de clients de l'agence et de coordonner les événements sur le terrain, Manon n'a pourtant pas toujours eu la fibre événementielle. « Je voulais absolument travailler dans le management du luxe, un secteur d'activité qui ne souffre pas l'à peu-près, un domaine très exigeant, qui correspondait bien à l'idée que je me faisais du service et du monde de l'entreprise ». Mais des problèmes de santé court-circuitent ses projets. Elle opte alors pour un BTS Management des Unités Commerciales et se forme en alternance chez Made In Côte d'Azur.

TROUVER SES MARQUES DANS LE TRAVAIL EN ÉQUIPE

D'emblée, son fort tempérament fait des étincelles avec celui, tout aussi bouillonnant de Marie-Christine, mais Manon trouve vite ses marques dans un univers événementiel qui symbolise à lui seul la notion de travail de groupe : « un projet nait, éclot, se transforme dans la continuité de dizaines de discussions et de possibilités évoquées : nous sommes tous animés, soudés par cet esprit d'équipe ! ».

Présentant de bonnes prédispositions pour la vente (serait-ce génétique ?), elle se découvre aussi très à l'aise sur le terrain, dans le versant opérationnel du management de projets. Être une femme lui a-t-il déjà posé problème dans son parcours professionnel ? « Aucun. Quel que soit le métier, on ne trouve sa place que dans ce que l'on réalise. Marie-Christine en est la preuve : elle s'est toujours fait entendre, s'est surpassée, à une époque où une femme chef d'entreprise, c'était beaucoup moins évident... c'est hyper inspirant ! ».

Le plus grisant ? « Lorsque le client vous dit : c'était génial. Mais... qu'est-ce que vous allez imaginer l'année prochaine ? Le défi est permanent, il faut sans cesse se surpasser ! »

Avec une équation délicate à résoudre : « Continuer de grandir tout en maintenant ce qui fait l'essence même de notre succès : l'esprit familial de l'agence, cette proximité bienveillante avec nos équipes comme avec nos clients ». Une grande famille, élargie autour d'une maman et de sa fille, bien décidées à faire vivre encore à chacun les meilleurs moments de leur vie en entreprise !

"When I was in my teens, I would help out and make badges, or I would do what I could when there were emergencies or unexpected developments", she tells us with a smile, as she remembers her teenage years.

Now, Manon is in charge, handling customer relations for Made In Côte d'Azur, and having come a long way from merely being 'Marie-Christine's daughter'. "Besides, I call her by her first name, as does everyone else around here!". Half of the agency's activities focus on team building sessions, a third on seminars, and the remaining 20% on events. The health crisis quickly revealed the limits of virtual events to the corporate world, and served to highlight the social importance of in-person gatherings: "I am convinced that the projects we are creating for our clients are simply drivers, or catalysts, that help optimise the time they spend together all the rest of the year", Manon analyses.

Before taking on projects on behalf of the agency's clients and coordinating events in the field, Manon wasn't that interested in the event industry. "I really wanted to have a managerial position in the luxury industry, a field where 'close enough' doesn't cut it, a very demanding field, aligned with the ideas I had of service and the corporate world". But health problems curtailed her projects. She then opted for a BTS in Business Unit Management and interned with Made In Côte d'Azur during her studies.

FINDING HER BEARINGS IN TEAMWORK

Initially, her strong temperament clashed with the equally strong temperament of Marie-Christine, but Manon was quick to find her bearings in the event industry, where teamwork is key: "a project is born, blossoms, and is brought to fruition over the course of many conversations where numerous possibilities are discussed: we are all driven by the same team spirit!".

Already possessing a talent for sales (it runs in the family, maybe?), she also realised that she was comfortable working in the field, on the operational side of project management. Has being a woman ever been a problem in her career? "Never. Regardless of your line of business, you can only find your place through your achievements. Marie-Christine is living proof of this: she has always managed to make herself heard, she drove herself hard at a time when being a woman CEO was a lot more difficult... it is very inspiring! ".

What does she find most exciting? "When a client tells you: 'it was great. But... what are you going to come up with next year?' The challenge is constant, you have to push yourself further!"

And therein lies quite a delicate equation: "Continuing to grow while retaining the very essence of our success, which is the family spirit of the agency, and our kindness and proximity to our teams and clients". The girl and her mother, surrounded by a large and extended family, are committed to continuing to share the best moments of their company, which are still to come!

Indiscrétions

Intéressée...
« ...par les écrits de développement personnel. Pour comprendre les rapports humains, les enjeux sociaux, et mieux apprendre à gérer l'imprévu, l'impondérable, la marge d'erreur... »

Elle déconnecte...
« ...en rendant visite à ma grand-mère en Lorraine, le plus souvent possible ! »

Accro...
« ...au défi ! Plus on nous demande quelque chose à priori irréalisable, plus nous sommes motivés pour le faire ! »

Interested...
"...in personal development stories. To understand human relations, social issues, and to better handle unforeseen situations, the unexpected, the margin of error...".

She disconnects...
"...by visiting my grandmother in Lorraine, whenever I can!"

Addicted to...
"...challenges! The more the request seems impossible, the more motivated we are to bring it to successful completion!"

MADE IN CÔTE D'AZUR

www.madeincotedazur.com

STEPHANIE MAILLARD ASSISTANTE DE DIRECTION **GSF JUPITER**

EN SOUTIEN AU SUCCÈS

Stéphanie Maillard travaille depuis 24 ans chez GSF, leader de la propreté et des services associés, aujourd'hui comme Assistante de direction au siège de GSF Jupiter, la Direction Régionale. Une progression qui l'amène à soutenir chaque jour l'ensemble des tâches menées de front par la direction et les équipes, leurs objectifs et leurs succès.

Née à Nîmes, Stéphanie a grandi sur la Côte d'Azur où elle vit depuis l'âge de 7 ans. Ses études la conduisent à passer un BTS Assistant de Gestion PME-PMI, nouveau diplôme pour l'époque (nous sommes en 1996), qui permet de travailler au plus près de la direction d'une entreprise, en appui sur des fonctions supports comme la relation client ou la comptabilité.
Ce BTS, elle le prépare en alternance auprès d'un syndic familial de copropriété. Un baptême du feu pour la jeune femme, qui découvre la relation client sur des sujets complexes où diplomatie, rigueur et fermeté sont des atouts capitaux... « Une très bonne école, une formation un peu « à l'ancienne » qui, avec le recul, avait du bon ! » se souvient-elle.
A l'obtention de son diplôme, curieuse et déterminée, Stéphanie veut tout de même voir autre chose du monde de l'entreprise. Elle se rapproche alors de GSF, groupe national de propreté et services associés aux épaules solides : en 1998, l'entreprise fondée par Jean-Louis Noisiez a déjà 35 ans d'existence et connaît une période de pleine expansion. GSF, c'est également un important acteur économique du territoire, depuis l'implantation de son siège à Sophia Antipolis en 1978.

UN PEU COMME UNE DEUXIÈME FAMILLE

Entrée comme assistante d'établissement en CDD à l'agence de Vallauris, elle s'occupera principalement de gestion du personnel au poste d'assistante RH. Un an plus tard, elle connait l'opportunité de participer à l'ouverture de l'agence de Toulon et où, en plus de l'assistance RH, elle apprend les rouages de l'assistance commerciale. Stéphanie a bien conscience que chez GSF, rigueur et conscience professionnelle permettent d'évoluer en interne.
Elle se voit donc proposer l'opportunité, deux ans plus tard, de rejoindre l'agence du Cannet, en charge du pôle tertiaire. Elle y exerce également la fonction d'assistante commerciale pour le département Services-hôtels : « cela consiste en l'élaboration des devis, des contrats commerciaux, la facturation, la saisie comptable des frais, l'édition des marges brutes ou la commande de produits ».

En 2005, promue au poste d'assistante de direction pour GSF Jupiter, avec plus d'autonomie et de responsabilités, elle participe activement aux lancements de projets de la Direction Régionale. Rigueur, organisation mais aussi empathie et écoute : ce sont les ingrédients pour réussir dans la fonction, selon Stéphanie.

> « Chez GSF Jupiter, nous avons évolué ensemble, nous nous entraidons, nous partageons beaucoup... C'est un peu comme une deuxième famille ! »

Correspondante informatique, référente Handicap, Elle forme également les assistantes d'établissement. Une diversité de tâches qui ne lui font pas vivre une journée de travail identique : « Cela fait 24 ans que je viens travailler avec plaisir et que je ne vois pas passer les semaines... ».

A quoi cela tient ? « Au-delà d'un travail qui me passionne, GSF est une belle entreprise dans laquelle on retrouve beaucoup de respect pour l'humain. Chez GSF Jupiter, nous avons évolué ensemble, nous nous entraidons, nous partageons beaucoup... C'est un peu comme une deuxième famille ! »

In support of success *- For 24 years, Stéphanie Maillard has been working at GSF, the leader of cleaning and associated services. She is now a managerial assistant at the headquarters of GSF Jupiter, the regional management entity. She works hard on the daily, bringing to successful completion all the tasks undertaken by management and the different teams and ensuring they remain aligned with the goals that have been set out.*

As a native of Nimes, Stéphanie grew up in the French Riviera, where she has been a resident since the age of seven. She graduated with a BTS as Managerial Assistant specialising in small to medium-sized companies. It was a new diploma back in 1996, preparing for positions within corporate management in the customer relations or accounting departments.
As she was studying towards her BTS, she interned with a family-run property management firm. It was a baptism of fire for her, as she was tasked with overseeing customer relations and other complex matters, where diplomacy, discipline, and firmness were major assets... "It was a steep learning curve for me, an old-school kind of training, which, with hindsight, was not bad at all!" she remembers.
Having graduated, curious and determined, Stéphanie wanted to discover other aspects of the corporate world. She turned to GSF, a national leader of cleaning and associated services: in 1998, the company started by Jean-Louis Noisiez had been around for 35 years already and was undergoing a phase of significant growth. GSF was also an important territorial stakeholder since it had moved its headquarters to Sophia Antipolis in 1978.

LIKE A SECOND FAMILY

She started as a site assistant, working under a fixed-term contract, at the Vallauris agency, where she oversaw the workforce as an HR assistant. One year later, she was given the opportunity of taking part in opening the Toulon agency, where, on top of her workload as HR assistant, she started to learn the intricacies of the job of sales assistant. Even back then, Stéphanie knew full well that GSF has great career opportunities for those who display discipline and work to high professional standards.
Two years later, she was invited to join the Cannet agency, in charge of the service side of the operation. There, she worked as a sales assistant for the Services-Hotels Department: "my work was to prepare quotes, draft business contracts, send out invoices, prepare the accounting, edit gross margins, or order supplies and products".
In 2005, promoted to the position of managerial assistant at GSF Jupiter, with increased responsibilities and independence, she started taking an active part in launching the projects implemented by Regional Management. Discipline and organisational skills are certainly required, but so too are empathy and attentiveness: these are the ingredients that build towards success, Stéphanie reckons.
She is also an IT correspondent, a disability reference person, and she trains other site assistants. The diversity of her tasks means that no two working days are alike. "I've been coming to work with pleasure and delight for 24 years, and time has been flying by...".
How does she explain this? "There is the job that I enjoy immensely, of course, but GSF is also a people's company, where there is a lot of respect for one another. At GSF Jupiter, we have grown together, we help each other and have a lot to share... It's a bit like a second family! "

Indiscrétions

Elle aurait aussi aimé...
...être avocate, pour aider à réparer les injustices...

Loin de la Côte d'Azur, il lui manquerait...
...la plage et la mer assurément ! En vacances en France ou en voyage à l'étranger, je ne suis jamais loin d'un point d'eau !

In another life she would've been...
...a lawyer, to right wrongs.

Away from the Riviera, she would miss...
...the beach and the sea, for sure! When holidaying in France or abroad, I make sure never to be too far from water!

GSF
PROPRETÉ & SERVICES
www.gsf.fr

Stéphanie MAILLARD

GSF JUPITER

« Au-delà d'un travail qui me passionne, GSF est une belle entreprise dans laquelle on retrouve beaucoup de respect pour l'humain. »

Laurie CANAC

BFM NICE COTE D'AZUR

“L'info locale permet de retrouver un côté humain, une proximité, qui -je crois- commençait à me manquer. Explorer cette facette du journalisme, c'est très enrichissant”

LAURIE CANAC JOURNALISTE PRESENTATRICE **BFM NICE COTE D'AZUR**

SOURIRE À L'ACTU

Elle est le visage de la matinale de la nouvelle chaîne d'info locale en continu, BFM Côte d'Azur.
Laurie Canac, qui a grandi sur la Riviera, réveille les azuréens avec le sourire depuis septembre dernier.

News delivered with a smile *- She is the morning anchor of the new local 24-hour news channel, BFM Côte d'Azur.*
Since last September, locals have been waking up to the smile of Laurie Canac, a native of the French Riviera.

En constituant l'équipe de sa nouvelle chaîne d'info régionale, BFM nourrissait l'ambition d'apporter une info de proximité estampillée « Côte d'Azur ». L'ancrage local constituait donc un atout de choix chez les candidats à cette nouvelle aventure audiovisuelle.
Pour Laurie Canac, parisienne d'adoption qui a grandi à Roquefort-les-Pins, « Une attention toute particulière a été apportée à ce critère de sélection. Je crois que cela démontre une volonté d'être au plus proche des azuréens, qu'ils puissent vraiment se reconnaître dans les sujets traités ». Laurie est donc revenue s'installer à Nice avec plaisir en septembre pour présenter « Bonjour la Côte d'Azur », l'émission quotidienne matinale, faite de reportages, d'un journal d'actu consacré aux Alpes-Maritimes et de l'Est Var, de la météo et d'infos pratiques sur la circulation azuréenne.

Sa vocation pour le métier de journaliste, elle la découvre sur le tard : c'est seulement à l'issue d'une Licence en Droit que ses aspirations professionnelles se précisent. Le déclic ? « Sur TV5 Monde, je visionne un sujet sur des femmes reporters de guerre. Je me dis : c'est extraordinaire ce qu'elles font ! Vraiment touchée, j'entre en contact avec certaines d'entre elles pour leur poser une foule de questions ! L'idée même de se mettre en danger pour donner accès à l'information, cela m'interpellait ».

UNE CHAINE QUI VOUS RESSEMBLE

Son choix est fait : direction Paris, pour intégrer l'IEJ, (Institut Européen du Journalisme). Laurie débute sa carrière chez I-Télé (future C-News), déjà sur la tranche horaire matinale. « J'ai commencé comme assistante à la présentation. Cela consistait principalement à écrire les lancements des présentateurs. J'ai tout de suite aimé cette ambiance de travail intense, où il fallait pouvoir réactualiser l'info à tout instant ».

Aujourd'hui, chaque matin à Nice, en piste dès 2 h 30 dans les studios de l'Arénas, Laurie commence son travail en équipe : réactualisation de sujets d'actualité, relectures, préparations de lancements... pour une prise d'antenne dès 6 h 30. « J'adore le matin. On entend trop souvent à propos des chaines d'info en continu : 'je n'allume plus la télé, cela me donne le cafard'. Alors, la plus belle récompense, c'est lorsque l'on vous dit que vous redonnez le sourire aux gens en donnant le top départ de leur journée ».
C'est son nouveau défi professionnel : « L'info locale permet de retrouver un côté humain, une proximité, qui -je crois- commençait à me manquer. Explorer cette facette du journalisme, c'est très enrichissant ». Tout comme la gratitude qu'on lui témoigne : « Les gens me disent qu'ils aiment pouvoir se retrouver dans l'info. Pour que cette chaine leur ressemble... qu'elle devienne « leur » chaine d'information ».

> « La plus belle récompense, c'est lorsque l'on vous dit que vous redonnez le sourire aux gens en donnant le top départ de leur journée »

As it was setting up the team for its new regional news channel, BFM wanted to deliver local news with a special "French Riviera" stamp. Having local roots was therefore a major asset for any applicant wanting to embark on this new media adventure.
For Laurie Canac, a Parisian by adoption who grew up in Roquefort-les-Pins, "Special attention was given to this selection criterion. I believe that this reflects a will to stay close to the residents of the French Riviera, to ensure that the topics we cover are always familiar to our viewers". Laurie was delighted to move back to Nice last September to anchor "Bonjour la Côte d'Azur", the daily morning show delivering reports, local news features that focus on the Alpes-Maritimes and the eastern part of the Var, weather forecasts, and local traffic reports.
Her calling as a journalist came relatively late in her career: it was only after she obtained a law degree that her professional aspirations revealed themselves. What brought this about? "I was watching a story by women war reporters on TV5 Monde. I realised how extraordinary a job they were doing! I was so touched by their work that I contacted some of them and bombarded them with questions! The very idea of putting oneself in danger to provide access to information was incredible to me".

A CHANNEL MADE FOR YOU

She made her choice and headed for Paris to join the IEJ (European Institute for Journalism). Laurie's career started with I-Télé (later C-News), where she worked with the morning team. "I started as presentation assistant. My job mainly consisted in drafting the announcements of the anchors. I immediately fell in love with the intense work atmosphere, and the constant flow of news updates".
Now, every morning in Nice, she starts her day's work a 2:30am at the Arénas Studios: updating news reports, reviewing content, preparing the announcements... before going live at 6:30am "I love mornings. There's something people often tell us about 24-hour news channels: 'I've stopped watching TV, it brings me down'. The best reward is when you're told that you have managed to bring smiles back to people's faces as they start their daily routines".
It has grown to become her professional challenge: "Local news brought me closer to the human dimension, which was something that I was beginning to miss. I find it very enriching to be able to delve deep into this aspect of my work". And people are expressing their gratitude: "People often tell me that they enjoy finding a bit of themselves in the news. The channel must reflect local viewers... it must become 'their' news channel".

BFM NICE CÔTE D'AZUR

TNT | CANAL 31
SFR | CANAL 285/518
ORANGE | CANAL 374
BOUYGUES | CANAL 36
FREE | CANAL 935

www.bfmtv.com/cote-d-azur/

Indiscrétions

Accro...
...au sport ! A deux doigts de devenir professionnelle de Triathlon, Laurie a réduit le rythme de ses entrainements mais elle garde un niveau soutenu !

Une phrase
Une citation de Philippe Lucas, le médiatique entraineur de natation : « Si tu ne travailles pas, tu es sûr de ne pas y arriver... Si tu travailles, tu n'es pas sûr d'y arriver ! » On n'aura aucun regret d'avoir essayé ! Cela me correspond plutôt bien, notamment dans l'effort sportif ! »

Lectures
« Je lis beaucoup, mais comme au cinéma, il y a tellement de livres... tous ne sont pas bons ! Parmi ceux qui me plaisent en ce moment, je retiendrais les écrits de Nina Bouraoui et « Le lait de l'oranger » de Gisèle Halimi.

Addicted to...
... sports! She came close to becoming a professional triathlete. Laurie has reduced her training intensity, but still keeps a sustained pace!

In one sentence
A quote by Philippe Lucas, the media-savvy swimming trainer: "If you don't put in the work, you can be sure you won't succeed... If you do put in the work, you can't be sure you'll succeed! " You'll have no regrets as long as you try! It reflects my state of mind, especially when it comes to athletic performance!"

Reading material
"I am an avid reader, but just like in cinema, there are so many books... not all of which are good! At the moment, I am particularly enjoying the writings of Nina Bouraoui and "Milk for the Orange Tree" by Gisèle Halimi.

CHRISTELLE DELLI-ZOTTI GROUPE DELLI RESORT

PASSION D'ENTREPRENDRE

Ses parents ont toujours eu la passion d'entreprendre. Christelle Delli-Zotti hérite aujourd'hui de ce gène, pour mener à bien les activités d'hôtellerie-restauration, de viticulture et d'événementiel du groupe Delli Resort, le volet industriel étant géré par son frère Jonathan.

***An entrepreneurial passion** - His parents have always had a passion for entrepreneurship. Christelle Delli-Zotti today inherits this gene, to carry out the hotel and catering, viticulture and event activities of the Delli Resort group, the industrial component being managed by her brother Jonathan.*

« Allez voir ailleurs, faites votre expérience et revenez quand vous serez prêts ! » C'est le message du papa de Christelle, qui a bâti de belles entreprises, en commençant comme carrier dans le Var. De l'exploitation de la pierre, l'homme est passé aux travaux publics, puis aux transports de voyageurs. En 1988, il achète des terres avec le projet osé d'y planter de la vigne. « Personne n'y croyait ! » s'amuse Christelle, sa fille, aujourd'hui aux côtés de ses parents pour gérer les différentes activités touristiques du groupe Delli-Zotti. Il faut dire qu'à son arrivée, après s'être fait sa propre expérience dans la communication financière à Genève à l'issue de ses études, les activités familiales prennent de l'ampleur : en 2004, la première récolte a eu lieu, puis en 2007, l'événementiel se développe au domaine viticole et la famille rachète la même année le golf de Roquebrune sur Argens. Après avoir repensé le site et y avoir bâti un hôtel 5 étoiles en 2011, l'activité restauration a pris de l'importance avec La table de Louis, bel établissement labellisé Maître Restaurateur, le Baïa, restaurant festif avec Rooftop et bar musical sur le port de Saint-Raphaël ou encore le Darko Beach, restaurant et plage sur le lac international de ski nautique de Roquebrune-sur-Argens, propriété de la famille.

"*Go out and see the world, make your own experiences, and come back when you are ready!" This was, in essence, the message from Christelle's dad. He has built may great companies from the ground up, starting as a quarryman in the Var. From extracting stone, he went on to public works, before turning to the travel and transport industry. In 1988, he acquired land, harbouring the rather bold project of growing a vineyard. "No one believed in the project!" Christelle remembers with a laugh. She now works at her parents' side, handling the various tourism activities of the Delli-Zotti Group. After graduation, she went to Geneva to gain experience working in the PR department of a financial firm. She then headed back home, where her parents' business had steadily been growing: in 2004, they had their first harvest, and by 2007 the wine-producing estate also became the venue for events. The same year, the family acquired the Roquebrune-sur-Argens golf course. When they had finished redesigning the site and building a five-star hotel in 2011 on it, they invested their efforts in growing the restaurant business, with La Table de Louis, an establishment that has earnt the "Maître Restaurateur" certification, the Baïa, a festive venue with a rooftop and a musical bar on the port of Saint-Raphaël, and the Dark Beach, a beach restaurant on the lake of Roquebrune-sur-Argens, well known to water skiers, property of the family.*

> « L'important c'est aussi que notre personnel se sente bien et s'investisse auprès de nous : c'est l'une de nos plus belles réussites. J'aime l'attachement et la fidélité de nos équipes, cela nous aide à avancer »

NE JAMAIS MANQUER DE PROJETS

Au Château Vaudois, le domaine viticole d'où Christelle gère aussi bien l'accueil des activités oenotouristiques que la réception d'événements ou le lien avec le personnel des différents sites, les journées s'étirent sous le soleil varois. Le secret pour tenir le rythme ?

« Je suis rarement assise derrière un bureau très longtemps et je mets facilement les mains dans le cambouis... Je crois qu'il faut aussi savoir se réorganiser en permanence pour nos clients. La période que nous venons de vivre nous l'a montré. Et puis, nous ne manquons jamais de projets... Ce travail, c'est avant tout une passion. L'important c'est aussi que notre personnel se sente bien et s'investisse auprès de nous : c'est l'une de nos plus belles réussites. J'aime l'attachement et la fidélité de nos équipes, cela nous aide à avancer ».

En attendant, aidée de son mari, qui l'a suivie de Suisse pour changer de vie et l'aider à gérer l'ensemble, Christelle continue d'écrire la jolie histoire familiale, bien évidemment auprès de ses parents, qui « eux, ne s'arrêteront jamais d'entreprendre, et ça... c'est sûr ! »

NEVER RUNNING OUT OF PROJECTS

Christelle has busy days in the sun at the Château Vaudois, the estate where she welcomes visitors who come to sample their wines. She also helps organise various events and oversees the group's employees working in different sites. How does she keep it up?

"I don't stay at my desk for any extended period of time, and I like getting my hands dirty... I believe that we must be ready to reorganise constantly for our customers. The period we have just lived through has shown us that. And what's more, we never run out of projects... Work has to be about passion. It is also very important to us that our staff is happy and gets involved: that is one of our greatest successes. I love the loyalty and attachment of our teams. It really pushes us forward".

In the meantime, Christelle continues to write the family history, aided by her husband, who followed her from Switzerland for a change of life and help him manage the whole, and by her parents who "will never stop undertaking new projects, that's for sure!"

Delli Resort
www.delli-resort.com

Indiscrétions

Sa phrase fétiche
Assurément « On va y arriver ! »

Vacances rêvées ?
Les Etats-Unis : toujours en déplacement, car il faut que cela bouge... Je déteste ces iles paradisiaques où on tourne vite en rond : je ne suis pas du tout « transat-soleil » !

Deux semaines en famille loin du Var...
...Et elle chausse les skis, qu'elle a longtemps pratiqué en compétition. Le choix de la Suisse pour ses études n'y était pas étranger !

Her favourite expression
It has to be "We'll get there!"

A dream holiday?
The Unites-States: travelling through the country... I hate the tropical island vacation where there's nothing to do: I'm not one to spend my day sunbathing on a deckchair.

Two weeks away from the Var with her family...
... and she'll go skiing, a sport she practised at a competitive level. That might explain why she chose Switzerland for her studies!

Christelle DELLI-ZOTTI

GROUPE DELLI RESORT

« Je crois qu'il faut aussi savoir se réorganiser en permanence pour nos clients. La période que nous venons de vivre nous l'a montré. »

Ourida BAHLOULI

GSF LE CANNET
SERVICE TERTIAIRE

“GSF, mes clients, m’ont faite telle que je suis aujourd’hui. J’encourage toutes les femmes à devenir indépendantes en s’accomplissant professionnellement, et en premier lieu… mes filles !”

OURIDA BAHLOULI RESPONSABLE D'EXPLOITATION **GSF LE CANNET SERVICE TERTIAIRE**

S'ACCOMPLIR DANS LA BIENVEILLANCE

Chez GSF, Ourida Bahlouli personnifie l'engagement et la fidélité qui font la force des employés du groupe de propreté et de services fondé il y a bientôt 60 ans. A l'agence du Cannet depuis plus de 30 ans, elle met au service de ses clients et de ses équipes son dynamisme et son authenticité avec bienveillance dans son approche des rapports humains.

Finding fulfilment in kindness *- At GSF, Ourida Bahlouli personifies the commitment and loyalty displayed by all the employees of this cleaning services group founded some 60 years ago. Working at the Cannet agency for more than three decades, she has been putting her energy, authenticity, and human kindness at the service of her clients and of her teams.*

Ourida Bahlouli a tout d'abord vécu dans le Nord de la France, près de Roubaix, avant de suivre son époux pour une nouvelle vie sur la Côte d'Azur.

Nous sommes alors en 1989. La jeune femme de 22 ans vit près de Grasse. Curieuse et intriguée par les déplacements quotidiens d'une voiture siglée GSF dans la rue à côté de chez elle, elle s'interroge sur cette entreprise qu'elle devine dynamique... La voiture emmène les employés qui assurent l'entretien du Club Med d'Opio. Elle se renseigne et y est vite embauchée comme femme de chambre. Une fonction qui lui plait et lui permet une certaine autonomie. Ambitieuse, Ourida rêve pourtant de s'impliquer davantage... A son grand regret, il n'y a pas de postes ouverts de chef d'équipe : « j'avais bien compris que GSF était une entreprise qui proposait de belles perspectives d'évolution à tous ceux qui étaient motivés et n'avaient pas peur de travailler, mais ce n'était pas le bon moment ». Après la naissance de sa fille, elle tente une nouvelle fois sa chance... Nous sommes en 1990 et sa persévérance paie : la motivation et le travail la font rapidement devenir chef d'une équipe de 10 personnes dans la section hôtellerie de GSF. « Ma force, je crois qu'elle vient de ma façon de manager, qui plait aussi bien chez mes clients que dans nos équipes ! » Très présente sur le terrain, Ourida revendique une certaine liberté de ton et se définit comme « Franche, honnête, travailleuse... D'ailleurs, je peux encore tout à fait prendre le balai avec mes équipes si c'est nécessaire ! ».

LES VERTUS DE LA CONFIANCE

GSF décide d'ouvrir une seconde agence au Cannet. Au fil des années, Ourida progresse et se voit nommée Responsable d'exploitation, fonction qu'elle occupe aujourd'hui et qui englobe la gestion du personnel, de la partie commerciale et de ses propres fournisseurs sur son secteur.

Ourida est intimement convaincue des vertus de la confiance dans les rapports humains au travail : « J'ai fait embaucher une personne qui parlait mal le français mais avait travaillé chez GSF dans le Nord de la France. Un profil intéressant alors j'ai persuadé notre client de lui faire confiance et ensemble, nous avons mis en place un système de codes chiffrés pour les tâches qu'il devait accomplir : en deux semaines, il était autonome ! Aujourd'hui, cela fait trois ans qu'il travaille chez GSF ».

> « Ma force, je crois qu'elle vient de ma façon de manager, qui plait aussi bien chez mes clients que dans nos équipes ! »

Que retient-elle de l'entreprise où elle a fait carrière ? « J'y ai rencontré des personnes humaines, qui ont toujours été là pour moi. Dans une autre entreprise, mes origines, le fait d'être une femme auraient pu être des handicaps pour progresser... Mais dans mon cas, GSF, mes clients, m'ont faite telle que je suis aujourd'hui. J'encourage toutes les femmes à devenir indépendantes en s'accomplissant professionnellement, et en premier lieu... mes filles ! »

Ourida Bahlouli used to live in the North of France, near Roubaix, before following her husband and setting up a new life in the French Riviera. That was back in 1989. She was 22 and moved to the region of Grasse. Driven by her curiosity and intrigued by the daily commutes of a GSF-branded car in a street next to her home, she started wondering about the company, guessing that it was full of energy... It turns out the car drove workers to the Club Med of Opio, where they were in charge of cleaning operations. Having gathered the information she needed, she was rapidly hired as cleaning lady. She liked the job as it afforded her some degree of independence. Ourida was ambitious and dreamt of becoming more involved... To her great regret, there were no vacancies as team leader: "I understood that GSF was a company that offered great career opportunities to those who were motivated and not afraid to work, but it wasn't the right time". After the birth of her daughter, she gave it another try... The year was 1990 and her perseverance paid off: motivation and hard work promoted her to the head of a team of ten members in GSF's hotel department. "I believe my strength resides in my managerial style, which appeals to my clients and to my teams!" She is very present on the field, and Ourida enjoys a certain freedom of expression, defining herself as " frank, honest, hard-working... Besides, I'm not one to shy away from using the broom when necessary! ".

THE VIRTUES OF TRUST

GSF decided to open a second agency at the Cannet. Over the years, Ourida grew professionally and was promoted as head of operations, a job she still holds today; it involves personnel management, business operations, and procurement.

Ourida is convinced of the virtues of trust in human relations at work: "I hired a person who couldn't speak French properly but who had worked for GSF in the North of France. The profile was interesting, so I convinced our client to trust him and together we implemented a numbered code system for the tasks he had to perform: in just two weeks, they he was ready to work autonomously! Today marks his third year working at GSF".

What does she find the most striking at the company where she built her career? "I met very kind people who were always there for me. In any other company, my origins or the fact that I am a woman would have been hurdles for me to overcome... But in my case, GSF and my clients made me what I am today. I encourage all women to seek their independence by finding professional fulfilment, and this message goes out to my daughters in particular!"

Indiscrétions

Elle admire...

« ...Des personnages comme Lino Ventura. Quel parcours d'intégration ! J'ai de la tendresse pour les personnalités un peu écorchées, qui ont dû se battre et s'engager pour s'imposer. »

Elle regrette...

« Que mon papa, parti bien trop tôt, n'ai pas pu être témoin de mon parcours professionnel. Je crois qu'il en aurait conçu une certaine fierté »

She admires...

"... People like Lino Ventura. What a way to integrate. I have affection for slightly damaged people, who've had to fight and commit to overcome. "

She regrets...

"that my dad, who left much too soon, could not witness my professional career. I think he would have taken a certain pride in it."

GSF
PROPRETÉ & SERVICES
www.gsf.fr

JANINE WALTER RICHARD WALTER ENTERTAINMENT

TRIBUTE TO MUSIC...

A travers sa méthode révolutionnaire d'apprentissage différencié des langues, Janine Walter innovait déjà en 2013 en fondant la société English4French. Aujourd'hui, c'est une tout autre musique « in English », of course, que la chef d'entreprise compte nous faire découvrir sur la Côte d'Azur, celle de shows exceptionnels en hommage à des artistes mythiques reprenant le répertoire des plus grandes légendes de la musique : les meilleurs Tribute Bands du monde !

Relying on a revolutionary and differentiated method to teach languages, Janine Walter was already innovating back in 2013, when she created the company English4French. Today, the CEO is striking a different chord, in English, of course, and hopes to introduce the French Riviera to a series of great shows paying homage to legendary acts delivered by highly talented musicians: the best Tribute Bands in the world!

Arrivée en France il y a plus de 15 ans, Janine, alors enseignante de mathématiques en Angleterre, suivait son instinct et ouvrait « English4French ». Basés sur une pédagogie Anglo-saxonne unique et adaptée à chacun, ses centres de formation d'anglais connaissent vite un succès fulgurant.
Pendant que son mari, producteur de spectacles au pedigree remarquable (plus de 6.000 concerts avec Patricia Kaas, Stefan Eicher, Guy Bedos, Goldman, U2, Pink Floyd, Céline Dion...) faisait le tour du monde en quête d'artistes exceptionnels à produire, Janine développait ses centres de formation, à Saint-Rémy de Provence, à l'Isle sur la Sorgue et tout récemment en développant la formation en ligne à travers son nouveau centre à Sophia Antipolis.
Continuellement au contact du milieu du spectacle et parce que de culture Anglaise et dotée de grandes qualités relationnelles, la jeune chef d'entreprise décide aujourd'hui de relever un nouveau défi en prenant la direction du développement de Richard Walter Entertainment (RWE), la filiale shows privés et Corporate de l'entreprise de production de spectacles de son mari. « Nous proposons à nos clients l'expérience unique et privilégiée de revivre lors de nos shows privés, la magie de ce que furent les spectacles de Queen, Abba ou Les Beatles, repris à la perfection et portés par le talent de l'élite mondiale des Tribute Bands".

Leaving her job as a maths teacher in England, Janine followed her instinct and came to France some 15 years ago, where she created "English4French". Based on a unique Anglo-Saxon teaching method, customised to the individual needs of each student, her English schools were rapidly met with astounding success.
While her husband, an international concert promoter with an impressive track record (more than 6'000 concerts featuring Patricia Kaas, Stefan Eicher, Guy Bedos, Goldman, U2, Pink Floyd, Céline Dion...) was touring the world in search of outstanding artists, Janine was developing her schools in Saint Rémy-de-Provence, l'Isle sur la sorgue and more recently in Sophia Antipolis where she opened her new online formation centre.
Remaining close to the world of performing arts and shows, the young CEO has now decided to rise to a new challenge by developing Richard Walter Entertainment (RWE), the private and corporate branch of her husband's well established production company. "The target of these shows is to offer our clients a unique and privileged experience by reliving the undeniable magic of Queen, Abba or The Beatles, perfectly recreated and delivered by the world's best Tribute Bands".

DES SUPERSTARS DE LA REPRISE

Le catalogue est varié mais rare car la perfection et le talent sont les maître-mots pour Janine : les artistes produits par RWE se doivent d'être exceptionnels. On découvrira en Live les répertoires de Queen, Abba, Elton John, Pink Floyd, mais aussi Supertramp, Led Zeppelin, The Doors ou Dire Straits...
Partenariats, soirées d'exception, avec ou sans production : les formules proposées sont nombreuses. Le public ne s'y trompe pas : la dernière tournée de One Night Of Queen a rempli tous les Zéniths de France, réunissant près de 150.000 personnes en 30 concerts seulement ! Ainsi Janine évoque-t-elle le concert de One Night Of Queen au Zénith de Strasbourg en Janvier 2020, un souvenir incroyable : « Le film Bohemian Rhapsody avait connu un immense succès et lorsque le chanteur entonnait « We are the champions » en fin de concert : 6.000 personnes debout, chantaient, hystériques et galvanisées ! A ce moment précis, la magie a opéré et il y a eu un échange incroyable avec le public ! Ces émotions-là, je veux pouvoir les faire découvrir à des entrepreneurs, des sociétés d'évènementiel ou à des particuliers pour des moments importants de leur vie".

THE SUPERSTARS OF COVERS

Our roster of artists is varied, and yet rare, as talent and perfection are key-words for Janine: RWE only produces the most exceptional artists. Concertgoers will enjoy songs by Queen, Abba, Elton John, Pink Floyd, Supertramp, Led Zeppelin, The Doors, or Dire Straits...
Corporate partnerships, public or private events, with our without a production team ; there are many different formulas available.
Make no mistake about it: the latest tour of One Night of Queen filled all its venues in France, with close to 150'000 people attending 30 concerts! Janine tells us about the One Night of Queen concert in Strasbourg back in January of 2020, a remarkable memory: "The film, Bohemian Rhapsody, was tremendously popular, and when the singer started belting out 'We are the champions' at the end of the concert, the crowd of 6'000 people got on their feet, and started singing, hysterical and energised! At that very moment, something magical happened and there was a true exchange with the audience! It is these types of emotions we offer to our clients, be it for company events, private shows, and even individual clients who want to celebrate important life milestones".

Indiscrétions

Elle aurait aussi pu être...
... « Directrice d'école ! Tous les jours, j'utilise les vertus de la pédagogie ! »

Sa devise
« Never give up! » Je ne lâche jamais, je suis très persévérante et prête à beaucoup d'efforts ».

Accro...
... « au sport : footing, trail, j'ai aussi pratiqué le foot à haut niveau dans ma ville d'origine de Preston ».

She could have been ...
..."Headmistress! Every day, I rely on teaching principles! "

Her motto
"Never give up!" I persevere and am always ready to invest a lot of effort in my undertakings".

Addicted to...
..."Sports: running, trail running, I was also a competitive football player in my native city of Preston".

Dans le même esprit, le prochain Tribute à venir, nommé l'Héritage Goldman, consacré à la superstar française Jean-Jacques Goldman, sera interprété en live par son collègue guitariste et excellent ami Michael Jones. Programmé cet automne dans toutes les grandes salles françaises, cet événement unique affiche déjà complet dans la prestigieuse salle de l'Olympia parisien et sera également disponible pour tous vos événements privés.
Entrepreneuse dans l'âme, en confiance, Janine a un tempérament gagnant : « Je crois qu'il faut savoir prendre des décisions. Il y a 10 ans, tout juste arrivée en France, je créais mon centre de formation... sans parler un mot de français ! Il ne faut pas s'interdire d'être à l'écoute des opportunités qui se présentent. Avec RWE, je sens que le moment est venu pour moi de tracer une voie complémentaire à ma carrière et de faire découvrir d'extraordinaires artistes à tous les azuréens ! »

In keeping with the spirit, our next coming tribute show named l'HERITAGE GOLDMAN, devoted to French superstar Jean-Jaques Goldman will be performed live by his fellow guitar player and good friend Michael Jones .
Scheduled for this autumn in all the major French venues, this unique event has already sold out the prestigious Parisian Olympia Hall and will also be available for your private events.
As a true entrepreneur, Janine trusts in her winning temperament: "It is important to make the right decisions. Ten years ago, having arrived in France, I started my own school... not knowing a word of French. One mustn't shy away from seizing opportunities that present themselves in life. With RWE, I feel the time has come for me to follow a new career path and to introduce talented artists to all the residents of the French Riviera!"

RICHARD WALTER ENTERTAINMENT
CORPORATE & PRIVATE EVENTS

Rwprod.org
English4french.com

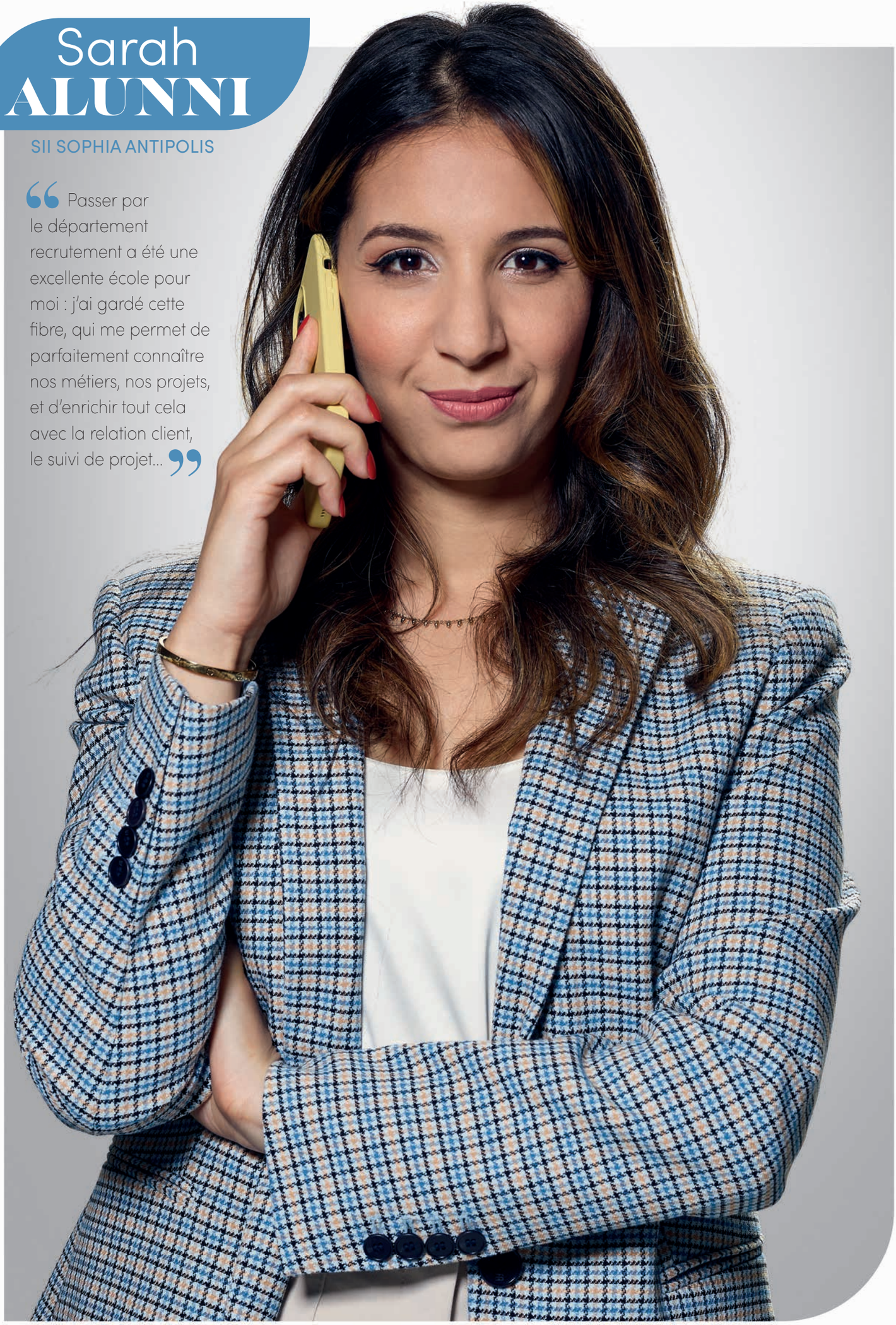
Janine WALTER

RICHARD WALTER ENTERTAINMENT

« Je crois qu'il faut savoir prendre des décisions. Il y a 10 ans, tout juste arrivée en France, je créais mon centre de formation… sans parler un mot de français ! »

Sarah ALUNNI

SII SOPHIA ANTIPOLIS



« Passer par le département recrutement a été une excellente école pour moi : j'ai gardé cette fibre, qui me permet de parfaitement connaître nos métiers, nos projets, et d'enrichir tout cela avec la relation client, le suivi de projet... »

SARAH ALUNNI — BUSINESS MANAGER — **SII SOPHIA ANTIPOLIS**

LA TECHNOLOGIE, LANGAGE UNIVERSEL

SII, pionnière parmi les ESN de la technopole de Sophia Antipolis, a toujours su s'adapter aux variations de marché du recrutement ainsi qu'aux attentes de ses clients comme celles de ses ingénieurs. Pour Sarah Alunni, Business Manager dans le département industriel de l'agence de Sophia, les vertus liées à son antériorité, son expérience ainsi que la faculté de ses équipes à travailler en collectif, offrent à SII les clés d'un succès pérenne.

***Technology, the universal language** - SSI, a pioneer in Sophia Antipolis's ecosystem of digital consultancy firms, has always been able to adapt to variations in the financial and labour markets, and also to changes in the expectations of their clients and engineers. For Sarah Alunni, a Business Manager at the Industrial Department of the agency in Sophia Antipolis, the virtues associated with her seniority, her experience, and the ability of her teams to pull together, have provided SII with the keys to lasting success.*

Sarah vit à Nice, ville où elle a mené ses études supérieures et obtenu un Master de l'Economie des TIC. Arrivée au sein de SII Sophia Antipolis il y a 7 ans, la jeune femme a tout d'abord participé à la croissance des effectifs de l'une des plus anciennes agences du groupe français. Elle travaille ainsi au recrutement des équipes sur différents projets. Il y a près de 4 ans, elle se voit proposer un poste dans le département commercial : l'ESN (Entreprise de Services du Numérique, NDLR) a besoin d'une Business Manager, qui se fait l'interface entre les clients et les équipes de SII.

Sarah officie dans le domaine industriel pour des groupes internationaux qui opèrent à Sophia à travers leurs centres de R&D. « Passer par le département recrutement a été une excellente école pour moi : j'ai gardé cette fibre, qui me permet de parfaitement connaître nos métiers, nos projets, et d'enrichir tout cela avec la relation client, le suivi de projet ... ».

> « SII a une puissance commerciale et technique liée à son antériorité, notamment à Sophia Antipolis. Les clients nous connaissent et nous connaissons parfaitement le marché du recrutement »

Sarah lives in Nice, a city where she graduated with a master's degree in ICT Economics. She joined SII at Sophia Antipolis seven years ago, having beforehand contributed to growing the teams of one of Group's oldest agencies. She recruited teams to work in different projects. Some four years ago, she was promoted to a job in the Sales Department: the digital consultancy firm needed a Business Manager to liaise between the clients and SII's teams.

Sarah's work is mainly involved with the industrial field as she provides her services to groups whose R&D centres operate in Sophia. "The recruitment department was an excellent school for me, from which I retained the essential principles of perfectly understanding our lines of work and our projects, and of enriching them with customer relations, project oversight...".

PUISSANCE COMMERCIALE ET TECHNIQUE

Depuis la fin de la crise, toutes les ESN françaises travaillent sur un marché saturé : les ressources sont de moins en moins disponibles. « SII a une puissance commerciale et technique liée à son antériorité, notamment à Sophia Antipolis. Les clients nous connaissent et nous connaissons parfaitement le marché du recrutement. L'ensemble des process de travail et d'accueil de nos nouvelles recrues ; nos succès au classement GPTW* représentent de vrais atouts, le contenu stimulant des projets que nous menons avec nos clients sont aussi des arguments qui nous permettent d'attirer les meilleurs talents » estime Sarah. Mais pour elle, plus que tout autre particularité, la technologie a cette faculté de rapprocher les peuples. « On évoque souvent l'art, la musique, comme des langages universels. Tout ingénieur informatique, quelle que soit sa nationalité, sait lire du code : c'est un langage commun qui rapproche tout le monde. Dans nos équipes, ce langage commun nous aide à privilégier l'intelligence et la mémoire collectives pour résoudre des problématiques en commun ». Et marcher tous ensemble sur le chemin du succès.

COMMERCIAL AND TECHNICAL POWER

Since the end of the crisis, French digital consultancy firms have been working in a crowded market where resources are fast becoming scarce. "SII enjoys commercial and technical superiority, because of its seniority, especially in Sophia Antipolis. Clients know us and we perfectly understand the labour market. Our work processes, the way we welcome our new recruits, our success on the GPTW ranking are all real assets. The stimulating projects that we manage for our clients are also arguments we use to attract talent" Sarah explains. She also believes that, more than anything else, technology brings people together. "We often speak of arts or music as universal languages. But any computer engineer, regardless of their nationality, can read code: it's a shared language that brings people together. In our teams, this shared language helps us promote our collective intelligence and memory to solve the problems we come up against". It allows us to advance together towards success.*

Indiscrétions

Son spot préféré à Nice

« Un dimanche ensoleillé, sur le marché de la Libération, où je prends un café et fait mes emplettes de fruits, légumes, produits frais... C'est à l'image d'une belle vie dans le sud ! »

Une femme marquante ?

« Elif Shafak, écrivaine turque dont les écrits rendent accessibles des sujets sérieux et graves. Elle nous aide souvent à relativiser notre condition et son message est toujours porteur d'espoir et de solidarité ».

Le pouvoir du temps

« Le temps résout tout. Il ne faut pas négliger son pouvoir... Parfois, s'éloigner d'un problème pendant quelques jours puis y revenir, permet... de gagner un temps précieux ! La solution la plus rapide n'est pas toujours la meilleure ! »

Her favourite place in Nice

"On a sunny Sunday, at the Libération market square, I enjoy a coffee and buy my fruit, vegetable, and other fresh produce... It reflects the southern art de vivre!"

A remarkable woman?

"Elif Shafak, a Turkish author who manages to make serious subjects accessible to all. She helps us put our condition into some perspective, and her message is always full of hope and solidarity".

The power of time

"Time heals all wounds. We must never underestimate the power of time... Sometimes, stepping back from a problem for a few days before returning to it is a precious time saver! The fastest solution is not always best!"

www.sii.fr

* GPTW pour Great Place To Work : SII a remporté en 2021 la première place des entreprises de plus de 2500 salariés où il fait bon travailler. En 2022, elle se classe 3e au palmarès.

ALEXANDRA BORCHIO FONTIMP SENATRICE DES ALPES-MARITIMES

EN PROXIMITÉ

Sénatrice des Alpes-Maritimes, conseillère départementale d'Antibes Juan-les-Pins, Présidente du Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur France et maman de deux enfants, Alexandra Borchio Fontimp, en femme de convictions, guide son engagement quotidien auprès de ses administrés et de ses proches avec une grande organisation et... beaucoup de passion pour son territoire de cœur.

It's all about proximity *- She is a senator for the Alpes-Maritimes and a departmental councillor for Antibes Juan-les-Pins. She is the Chairwoman for the Regional French Riviera Tourism Committee and the mother of two children. In short, Alexandra Borchio Fontimp is a woman with a plan, and she fulfils her commitment to her constituents and her relatives by being highly organised and... being passionate about her territory.*

« Pousser son chariot pour faire ses courses, aller chercher ses enfants à l'école avant de leur faire faire leurs devoirs : je crois qu'avoir une vie « normale », connectée à celle des autres, permet de rester proche des réalités de chacun ! ».

Impossible pour Alexandra Borchio Fontimp, née à Antibes, de ne pas ancrer son action d'élue au plus près de ses administrés et du territoire qui l'a vue grandir. Pourtant, l'engagement politique n'était pas sa première vocation. « J'ai toujours voulu devenir journaliste. La radio me plaisait pour l'immédiateté de l'information et la liberté de parole qu'elle permettait ». Après un Bac + 4 en Sciences de l'Information, Alexandra débute sa carrière comme journaliste chez Kiss FM où elle assure la matinale d'informations : « J'ai réveillé la Côte d'Azur pendant 10 ans à l'antenne ! ». Assez naturellement, c'est au contact d'élus locaux que son entrée en politique se précise. Son parcours débute à Vallauris en 2008 puis comme conseillère municipale d'Antibes dès 2014. En 2015 puis en 2021, elle remporte les élections départementales. D'emblée, dès ses premiers mandats, Alexandra se révèle en femme politique de terrain, sur plusieurs thématiques d'ordre social, en lien avec la solidarité, l'éducation ou l'égalité homme-femme. « Je suis de cette génération d'élus de proximité, ancrés dans leur territoire. Je veux porter la voix de M. ou Mme tout-le-monde sur des sujets qui les touchent, qui me touchent ».

NE PAS DEVOIR CHOISIR

Marraine de l'association Adrien, qui vient en aide aux enfants malades et à leurs familles, elle travaille aussi sur le sujet de l'égalité homme-femme : « Il y a encore beaucoup de travail à mener pour protéger, aider les femmes et les encourager à prendre leur place dans la société ». Ce qui l'interpelle le plus ?

« Je ne suis pas d'accord avec l'idée même qu'une femme ait à « choisir » entre ses différentes fonctions. Elle peut être chef d'entreprise et maman accomplie, femme politique et mère de famille à plein temps... C'est souvent difficile mais c'est très « équilibrant » de s'organiser et de pouvoir remplir chacun de ces rôles sans distinction ». Depuis septembre 2020, le Palais du Luxembourg la compte parmi les plus jeunes de ses parlementaires, au sein d'une institution qui recense à peine plus d'un tiers de femmes dans ses rangs ! Dans les Alpes-Maritimes, la tendance s'inverse où 3 des 5 élus sont des sénatrices. En 2022, elle s'implique successivement dans les campagnes d'Eric Ciotti et Valérie Pécresse. Et comme s'il fallait encore remplir les cases d'un agenda millimétré, Alexandra a accepté de prendre la succession de David Lisnard, à la tête du Comité Régional du Tourisme (CRT) en janvier. Au programme ? Assurer la promotion internationale du territoire dans sa diversité et remplir les « ailes de saison », ces périodes de creux pour l'activité touristique azuréenne. Mais a-t-elle encore de la place pour de nouveaux objectifs ? « La politique, ce n'est pas le monde de l'entreprise, il n'y a pas de business plan ! J'agis au présent, je travaille sans relâche, ne me fixe jamais d'objectifs à long terme : cela génère de la frustration, du stress. Humblement, je mesure que je suis à cette place car les électeurs m'ont avant tout accordé leur confiance. Je veux leur rendre cet engagement et cette fidélité ».

Indiscrétions

Elle aime...

...en maman attentive, être avec ses deux enfants. « Je m'organise pour passer un maximum de temps avec eux. Je n'ai jamais voulu les confier à une nounou. »

Défi

« Après 10 ans de journalisme et 10 ans de mandats politiques, j'ai souhaité retourner sur les bancs de l'école en 2018, mettre à jour mes connaissances en sciences politiques en suivant une formation à l'ENA et en obtenant un Master 2 en droit ».

Lucide

« Je suis restée moi-même. Mes amis sont toujours les mêmes depuis mon enfance. Je reste toujours disponible pour tout le monde. Je n'oublie jamais qui je suis et d'où je viens. »

She loves

...as a caring mother, to be with her two children. "I organise my schedule so that I can spend as much time as I can with them. I never wanted to hand them over to a nanny."

Challenge

"After a decade in journalism, and another decade in politics, I wanted to return to school in 2018, to refresh my knowledge of political science, by following an ENA course and achieving a master's 2 degree in law".

Clearsighted

"I remain myself. I have kept the same friends since childhood. I stay available for everyone. I never forget who I am and where I come from. "

www.alexandraborchiofontimp.fr

"Pushing a trolley filled with groceries, collecting the kids at school, helping them with their home-work: I think that having a 'normal' existence, connected to other people, allows me to stay close to the day-to-day realities of life!".

It is impossible for Alexandra Borchio Fontimp, a native of Antibes, not to make sure her actions as elected representative remain as close to her constituents and the territory where she grew up. However, political action was not her first calling. "I always wanted to become a journalist. I was interested in radio broadcasting, because of the immediateness of the information and the freedom of speech it affords". Holding a baccalaureate +4 in Information Science, Alexandra started her career as a journalist for Kiss FM, where she read the morning news reports. "For a whole decade, I was the one waking up the French Riviera with my broadcasts!". Quite naturally, as she started to meet local representatives, her political career began taking shape. It started in Vallauris in 2008. She later became municipal councillor for Antibes in 2014. In 2015 and then in 2021, she won the departmental elections. As soon as her mandate started, Alexandra showed her penchant for politics in the field, focusing on different social themes relating to solidarity, education, and gender equality. "I am of a generation of representatives who favour proximity and who work for their territory. I want to be the voice of normal people, discussing the subjects matter to them, to me".

NOT HAVING TO CHOOSE

As a patron of the Adrien association that supports sick children and their families, she also works busily on the subject of gender equality: "There is still much work to do to protect and support women, and to encourage them to take their rightful place in society". What bothers her the most?

"I do not like the notion that women still have to 'choose' among different roles. They can be accomplished CEOs, mothers, politicians, and full-time matriarchs to their families. True, it is sometimes quite difficult, but there is a feeling of 'balance' when the right organisation is found, and we can fill all these roles without having to choose". Since September of 2020, at the Palais du Luxembourg, she is one of the youngest MPs, working in an institution that has only a third of women representatives among its ranks! In the Alpes-Maritimes, this trend is reversed, and three of the five elected senators are women. In 2022, she worked successively on the campaigns of Eric Ciotti and Valérie Pécresse. And, to show that she still has some space in a packed schedule, Alexandra has accepted to take over from David Lisnard as chairwoman of the CRT (Regional Tourism Committee) in January. What is in the works? Promoting the territory internationally and filling the "wings of the season", i.e. the low season in terms of tourism in the French Riviera. But can she still make room for new goals? "In politics, unlike the corporate world, there is no business plan! I act in the moment, I work tirelessly, and I never set any long-term objectives, which generate frustration and stress. Very humbly, I realise that I am in this position because my constituents have given me their trust. In return, I want to give back my commitment and loyalty".

Alexandra BORCHIO FONTIMP

SENATRICE DES ALPES-MARITIMES

« Je suis de cette génération d'élus de proximité, ancrés dans leur territoire. Je veux porter la voix de M. ou M^me^ tout-le-monde sur des sujets qui les touchent, qui me touchent »

Coralie FEND

GROUPE IPPOLITO

« J'aime par exemple m'intéresser à la technique pour savoir de quoi l'on parle : l'information est primordiale dans nos métiers. Je dois pouvoir répondre aux clients avec de bonnes notions techniques. »

CORALIE FEND — ASSISTANTE ADMINISTRATIVE — **GROUPE IPPOLITO**

EMBARQUÉE DANS LA BELLE AVENTURE D'ATF

A Gerzat en Auvergne, près de Clermont-Ferrand, le groupe azuréen Ippolito a repris depuis un peu plus d'un an la société Froid Transport Services, devenue l'une des implantations régionales d'Azur Trucks Froid (ATF), sa branche spécialisée dans l'entretien, le dépannage et la réparation de groupes frigorifiques embarqués pour toute marque de véhicules. Assistante administrative au sein de la société reprise, Coralie Fend fait partie de la nouvelle aventure.

Part of the great ATF adventure *- At Gerzat in Auvergne, not far from Clermont-Ferrand, Ippolito, a group based in the French Riviera, acquired, a little more than a year ago, the company Froid Transport Services, turning it into one of the regional sites of Azur Truck Froid (ATF), its branch specialising in maintaining and repairing refrigeration units fitted on board vehicles of all makes. Coralie Fend is part of this new adventure as an administrative assistant in the recently acquired company.*

Née en Auvergne, Coralie a évolué dans le secteur de la sellerie industrielle pendant plus de 8 ans, au sortir de ses études en Gestion des Entreprises et des Administrations, complétées par une Licence en comptabilité et finance. Si elle gère à ses débuts les stocks et la facturation, son poste évolue vite en responsabilité et elle assume par la suite les achats et une large partie de la comptabilité. Elle entre ensuite chez Froid Transports Service en 2016 comme assistante administrative. Aujourd'hui, depuis le rachat de l'entreprise et son intégration au groupe Ippolito, ses fonctions ont changé : si elle n'officie plus en comptabilité (celle-ci est désormais centralisée pour toutes les entités d'ATF), elle est désormais amenée à gérer la facturation des implantations d'Azur Trucks Froid dans le Rhône et la Loire. Des changements qui correspondent au tempérament enthousiaste et dynamique de Coralie.

Originally from Auvergne, Coralie worked in industrial saddlery for nearly eight years, having graduated in Corporate Management and Administration, followed by a diploma in Accounting and Finance. Initially, she was tasked with managing stocks and handling invoicing, but her job evolved quickly to include new responsibilities, such as procurement and accounting. In 2016, she landed a job with Froid Transports Service as an administrative assistant. Today, since the company was acquired by and integrated to the Ippolito Group, her job description has changed somewhat: she no longer handles accounting (which has been centralised for all ATF entities), and she is now in charge of invoicing for all the Azur Trucks Froid sites in the Rhône and Loire regions. These changes are a perfect match with Coralie's enthusiastic and energetic outlook.

VISER LA POLYVALENCE

En collaboration avec le chef d'atelier, elle gère en binôme les plannings, le personnel, la prise en charge des clients, des tâches diversifiées qui correspondent à ses aspirations d'exercer un travail très polyvalent : « J'aime par exemple m'intéresser à la technique pour savoir de quoi l'on parle : l'information est primordiale dans nos métiers. Je dois pouvoir répondre aux clients avec de bonnes notions techniques. Nous sommes passés d'une petite structure à la dimension d'un groupe -certes familial-, mais aux activités diversifiées et où tout évolue très vite. Les perspectives de développement de notre activité sont par ailleurs très concrètes ». A ce sujet, si ATF s'est spécialisé dans la maintenance, la réparation et l'installation de systèmes frigorifiques embarqués, la carrosserie des véhicules est encore assurée en sous-traitance. La perspective d'intégrer cette activité semble une piste de progression intéressante pour l'entreprise. Mais aujourd'hui, comme dans de nombreux secteurs d'activité, c'est sur le recrutement et la formation des techniciens que le plus grand défi reste à relever pour ATF : l'académie créée par le groupe Ippolito s'engage avec détermination dans cette voie.

> « Nous sommes passés d'une petite structure à la dimension d'un groupe -certes familial-, mais aux activités diversifiées et où tout évolue très vite. Les perspectives de développement de notre activité sont par ailleurs très concrètes »

VERSATILITY IS THE GOAL

Working as a team with the workshop manager, she puts together schedules, manages staff, and liaises with clients. The diversity of these tasks is a source of great satisfaction, given her desire to work in a highly versatile job: "For instance, I like understanding the technical aspect, so I know what we are talking about: information is essential in our line of business. I must be able to answer my clients and provide them with the technical information they need. We went from being a small structure to being part of a group, albeit a family one, with varied and fast-evolving activities. The development perspectives for our line of work are very real". But for ATF, already specialised in installing, maintaining, and repairing onboard refrigeration units, operations to the vehicles' bodywork are still being subcontracted. The idea of integrating this activity seems like a promising way forward for the company. But today, like in many other fields of activity, it is in the recruitment and training of technicians that the real challenge resides for ATF: the academy set up by the Ippolito group is aimed at rising to that very challenge.

Indiscrétions

Implication locale
Très attachée au développement de l'attractivité de son village, Montpeyroux, classé comme l'un des plus beaux de France, Coralie adhère et passe beaucoup de temps au sein d'une association organisatrice d'animations locales

En Auvergne, elle nous ferait visiter...
« ...Salers, dans le Cantal, superbe cité moyenâgeuse et montagnarde au patrimoine naturel, architectural et historique »

Un modèle de vie ?
« Je suis très admirative de ma maman... Elle nous a élevés et construits tels que nous sommes, avec mes frères, autour de belles valeurs de vie »

Sa philosophie...
... « Nous sommes chanceux, je sais apprécier ce que la vie a à m'offrir »

Local involvement
Her village, Montpeyroux, is rated as one of the most beautiful in France. Its appeal is very close to Coralie's heart, which is why she spends much of her time in an association that organises local events.

In Auvergne, she would take us to...
"... Salers, in the Cantal region, a magnificent medieval city in the mountains, boasting a rich natural, architectural, and historical heritage".

A life model?
"I admire my mum greatly... She raised us and made us who we are, my brothers and me, focusing on great life values"

Her philosophy...
..."We are lucky, and I know how to enjoy what life offers us".

GROUPE Ippolito

www.azur-trucks.fr

AGENCE SOVIMO

A TOUCH OF WOMEN

L'immobilier n'est pas une science exacte. Si l'on ne peut éluder les tendances, les chiffres et les règles juridiques qui régissent ce secteur d'activité, on peut encore moins faire l'impasse sur l'humain et la sensibilité qui entourent chaque contact, visite, négociation ou transaction... Chez Sovimo, à Mandelieu – La Napoule, autour de l'incontournable Wassia Alade, c'est une équipe aussi professionnelle qu'attachante, à l'écoute et efficace qui travaille la vente, la gestion, la location, le design et l'aménagement d'espaces, avec une particularité notable qui semble faire toute la différence : bien loin de la parité, ce sont 7 femmes qui dirigent avec succès l'activité de l'agence créée voici déjà 48 ans...

Real estate is not an exact science. Although one cannot avoid studying trends, figures, or the legal framework governing this field of work, it is equally important to pay attention to the human dimension and the sensitivity that surrounds every contact, visit, negotiation, or transaction... At Sovimo, in Mandelieu-La Napoule, a professional and attentive team has gathered around Wassia Alade. They are hard at work, selling, managing, renting, designing, and furnishing spaces, with one remarkable characteristic that seems to make a huge difference: there is no gender equality here, as the team of eight features seven women who successfully oversee the activities of the agency created 48 years ago...

Bienveillance et professionnalisme : en deux mots, voici le fil conducteur qui pourrait résumer l'implication de Wassia Alade au sein de Sovimo, l'agence immobilière qu'elle a intégrée en 2014 avant d'en reprendre la direction. Depuis, elle n'a eu cesse d'en développer l'influence, de la gestion à la location de vacances (une activité historique de Sovimo qui compte plus de 300 biens à louer sur son secteur de chalandise), en passant aujourd'hui par la transaction de fonds de commerce, une activité que la jeune quadragénaire ambitionnait de créer cette année pour couvrir tout le spectre de l'activité immobilière sur la Côte d'Azur. Autour de Wassia, 6 femmes - et 1 homme ! - font tourner l'agence.

SÉLECTION NATURELLE

Mais alors, être une femme pour réussir dans l'immobilier, serait-ce si important ? Lucide, Alissa, en charge de la communication et des ventes, n'en est pas si sûre : « je pense que ce n'est pas un choix mais plutôt une « sélection naturelle » ! Nous avons su nous démarquer par notre finesse et notre professionnalisme ! », sourit la jeune femme. Alexandrina, du service de gestion locative, y voit un savant mélange « de finesse et d'ambition. (...) Même si les 48 années d'expérience ont permis à Sovimo de ne pas faire la différence entre les genres, mais de consolider les objectifs, rebondir et développer les réussites tous ensemble ! ».

Il n'empêche, la woman touch de Sovimo lui ouvre les portes du succès. Cela crée un ensemble de valeurs auxquelles adhérer, à la manière d'une charte de bonne conduite. Pour Alexandrina, « l'engagement, la bienveillance, le respect, la solidarité et l'adaptabilité » caractérisent l'agence telle que la conçoit Wassia. Serait-ce le fruit du hasard ?

« Une belle rencontre peut aboutir à une opportunité de travail, comme un bon leader peut faire ressortir les talents au sein de son équipe. Mme Alade sait motiver et mettre en avant les qualités de chaque collaborateur ». Dans la bienveillance et avec professionnalisme, deux qualités qui -fort heureusement, n'ont pas de genre...

> « Une belle rencontre peut aboutir à une opportunité de travail, comme un bon leader peut faire ressortir les talents au sein de son équipe. »

Transaction - Location - gestion
Viager - Fonds de commerce
Face au Port de La Napoule
170 Av. Henri Clews 06210 Mandelieu la Napoule
04 93 49 81 70
www.agencesovimo.com

Kindness and professionalism. These two words describe Wassia Alade's involvement with Sovimo, the real estate agency which she joined in 2014 and now manages.
She has worked tirelessly to grow its business volume, which now includes property management, holiday rentals (this is a longstanding activity for Sovimo, as it has more than 300 properties for rental in its catchment area), and business transfers, an activity that the forty-year-old manager wanted to launch this year, to cover the full range of real estate activities in the French Riviera. Wassia is surrounded by six women - and one man - to run the agency.

NATURAL SELECTION

Does this mean that being a woman increases your chances of success in real estate? Alisa, who is in charge of communications and sales, is not so sure: "I don't think it's a question of choice, but rather of 'natural selection'! We have managed to stand out because of our sensitivity and professionalism!" she says with a smile. Alexandrina, who manages rentals, puts it down to a deft combination of "finesse and ambition. (...) But it should also be noted that Sovimo's 48 years of experience have shown that it is important to avoid gender distinctions, but rather to work towards shared goals, bounce back, and achieve success as a team!".

That being said, it can't be denied that the woman's touch at Sovimo has paved the way to success. It creates a set of values we can all buy into, much like a charter of proper practices. According to Alexandrina, "commitment, kindness, respect, solidarity, and adaptability" are terms that best describe the agency under Wassia's management. Could it simply be a matter of luck?

"A beautiful encounter can lead to a work opportunity, and a good leader can bring out individual talents in their team. Mrs Alade knows how to motivate and bring out the qualities of each one of us". With kindness and professionalism, two qualities that have nothing to do with gender, fortunately.

Indiscrétions

Overbookée
Depuis notre dernière entrevue, trop occupée, Wassia n'a toujours pas pu progresser en ski, au tennis ou au golf, comme elle le souhaitait... Son excuse ? « Je suis tout de même inscrite dans... 7 clubs business, dont IN Club ! »

Too busy
Since our last interview, Wassia has been too busy to improve her skying, tennis or golfing, as she had wanted... What is her excuse? "I did enrol in seven business clubs, including IN Club!"

Velléités d'expansion
« Je voudrais développer Sovimo dans le Var, pourquoi pas autour de Montauroux ? »

Expansion ambitions
"I want to develop Sovimo in the Var, maybe around Montauroux?"

Wassia ALADE

dirigeante de Sovimo
entourée de son équipe

En haut à gauche : **Alissa Maroselli,** Communication / Ventes
En haut à droite : **Virginie Ducellier,** Conseillère en immobilier
En bas à gauche : **Alexandrina Mudrea Balan,** Gestion locative
En bas à droite : **Stéphanie Boyer,** Conseillère en immobilier

Irina SERBAN

CABINET LEXELIANS

« Je travaille comme le bras droit du chef d'entreprise dans les moments-clés de sa vie, au sein d'une équipe très expérimentée, aux valeurs d'excellence et dotée d'un savoir-faire sur mesure. »

IRINA SERBAN AVOCATE ASSOCIÉE **CABINET LEXELIANS**

L'AVOCATE DES ENTREPRENEURS

Avocate associée au sein du cabinet d'avocats d'affaires Lexelians, Irina Serban en dirige le département M & A (fusions-acquisitions) et Private Equity (financements privés – levées de fonds) depuis 2015. Son expertise s'exporte depuis plus de deux ans sur la Côte d'Azur, auprès des entreprises innovantes, en particulier celles de Sophia-Antipolis, qu'elle accompagne notamment dans toutes leurs opérations de croissance.

The businessmen lawyers *- As a partner lawyer with Lexelians, a firm of business lawyers, Irina Serban has been at the head of the merger and acquisitions and private equity department since 2015. For the past two years, her expertise has been exported throughout the French Riviera, among innovating companies, especially those based in Sophia Antipolis, which she supports in their development and growth.*

D'origine roumaine, Irina Serban découvre la France à l'âge de 18 ans et c'est par la danse classique qu'elle s'installe à Paris. L'école de l'Opéra forge en elle les qualités de rigueur et de persévérance qui l'accompagneront par la suite dans la profession qu'elle embrassera. Car à 22 ans, un accident oblige la jeune femme à tirer un trait sur ses rêves de danseuse.

Dès lors, Irina s'accomplira pleinement dans l'étude du Droit des sociétés.

Titulaire d'un Master 1 en Droit Privé et d'un Master 2 Droit Européen des Affaires de l'Université Paris-Sorbonne et d'un Master spécialisé en Droit et Management International de l'ESCP Business School, elle est inscrite à l'Ordre des Avocats du Barreau de Paris depuis juillet 2010. Elle commencera sa carrière d'avocate d'affaires en tant que collaboratrice du cabinet d'Alverny Demont & Associés puis chez Lexington Avocats. En 2015, elle rejoint comme avocate associée le cabinet d'affaires Lexelians qui accompagne une clientèle diversifiée d'entreprises françaises et étrangères, de sociétés innovantes comme industrielles, (secteurs des services à la personne, du luxe ou de l'immobilier). Irina accompagne les PME et groupes dans leurs différentes opérations capitalistiques, cession ou acquisition, restructuration, mécanismes d'intéressement des salariés et dirigeants... Elle suit aussi des startups ou scale-ups dans la forte accélération de leur développement, leur structuration et la mise en place de leur stratégie de croissance qui passe souvent par des levées de fonds ou des opérations de bridge, répondant à un besoin de financement immédiat.

As a native of Romania, Irina Serban came to France at the age of 18, pursuing a career as a classical dancer and moving to Paris. The Ecole de l'Opéra forged the discipline and perseverance that she went on to display in her professional career. At the age of 22, an accident forced the young woman to relinquish her dreams of becoming a ballerina.

Irina decided to throw herself completely into her studies in corporate law.

As holder of a master's 1 degree in private law and a master's 2 degree in European business law from the Sorbonne university in Paris, and of a specialised master's degree in international management from the ESCP Business School, she has been a member of the Paris bar since July 2010. She started her career as a lawyer as an employee at d'Alverny, Demont & Associés and then with Lexington Avocats. In 2015, she joined Lexelians as a partner. This is a firm of business lawyers whose clients are French and foreign companies and industrial and innovating businesses (working in the service industry, luxury goods or real estate). Irina works with small to medium-sized companies and large corporations, helping them manage their fundraising operations, their transfers and acquisitions, their restructuring, their employee and manager incentive plans... She also works with startups or scale-ups companies to drive the acceleration of their development, their structuring, and the implementation of their growth strategy, which often relies on financing or bridging operations to meet immediate cash needs.

OPÉRATIONS CAPITALISTIQUES À FORTS ENJEUX

La valeur ajoutée d'Irina pour mener à bien ces activités ? « Je travaille comme le bras droit du chef d'entreprise dans les moments-clés de sa vie, au sein d'une équipe très expérimentée, aux valeurs d'excellence et dotée d'un savoir-faire sur mesure. Le droit est pour nous un outil de compétitivité et de croissance mis au service de nos clients. Avant toute chose, je veux comprendre l'activité de mes clients et leur business model pour fournir les prestations et solutions sur mesure adaptées à leurs besoins spécifiques. Ces étapes peuvent parfois être intenses et impacter leur vie personnelle et familiale. Mon rôle : soutenir les entrepreneurs et les aider à passer chaque étape de croissance ».

Pour elle, être une femme représente un atout non négligeable : « Dans ce jeu de pouvoir, certains intérêts sont convergents quand d'autres points bloquants peuvent faire achopper la négociation. Dans un contexte tendu, une femme a souvent plus de facilité à faire un pas de côté et proposer une palette de solutions très fines, des plus simples aux plus sophistiquées pour sortir du blocage et éviter un rapport de force -bien souvent improductif- entre les différentes parties ». Pour enrichir la communauté des entrepreneurs avec des solutions juridiques simples pour leurs problématiques concrètes, Irina anime de nombreux webinaires et tables rondes. Les thématiques ? « Les erreurs à éviter dans la négociation de mon pacte d'associés », « Réussir sa levée de fonds ou son bridge ».

> « Le droit est pour nous un outil de compétitivité et de croissance mis au service de nos clients. »

LEXELIANS Avocats

30 rue Pastorelli - 06000 Nice
11 Avenue de l'Opéra - 75001 Paris
06 61 70 49 63 - iserban@lexelians.com

Indiscrétions

Le plus beau début de journée ?
« Le sourire de mes deux enfants ».

Une passion...
... « Pour la voile, que je vais pouvoir à nouveau pratiquer ! »

The best start to the day?
"A smile from my two children"

A passion...
..."For sailing, which I will soon take up again! "

HIGH-STAKES CAPITAL OPERATIONS

What does Irina offer in terms of added value to bring her activities to successful completion? "I work as the righthand person of the CEO during key milestones of the company's life, within a highly experienced and gifted teams that rely on their special know-how to achieve values of excellence. The law, for us, is a tool for competitivity and growth at the service of our clients. First and foremost, I want to understand my clients' activities and their business model to provide them with tailored solutions and services that will meet their very specific needs. These steps may sometimes seem quite intense and affect my clients' personal and family lives. My role is to support entrepreneurs and help them successfully negotiate each step of corporate growth".

For her, being a woman is an asset that shouldn't be underestimated: "In this power struggle, some interests converge, whereas other blocking points can bring negotiations to a grinding halt. In a tense context, women are generally better at sidestepping and finding a range of finely-tuned solutions, from the simplest to the most sophisticated, to get out of a standstill and avoid a show of force by the parties involved, which is generally non-productive".

To enrich the entrepreneurial community with simple legal solutions aimed at addressing real issues, Irina hosts many roundtables and webinars. What themes does she cover? "The errors to avoid when negotiating a shareholders agreement" or "Bringing fundraising or bridging operations to fruition".

CAMILLE CHOQUART DIRECTRICE **MAISON DE BACON**

VIVRE UN MOMENT D'EXCELLENCE

Si le bon goût semble être une qualité innée, dans tous les cas, Camille Choquart en a hérité très jeune et sa sensibilité pour l'excellence de l'art de vivre à la française s'est manifestée tôt. Elle l'exprime aujourd'hui en dirigeant la Maison de Bacon, nouvelle formule du célèbre temple de la gastronomie de la mer, sur le Cap d'Antibes.

Experiencing excellence *- Some may say that good taste is an innate quality, but in any case, Camille Choquart was born into it and her love for the French Art de Vivre revealed itself early. It has brought her all the way to Cap d'Antibes, where she manages La Maison De Bacon, a new offering for all those who love seafood.*

Son intérêt pour la grande cuisine, les arts de la table, Camille a pu le découvrir pendant les voyages qu'elle a le bonheur d'expérimenter très jeune : « Avec une maman hôtesse de l'air et un papa steward, nous avons beaucoup profité de cultures, saveurs différentes pendant leurs rotations : une passion était née ! ». Son penchant pour l'élégance et le glamour du chic à la française, personnifiés dans les uniformes de personnel navigant que portent ses parents ne sont pas étrangers à son intérêt pour cet art de vivre so french, symbole d'excellence et de bon goût. Ainsi, ses premiers choix d'orientation se tournent assez naturellement vers l'hôtellerie et la restauration. Originaire de région parisienne, Camille entame sa formation à l'Ecole Hôtelière de Meaux, « de loin, l'expérience qui m'a le plus marquée, le mieux formée, avec bienveillance et une grande relation de proximité ». En alternance à la table étoilée de Joël Robuchon, elle participe ensuite à l'ouverture de son Atelier, sur les Champs-Elysées. A l'institution Grégoire Ferrandi du 7e arrondissement, elle obtient par la suite un BTS Hôtellerie Restauration Option Service & Cuisine, « le choix de l'opérationnel ». Elle mettra en application ses apprentissages au Park Hyatt, Palace de la rue Vendôme, pendant sept saisons, gravissant les échelons de la hiérarchie maison, pour conclure l'expérience au poste convoité d'assistante de direction.

« METTRE LA PASSION AUX COMMANDES »

Un projet trotte depuis longtemps dans la tête de Camille, qui ne fait pas mystère de son tempérament carriériste : « Je m'étais fixé comme objectif de partir travailler à Vancouver ». En attendant de pouvoir s'envoler pour le Canada, une place de maître d'Hôtel pour un étoilé Michelin l'attend à Edimbourg.

Mais la pandémie rebat les cartes... Camille rejoint sa famille désormais installée sur la Côte d'Azur et après une enrichissante incursion de huit mois à la tête du Comptoir Gastronomique parisien de Yannick Alléno, se languit de pouvoir revenir exprimer ses talents sur la Riviera...

Que mijotent aujourd'hui les nouveaux propriétaires de la Maison de Bacon, navire de la gastronomie de la mer qui a bénéficié d'une extraordinaire réhabilitation ces six derniers mois ? « Ils souhaitaient une femme à la tête de l'établissement et je crois qu'ils recherchaient avant tout une amoureuse du métier tel qu'il est pratiqué depuis ses origines, pour mettre la passion aux commandes, sans oublier d'apporter une touche de modernité toujours bienvenue ».

La profession se féminise et de nombreux chefs veulent plus d'équité dans les équipes. Une tendance que Camille s'explique aussi par cette faculté -que l'on prête bien plus souvent aux femmes, de savoir marier avec objectivité rigueur et douceur, précision et délicatesse.

Elle, en toute humilité, se propose de rendre d'abord ses convives heureux : « C'est la moindre des ambitions que de vouloir faire passer un excellent moment à des gens qui font la démarche de se déplacer pour venir vous voir : on l'oublie trop souvent ! ». Et pour les inciter à toujours plus se déplacer, une seule recette à sa carte : celle de l'excellence.

Her love for cuisine, fine foods and fine wines grew through the multiple travels she was fortunate to embark on in her youth. "My mum was an air hostess, and my dad was a steward, so we were lucky to discover many different cultures, depending on their rotating schedule: I guess my passion stems from there!". Maybe the stylish outfits worn by cabin crew help explain her taste for elegance and chic with a glamorous French touch and her interest for a special kind of art de vivre, a symbol of excellence and good taste.

Thus, her first career moves were naturally directed towards the hotel and restaurant industry. Hailing from the region of Paris, Camille started her training at the Hotel School of Meaux, "by far the most marking experience for me, a top-notch education given with a lot of kindness and closeness". She interned at the Michelin star-studded Joël Robuchon restaurant, and later took part in the opening of the Atelier run by the same chef on the Champs-Elysées. Then, at the Grégoire Ferrandi institution of the 7th arrondissement, she went on to obtain a Hotel and Restaurant BTS, specialising in Service and Cuisine, "an operational choice". She relied on the skills she acquired at the Park Hyatt, a palace hotel on Rue Vendôme, where she spent seven seasons climbing the rungs, all the way up to the sought-after position of assistant manager.

"LETTING YOUR PASSION TAKE THE DRIVER'S SEAT"

Inside Camille's mind, which is clearly career oriented, a project had been growing. "I set myself the goal of working in Vancouver". In the meantime, she was hired as head waiter for a Michelin starred establishment in Edinburgh.

But then the pandemic struck... After an enriching stint at the head of Yannick Alléno's Comptoir Gastronomique in Paris, she was yearning to join her family in the French Riviera, where she would have the opportunity of showing off her skills.

What is in the works for the new owners La Maison Du Bacon, a venue specialising in seafood that has undergone extensive renovation work in the past six months? "They wanted a woman at the head of the establishment, and I think they were looking for someone who is passionate for the job as it has been practiced since its origins, and who would let that passion take the driver's seat, without forgetting a touch of modernity, which is always welcome".

There are more and more women in this line of business, and many chefs want equal gender representation in their teams. For Camille, this trend might be explained by the talent – most often held by women – of combining ingredients objectively, with discipline and gentleness, with accuracy and with sensitivity.

Her fist goal is to make her guests happy: "Of course I want the people who've made the effort to come and see us to have the best experience possible, it is what it's all about!". In order to incite them back, again and again, there is but one item on her menu: excellence.

Indiscrétions

Elle changerait de métier ?
« Je me lancerais peut-être dans l'élevage de chiens »

If she had to switch careers?
"I would go into dog breeding, perhaps".

Une nouvelle marotte ?
« Je vais m'essayer à la céramique : les arts de la table me passionnent ! »

A recent hobby?
"I'd like to try pottery: I love anything that goes on a table!"

Un coup de cœur de la Maison de Bacon
« Le loup en croûte : incroyable ! »

A favourite dish served at La Maison du Bacon
"The crusted wolffish, it's out of this world!"

MAISON DE BACON

Maison de Bacon
664 Bd de Bacon
Cap d'Antibes
04 93 61 50 02
maisondebacon.fr

Camille CHOQUART

MAISON DE BACON

“C’est la moindre des ambitions que de vouloir faire passer un excellent moment à des gens qui font la démarche de se déplacer pour venir vous voir : on l’oublie trop souvent !”

Sophie ROUSSEL

LA PLACE BUSINESS

Le fil conducteur de ma carrière ? La création ! J'aime partir d'un concept, d'une idée et produire un contenu qui va développer la croissance de l'entreprise ou de l'institution pour laquelle je travaille.

SOPHIE ROUSSEL CCI NICE COTE D'AZUR **LA PLACE BUSINESS**

EN APPUI AUX ENTREPRISES

De près ou de loin, elle a toujours travaillé avec les entreprises mais son nouveau poste de responsable du service « La Place Business », le réseau d'affaires de la CCI Nice Côte d'Azur, met pleinement Sophie Roussel au cœur du dynamisme économique de son territoire. Avec en filigrane, une grande admiration pour les entrepreneurs.

Supporting entrepreneurs *- Sophie Roussel has always been involved, in some measure, with the corporate world, but her new job at the service of "La Place Business", the business network set up by CCI Nice Côte d'Azur, places her at the heart of the bustling economic life of her territory. Besides, she has always been a huge admirer of entrepreneurs.*

« C'est une merveilleuse façon d'appréhender le territoire économique sur lequel je vis ». En 2017, saisissant l'opportunité d'intégrer la CCI Nice Côte d'Azur, Sophie Roussel met à profit son expérience de plus de 20 ans dans le marketing en participant à la réflexion sur la nouvelle démarche commerciale des chambres consulaires. Les CCI voyant leurs subventions de la TFC (Taxe de Frais de Chambre) se réduire fortement, se doivent de trouver d'autres moyens de financement pour assurer leur équilibre. Assez vite, de nombreuses réflexions s'engagent sur la question et l'idée de la création d'un service pour mettre en réseau les entreprises du territoire se fait jour. Les prémices de la future « Place Business » sont posés.

Aujourd'hui, avec 700 adhérents dont 215 « Premium », le système de mise en relation B to B de la CCI Nice Côte d'Azur, lancé fin 2020, permet d'accéder aux donneurs d'ordre publics et privés, d'offrir de la visibilité et de générer et concrétiser de nouvelles opportunités de business pour tous les entrepreneurs maralpins qui en font partie.

UN FIL CONDUCTEUR, LA CRÉATION

Adepte de l'économie locale, Sophie défend l'idée « de créer les conditions d'un Small Business Act, en phase avec mes valeurs et à l'image d'un territoire aussi dynamique que celui du département. Nombreuses sont les entreprises qui croient bien connaître le tissu économique local mais qui découvrent avec La Place Business de nombreuses opportunités de travail qu'elles n'avaient pas soupçonnées ».

Pour Sophie Roussel, qui a travaillé 5 ans pour Thales à Nantes dans les aides à la navigation puis pour le groupe Cegedim à Nice dans la gestion des flux numériques de l'écosystème Santé, les enjeux de développement des entreprises se retrouvent à la croisée du commercial, du marketing et de la communication. Dans la dernière entité pour laquelle elle travaillait avant de rejoindre la CCI, Sophie, au travers de la création du service marketing, a eu pour mission de fédérer plusieurs entreprises et activités différentes au sein d'un même groupe. Le fil conducteur de sa carrière ? « La création ! J'aime partir d'un concept, d'une idée et produire un contenu qui va développer la croissance de l'entreprise ou de l'institution pour laquelle je travaille ».
A l'image de ce nouveau réseau de la CCI en pleine ébullition (7 conventions d'affaires y ont déjà été organisées), que Sophie et son équipe s'attellent à développer avec enthousiasme.

> « Nombreuses sont les entreprises qui croient bien connaître le tissu économique local mais qui découvrent avec La Place Business de nombreuses opportunités de travail qu'elles n'avaient pas soupçonnées »

la place business

www.laplacebusiness.com

"It is a marvellous way of approaching the economic fabric of my territory". In 2017, seizing the opportunity of joining CCI Nice Côte d'Azur, Sophie Roussel relied on her experience of 20 years in marketing, by contributing her thoughts to the creation of a new business approach designed for consular chambers. CCIs have seen their subsidies in terms of the TFC (Chamber Fees Tax) plummet and are reduced to finding new means of financing to ensure their survival. Right from the start, a novel idea emerged: creating a service to develop a network of companies present throughout the territory. The idea laying the ground for the future "Place Business" was born.

Today, with 700 members, including 215 "premium" members, the system of B-to-B networking implemented by CCI Nice Côte d'Azur, launched in late 2020, gives access to public and private calls to tender, offers visibility, and generates tangible new business opportunities for all adhering local entrepreneurs.

A LEADING THREAD, CREATION

As a specialist of the local economy, Sophie is keen to defend the idea of "creating the terms of a Small Business Act, aligned with my values and reflecting a territory that is quite as dynamic as the department. There are many companies that claim a deep understanding of the local economy, but that discover, through La Place Business, many new opportunities they hadn't even dreamt of".

For Sophie Roussel, who worked for five years for Thales in Nantes on navigation tools, and then for the Cegedim group in Nice, on managing digital flows in the health ecosystem, development challenges facing companies are at the crossroads between business, marketing, and communication. In the last entity for which she worked before joining CCI, Sophie's mission was to bring together several different companies and fields of activity within a single group, through the creation of the marketing service. The common thread through her career? "Creation! I like going from a concept or an idea to preparing content that will drive the growth of the company or the institution for which I work".
This is the mentality that she and her team display as they enthusiastically develop this new and budding CCI network (seven business meetings have already been organised).

Indiscrétions

Passionnée...
... « De photo et de disciplines artistiques picturales. Les formes géométriques et graphiques m'interpellent et côté architecture, mes préférences vont vers le courant Art déco ».

Les vertus du mérite
« J'aime bien cette citation du Cid : « A vaincre sans péril, on triomphe sans gloire ». Je crois que la victoire est encore plus belle si elle est méritée ! »

Passionate...
..."about photography and pictural art. Geometric and graphic shapes interest me and in terms of architecture, my tastes lie with the Art Déco current".

The virtues of merit
"I like this quotation from Le Cid: "To win without risk is to triumph without glory". I believe that victory is even sweater if it is deserved!"

CELINE MONCEL JOURNALISTE PRESENTATRICE **BFM NICE COTE D'AZUR**

LANCEMENT DE SOIRÉE

Au cœur du lancement de la déclinaison niçoise de la chaine, elle présente « Bonsoir La Côte d'Azur » depuis la rentrée 2021 : Céline Moncel est le visage de BFM Nice Côte d'Azur de 17 à 19 h, tous les soirs de semaine.

A grand start to the evening *- She is at the heart of Nice's version of BFM TV and has been presenting "Bonsoir La Côte d'Azur" since September 2021. Céline Moncel is the face of BFM Nice Côte d'Azur, from 7pm to 9pm every evening.*

« Le lancement d'une chaîne, c'est une aventure qui ne se présente pas dix fois dans votre vie ! » sourit Céline Moncel. Alors quand la journaliste apprend que BFM s'implante en région, elle postule immédiatement pour la ville de Nice : « Pour moi, c'était ici et nulle part ailleurs ! » justifie Céline, qui en amoureuse des Alpes-Maritimes, y passe plus d'un mois chaque année depuis plus de dix ans. Native du département de l'Ain, la jeune femme a bougé pendant plusieurs années avant de cocher l'inéluctable case parisienne, qui lui aura permis de lancer sa carrière, débutée en télévision pour LCI en 2009.

"The launch of a new TV channel is an opportunity that doesn't come around that many times in a lifetime!" Céline Moncel explains with a smile. When the journalist learnt that BFM was coming to the region, she immediately applied for a job in Nice: "For me, it could not have been anywhere else!" she says, telling us that she is in love with the Alpes-Maritimes region, having spent more than a month here every year for more than a decade. Hailing from the Ain department, as a young woman she travelled around for a bit, before heading for Paris, as one inevitably does, where she started her career in television with LCI in 2009.

Ainsi, le parcours post-bac de Céline passe par l'IEP de Lyon, qu'elle suit pendant quatre ans dont une année à l'étranger, en Egypte. Puis elle perfectionne ses acquis avec le CUEJ (Ecole de Journalisme) de Strasbourg pendant deux ans où elle poursuit un Master de journalisme. Et c'est à la suite d'une période de piges en radio chez France Bleu, que la jeune femme répond au recrutement d'une stagiaire chez LCI, qui cherche à l'époque à développer sa propre radio numérique terrestre. Un projet sur lequel elle s'investit près d'une année. « Je suis ensuite entrée assez naturellement côté TV, où j'ai commencé comme assistant présentateur ». Là, son expérience de la radio aidant et son aptitude à préparer les JT la font passer assez vite de l'autre côté de la caméra.

After graduating, she attended the IEP of Lyon, where she studied for four years, including one spent abroad, in Egypt. She then honed her journalistic skills at the CUEJ (journalism school) in Strasbourg for two years, achieving a master's degree in journalism. After that, she worked as a stringer for France Bleu radio station, before applying for an internship at LCI, which was trying to develop its own digital radio station. She was totally involved in that project for nearly a year. "I naturally evolved towards the TV side of the operation and started working as a presenter assistant". There, her radio experience and her skills at preparing the news reports quickly earnt her a place in front of the cameras.

DÉCENTRALISER LES TALENTS

En 2013, BFM TV est en pleine ascension. Céline y est recrutée : « C'était une toute jeune rédaction, qui a vu émerger de nombreux talents, fait progresser ses employés, j'ai adoré cette ambiance de travail ! ». Elle commence par présenter la « petite matinale » -comprenez la tranche 4 h 30 - 6 h. « C'est très gratifiant, nous donnons en quelque sorte le ton du reste de la journée ». Suit une période de reportages sur le terrain avant une spécialisation dans le domaine de la santé et plus particulièrement sur le Covid durant la crise sanitaire.

Pour Céline, cette séquence difficile dans la vie de chacun aura eu au moins une vertu : celle d'accélérer une forme de décentralisation des talents. « Toutes les compétences ne sont pas à Paris ou en région parisienne, bien évidemment, fort heureusement et je trouve que la décentralisation fonctionne de mieux en mieux, notamment depuis cette crise ». Elle reçoit un invité différent chaque jour et le jeudi, donne la parole aux politiques : pas uniquement à ceux qui ont une implication nationale car l'émission de 18 h 30 les interpelle sur des sujets territoriaux ou sur la déclinaison locale de sujets de dimension citoyenne.
Car sur BFM Nice Côte d'Azur, on aime mettre en avant les initiatives locales. Sur la tranche 17 – 19 h, du lundi au vendredi, Céline propose ainsi aux téléspectateurs une émission suivant trois axes : l'info, la proximité et la dimension de service avec le traitement de sujets pratiques comme la météo ou le trafic routier.

> « Toutes les compétences ne sont pas à Paris ou en région parisienne, bien évidemment, fort heureusement et je trouve que la décentralisation fonctionne de mieux en mieux, notamment depuis cette crise »

Indiscrétions

Céline rêvait...
« d'un voyage aux Seychelles. Mais depuis que je vis sur la Côte d'Azur, je suis comblée et j'ai revu mes priorités : je crois que je vais simplement... investir dans un paddle et me remettre à la plongée sous-marine ! »

Une découverte locale
« On mange particulièrement bien à Nice et pas qu'une cuisine méditerranéenne : on compte par exemple une très grande diversité de restaurants japonais et coréens, mon péché mignon ! »

Céline dreamed of...
..."a journey to the Seychelles. But now that I live in the French Riviera, I am delighted and have had to review my priorities: I think I will simply... invest in a paddle board and take up scuba diving."

A local discovery
"The food is absolutely delicious in Nice, and not only centred on Mediterranean cuisine: there are a great many Korean and Japanese restaurants, which I cannot resist!"

BFM NICE CÔTE D'AZUR

TNT | CANAL 31
SFR | CANAL 285/518
ORANGE | CANAL 374
BOUYGUES | CANAL 36
FREE | CANAL 935

www.bfmtv.com/cote-d-azur/

DECENTRALISING TALENT

In 2013, BFM TV was growing rapidly. Céline was recruited: "It was a very young newsroom, where many talents were allowed to blossom, and where employees enjoyed brilliant career opportunities. I loved this work atmosphere!". She started by presenting the early morning show - from 4.30am to 6am. "It was very rewarding, as we were setting the tone for the rest of the day". Then came a period of field reporting, followed by a specialisation in health-related stories, but her work would soon turn to Covid reporting during the health crisis.

For Céline, although this period was difficult for all, it had at least one upside to it: accelerating the decentralisation of talent. "Not all the skills we need are to be found in Paris or its region, obviously and fortunately. I feel that decentralisation is working better and better, especially since the beginning of this crisis". She has a different guest every day, and on Thursdays she interviews politicians, and not only those who are involved at a national level: the 6.30pm show focuses on regional subjects and on reports that provide a local perspective on national stories.

Indeed, BFM Nice Côte d'Azur is all about local initiatives. In the 5pm-7pm time slot, from Mondays to Fridays, Céline invites her viewers to enjoy a show focusing on three areas: news, proximity, and public service, with traffic reports and weather forecasts.

Céline MONCEL

BFM NICE COTE D'AZUR

« Sur la tranche 17 - 19 h, du lundi au vendredi, Céline propose aux téléspectateurs une émission suivant trois axes : l'info, la proximité et la dimension de service avec le traitement de sujets pratiques comme la météo ou le trafic routier »

Delphine MOLINIER & Anne-Laure DELHAISE

SKYINCAP

SKYINCAP

DELPHINE MOLINIER DIRECTRICE OPÉRATIONNELLE À TOULOUSE

ANNE-LAURE DELHAISE RESPONSABLE RÉGION PACA

ORIENTÉES VERS LA BIENVEILLANCE

Née à Toulouse, l'entreprise adaptée Skyincap se développe aujourd'hui à Sophia Antipolis. Afin de proposer une expertise d'ingénierie de haut niveau à ses clients tout en favorisant l'insertion de personnes RQTH (Reconnues en Qualité de Travailleurs Handicapés), l'entreprise adaptée* compte dans ses rangs deux atouts féminins de choix : Anne-Laure Delhaise, Responsable Région PACA et Delphine Molinier, Directrice opérationnelle à Toulouse.

***Turned towards kindness** - Founded in Toulouse, the disability friendly company Skyincap is developing in Sophia Antipolis. To offer high-level engineering expertise to its clients, while also encouraging the recruitment of RQTH employees (recognised as disabled workers), this disability friendly company boasts, among its ranks, two key women: Anne-Laure Delhaise, Manager for the PACA Region, and Delphine Molinier, Operational Manager in Toulouse.*

Ingénieures bien connectées à notre époque high-tech, Anne-Laure et Delphine ont malgré la distance géographique qui les sépare, appris à se connaître et à partager leur quotidien au service de Skyincap. Cette belle entreprise adaptée, unique en France, a pour vocation de permettre à plusieurs grands groupes industriels de travailler avec des profils de personnes vivant une situation de handicap sur des projets innovants. Ses fondateurs, Arnaud Setien et Sébastien Recasens, sont partis du constat que bien trop souvent, les entreprises adaptées se concentraient sur des métiers autres que ceux de l'ingénierie de haut niveau, alors que ces compétences existent.

Ce projet aux accents solidaires résonnait bien avec les valeurs de Delphine Molinier, promue directrice opérationnelle de l'entreprise à Toulouse. Cette ingénieure en optique, passée par plusieurs postes de chef de projet chez des équipementiers automobiles et dans l'aéronautique toulousaine, aime « planifier et gérer les projets en équipe. Mon rôle consiste aussi à accompagner les équipes, en particulier les personnes en situation de handicap dans l'adaptation de leurs missions ». Delphine aime « voir que les situations sont souvent surmontables. Il est positif de se dire que l'on peut contourner le handicap et qu'en adaptant, nous sommes tous un peu plus sur un pied d'égalité ».

PRÉPARER L'ACCUEIL EN ENTREPRISE

Une approche solidaire qui fait sens aussi pour Anne-Laure Delhaise, nouvelle Responsable de la région PACA pour Skyincap à Sophia Antipolis. Née en Belgique, issue de HEC, elle a entamé une première carrière à Bruxelles dans la finance, avant, sur la Côte d'Azur, d'intégrer l'équipe de recrutement d'Amadeus à Sophia Antipolis, pour rejoindre ensuite son département d'analyse fonctionnelle, enrichissant son expertise « métiers ». Puis Anne-Laure jalonne sa carrière de postes orientés RH, formation et business développement, en marquant toutefois quelques pauses puisqu'elle est aujourd'hui maman de... quatre enfants !

Chez Skyincap, sa mission l'amène aujourd'hui à « proposer l'expertise technique de ses équipes aux donneurs d'ordre de la technopole, mais aussi à préparer les esprits à l'accueil de personnes RQTH au sein de l'entreprise ». Tous ne sont pas encore prêts, même si la tendance est à l'amélioration : « parfois, ce sont les candidats qui ne souhaitent pas faire valoir leur droit à la RQTH, alors que cela leur fournirait un cadre de travail plus sécurisant. Nous les accompagnons dans cette démarche » souligne Delphine. Avec un leitmotiv : la bienveillance, à toutes les étapes...

Working girls connected to our high-tech age, Anne-Laure and Delphine are separated by physical distance but have learnt to share their daily work at the service of Skyincap. This great disability friendly company, unique in France, aims at allowing several large industrial groups to work with people who are suffering from a disability on innovating projects. Its founders, Arnaud Setien and Sébastien Recasens, had noticed that all too often, disability friendly company would focus on other business lines than high-level engineering, whereas skills certainly exist in that field.

This solidarity-driven project echoed the values held by Delphine Molinier, who was promoted to operational manager in Toulouse. She is an optical engineer who has worked many jobs as project head for automotive equipment makers, and in the aerospace industry of Toulouse, and she loves "planning and managing team projects. My role consists in supporting team members, in particular those who have disabilities, in adapting their missions". Delphine likes to see "that situations often become possible to overcome. It is a positive thing to think that we can overcome a disability through adaptation, which puts us all on equal footing".

PREPARING CORPORATE INSERTION

A solidarity-based approach makes sense too for Anne-Laure Delhaise, the new head of the PACA region for Skyincap at Sophia Antipolis. Born in Belgium, and having graduated in business, she started a first career in Brussels in the field of finance and went on to join the Amadeus recruitment team at Sophia Antipolis, before joining the functional analysis department, thereby enriching her expertise in "lines of work". Afterwards, Anne-Laure's career was marked by various HR positions, training sessions and business development mandates, with a few breaks along the way, as she is now the mother of... four children!

At Skyincap, her mission brings her today to "providing the technical expertise of its teams to the technopole's contractors, and also to preparing minds to welcoming RQTH workers in companies". Not everyone is ready, although the trend is clearly improving: "sometimes, the applicants themselves waive their RQTH right, despite the fact it would provide a safer working environment. We support them in this approach" Delphine explains. There is an underlying trend of kindness, at every step.

> « Il est positif de se dire que l'on peut contourner le handicap et qu'en adaptant, nous sommes tous un peu plus sur un pied d'égalité »

> *"It is positive to think that we can overcome a disability through adaptation, which puts us all on equal footing"*

Indiscrétions

Delphine...

...se passionne pour le Rugby, en famille. « Mes deux enfants jouent, nous sommes accros à ce sport aux belles valeurs. Décidément, je crois que j'adore le travail bien fait en équipe ! »

Anne-Laure...

...s'est transformée le jour où elle est montée sur une scène. « Théâtre, danse, cela a boosté ma confiance ». Elle a hâte de pouvoir prendre le temps de recommencer, ou alors de se remettre à son projet de roman, dont elle a commencé une deuxième version il y a... déjà 5 ans !

Delphine...

...is mad of rugby, a family tradition. "My children play, and we are fans of this sport and its values. I think I love teamwork, when it is well done!"

Anne-Laure...

...changed the day she set foot on stage. "Drama, dancing, it really boosted my confidence". She can't wait to have the time to get back into it, or to get back to her project of writing a novel, having started the second draft... five years ago already!

skyincap

contact@skyincap.com
www.skyincap.com

*Entreprise adaptée : qui a notamment la spécificité d'employer au moins 55 % de travailleurs reconnus handicapés.
**Disability friendly company: is defined as employing at least 55% workers who are recognised as being disabled.*

VIRGINIE CIAIS ASSISTANTE DE DIRECTION **TRANSCAN**

GRANDIR ENSEMBLE

Assistante de direction pour le groupe Transcan, leader du transport routier régional, le parcours professionnel engagé de Virginie Ciais a connu une belle évolution au fil de l'ascension que le groupe connait depuis 20 ans. Elle refait la route avec nous.

Triplée, Virginie a connu une enfance heureuse et champêtre à Gattières, auprès de ses deux frères, entourée par sa famille, les copains, et la joyeuse ribambelle d'animaux qu'elle côtoie au quotidien. Dotée d'un tempérament jovial, entreprenant et dynamique, la jeune femme a très tôt conscience qu'elle s'épanouira au contact du monde de l'entreprise et de ses responsabilités.
Alors cherchant un employeur, ce n'est pas l'univers du transport routier, réputé très masculin, qui fait forte impression sur la jeune fille, entrée chez Transcan en alternance pour son BTS Assistante de direction en 2009. Mais plutôt la proximité et très vite, la conviction d'avoir fait le bon choix. « Mon embauche s'est faite assez naturellement, nous étions voisins de la famille Cannata » se souvient Virginie, qui n'a même... jamais passé d'entretien pour valider sa formation en BTS ! Un climat de confiance, de travail et de projets dans lequel s'épanouit très vite la jeune femme. « Il y a 13 ans, il n'y avait que le pôle logistique et le transport. » Mais très vite, les ambitions de Franck Cannata et de son père Robert, se matérialisent avec une importante croissance de l'entreprise, axée notamment sur le métier de logisticien.

DIVERSIFICATION PERMANENTE

Aujourd'hui, le transporteur régional basé à Carros compte près de 300 salariés et opère sur 8 filiales, de la logistique à la route, en passant par l'affrètement ou le e-commerce. Tout dernièrement, c'est sur la livraison du dernier kilomètre que Transcan s'est distingué, en développant à Nice un système révolutionnaire de hubs de distribution desservis par des vélos-cargos et petites camionnettes destinées au Centre-ville : Transcan Eco City. Une diversification menée par étapes et des évolutions auxquelles Virginie a contribué au fil de toutes ces années, avec l'enthousiasme et la motivation des pionniers : ceux qui sont là depuis les débuts de l'aventure Transcan ! Car à son arrivée, le transporteur opérait sa mue et commençait tout juste à se structurer en filiales. Le secret de la longévité ? « Il y a toujours une grande détermination pour faire avancer l'entreprise dans ses projets et une valeur travail importante ».

En assistante de direction, le travail de Virginie a été guidé par la polyvalence et si au volet administratif, elle ajoutait auparavant du juridique, ou des RH, l'organisation de Transcan lui permet aujourd'hui de mieux revenir en support et assistance de sa direction, pour l'épauler dans ses nombreux projets de saine croissance. Un épanouissement pour Virginie : « c'est très stimulant et je suis vraiment admirative de l'entreprise telle qu'elle est devenue aujourd'hui ».
Assurément la fierté d'avoir parcouru une route jalonnée de succès et d'avoir su grandir, ensemble, aux côtés d'une belle équipe.

> « Il y a toujours une grande détermination pour faire avancer l'entreprise dans ses projets et une valeur travail importante »

Indiscrétions

Elle n'a encore jamais osé...
... « me lancer dans les cours de chant alors que cela me passionne ! On dit même que j'ai une jolie voix... Je la tiens peut-être de ma grand-mère, qui chantait à l'Opéra de Nice ! »

Prochain départ ?
... « Pour les Maldives, l'an prochain. Programme : soleil, transat, lecture. J'ai beaucoup à rattraper de ce côté-là, je m'étais fixé l'objectif d'un livre mensuel, ce n'est pas encore ça ! »

Sa philosophie de vie ?
« Seul on va plus vite mais ensemble on va plus loin ». Impossible de ne pas travailler en équipe !

She hasn't dared to...
..."take up singing lessons, although I'd really love to! People even say I have a nice voice... Maybe I got it from my grandmother who was an opera singer in Nice! "

Next destination
...."the Maldives, next year. It's all going to be about relaxation in the sun and reading. I have a lot to catch up with on that front. I had challenged myself to a book per month, but I'm falling short! "

Her philosophy of life?
"Alone we go faster, together we go further". It is impossible not to work in a team!

TRANSCAN GROUPE

www.transcan.fr

Growing together *- As a managerial assistant working for the Transcan Group, the leading regional haulier, Virginie Ciais has enjoyed an exciting and stellar career, perfectly in line with the group's ascent for the past 20 years. She looks back at the road travelled.*

As a triplet, Virginie had a happy childhood in the countryside of Gattières, surrounded by her two brothers, her family, and her friends, sharing her days with a joyful menagerie of pets. Gifted with a sunny, energetic, and entrepreneurial temperament, as a young woman she understood that she would find professional fulfilment as a corporate high-flyer.
As she was in search of an employer, it wasn't so much the male-dominated world of transport that made an impression on her when she started interning at Transcan while studying towards a Managerial Assistant BTS in 2009. It had more to do with the proximity, and she quickly grew convinced that she had made the right choice. "I was hired quite naturally; we were neighbours of the Cannata family" Virginie remembers. She didn't even sit for an interview to finalise her BTS training! The assiduous atmosphere appealed to her immediately, as did the exciting projects she was entrusted with. "13 years ago, there was only the logistics and transport department." Very quickly, the ambitions of Franck Cannata and his father Robert, focusing on logistics, were realised, translating into significant company growth.

PERMANENT DIVERSIFICATION

Today, the Carros-based regional haulier boasts 300 employees and works out of six subsidiaries, covering logistics and road transport, as well as freighting operations and e-commerce. Recently, last mile delivery has become another of Transcan's areas of excellence: the company developed in Nice a revolutionary system of distribution hubs with cargo-bikes and vans bringing deliveries to the city centre. It is called Transcan Eco City. This diversification was conducted in steps and evolutions in which Virginie has taken an active part over the years, displaying the enthusiasm and motivation of true pioneers: those who were there since the start of the Transcan adventure! Indeed, when she arrived, the haulier was in the throes of profound change and was restructuring its subsidiaries. The secret to the company's lasting success? "There is always great determination to drive the company forward, and a lot of hard work goes into that".

As a managerial assistant, Virginie had to be extremely versatile and, on top of her administrative work, she had to keep an eye on legal matters and HR. Now, however, Transcan's new organisation allows her to return to her true managerial calling, which is to support the company's healthy growth rate. A particular source of fulfilment for Virgine: "it's extremely stimulating, and I am in awe of the company we have become today".
She is very proud of having travelled a road paved with success and having been able to grow, together, as such a great team.

Virginie CIAIS

TRANSCAN

> « Je suis vraiment admirative de l'entreprise telle qu'elle est devenue aujourd'hui »

Jessica CHAILLOUX & Alexia BOITTE

NOVELTY

“Notre stratégie de communication a évolué. Nous adaptons notre message, notre façon de communiquer aux marchés sur lesquels nous nous implantons”

NOVELTY

JESSICA CHAILLOUX DIRECTRICE DE COMMUNICATION
ALEXIA BOITTE RESPONSABLE DE COMMUNICATION

PROMOUVOIR LE TALENT FRANÇAIS À L'INTERNATIONAL

Novelty, premier prestataire de solutions techniques, audiovisuelles et scénographiques dans le domaine de l'événementiel, a grandi au fil des années pour devenir un champion européen. Pour promouvoir en interne ses différentes marques et communiquer sur ses nombreux marchés internationaux, le groupe peut compter sur le talent et l'énergie de Jessica Chailloux et Alexia Boitte, directrice et responsable de communication.

Promoting French talent abroad *– Novelty, the leader of technical, audio-visual and stage solutions in the event industry, has been growing over the years to become a European champion. To promote internally its various brands and communicate on its many international markets, the group can rely on the talent and energy of Jessica Chailloux and Alexia Boitte, respectively communications director and manager.*

Jessica Chailloux, entrée au poste d'assistante de communication pour Novelty en 2006, en est aujourd'hui la directrice de communication. A cette époque, l'entreprise n'a pas encore absorbé son concurrent Magnum et ne s'est pas rapprochée de Dushow pour devenir le géant européen de la prestation technique événementielle que l'on connait aujourd'hui. « J'ai grandi avec l'entreprise, mon rôle a beaucoup évolué en 15 ans ! », se souvient Jessica. A commencer par l'effet groupe, qui lui apprend à s'organiser, même si dans le secteur de l'événementiel, tout peut être remis en question à la dernière minute... En deux mots, Jessica pratique désormais parfaitement « l'adaptabilité » et se définit encore aujourd'hui comme « multi-casquette ! ». Car Novelty, qui emploie 800 salariés fixes dans le monde, a beaucoup grandi au fil des opportunités de rachats qui se présentaient au groupe fondé par Jacques de La Guillonnière : « Novelty, c'est aujourd'hui près d'une vingtaine de marques, qui ont souhaité transmettre leur entreprise en se rapprochant d'un groupe solide », explique Jessica.

Un savoir-faire envié

Ses nombreux sites logistiques et son extraordinaire fonds de matériel (près de 10.000 références !) en font un acteur incontournable de la technique événementielle sur le territoire.

Si en France, le maillage territorial est fort, le groupe a aussi de fortes ambitions pour l'international. Déjà présente à Londres, Bruxelles, Dubaï, Dammam, Marrakech, Barcelone ou Madrid, la marque vient de s'implanter à Doha. Alexia Boitte, responsable de la communication pour la marque Novelty, participe à son essor dans le monde entier : « Notre stratégie de communication a évolué. Nous adaptons notre message, notre façon de communiquer aux marchés sur lesquels nous nous implantons ».

De Bordeaux à Dubaï, en passant par Cannes ou à Londres, la vie événementielle n'est pas la même. La culture, les codes diffèrent, même si ce développement des ouvertures d'agences à l'international répond avant tout à un besoin de retrouver la qualité du savoir-faire français sur place. Ainsi, Alexia participera à l'ouverture de l'agence de Doha en septembre, et d'ici là, passera en moyenne chaque semaine dans l'une des agences françaises et européennes du groupe, afin de participer à la communication locale de chacune d'entre elles. « L'internationalisation de Novelty passe par la personnalisation de sa communication » justifie la jeune femme.

Pour que le savoir-faire français continue de s'exporter et faire des émules, partout dans le monde...

> « Novelty, c'est aujourd'hui près d'une vingtaine de marques, qui ont souhaité transmettre leur entreprise en se rapprochant d'un groupe solide »

Indiscrétions

Alexia admire...
...le parcours de son frère, qui a créé une entreprise très jeune, preuve d'une grande ambition : « Tenace, de bon conseil, il a toujours été un modèle très inspirant pour moi ! »

Jessica ambitionne...
...de voyager de nouveau, sa grande passion : « très bientôt, ce sera un week-end prolongé à Amsterdam pour reprendre le rythme ! »

Alexia admires...
...her brother's career. He started a company at a very young age, displaying great ambition: "He is determined, provides excellent advice, and has always been an inspiring model!"

Jessica would like...
...to go back to travelling, my biggest passion: "soon, I'll go to Amsterdam for an extended weekend, to get back into the rhythm of things!"

www.novelty-group.com

Jessica Chailloux started at Novelty in 2006 as a communications assistant and is now director of communications. Back then, the company had not yet merged with its competitor, Magnum, or approached Dushow to become the European leader of technical services for the event industry that it is today. "I grew with the company, and my role has changed enormously in 15 years!" Jessica remembers. For one thing, there is the group effect that taught her to be organised. But, in the event business, everything can be called off at the last minute... In short, Jessica has become a master of "adaptability" and defines herself as a "wearer of many hats!". Novelty currently employs 800 workers throughout the world and has grown significantly over the years and the many acquisition opportunities that presented themselves to the group founded by Jacques de la Guillonnière: "Novelty includes about twenty brands that wanted to evolve from individual companies to members of a strong group", Jessica tells us.

Coveted know-how

With numerous logistical sites and an incredible stock of equipment (close to 10'000 references!), this is a leader in providing event-related services throughout the territory.

In France, it has established a strong national presence, but the group also harbours lofty international ambitions. Present in London, Brussels, Dubai, Dammam, Marrakech, Barcelona, and Madrid, the brand is now busy establishing itself in Doha. Alexia Boitte, head of communications for the Novelty brand, is playing an active role in the group's global boom. "Our communications strategy has evolved. We are adapting our message, our way of communicating with the markets we are trying to corner".

From Bordeaux to Dubai, and from Cannes to London, the event scene is not the same. Cultures and codes change, true, but the development and launch of agencies abroad is meant to meet a demand for French-style quality and know-how. So, Alexia will be there for the opening of the Doha agency in September, and in the meantime, she will spend every week in one of the group's French or European agencies, to contribute to the local communications plan of each one of them. "The internationalisation of Novelty means that its communications strategies must be customised" she explains.

To ensure that French know-how continues to be exported and to delight people around the globe...

ALEXANDRA BOURGEOIS RESPONSABLE RELATION CLIENT **THE NEOSHIELDS**

NOUS SOMMES TOUTES DES HÉROÏNES !

Le message de notre Wonder Woman du jour est clair, efficace, sans détour : chaque femme sauve le monde à sa manière. L'arme de prédilection d'Alexandra Bourgeois ? L'écoute. A Sophia Antipolis, tous les superhéros de The Neoshields, l'ESN dont elle gère les relations clients, se sont donnés pour mission de protéger vos données numériques et faire respecter le sacro-saint RGPD. Une tâche stimulante pour Alexandra, qui a déjà connu plusieurs vies d'héroïne !

"We are all heroes!" *- This is the message from our own Wonder Woman. It is clear and to the point: every woman is saving the world in her own way. Her name is Alexandra Bourgeois, and her weapon of choice is... Attentiveness. In Sophia Antipolis, the team of superheroes at The NeoShields, a digital consultancy firm where she handles customer relations, works towards its stated mission of protecting your data and ensuring compliance with the sacrosanct GDPR. A stimulating task for Alexandra, who is not at her first go at being a hero!*

« Le fil conducteur de ma vie ? La relation à l'autre, l'humain ». Après avoir grandi sur la Côte d'Azur, à 27 ans, Alexandra suit son compagnon, directeur de magasin, appelé à diriger une grande enseigne à Rouen. Le début d'une série de mutations, de Saint-Malo à la Bourgogne en passant par Guérande, au fil de nouveaux défis à relever. De ces années où elle laisse s'épanouir professionnellement celui qui est devenu son mari en choisissant de mettre de côté ses propres ambitions pour s'occuper de ses trois enfants, elle garde néanmoins le souvenir d'expériences professionnelles variées et très enrichissantes.

Son adaptabilité, sa soif d'apprendre la font travailler dans la restauration, la santé ou le commerce, mais sur le front de l'emploi, la Bourgogne est sinistrée... Dès lors, pragmatique, épicurienne et amoureuse des plaisirs de la table, elle se lance dans l'obtention d'un BPREA, pour devenir responsable d'exploitation viticole. « J'ai appris toutes les ficelles du métier, de la vinification à l'export, en passant par les vendanges ! ». Une belle école qu'elle parfait au sein d'un domaine de l'un des dix crus du vignoble Beaujolais.

A L'ÉCOUTE

C'est à cette époque qu'elle doit faire un choix courageux : celui de tout plaquer en urgence pour revenir sur la Côte d'Azur, s'occuper de la santé de ses parents. « J'ai quitté mon mari et mes enfants près d'un an. Ils m'ont comprise : c'est aussi cela le partage ». Nouveau changement en intégrant le centre de relation clients d'Apple, Conduent, à Sophia Antipolis où en quelques mois, son état d'esprit et son expérience la propulsent Team manager d'une équipe de 15 opérateurs. En 2017, fin de partie pour Conduent dont l'unique client, Apple, ne renouvelle pas le contrat. Alexandra en garde toutefois une expérience très positive : « Nous avons appris à travailler avec tout le monde : chacun est différent, a son propre langage. Cette approche nous incite à développer en premier lieu notre capacité d'écoute ».

En 2018, chez The Neoshields, dont l'image fait la part belle aux superhéros, protecteurs des données personnelles de l'entreprise, Alexandra prend en charge la relation client. Au carrefour des attentes de la direction, des clients comme des consultants, son rôle transversal la met aux prises avec les intérêts et les considérations d'interlocuteurs très différents. Son conseil de vie, pro comme perso ? « Respectons la parole de l'autre. Et surtout : écoutons-le. Ensuite, écoutons-nous et surtout... laissons venir nos idées premières : accueillons-les comme de bonnes intuitions car ce sont souvent les meilleures ! »

"The common thread of my life? Relating to others, the human dimension". Having grown up in the French Riviera, Alexandra followed her partner, a store manager who had been promoted to run a large facility in Rouen. It was the start of a series of postings, from Saint-Malo to Guérande, and then to Bourgogne, with numerous challenges along the way. During those years, her now husband was allowed to pursue a fulfilling career, and although she set her own ambitions aside to take care of their three children, she remembers several varied and enriching professional experiences.

Relying on her adaptability and driven by her thirst for knowledge, she went on to work in the catering business, in health, and in trade, but in terms of employment, Bourgogne had very little to offer... As a pragmatist, and a lover of fine foods and wines, she started to study towards a BPREA and was hired to manage a vineyard. "I learned the ropes, from vinification to export, not forgetting the gruelling harvesting process! ". It was a great school. She then went on to complete her education at an estate of a major Beaujolais producer.

ATTENTIVENESS

It was at around that time she had to make a bold decision: letting everything go and urgently returning to the French Riviera to take care of her ailing parents. "I had to leave my children and husband for close to a year. They understood why I had to do it: that's also what sharing is about".
Then came a new change, as she was hired by the customer relations centre of Apple, Conduent, in Sophia Antipolis, where, in the short space of a few months, her spirit and experience earnt her a promotion as manager of a team of 15 operators. But, in 2017, it's the end of the road for Conduent, whose only customer, Apple, does not renew their contract. Alexandra has fond memories of the experience: "We learned to work with everyone: we are all different, with different ways of expressing ourselves. This approach taught me how important it is to be a good listener".
In 2018, with The NeoShields, whose image is based on superheroes, protectors of corporate data, Alexandra took charge of the customer relations department. Grappling with management's expectations, and those of clients and other consultants, her cross-cutting role has her handle the interests and considerations of very different sets of people. Her advice for life, both professional and personal? "Let's respect what others have to say. And more importantly, let's listen. Then, we have to listen to ourselves... and let our ideas emerge: let's embrace them as the good intuitions they are!"

Indiscrétions

Une règle de vie
J'ai élevé mes trois filles suivant un leitmotiv : ne dépendez jamais de rien ni de personne. Ne vous laissez jamais dire ce qui est bon pour vous à votre place... Je crois qu'elles m'ont écouté : elles sont toutes très indépendantes !

Un modèle
...celui du don de soi : j'aurais beaucoup aimé rencontrer Mère Teresa. Tout donner sans rien attendre : cette humanité, ce désintéressement, me fascinent.

Passionnée...
...de lectures -des polars aux essais- et de... spiritualité !

A rule in life
I brought up my three daughters to follow one golden rule: never depend on anyone for anything. Never let yourself be told what is good for you... I think they listened to me: they're all very independent!

A model
... the gift of self: I would have wanted to meet Mother Teresa. Giving everything, without expecting anything in return: such humanity, the selflessness, are fascinating to me.

Passionate...
... about reading thrillers and trying my hand at... spirituality!

THE NEOSHIELDS
DATA RISK MANAGEMENT & COMPLIANCE

1198 Avenue Maurice Donat
Immeuble Natura 3 - Mougins
04 97 97 34 31
gestionclients@dpms.eu
theneoshields.eu

Alexandra

BOURGEOIS

THE NEOSHIELDS

> ***Respectons la parole de l'autre. Et surtout : écoutons-le. Ensuite, écoutons-nous et surtout... laissons venir nos idées premières***

THE NEOSHIELDS

DATA RISK MANAGEMENT & COMPLIANCE

IN MAGAZINE
BY IN GROUPE

INFOS & INNOVATION

LE FUTUR EST DÉJÀ PRÉSENT

BANQUE

Les bons chiffres de la CECAZ

357,1 M€
Produit net bancaire

212,9 M€
de charges maîtrisées

32,9 M€
le coût du risque (en baisse)

81,3 M€
le résultat net comptable (en hausse)

La banque coopérative a présenté de très bons résultats 2021.

Les chiffres 2021 de la CECAZ ont été au rendez-vous, avec un produit net bancaire qui s'élève à **357,1 M€**, en augmentation de 0,6 % par rapport à 2020, et des charges maîtrisées à **212,9 M€.** Le coût du risque à **32,9 M€,** est en baisse et le résultat net comptable en hausse, à **81,3 M€** (contre 71,6 M€ en 2020).

Présidente du Conseil d'Orientation et de Surveillance (COS) de la CECAZ, Françoise Lemalle a été reconduite dans ses fonctions en 2021, pour un mandat de six années supplémentaires. Une année qui coïncide avec le lancement du nouveau plan stratégique 22-24, « Offensive Caisse d'Epargne Côte d'Azur ». Celui-ci vise en priorité trois points : la satisfaction client via le renforcement de la proximité, le développement du business model gagnant affinitaire (nouveaux relais de croissance identifiés, liés au tourisme, à la santé, au sport…) et enfin la transition énergétique.

Plus de femmes directrices d'agences

Il est à noter que plus de la moitié de l'effectif féminin a le statut de cadre au sein de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur…
Une parité plus que respectée avec **60 % de femmes dans l'entreprise,** et surtout **60 % de directrices** au sein du réseau qui compte plus de 130 agences sur les Alpes-Maritimes et le Var. Un effort est à poursuivre puisque seulement 50,5 % des femmes de l'entreprise ont le statut de cadre.
2021 a vu la poursuite de la dynamique d'entrée en relation, avec la conquête de 10.500 nouveaux clients. Enfin, la CECAZ aura distribué en 2021 **16,4 milliards d'euros de crédits, l'équivalent de près de 32.000 projets de vie, dont 8.600 projets immobiliers.**

CAISSE D'EPARGNE Côte d'Azur

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

The good figures of the CECAZ
The cooperative bank presented very good results for 2021.

*CECAZ's 2021 figures were on point, with net banking income amounting to **€357.1 million,** up 0.6% compared to 2020, and expenses under control at **€212.9 million**. The cost of risk, at **€32.9 million**, is down and the net accounting income is up, at **€81.3 million** (compared to €71.6 million in 2020). President of the Orientation and Supervisory Board (COS) of CECAZ, Françoise Lemalle was reappointed in 2021, for a term of six additional years. A year that coincides with the launch of the new 22-24 strategic plan, "Offensive Caisse d'Epargne Côte d'Azur". This targets three points as a priority: customer satisfaction via the strengthening of proximity, the development of the winning affinity business model (new growth drivers identified, linked to tourism, health, sport, etc.) and finally the energy transition.*

More female branch managers

It should be noted that more than half of the female workforce has executive status within the Caisse d'Epargne Côte d'Azur…
*A more than respected parity with **60% of women in the company,** and especially **60% of directors within the network** which has more than 130 agencies in the Alpes-Maritimes and the Var. An effort should be continued since only 50.5% of women in the company have executive status.*
*2021 saw the continuation of the dynamic of entering a relationship, with the conquest of 10,500 new customers. Finally, the CECAZ will have distributed **16.4 billion euros in loans in 2021, the equivalent of nearly 32,000 life projects, including 8,600 real estate projects.***

BUSINESS

TRAVEL PLANET *intègre Ouigo*

La première marketplace française du voyage professionnel, implantée à Sophia Antipolis, annonce intégrer à son offre la plateforme Ouigo : une première nationale.

En réponse à l'impérieuse nécessité d'adapter l'offre du voyage d'affaire post crise sanitaire, Travel P lanet, la seule marketplace française dédiée au Business Travel, prend une longueur d'avance et signe un accord de distribution pour proposer à ses clients l'offre complète OUIGO (grande vitesse et classique) via son appli Click and Control.

« D'ici 2025, l'offre de trains OUIGO sera présente sur 25 % des destinations françaises selon le président de la SNCF. Dans un contexte de multiplication de l'offre ferroviaire, de modification profonde et irréversible du marché du voyage professionnel, il était indispensable d'ajouter l'offre OUIGO pour proposer à nos clients l'exhaustivité de l'offre ferroviaire française… Pas si simple d'un point de vue technologique ! » précise Betty Seroussi, dynamique Présidente de Travel Planet.

Betty Seroussi, Présidente de Travel Planet

Travel Planet
Time to change

my-travelplanet.com

***Business Travel: Travel Planet integrates Ouigo** - The leading French professional travel marketplace, based in Sophia Antipolis, has announced that it will integrate the Ouigo platform into its offer: a national first.*

In response to the urgent need to adapt the post-health crisis business travel offer, Travel Planet, the only French marketplace dedicated to Business Travel, is taking a step ahead and signing a distribution agreement to offer its customers the complete OUIGO offer (high speed and classic) via its Click and Control app.

"By 2025, the OUIGO train offer will be present on 25% of French destinations according to the president of the SNCF. In a context of multiplication of the rail offer, profound and irreversible modification of the business travel market, it was essential to add the OUIGO offer to offer our customers the completeness of the French rail offer… Not so simple from a technological point of view! says Betty Seroussi, dynamic President of Travel Planet.

CREDIT AGRICOLE PROVENCE COTE D'AZUR
Bons résultats et grandes tendances

Avec un PNB de 487 millions d'euros et plus de 2,4 milliards de capitaux propres, la banque régionale de proximité affiche de très bons résultats.

Sur les tendances fortes, le Crédit Agricole Provence Côte d'Azur constate que ses clients ont continué de mener des projets immobiliers, qui apparaissent en légère en hausse de 7 % en nombre et 8 % en montant en 2021 par rapport à 2019. A quoi ressemble l'investisseur type en région Provence Côte d'Azur ? Il est en moyenne âgé de 42 ans et contracte un crédit moyen de 170 000 euros. Il achète sa résidence principale dans 76 % des cas - les 24 % restant concernent le logement locatif ou secondaire. De même, mettre davantage d'argent de côté, c'est le comportement qu'adopte une grande majorité des Français et in fine des clients du Crédit Agricole Provence Côte d'Azur.

Pour répondre aux besoins de souplesse et de simplicité plébiscités par ses clients, le Crédit Agricole Provence Côte d'Azur s'appuie sur la pluralité de ses canaux de communication pour offrir à ses clients une joignabilité multiple : en ligne, par téléphone, sur l'appli et en agence. (25 % des rendez-vous s'effectuent à distance).

A quoi ressemble l'investisseur type en région Provence Côte d'Azur ?

Il est en moyenne âgé de **42 ans** et contracte un crédit moyen de **170 000 euros**
Il achète sa résidence principale dans **76 %** des cas - les **24 %** restant concernent le logement locatif ou secondaire.

PROVENCE CÔTE D'AZUR

www.credit-agricole.fr

Good results and major trends
With a NBI of 487 million euros and more than 2.4 billion in equity, the local regional bank is posting very good results.

On the strong trends, Crédit Agricole Provence Côte d'Azur notes that its customers have continued to carry out real estate projects, which appear to be up slightly by 7% in number and 8% in amount in 2021 compared to 2019. does the typical investor in the Provence Côte d'Azur region look like? He is on average 42 years old and takes out an average loan of 170,000 euros. He buys his main residence in 76% of cases - the remaining 24% concern rental or secondary housing. Similarly, putting more money aside is the behavior adopted by a large majority of French people and ultimately Crédit Agricole Provence Côte d'Azur customers.

To meet the needs for flexibility and simplicity acclaimed by its customers, Crédit Agricole Provence Côte d'Azur relies on the plurality of its communication channels to offer its customers multiple reachability: online, by telephone, on app and in the agency. (25% of appointments are made remotely).

RECHERCHE

Brillantes SCIENTIFIQUES AZURÉENNES

Si elles n'ont pas été sélectionnées pour la finale qui se tient le 31 mai, ce sont deux femmes de grand talent qui ont cependant remporté le concours « Ma Thèse en 180 secondes » au niveau local, et s'étaient qualifiées pour les demi-finales du concours.

Lyne Daumas

Dima El Zein

Inspiré de « Three minute thesis (3MT®) » en Australie, ma thèse en 180 secondes est un concours de vulgarisation scientifique organisé en France par France Universités et le CNRS.
Au terme d'une heure de prestations démontrant la diversité des sujets de recherche portés par les laboratoires d'Université Côte d'Azur, le jury, présidé par Olivier Hertel, rédacteur en chef de l'émission C'Jamy sur France 5, a attribué le **1er prix à Lyne Daumas** du Laboratoire motricité humaine expertise - sport santé (LAMHESS) et Laboratoire Cognition Behaviour Technology (COBTEK). **Le prix du public a été attribué à Dima El Zein,** du Laboratoire d'informatique, signaux et systèmes de Sophia Antipolis (I3S). Bravo !

UNIVERSITÉ CÔTE D'AZUR

univ-cotedazur.fr

If they were not selected for the final which is held on May 31, they are two women of great talent who nevertheless won the competition "My Thesis in 180 seconds" at the local level, and had qualified for the semi -competition finals.

*Inspired by "Three-minute thesis (3MT®)" in Australia, my thesis in 180 seconds is a science popularization competition organized in France by France Universities and the CNRS. After an hour of performances demonstrating the diversity of research subjects carried out by the laboratories of the Université Côte d'Azur, the jury, chaired by Olivier Hertel, editor-in-chief of the program C'Jamy on France 5, awarded **1st prize to Lyne Dauma**s from the Laboratory of Human Motricity Expertise - Sport and Health (LAMHESS) and the Cognition Behavior Technology Laboratory (COBTEK). **The public prize was awarded to Dima El Zein,** from the Laboratory of Computer Science, Signals and Systems of Sophia Antipolis (I3S). Cheer!*

MEDIAN TECHNOLOGIES *en pointe sur la détection du cancer*

A Sophia Antipolis, Median Technologies annonce des performances exceptionnelles pour son logiciel dispositif médical iBiopsy®, basé sur les technologies de l'intelligence artificielle et du machine learning. Ce logiciel est destiné à détecter et caractériser de façon précoce les nodules pulmonaires cancéreux et à améliorer la prise en charge des patients.

« Nous sommes extrêmement satisfaits d'annoncer de telles performances. Ces résultats ouvrent la voie à une approche disruptive de la prise en charge du cancer pulmonaire », précise Fredrik Brag, CEO et fondateur de Median Technologies. Median a pour objectif d'obtenir l'approbation réglementaire et l'autorisation de mise sur le marché de son logiciel dispositif médical iBiopsy® LCS fin 2023.

median
The Imaging Phenomics Company®

mediantechnologies.com

leading edge in cancer detection

In Sophia Antipolis, Median Technologies announces exceptional performance for its iBiopsy® medical device software, based on artificial intelligence and machine learning technologies. This software is intended for the early detection and characterization of cancerous lung nodules and to improve patient care.

"We are extremely pleased to announce such performances. These results pave the way for a disruptive approach to the management of lung cancer," says Fredrik Brag, CEO and founder of Median Technologies. Median aims to obtain regulatory approval and marketing authorization for its iBiopsy® LCS medical device software by the end of 2023.

HYGIÈNE 4D

Pour un été SANS NUISIBLES !

Avant que ne débute la saison estivale, il est toujours agréable d'assainir nos espaces extérieurs afin d'en profiter sans nuisance. Des moustiques aux guêpes, en passant par les frelons asiatiques, certains nuisibles peuvent gâcher votre été, mais Hygiène 4D, spécialiste -entre autres expertises- de la désinsectisation, peut vous aider à passer un été serein.

For a pest-free summer! *- Before the summer season begins, it is always nice to clean up our outdoor spaces so that you can enjoy them without nuisance. From mosquitoes to wasps, via Asian hornets, certain pests can ruin your summer, but Hygiène 4D, specialist - among other expertise - in insect control, can help you spend a peaceful summer.*

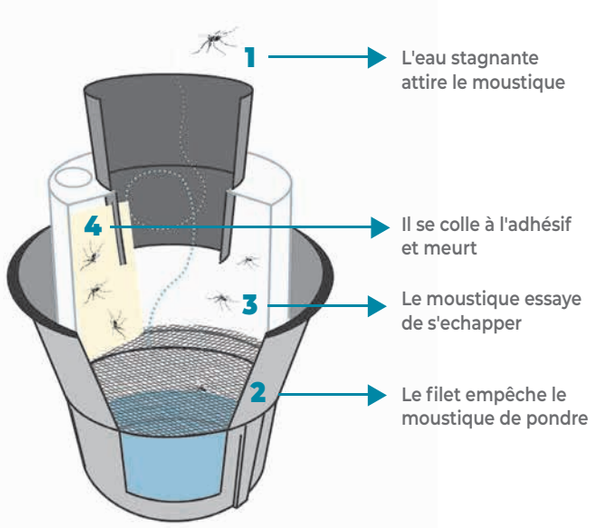
Professionnel, votre terrasse végétalisée n'attire pas que les clients et elle se retrouve vite envahie par les moustiques à la belle saison ? Au-delà des quelques règles de bon sens à respecter (comme l'élimination des eaux stagnantes) pour lutter contre ces insectes, Hygiène 4D vous propose d'intervenir à plusieurs niveaux.

Les solutions d'éradication de moustiques que nous préconisons passent par le traitement de vos espaces par nos techniciens, mais aussi par la location de pièges anti-moustiques : une solution radicale qui assure une tranquillité permanente pour votre clientèle. Plusieurs modèles sont disponibles en fonction des surfaces à traiter.

Professional, your green terrace does not only attract customers and it quickly finds itself invaded by mosquitoes in the summer? Beyond the few common sense rules to follow (such as the elimination of stagnant water) to fight against these insects, Hygiène 4D offers you to intervene on several levels.

The mosquito eradication solutions that we recommend involve the treatment of your spaces by our technicians, but also the rental of mosquito traps: a radical solution that ensures permanent peace of mind for your customers. Several models are available depending on the surfaces to be treated.

Differents pièges à moustiques proposés par Hygiène 4D pour les professionnels et les particuliers



Hygiène 4D, avec une expertise éprouvée de plus de 45 ans sur la Côte d'Azur et en région parisienne, intervient également dans les délicates suppressions de nids de guêpes. La non-prolifération du frelon asiatique est aussi au cœur de ses préoccupations.

Les fourmis qui s'invitent pour la saison, peuvent aussi faire l'objet de traitements. En intérieur comme en extérieur, l'application d'un gel (sans danger pour l'homme ou les animaux) qui sera ingéré par les fourmis permettra d'éradiquer la colonie. L'entreprise est au cœur d'une démarche de lutte raisonnée. Hygiène 4D favorise la récupération d'essaims d'abeilles par des apiculteurs de la région et participe ainsi, à sa manière, à réguler la biodiversité.
Quelle que soit votre problématique de désinsectisation et d'assainissement, contactez Hygiène 4D !

Hygiène 4D, with proven expertise of more than 45 years on the Côte d'Azur and in the Paris region, also intervenes in the delicate removal of wasp nests. The non-proliferation of the Asian hornet is also at the heart of its concerns.

Ants that invite themselves for the season can also be treated. Indoors and outdoors, the application of a gel (safe for humans or animals) that will be ingested by ants will eradicate the colony as well. The company is at the heart of a reasoned control approach. Hygiène 4d promotes the recovery of swarms of bees by beekeepers in the region and thus participates, in its own way, in regulating biodiversity.
Whatever your disinsectization and sanitation problem, contact Hygiène 4D!

HYGIÈNE 4D RECRUTE !

Devenez opérateur / opératrice assainissement, applicateur/ applicatrice hygiéniste : des métiers pour lesquels vous pourrez être formés en interne chez Hygiène 4D. Plusieurs offres sont à pourvoir, en contrat saisonnier, en CDD ou en CDI, dans les agences de l'île de France (Montrouge) et de Vallauris.
Contact : M^me^ El Khediri
au 04 93 74 74 00
rhhygiene4d@gmail.com

Hygiene 4D is hiring!
Become a sanitation operator, hygienist applicator: *trades for which you can be trained internally at Hygiène 4D. Several offers are to be filled, in seasonal contract, in CDD or in CDI, in the agencies of Montrouge and Vallauris.*
Contact: Ms. El Khediri
on 04 93 74 74 00
rhhygiene4d@gmail.com

Hygiène 4D
Désinfection ···· Désinsectisation
Dératisation ···· Désourisation
Assainissement des Espaces Depuis 1976

AGENCE CÔTE D'AZUR : 31 Chemin des Tuilières
06220 Vallauris - **04 93 74 74 00**
AGENCE ÎLE DE FRANCE : 6 Rue Pascal
92120 Montrouge - **01 46 56 04 44**
www.hygiene-4d.com

IN MAGAZINE
BY IN GROUPE

IN MY CITY

L'ACTU DES MUNICIPALITÉS AZURÉENNES

Destination ÉTÉ

Valbonne Sophia Antipolis

CONCERTS | FESTIVALS | EXPOSITIONS | VISITES GUIDÉES

CINÉMA DE PLEIN AIR | MARCHÉ NOCTURNE ET PROVENÇAL

www.valbonne.fr

RENSEIGNEMENTS : 04 89 87 73 30

VILLE DE VALBONNE SOPHIA ANTIPOLIS

© SERVICE COMMUNICATION MAIRIE DE VALBONNE SOPHIA ANTIPOLIS

ANTIBES

ECOTONE
La colline habitée sortira de terre en 2024-2025

« Le meilleur emplacement de la Côte d'Azur ». C'est ainsi que Philippe Journo, Président de la Compagnie de Phalsbourg, définit le site où va sortir de terre, d'ici la fin de l'année 2024, la « colline habitée », « Ecotone », un projet architectural en tous points exceptionnel, aux portes de la technopole.

Le haut degré d'innovation qui caractérise le projet a séduit Xavier Niel, qui s'y est naturellement associé. Imaginé par deux très grands architectes, Jean Nouvel et Manal Rachdi et un paysagiste des plus renommés, Jean Mus, ce campus écologique sera le bâtiment le plus vert de France, avec plus de 56 % de sa parcelle végétalisée ! L'omniprésence d'îlots de fraicheur permettra de lutter contre le réchauffement climatique. Sur un site de près de 5 ha, aux portes de l'A8, voisinant la zone des 3 Moulins et l'AzurArena, 34.307 m² de bureaux seront édifiés avec 42.380 m² de jardins et terrasses accessibles à leurs utilisateurs. On y retrouvera un hôtel 4 étoiles, une salle de sport et de nombreux restaurants, 1250 parkings avec 300 bornes de recharge électrique, faisant d'Ecotone un véritable « resort de vie » écologique, éligible à quatre certifications environnementales.

The inhabited hill will emerge from the ground in 2024-2025

"The best location on the Côte d'Azur". This is how Philippe Journo, Chairman of La Compagnie de Phalsbourg, defines the site where, by the end of 2024, the "inhabited hill", "Ecotone", an architectural project in all exceptional points, at the gates of the technology park.

The high degree of innovation that characterizes the project won over Xavier Niel, who naturally got involved. Designed by two very great architects, Jean Nouvel and Manal Rachdi and one of the most renowned landscape designers, Jean Mus, this ecological campus will be the greenest building in France, with more than 56% of its plot planted! The omnipresence of islands of freshness will make it possible to fight against global warming. On a site of nearly 5 ha, at the gates of the A8, neighboring the 3 Moulins area and the Azurarena, 34,307 m² of offices will be built with 42,350 m² of gardens and terraces accessible to their users. There will be a 4-star hotel, a gym and numerous restaurants, 1,250 car parks with 300 electric charging stations, making Ecotone a true ecological "living resort", eligible for four environmental certifications.

PORT VAUBAN, *animé tout l'été*

A Antibes, le Port Vauban multiplie les animations : forts d'une histoire patrimoniale multimillénaire, ses responsables, conscients de leur responsabilité de transmission et de pédagogie ont pour ambition d'y créer une vie quotidienne sociale et sociétale de haute qualité.

Ainsi, plus de 80 événements et animations y sont désormais programmées chaque année, selon plusieurs thématiques : sport, traditions & culture, développement durable, solidarité… Plusieurs animations récurrentes rythmeront la vie portuaire antiboise. Après **les Voiles d'Antibes** (du 1er au 5 juin), retrouvez les **Vauban Sport Sessions**, chaque mardi, à 19 h 30 de juin à septembre : un programme d'animations sportives (Zumba, Body Sculpt, Pilates…) avec coach, sur l'Esplanade de la Gravette. A partir du 18 juin, du jeudi au dimanche, **un bar éphémère avec cocktails et tapas** s'installe sur les remparts, aux pieds du nomade Jaume Plensa. **La fête de la Saint-Pierre,** de la mer et du littoral (ateliers, animations les 25 et 26 juin), de **Notre-Dame de Bon Port** (9 juillet) ainsi qu'un **feu d'artifices** ou des **spectacles Guignol** (17 et 30 juillet, 13 et 27 août) ponctueront l'été sur le port.

www.leportvauban.com

A bustling port all summer long

In Antibes, Port Vauban is increasing its activities: with a multi-millennium heritage history, its managers, aware of their responsibility for transmission and education, aim to create a high-quality daily social and societal life at the port.

Thus, more than 80 events and animations are now scheduled there each year, according to several themes: sport, traditions & culture, sustainable development, solidarity… Several recurring animations will punctuate Antibes port life. After ***the Voiles d'Antibes*** *(June 1 to 5), find the Vauban Sport Sessions, every Tuesday at 7:30 p.m. from June to September: a sports entertainment program (Zumba, Body Sculpt, Pilates, etc.) with coach, on the Esplanade de la Gravette. From June 18, from Thursday to Sunday, an* ***ephemeral bar with cocktails and tapas*** *is set up on the ramparts, at the feet of the nomad Jaume Plensa.* ***The feast of Saint-Pierre,*** *the sea and the coast (workshops, events on June 25 and 26),* ***Notre-Dame de Bon Port*** *(July 9) as well as* ***fireworks*** *or* ***Guignol shows*** *(17 and July 30, August 13 and 27) will punctuate the summer on the port.*

SOPHIA ANTIPOLIS

LA 1re TECHNOPOLE D'EUROPE EN INNOVATION R&D

40 000 EMPLOIS ET 2 500 ENTREPRISES
5 500 ÉTUDIANTS ET 4 500 CHERCHEURS

- Une croissance dynamique de l'emploi avec **+ 1 500 EMPLOIS** nets créés en 2021
- **SOPHI@TECH**, Pôle universitaire, de recherche et d'excellence dédié aux **STIC ET À L'I.A**
- Une Technopole de 2 400 Ha composée de **90% D'ESPACES VERTS**
- Sophia Antipolis bénéficie du Label **FRENCH TECH CÔTE D'AZUR**
- Sophia Antipolis, a obtenu la labellisation pour la **CRÉATION D'UN INSTITUT 3IA** - Institut Interdisciplinaire d'Intelligence Artificielle - dans le cadre du **PROGRAMME NATIONAL POUR L'I.A**
- Un parc immobilier tertiaire d'environ **900 000M²** sur près de **1,4 MILLIONS DE M² DE BÂTIS** qui permettent de se projeter vers l'avenir
- Le futur **PÔLE INNOVATION**, ensemble innovant pour affirmer l'attractivité et la compétitivité de Sophia Antipolis
- Sophia Antipolis, initiatrice du 1er **SOPHI.A SUMMIT**, tremplin de l'Intelligence Artificielle, réunissant intervenants internationaux, master classes et conférences pour chercheurs et grand public

WWW.SOPHIA ANTIPOLIS.FR

© CASA 2022

SYMISA SOPHIA ANTIPOLIS

Communauté d'Agglomération Sophia Antipolis
Les Genêts - 449, route des Crêtes
06901 Sophia Antipolis Cedex
Tél : 04 89 87 70 00

agglo-sophiaantipolis.fr
@CommunauteAgglomerationSophiaAntipolis
@CasaOfficiel

20 ans
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION SOPHIA ANTIPOLIS

PAYS DE GRASSE

RESPIRER L'ART, *l'expo aux effluves d'art contemporain*

Magnifique exposition temporaire multisensorielle, « Respirer l'art » sublime l'univers du parfum, jusqu'au 5 mars 2023. Le MIP (Musée International de la Parfumerie) semblait tout indiqué pour se faire l'écrin de ces nombreux artistes, qui, issus de plusieurs disciplines, interprètent chacun à leur façon l'art olfactif.

Le monde de la parfumerie a toujours représenté un inspirant espace de création, où les disciplines artistiques pouvaient prendre toute leur place.
L'idée de « Respirer l'art » ? Il s'agissait, à l'occasion de cette grande expo d'été, de montrer les liens forts qui peuvent exister entre parfumerie et création artistique contemporaine. Pour Jérôme Viaud, Maire de Grasse, Président de la Communauté d'Agglomération Pays de Grasse, « Le musée doit être une source permanente d'inspiration, de distanciation. Avec « Respirer l'art », le MIP perpétue sa politique d'acquisitions et d'expositions autour de l'art contemporain en lien avec la parfumerie ».

Pour ce faire, près de 50 œuvres sont installées au Musée, présentant un lien avec le parfum. Olivier Quiquempois, Directeur

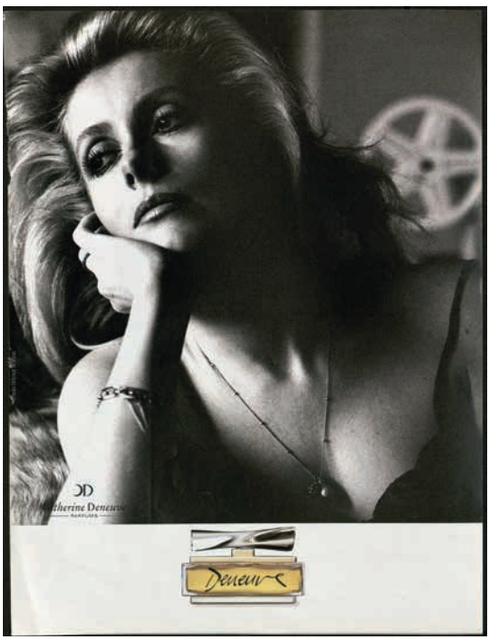
Pierre et Gilles - ***La Madone aux fleurs (Clara Luciani)*** - 2019, France - Photographie imprimée par jet d'encre sur toile et peinte
Courtesy des artistes et de la Galerie TEMPLON (Paris), inv. PG-19.003
© Pierre et Gilles, Courtesy TEMPLON

> *« Le musée doit être une source permanente d'inspiration, de distanciation. Avec « Respirer l'art », le MIP perpétue sa politique d'acquisitions et d'expositions autour de l'art contemporain en lien avec la parfumerie »*
>
> Jérôme Viaud, Maire de Grasse, Président de la Communauté d'Agglomération Pays de Grasse

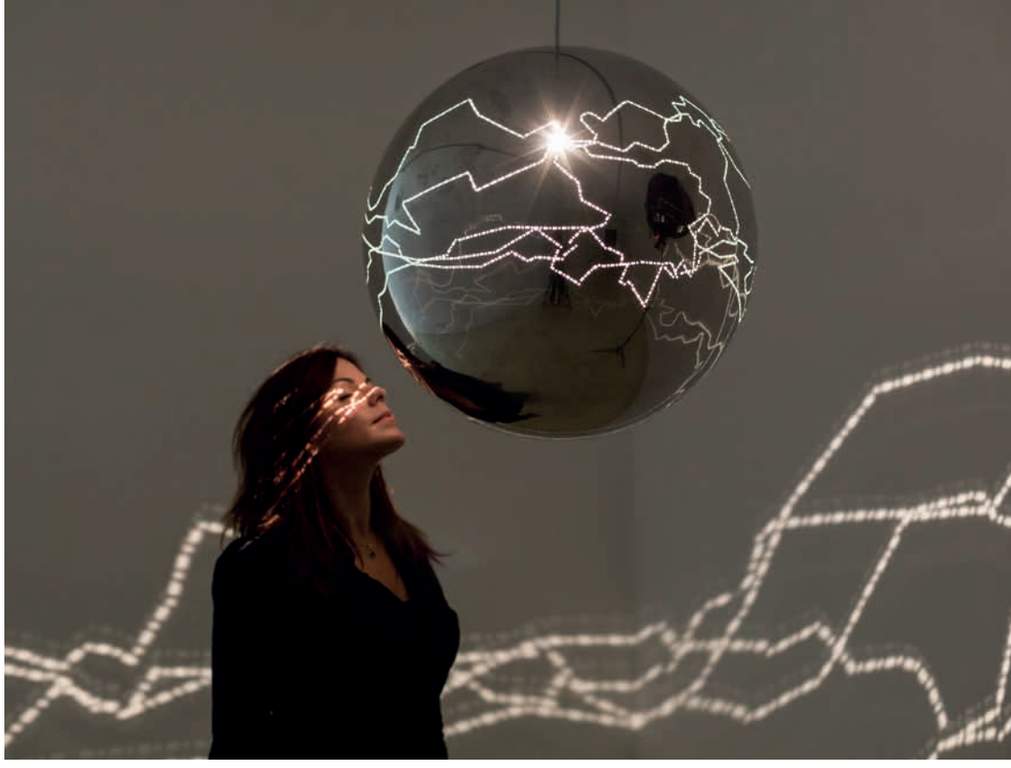
Respirer l'art, the exhibition with the scent of contemporary art *- Magnificent multisensory temporary exhibition, "Respirer l'art" sublimates the world of perfume, until March 5, 2023. The MIP (Musée International de la Parfumerie) seemed ideal to be the setting for these many artists, who, from several disciplines, each interpret the olfactory art in their own way.*

The world of perfumery has always represented an inspiring creative space, where artistic disciplines could take their place.
The idea of "Respirer l'art"? On this great summer exhibition, it was a question of showing the strong links that can exist between perfumery and contemporary artistic creation. For Jérôme Viaud, Mayor of Grasse, President of the Pays de Grasse Agglomeration Community, "The museum must be a permanent source of inspiration, of distance. With "Respirer l'art", the MIP perpetuates its policy of acquisitions and exhibitions around contemporary art related to perfumery".

To do this, nearly 50 works are installed in the Museum, presenting a link with perfume. Olivier Quiquempois, Director and Chief Curator of the Museums of Grasse, evokes the essence of the



Helmut Newton - ***Parfum Deneuve*** - 1989 - Papier
Musée International de la Parfumerie, inv. 06 2542



Helga_Griffiths - ***Migratory Sense*** - © Photo Hannes Woidich

et Conservateur en chef des Musées de Grasse, évoque l'essence de l'exposition : « Au-delà de l'artiste-parfumeur, le plasticien croise l'olfaction avec des installations et des œuvres dont les supports matériels sont d'une profonde diversité, témoignant ici des nombreuses pistes que le parfum et le sens de l'odorat offrent à l'imagination et à la création ».
Invitant tantôt le public à travailler sur l'œuvre, la matière ou s'interroger sur celle-ci ; ces travaux peuvent être aussi des installations réalisées à l'aide de composantes de l'univers du parfum (flacons, fleurs…) ou encore illustrer un lien avec l'industrie du parfum.

Verre soufflé, photos, flacons, installations olfactives polysensorielles, multimédia : la diversité donne un certain regard à cet ensemble. Parce que tout est lié, que l'art est une fragrance et que le parfum est sans nul doute un art…

« Respirer l'art » est à découvrir dans les salles d'expositions temporaires du MIP, jusqu'au 5 mars 2023.

Niki de Saint Phalle - ***Niki de Saint Phalle*** - 1984 Verre, métal, papier, carton, plastique - Musée International de la Parfumerie 96 137, 2011.0.2, 2012.45.6

exhibition: "Beyond the artist-perfumer, the visual artist crosses olfaction with installations and works whose material supports are of a profound diversity, testifying here to the many avenues that perfume and the sense of smell offer to the imagination and to creation".

Sometimes inviting the public to work on the work, the material or to wonder about it; these works can also be installations made using components from the world of perfume (bottles, flowers, etc.) or even illustrate a link with the perfume industry.

Blown glass, photos, bottles, polysensory olfactory installations, multimedia: diversity gives a certain look to this exhibition.
Because everything is linked, art is a fragrance and perfume is undoubtedly an art…

"Respirer l'art" can be discovered in the temporary exhibition rooms of the MIP, until March 5, 2023.

Salvador Dalí - ***Le Roy Soleil,*** flacon et coffret - Elsa Schiaparelli - 1946, France - Cristal de Baccarat, métal, textile - Musée International de la Parfumerie, inv. 93 546

Pays de Grasse communauté d'agglomération

Grasse Le goût de l'essentiel

MIP (Le Musée International de la Parfumerie)
2 Bd du Jeu de Ballon - Grasse - **04 97 05 58 11**
Entrée plein tarif 6 € - 10 h à 18 h (septembre à juin), 10 h à 19 h (juillet et août).
www.museesdegrasse.com

IN MAGAZINE
BY IN GROUPE

INTENSITÉ

EVASION, SPORT ET MOBILITÉ

DOMAINE DU PARADIS DES OISEAUX

AMBIANCE *champêtre et authentique*

Proche du Pays Grassois, aux portes de Cannes et de la mer, le Domaine du Paradis des Oiseaux, ce sont 5 hectares d'une nature luxuriante, au cœur de Mougins, à moins de dix minutes de la technopole de Sophia Antipolis. Un îlot de quiétude et de discrétion, une adresse élégante et authentique, idéale pour réussir vos événements professionnels.

Si l'endroit est couru pour organiser des mariages de rêve et de grands moments d'émotion en famille, le Paradis des Oiseaux, tenu par Shiva Charman et sa sœur, ouvre aujourd'hui ses portes aux entreprises.
Ainsi, pour accueillir des groupes de 2 à 200 personnes, plusieurs espaces du Domaine se sont vus réhabilités pendant la basse saison, afin de soigner l'accueil des convives. La salle de réception a tout d'abord fait l'objet d'une réinterprétation complète : elle peut accueillir jusqu'à 200 personnes et dispose désormais de son espace de bureaux, où tenir conférences, séminaires ou réunions de travail plus confidentielles.

L'hébergement 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 : 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.

***A truly bucolic atmosphere** - Nor far from the Pays de Grasse, opening onto Cannes and the sea, the Domaine du Paradis des Oiseaux covers five hectares of lush countryside. The estate lies at the heart of Mougins, less than ten minutes away from Sophia Antipolis. It is a haven of calm and discretion, an elegant and authentic site, and an ideal venue for a successful corporate event.*

The estate has long been popular for holding dreamy weddings or for celebrating important family milestones, but the Paradis des Oiseaux, run by Shiva Charman and her sister, is now open to companies.
During the low season, several spaces of the site have been upgraded and are now open to welcome groups of two to 200 in tasteful surroundings. The reception area has been fully redesigned: it can hold up to 200 guests and now features an office area with private meeting rooms to hold conferences and seminars.

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... Festivities held in this professional setting are undoubtedly conducive to team building, bringing co-workers closer together, and developing your specific corporate culture.

5 HA Parcs et jardins

25 x 5 m Taille de la piscine extérieure chauffée

2 à 200 Convives

4 Chambres d'exception

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

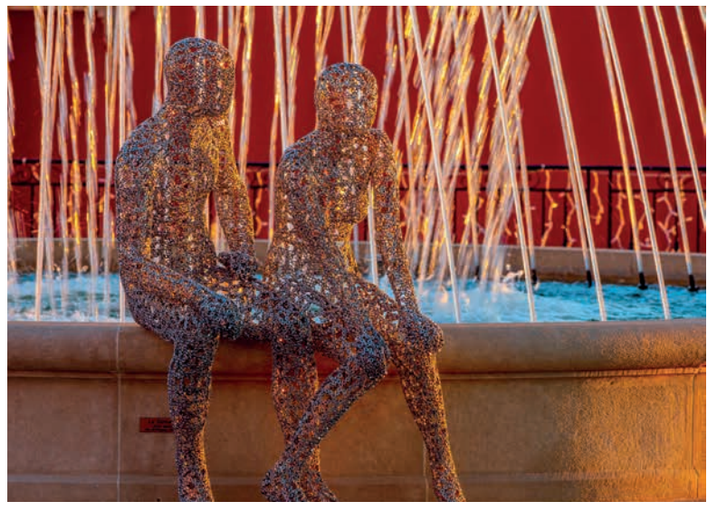
Art, vin, culture : l'expérience à 360 ° *du* CHÂTEAU DE CRÉMAT

Le Château de Crémat, en ouvrant au public sa nouvelle galerie d'art, confirme sa volonté de devenir un haut lieu du patrimoine culturel local, en plus de confirmer son statut de lieu événementiel chic, à la riche programmation musicale.

Arts, wine, and culture: the 360° experience of Château de Crémat

Château de Crémat, when it opened its new art gallery to the public, confirmed its ambition of becoming an important local heritage site, in addition to confirming its status as high-end event venue with a rich music programme.

Fresque de César Malfi



Œuvre de l'artiste Jean Martin

Niché sur les hauteurs de Nice, au cœur du prestigieux et confidentiel vignoble de Bellet dont il est l'un des fers de lance, le Château de Crémat vient d'inaugurer sa toute nouvelle galerie d'art : Elie Art Galerie.

A cette occasion étaient réunies, une dizaine d'œuvres d'artistes de différentes lignées, créant ainsi une très belle harmonie artistique : **Faben, Djiango, Léa Poncharal, Jacqueline Torres, Yvon Kergal, Michel Lizzani "Qopat", Richard Popitti…**

L'invité d'honneur, **Marcos Marin,** artiste peintre-sculpteur né au Brésil en 1967, fils d'un producteur de cinéma et d'une chanteuse lyrique, s'est spécialisé dans l'art optique, offrant au public un travail axé sur le portrait et l'identité. Il fêtait avec le lancement de la galerie, ses 40 années de carrière. Pour Thomas Derichebourg, propriétaire des lieux, donner cette nouvelle dimension artistique au Château permettra d'y vivre une expérience différente de tout ce que l'on peut voir ailleurs : une aventure unique, basée sur la vigne, l'histoire du château et l'art, articulée autour d'un événementiel de grande qualité.

Un été en musique

Car la programmation artistique de l'été commence fort, dès le **6 juillet,** avec le show privé de **The Avener,** le DJ star, enfant du

> *« Au Château, cette nouvelle dimension artistique permettra de vivre une aventure unique, basée sur la vigne, l'histoire du domaine et l'art, articulée autour d'un événementiel de grande qualité. »*

Nestled on the heights of Nice, at the heart of the secluded and prestigious Bellet vineyard, one of its main estates, the Château de Crémat has recently inaugurated a new art gallery: Elie Art Galerie.

Some ten works of arts, from various horizons, were on display to mark the occasion, creating beautiful artistic harmony: ***Faben, Djiango, Léa Poncharal, Jacqueline Torres, Yvon Kergal, Michel Lizzani "Qopat", Richard Popitti…***

The guest of honour, ***Marcos Marin,*** *an artist and sculptor who was born in 1967 in Brazil to a film*

Inauguration de la toute nouvelle galerie d'art du Château de Crémat

L'artiste Marcos Marin, invité d'honneur pour le lancement de la galerie

Œuvre de l'artiste Anis Dargaa

pays niçois. **Le 13 juillet,** place à **The Voice of Crémat, le 20,** Crémat sur son 80 avec le spectacle d'Alain Llorca, **« Mes années Gold ».** Ce mois de juin ne sera pas en reste, 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 qui aura lieu sous forme d'Afterwork **les 14 et 28 juin** prochains dans les jardins du château.

Du 24 au 28 juillet, le **Classic Crémat Festival** reviendra pour le plus grand plaisir des amateurs de musique classique. Le Château offrira une belle programmation chaque soir, autour des prestations des solistes de Monte Carlo, du pianiste Tristan Pfaff ou encore de la cantatrice Olena Kharachko, dont une soirée **en partenariat avec IN Club,** pour le plus grand plaisir de ses invités...

producer and a singer, has specialised in optical arts, offering the public a body of work that focuses on portraits and identity. With the inauguration of the gallery, he celebrated his 40 years of career. According to Thomas Derichebourg, the owner of the site, by adding a new artistic dimension, the Château will offer an experience that is different from all others: a unique adventure, based on vines, the history of the site, and on art, organised around high-quality events.

A musical summer

*The summer arts programme is set to start with a bang on the **6th of July,** with a private show by **The Avener,** a local star DJ. This is followed, on the **13th of July,** by **The Voice of Crémat,** and on the **20th,** by Crémat sur son 80 with the show by Alain Llorca, **"Mes années Gold"** (my golden years). This coming month of June will be a busy one too, with 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 quartet that will entertain audiences during afterwork sessions on the **14th and 28th of June** in the château's gardens.*

***From the 24th to the 28th of July,** the **Classic Crémat Festival** is back to delight fans of classical music. The Château has a great musical show on offer every evening, with performances from Monte Carlo soloists, pianist Tristan Pfaff or opera singer Olena Kharachko, along with an evening organised **in partnership with IN Club,** to the great delight of all in attendance...*

CHÂTEAU DE CRÉMAT

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

Partenaire de l'événement

CLASSIC CRÉMAT FESTIVAL

Il va très vite devenir une institution de l'été sur la Côte d'Azur : le Classic Crémat Festival offre une programmation exceptionnelle, jouée dans un écrin à la hauteur des interprètes présents. IN Club est partenaire de ce grand moment

It will very quickly become a summer institution on the Côte d'Azur: the Classic Crémat Festival offers an exceptional programme, performed in a setting worthy of the performers present. IN Club is a partner of this great moment

Le dimanche 24 juillet, le pianiste virtuose Tristan Pfaff proposera une « Balade dans Paris avec les plus grands compositeurs ». Au programme : Lully, Gounod, Offenbach, Couperin, Mozart, Chopin, Liszt, Bellini... Le **lundi 25 juillet,** Tristan Pfaff accompagnera Oléna Kharachko, soprano ukrainienne, dans « Le Lyrique dans tous ses états ». **Mardi 26 juillet,** c'est à un « Voyage à travers les violons » que nous conviera l'Orchestre des Solistes de Monte-Carlo (SMC), où, du baroque à la musique Tzigane, les extraits les plus célèbres des grands compositeurs seront mis à l'honneur : Vivaldi, Mozart, Beethoven, Brahms, Fauré... **Le mercredi 27 juille**t les Solistes de Monte-Carlo proposeront une soirée « Grands airs de Musique Classique », et joueront **le jeudi 28 juillet** un « Best of de musiques de films » durant lequel 40 bandes originales seront sublimées par les 25 musiciens de cette incroyable formation.
Ouvertures des portes à 18 h 30 - Parking payant à disposition - Navette gratuite toutes les 15 minutes au départ du musée du Sport à Nice (1er départ à 18 h 15) - Possibilité de restauration sur place, avec bar à vins et champagne

*On **Sunday July 24,** the virtuoso pianist Tristan Pfaff will offer a "Walk in Paris with the greatest composers". On the programme: Lully, Gounod, Offenbach, Couperin, Mozart, Chopin, Liszt, Bellini... **On Monday July 25,** Tristan Pfaff will accompany Oléna Kharachko, Ukrainian soprano, in "Le Lyrique dans tous ses Etats". **On Tuesday July 26,** the Orchester des Solistes de Monte-Carlo (SMC) will invite us to a "Journey through the violins", where, from Baroque to Gypsy music, the most famous excerpts from the great composers will be honoured: Vivaldi, Mozart, Beethoven, Brahms, Fauré... **On Wednesday 27 July,** the Solistes de Monte-Carlo will offer an evening of "Great Classical Music Airs", and **on Thursday 28 July** will play a "Best of music from films" during which 40 soundtracks will be sublimated by the 25 musicians of this incredible formation.*

Doors open at 6:30 p.m. - Paid parking available - Free shuttle every 15 minutes from the Sports Museum in Nice (1st departure at 6:15 p.m.) - Possibility of catering on site, with wine and champagne bar

CANDELIGHT, LA MAGIE CONTINUE

Cette année encore, les concerts Candlelight transporteront le public dans une ambiance estivale, majestueuse et intimiste, au gré d'une dizaine de spectacles joués dans les jardins du château, à la lumière scintillante de 3.000 bougies disposées dans les espaces extérieurs du site : magique !
Retrouvez l'intégralité du programme sur chateaucremat.com

Candelight, the magic continues

Once again this year, the Candlelight concerts will transport the public into a majestic and intimate summer atmosphere, with around ten shows performed in the gardens of the château, in the sparkling light of 3,000 candles arranged in the outdoor spaces of the site: magical !
Find the full program on chateaucremat.com.

CHÂTEAU DE CRÉMAT

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

IN MAGAZINE BY IN GROUPE **Partenaire de l'événement**

MUSIC ADDICTION, 1E ÉDITION

Le 1er juillet aura lieu le 1er concert Music Addiction, organisé par la société de production niçoise Something Supplies à la Maison de l'Etudiant. IN Club est partenaire de ce moment privilégié, réservé aux vrais fans de musique.

Un événement qui s'adresse aux fans de musique, aux amateurs éclairés, aux musiciens débutants comme expérimentés, en bref, à tous ceux à qui la musique provoque quelque chose et en premier lieu du plaisir et de l'émotion.

Le concept : la mise en lumière d'un instrument à travers la prestation de deux de ses représentants : un artiste local au talent connu et reconnu qui mérite encore plus de promotion et un artiste dont la renommée internationale n'est plus à faire. Le local de l'étape, Christian Grassart est niçois, amateur de Rock Progressif, (Genesis, Peter Gabriel...). Il commence la batterie à l'âge de 13 ans et entre à la fin des années 90 au Conservatoire de Nice, où il obtient le 1er prix de batterie Jazz en 91. Mike Terrana est un batteur américain, connu principalement dans le genre hard rock. Il a débuté en 1984 avec le groupe de rock canadien « Hanover Fist » (MCA records), après quoi il a enregistré et tourné avec divers groupes dans l'État de New York.

Something SUPPLIES

Music Addiction - 1er juillet
à partir de 19 h - Maison de l'Etudiant
5 av. François Mitterrand, Nice
Infos et réservations
www.somethingsupplies.com

On July 1, the first Music Addiction concert will take place, organized by the Nice production company Something Supplies at the Maison de l'Etudiant. IN Club is a partner of this privileged moment, reserved for true music fans.

An event aimed at music fans, enlightened amateurs, beginners, and experienced musicians, in short, all those for whom music provokes something and above all pleasure and emotion.

The concept: the highlighting of an instrument through the performance of two of its representatives: a local artist with known and recognized talent who deserves even more promotion and an artist whose international reputation is well established. The local of the stage, Christian Grassart is from Nice, a fan of Progressive Rock, (Genesis, Peter Gabriel...). He started playing drums at the age of 13 and entered the Nice Conservatory at the end of the 90s, where he obtained the 1st prize for Jazz drums in 91. Mike Terrana is an American drummer, known mainly in the hard rock genre. . He started in 1984 with the Canadian rock band "Hanover Fist" (MCA records), after which he recorded and toured with various bands in New York State.

Mike Terrana

Christian Grassart

GASTRONOMIE DE LA MER

MAISON DE BACON, *l'expérience du renouveau*

Mythique adresse du Cap d'Antibes, voici la Maison de Bacon, nouvelle formule. Loin de se muer en un énième restaurant branché, la renaissance de cette institution de la mer va faire découvrir à ses convives un certain art de vivre, un accueil bienveillant dans un cadre exceptionnel, pour faire l'expérience de moments mémorables et authentiques.

Maison de Bacon, the experience of renewal *- Legendary address of Cap d'Antibes, here is the Maison de Bacon, new formula. Far from turning into yet another trendy restaurant, the rebirth of this institution of the sea will make its guests discover a certain art of living, a benevolent welcome in an exceptional setting, to experience memorable and authentic moments.*

« C'est avant tout une histoire d'amitié, la réunion de nos passions et de nos compétences ». Avec près de 35 ans de carrière dans la restauration, au sein de maisons renommées (Directeur Général du Groupe Lenôtre et des restaurants de la Tour Eiffel) ou comme consultant en France et à l'international, Laurent Le Fur cherchait un nouveau projet à développer sur la Côte d'Azur, son nouveau lieu de résidence depuis la fin du confinement.

Le restaurant de Bacon, propriété de la famille Sordello depuis la fin des années 40, venait de changer de mains avant la crise sanitaire et cherchait un nouveau souffle. Avec deux autres investisseurs de ses amis, Laurent Le Fur s'est lancé le défi de réinterpréter la magie des lieux. Après une première saison ponctuée de travaux d'ouverture des espaces du restaurant, la rénovation complète de l'établissement a eu lieu cet hiver : dans un esprit paquebot transatlantique -ou hôtel intercontinental- à la délicieuse déco surannée des 50's, la Maison de Bacon s'ouvre désormais sur une terrasse

"It is above all a story of friendship, the meeting of our passions and our skills". With nearly 35 years of career in catering, within renowned houses (General Manager of the Lenôtre Group and the restaurants of the Eiffel Tower) or as a consultant in France and abroad, Laurent Le Fur was looking for a new project to develop on the Côte d'Azur, his new place of residence since the end of confinement. Bacon's restaurant, owned by the Sordello family since the late 1940s, had just changed hands before the health crisis and was looking for a breath of fresh air. With two other investors of his friends, Laurent Le Fur has set himself the challenge of reinterpreting the magic of the place. After a first season punctuated by work to open the restaurant spaces, the complete renovation of the establishment took place this winter: in the spirit of a transatlantic liner -or intercontinental hotel- with the delicious old-

©2021 LiveandShoot by Aline GERARD

panoramique et bioclimatique exceptionnelle, unique sur la côte d'Azur. L'établissement est dirigé par Camille Choquart, qui met l'accent sur l'excellence d'un service accueillant, chic et décontracté, pour que la table du Cap d'Antibes devienne un lieu familier, que l'on s'approprierait un peu comme une maison de famille...

La maison s'agrandit

En cuisine, la résurrection des lieux aura de quoi séduire une clientèle élargie : « plusieurs générations de clients retrouveront ce qu'ils ont pu aimer de cette époque, avec les meilleurs poissons de Méditerranée ». Une volonté de respecter cet héritage culinaire en renouant un partenariat fort avec les pêcheurs d'Antibes et de Golfe-Juan. « Une démarche primordiale pour nous, de même que nous avons remis au goût du jour la cuisson au feu de bois ».

Un héritage qui laisse toutefois sa place aux talents du chef Nicolas Davouze, compagnon, qui, passé par les plus grandes maisons, dans la grande tradition de la cuisine française, privilégie l'excellence du produit local. A la pause méridienne, « L'esprit du midi » propose un menu carte de 60 à 70 €, composé de trois plats, trois entrées et desserts qui pourront séduire une clientèle locale ou d'affaires, en quête de légèreté.

Dans un deuxième temps devraient être aménagés des espaces de végétation en restanques, pour offrir un ilot de volupté, prolonger les plaisirs de la table ou s'offrir un apéritif inédit dans les reflets du soleil couchant. Dans cet esprit, un autre concept -encore plus inédit !- complètera cette incomparable carte postale azuréenne.

Enfin, l'art de vivre « Bacon » trouvera une ultime interprétation l'an prochain, avec « L'appartement de Bacon », dans un esprit table du chef, où pourront prendre place 15 à 20 convives pour des moments exclusifs à l'étage du restaurant, dans une suite intimiste de 90 m² agrémentée de sa terrasse panoramique dominant les flots.

©2021 LiveandShoot by Aline GERARD

> « *plusieurs générations de clients retrouveront ce qu'ils ont pu aimer de cette époque, avec les meilleurs poissons de Méditerranée* »

fashioned decor of the 50's, the Maison de Bacon now opens onto an exceptional panoramic and bioclimatic terrace, unique on the French Riviera. The establishment is run by Camille Choquart, who emphasizes the excellence of a welcoming, chic and relaxed service, so that the Cap d'Antibes table becomes a familiar place, that one appropriates a kind of like a family home...

The house is growing

In the kitchen, the resurrection of the place will have something to attract a wider clientele: "several generations of customers will find what they liked from that time, with the best fish from the Mediterranean". A desire to respect this culinary heritage by renewing a strong partnership with the fishermen of Antibes and Golfe-Juan. "An essential step for us, just as we have brought wood-fired cooking up to date".

A heritage that nevertheless gives way to the talents of chef Nicolas Davouze, companion, who, having worked in the greatest houses, in the great tradition of French cuisine, favors the excellence of local products. At the midday break, "L'esprit du midi" offers a menu à la carte from 60 to 70 €, consisting of three courses, three starters and desserts that will appeal to local or business customers looking for lightness.

In a second step should be arranged spaces of vegetation in terraces, to offer an island of pleasure, to prolong the pleasures of the table or to offer a unique aperitif in the reflections of the setting sun. In this spirit, another concept - even more unique! - will complete this incomparable postcard from the Riviera.

Finally, the "Bacon" art of living will find a final interpretation next year, with "Bacon's apartment", in a chef's table spirit, where 15 to 20 guests can take 15 to 20 guests for exclusive moments upstairs. from the restaurant, in an intimate 90 m² suite with its panoramic terrace overlooking the waves.

MAISON DE BACON

MAISON DE BACON
664 Boulevard de Bacon
Cap d'Antibes - **04 93 61 50 02**
maisondebacon.fr

NATURE

Immersion bucolique pour LA NUIT DES FORÊTS EN PACA

Du 17 au 26 juin, en Provence-Alpes-Côte d'Azur, six forêts s'activent et proposent une programmation pédagogique, sensible et créative, en immersion dans la nature.

Forêt communale de Théus © Gilles Plauche

Sur le site de la ferme de Bertrik, à Puget-Rostang, le 18 juin, vivez une journée d'immersion sur un terrain à la biodiversité exceptionnelle, source d'inspiration pour les artistes qui y travaillent et d'information pour ceux qui l'étudient. Au programme : balades, ateliers, expositions et rencontres avec la faune nocturne !

Sur la commune de Gréolières les 25 et 26 juin, Initiez-vous au Land Art avec la création d'une œuvre collective dans cette forêt traversée par de nombreux sentiers de randonnées, parfumée à la lavande sauvage et habitée par des sangliers, renards, biches et cerfs, chamois et chevreuils... Des randonnées et balades sont aussi organisées, de jour comme de nuit, et seront l'occasion d'en apprendre plus sur la biodiversité et les enjeux forestiers !

www.nuitdesforets.com

Bucolic immersion for the Night of the forests in Paca - From June 17 to 26, in Provence-Alpes-Côte d'Azur, six forests are active and offer an educational, sensitive and creative program, immersed in nature.

On the site of the Bertrik farm, in Puget-Rostang, on June 18, *welcome for a day of immersion on land with exceptional biodiversity, a source of inspiration for the artists who work there and information for those who study it. On the agenda: through walks, workshops, exhibitions, and encounters with nocturnal wildlife!*

In the town of Gréolières on June 25 and 26, *Learn about Land Art with the creation of a collective work in this forest crossed by many hiking trails, scented with wild lavender and inhabited by wild boars, foxes, hinds and deer, chamois and deer... Hikes and walks are also organized, day and night, and will be an opportunity to learn more about biodiversity and forest issues!*

GASTRONOMIE & BIEN-ÊTRE

CHOUCHOUTÉES
à l'Hôtel-Restaurant & Spa Cantemerle

Mesdames, l'Hôtel-Restaurant & Spa Cantemerle a décidé de vous faire plaisir… Vous qui êtes bien souvent à l'initiative de l'organisation des meilleurs moments à vivre en famille, entre amis ou dans le cadre professionnel, pour tout événement réservé en juin, Le Cantemerle vous offre 10 % de remise !

Pour tout événement professionnel…

Mesdames, vous avez pour mission d'organiser une journée d'étude, une soirée de gala ou un séminaire ? Le Cantemerle, qui cultive un double caractère (hôtel de charme et lieu événementiel privé et professionnel), vous présente La Bastide, un nouveau lieu réceptif exceptionnel qui propose 150 m² de salles modulables, ouvrant sur une large terrasse de 60 m² au cœur d'un jardin provençal. A quelques pas de l'hôtel, elle est un endroit privilégié pour l'organisation sur-mesure de vos séminaires et réunions professionnelles : convivialité et intimité caractérisent ses nombreux espaces de réception, entièrement équipés et à la lumière du jour.

…et privé

Si vous voulez surprendre votre conjoint, préparer votre mariage, un baptême, un anniversaire ou tout autre moment festif, la privatisation de cette villa provençale offre également toutes les commodités et l'intimité dont vous aurez besoin avec sa piste de danse insonorisée, pour faire la fête dans une ambiance musicale !

Le Cantemerle, c'est aussi bien évidemment son hôtel et ses 33 chambres et suites à l'authentique charme provençal : un havre de quiétude, au cœur d'un parc paysagé de 2 hectares à seulement quelques kilomètres du bord de mer. Lors de votre séjour, vous pourrez profiter de son solarium entre terre et mer, de son Spa Evasion Nature, sa salle de soins, douche chromatique, hammam et sa salle de fitness pour prendre soin de vous et de vos proches.

Mesdames, quel que soit l'événement que vous souhaiterez organiser, c'est enfin une savoureuse interprétation des produits locaux et de saison que vous retrouverez à la Table du Cantemerle, animée avec passion par Benjamin Bourgoin et son équipe.

Vous êtes un homme ?

Tant pis… mais vous profiterez tout de même d'un cadeau pour toute réservation d'un événement professionnel : choisissez entre un atelier yoga ou sophrologie, pour vos équipes de travail !

And what if you're a man?

Too bad… but you will still receive a gift when you book your professional event: choose among a yoga or a sophrology workshop for your work teams!

Ladies, you are in for a treat at the Hôtel-Restaurant & Spa Cantemerle… You are often asked to organise events to celebrate the best moments of life, as a family, among friends, or even in a professional context, and so, ***for any event booked in June, Le Cantemerle offers a 10% discount!***

For any professional event…

Ladies, are you tasked with organising a day of work, a gala evening, or a seminar? Le Cantemerle, with its split personality (it is both a charming hotel and a venue for professional or private events), would like to introduce you to La Bastide, their new event facilities that feature 150m² of modula-ble rooms, opening onto a 60m² terrace at the heart of a Provençal garden. At a short distance from the hotel, this is an excellent place to hold customised seminars and professional meetings: friend-liness and privacy are the features defining its many reception areas, fully equipped and naturally-lit.

…or private event

If you would like to surprise your partner, prepare an upcoming wedding, christening, or anniver-sary, or to celebrate an important event, you can rent the Provençal villa and enjoy its many amen-ities and incredible privacy; it even has a sound-proofed dance floor, the guarantee of a swinging good time!

Le Cantemerle includes a hotel with 33 rooms and suites boasting true charm: a haven of peace, at the heart of a 2-hectar landscaped garden only a few kilometres from the seafront. During your stay, enjoy the solarium nestled between sea and land, the Spa Evasion Nature, the treatment room, the chromatic shower, Turkish baths, or the fitness centre, so that you can treat yourself, and others, to something out of this world.

Ladies, regardless of the event you are organising, don't forget the delicious reinterpretation of local and seasonal produce on offer at the Table du Cantemerle, masterfully managed by Benjamin Bourgoin and his team.

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

258 chemin Cantemerle - 06140 VENCE
04 93 58 96 97
commercial@hotelcantemerle.com
www.hotelcantemerle.com

VIGNOBLES CHEVRON VILLETTE

LES VIGNES EN LIGNE

ou comment entretenir un lien privilégié avec les amateurs de vin

Les Vignobles Chevron Villette ont choisi de faire partager leur histoire, savoir-faire et leur amour du vin. Pour cela, ils font appel à une femme passionnée d'oenologie, Marie Varon, à la tête de l'agence Witna, pour « Wine is the new art ». Rencontre.

Marie Varon, fondatrice de l'agence Witna (Wine is the New Art)
www.wineisthenewart.com

Marie, peux-tu te présenter en quelques mots ?

Je suis la fondatrice de Wine is the New Art, experte en marketing et communication digitale et passionnée de vin. En tant que femme entrepreneure, je me suis donnée comme mission d'accompagner les domaines viticoles sur les différents canaux digitaux dans le but de retranscrire leur histoire et de révéler une image digitale forte représentant leur identité de marque et leurs atouts.

Avec l'agence Witna que tu as créée, tu développes la présence des vignerons sur le web et leurs ventes en ligne. Les vignobles Chevron Villette ont choisi de faire appel à tes services, quels sont leurs atouts ?

La mission de l'agence Witna est d'accompagner les domaines viticoles dans le développement de leur présence sur le web. Il est devenu essentiel aujourd'hui de communiquer sur les réseaux sociaux pour entretenir un lien avec sa clientèle et séduire de nouveaux clients. J'ai la chance de travailler avec Guillaume de Chevron Villette et son équipe, qui partagent mes valeurs et ma passion du vin. Les Vignobles Chevron Villette, c'est vraiment une affaire de famille, tant par leur histoire, que par l'esprit convivial qui s'en dégage et ce savoir-faire unique, partagé et cultivé de génération en génération. Au-delà de ces atouts essentiels, l'engagement environnemental et sociétal de Guillaume de Chevron Villette est un enjeu tellement essentiel aujourd'hui, qu'il mérite d'être mis en lumière.

Que proposent les vins Chevron Villette en ligne ? Comment fidélises-tu les nouveaux fans de la marque séculaire ?

Les Vignobles Chevron Villette proposent une expérience digitale 360° authentique et humaine. Pour le dire plus simplement, on mise sur une communication sincère et transparente, tant sur le savoir-faire que sur nos partenaires et le quotidien du domaine. Le maître mot c'est l'immersion : en partageant les coulisses des vignobles Chevron Villette, on mise sur l'affect, l'humain, la proximité. Le but ? Entretenir un lien privilégié avec nos clients fidèles et éveiller la curiosité de celles et ceux qui ne nous connaissent pas encore. En étant présent sur Facebook, Linkedin et Instagram, on parle à la fois aux particuliers qu'aux professionnels, aux clients jeunes ou aux plus âgés. En partageant un maximum l'univers des différents domaines, donc des différents vins, on permet aux consommateurs d'acheter nos vins sans craindre de se tromper.

***Vineyards going online, or how to preserve a privileged relationship with amateurs of fine wines** - At Chevron Villette Vineyards, the time has come to share their history, their knowledge, and the day-to-day intricacies of making wine. They have therefore decided to turn to Marie Varon, who knows all there is to know about wines and manages an agency called WITNA, which stands for "Wine is the New Art". She agreed to give us this interview:*

Marie, can you briefly tell us about yourself?

I am a marketing expert specialising in digital communications, a lover of fine wines, and the founder of the Wine is the New Art Agency. As a woman entrepreneur, I have set out to work with different winemaking estates on improving their digital communication channels, so they may share their history and establish a strong online image reflecting their identity and their many assets.

Through Witna, the agency you founded, you are developing the internet presence of winemakers and boosting their online sales. Now Chevron Villette has also decided to rely on your services. What are their specific assets and how will you be promoting them?

Witna's mission is to help winemaking estates bolster their online presence. In the current market, it is vitally important to use social media to communicate, keep in touch with existing clients, and to reach out to a new customer base. I am fortunate in that I work with Guillaume de Chevron Villette and his team, who share my values and my love for wine. The Chevron Villette Vineyards are a family affair, in terms of their history of course, but also in terms of their friendly atmosphere and their unique know-how, which is nurtured and passed down from one generation to the next. But, beyond these essential assets, it is also worth mentioning the environmental and societal commitment made by Guillaume de Chevron Villette, which is such a crucial part of the operation.

What is on offer at the Chevron Villette online wine store? How do you build loyalty among new fans of this age-old brand?

The Chevron Villette Vineyards offer a full 360° digital experience. Simply put, we are banking on honest and transparent messaging, promoting the knowhow of our partners, and highlighting

> *Avec Les Vignobles Chevron Villette nous misons sur une communication sincère et transparente, tant sur le savoir-faire que sur nos partenaires et le quotidien du domaine.*

Le vin est le nouvel art de vivre selon toi : toutes les filles pensent-elles comme toi ? La consommation de vin se féminise-t-elle ?

Une chose est sûre, depuis quelques années le vin se « démocratise » ; alors qu'il semblait réservé à une certaine catégorie de personnes, les nouveaux usages cassent les codes de la consommation du vin. Et c'est justement en investissant les réseaux sociaux, en racontant les histoires derrières les étiquettes et en mettant des visages sur celles et ceux qui le font qu'on favorise son accessibilité à tous et toutes.

C'est difficile de rapporter la question de la consommation du vin à celle du genre. Si, dans l'imaginaire collectif, le milieu du vin est dominé par les hommes, la consommation et l'intérêt pour le vin n'est plus une affaire de genre. Il y a pour autant des types de vin qui séduisent plus le palais féminin et ce n'est pas un cliché de dire que le rosé, par exemple, est très apprécié par les femmes. Les Vignobles Chevron Villette ont d'ailleurs imaginé un rosé de Provence en collaboration avec Sarah Jessica Parker ; une cuvée florale et fruitée, pour les apéros façon « Sex and the City » !

Quelle cuvée recommanderais-tu aux femmes azuréennes pour la saison d'été qui arrive ?

Sans hésiter, mon coup de cœur cette année est la cuvée EMOA rosé, une cuvée féminine, onctueuse et gourmande, sans oublier SUN UP qui sera le rosé bio de vos étés à venir !

day-to-day operations at the estate. The key word here is immersion: by shining a light on what is happening behind the scenes at Chevron Villette Vineyards, we are betting on the affect, the human dimension, and the proximity. For what purpose? To goal is to preserve a privileged relationship with our loyal clients and to excite curiosity among those who don't yet know us. With a presence on Facebook, LinkedIn, and Instagram, we are able to communicate with individual and professional clients, and with a younger customer base, or with a more mature one. We show, as much as we can, operations in our different estates, where our different wines are produced, so that our customers can shop online without any fear of getting it wrong.

You say that wine is a new art de vivre: do all girls think like you? Are more women starting to enjoy wine?

One thing is for certain, the wine industry has become more inclusive in past years. Historically, wine was reserved to a specific portion of the population, but new modes of consumption are breaking existing standards. So, by investing in social media, by telling the story that is behind the label, and by putting names and faces to those who create these stories, we are making wines accessible to all.

It is difficult to equate wine consumption with gender. True, the collective image is that the world of wine is a male-dominated one, but in reality, consuming and loving wine has nothing to do with gender.There are some wines that appeal more to a woman's palate; it is not a cliché to say, for instance, that rosé wine is more popular among women. Besides, the Chevron Villette Vineyards have developed a Rosé of Provence in partnership with Sarah Jessica Parker; a floral and fruity wine, for a "Sex and the City" styled apéro!

What cuvée do you recommend to the women of the French Riviera for the coming summer season?

Without hesitation, this year my favourite has to be the EMOA Rosé cuvée, a feminine, unctuous, and delicious cuvée without forgetting SUN UP which will be the organic rosé of your summers to come!

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

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

MERCEDES-BENZ - BYmyCAR

LIFESTYLE ET MOBILITÉ DU FUTUR *à Cap 3000*

BYmyCAR Côte d'Azur se distingue en ouvrant son Pop-Up Store Mercedes EQ 100 % électrique au cœur du meilleur centre commercial du monde, l'incontournable Cap 3000. Venez y vivre une expérience lifestyle unique, choisir, configurer et essayer votre future Mercedes-Benz, 7 jours sur 7, sur la place centrale !

Futuristic lifestyle and mobility at Cap 3000 *- BYmyCAR Côte d'Azur has really made a name for itself by opening its fully electric Mercedes EQ pop-up store, bang in the middle of the legendary Cap 3000, the best shopping mall in the world. Come and live a unique lifestyle experience... Select, customise, and test drive your next Mercedes-Benz, seven days a week, in the mall's central court.*

Cette vitrine digitale et de vente est animée par une équipe dédiée en partie à l'offre 100 % électrique de Mercedes-Benz, EQ. L'idée ? « Nous rapprocher de nos clients en étant présents sur leurs lieux de vie, comme de shopping. Cap 3000, élu meilleur centre commercial du monde, est une référence », explique Laure Lamure, Responsable développement réseau BYmyCAR Côte d'Azur.

Chaque visiteur peut prendre en main tous les modèles de la gamme, depuis un centre d'essais implanté dans Cap 3000 et accessible 7 jours sur 7 ! Le Pop-Up Store Mercedes-Benz se veut aussi un lieu Lifestyle, comme en témoigne l'exposition permanente signée de l'artiste David David ou l'ensemble de la déco et du mobilier griffés de l'enseigne danoise BoConcept.

Pour configurer, essayer, s'abonner

Une belle sélection de produits dérivés Mercedes-Benz, d'accessoires comme de prêt-à-porter homme, femme et enfant attend les visiteurs du Pop-Up Store, qui donne aussi la possibilité à chacun, en quelques clics, de configurer sa future Mercedes-Benz, sur les tablettes et outils digitaux en accès libre dans la boutique.

This digital store is managed by a dedicated team that promotes Mercedes-Benz's fully electric range, EQ. What is the idea? "We want to be closer to our clients by being present in the places they visit every day, such as the shopping centre. Cap 3000 has been named best shopping centre in the world, it is a reference", Laure Lamure explains. She is in charge of developing the BYmyCAR Côte d'Azur network.

Visitors can discover any model in the range at the test drive centre installed at the heart of Cap 3000, open seven days a week! The Mercedes-Benz pop-up store is also a purveyor of lifestyle, as seen in the permanent exhibition by artist David David, or the furniture and interior decorating by the Danish company BoConcept.

To customise, test-drive, and subscribe

A beautiful selection of Mercedes-Benz products and accessories, such as off-the-peg clothing for men, women, and children, awaits the visitors of the Pop-Up Store, which also affords everyone with the opportunity, in just a few clicks, of customising their future Mercedes-Benz, on tablets and using digital tools available in the store.

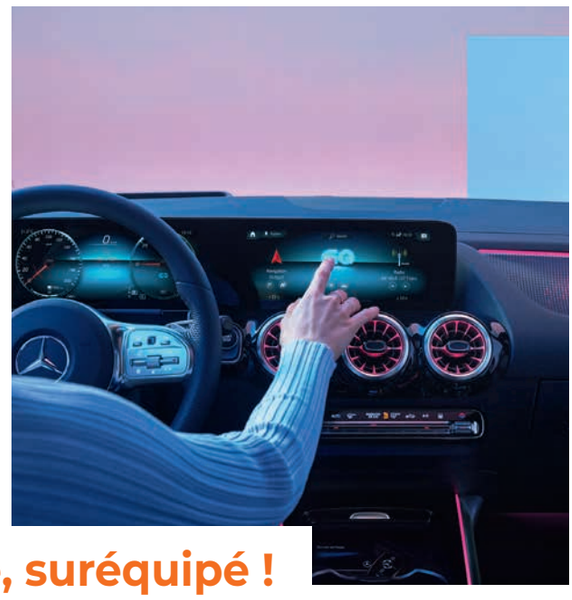
> ***« Pour Laure Lamure Responsable développement réseau BYmyCAR Côte d'Azur, ce concept store se veut une petite révolution, à la hauteur des attentes des nouveaux modes de consommation et notamment en termes de mobilité. »***

Pour Laure Lamure, ce concept store se veut une petite révolution, à la hauteur des attentes des nouveaux modes de consommation et notamment en termes de mobilité. Dans cet esprit, y sont présentées les nouvelles solutions de mobilité imaginées par le Groupe BYmyCAR, qui prennent tout leur sens, à l'instar de GOA FREE, l'abonnement auto sans engagement : « Une formule unique d'abonnement auto, de 1 à 12 mois, sans aucun engagement de durée, à loyer mensuel fixe, sans apport et complète : location de la voiture, entretien, assurance, rapatriement. Elle peut être contractée par un particulier comme par une entreprise et en 5 minutes en concession, vous savez si vous y êtes éligible ! »

For Laure Lamure, this concept store is a revolution of sorts, meeting our expectations in terms of new consumption modes, and especially in terms of mobility. In the same spirit, the store also features new mobility solutions imagined by the BYmyCAR group, which make a lot of sense, as is the case with GOA FREE, the commitment-free car subscription. "It is a unique car subscription scheme, from one to 12 months, with no strings attached. For a monthly fixed rent that covers all costs and without a subscription fee, users enjoy a full service: car rental, maintenance, insurance, and repatriation. Both individual customers and companies can take out the subscription, and it only takes five minutes in one of our dealerships to find out if you are eligible. "

BYmyCAR CÔTE D'AZUR

Mercedes-Benz BYmyCAR Pop-Up Store
Centre Commercial Cap 3000 - Rez-de-Chaussée
Place Centrale - Horaires d'ouverture : du lundi au samedi de 10 h à 20 h 30 et le dimanche de 11 h à 19 h.
04 92 02 67 00 - www.bymycar.fr



EQA : intelligent, musclé, suréquipé !

Le petit SUV musclé de la marque à l'étoile est un concentré de technologies basées sur l'électrique. Avec MBUX, pour « Mercedes-Benz User Expérience », votre EQA est intelligent et se commande de manière intuitive sur les grands écrans haute résolution dont vous définissez vous-même le contenu. La navigation est optimisée grâce à la fonction Electric Intelligence qui prend en charge le calcul de l'itinéraire : il planifie l'itinéraire le plus rapide sur la base de nombreux facteurs comme la circulation routière, la topographie de l'itinéraire, la température, la consommation de courant momentanée, les stations de charges disponibles sur l'itinéraire et leur puissance de charge...

Notez que le niveau d'équipement est élevé dès l'entrée en gamme : on y retrouve le système multimédia MBUX avec système de navigation, caméra de recul et le hayon Easy-Pack.

EQA: smart, strong, and fully-equipped!

This strong and compact SUV made by Mercedes is packed full of electric technologies. With MBUX, which stands for "Mercedes-Benz User Experience", your EQA is smart and is controlled intuitively on high-resolution screens where you choose content yourself. Navigation is optimised thanks to the Electric Intelligence tool, which calculates your itinerary: it plans the fastest routes using many factors, such as traffic, topography, temperature, real-time fuel consumption, available charging terminals and their charging power...

It should be noted that the level of equipment is impressive, even in the cheaper models: they all feature the MBUX multimedia system, with a navigation system, reverse cameras and the Easy-Pack tailgate.

Venez vite découvrir et essayer le nouveau Mercedes EQA à Cap 3000 !

Come quickly and discover the new Mercedes EQA at Cap 3000!

CARIVIERA

Automobile : DES FEMMES EN PREMIÈRE LIGNE

Dire que la parité caractérise le monde de l'automobile serait peut-être exagéré mais une chose est sûre : il compte dans ses rangs de plus en plus de femmes à des postes où elles n'étaient pas systématiquement représentées il y a seulement quelques années en arrière. Chez Cariviera, le concessionnaire aux 8 sites et 8 marques automobiles dans les Alpes-Maritimes, plusieurs métiers profitent de cette singularité.

Cars: women on the front line *- To say that gender equality is a defining feature of the automotive world would be a bit of an exaggeration, but one thing is for certain: there are more and more women in the industry, which was far from the case only some years ago. At Cariviera, a dealership that sells eight car makes out of eight sites in the Alpes-Maritimes, there are several departments where gender equality is the norm.*

Le monde de l'automobile change. Chez Cariviera, le concessionnaire azuréen détenu par Volkswagen Group Retail France (VGRF), cet univers devient celui, plus exhaustif, de la mobilité. Un changement des usages et des usagers qui amène à considérer aujourd'hui le choix d'un moyen de transport dans toute sa globalité : ses critères techniques, économiques, mais aussi ses enjeux environnementaux, son impact social...

Et un contexte qui semble favoriser un nouvel intérêt de la gent féminine pour ce monde automobile en évolution permanente, orienté sur de nouveaux usages et où les caractéristiques technologiques et l'innovation des véhicules ne sont plus les seuls critères de choix d'une solution de mobilité.

Sylvie Durand, conseillère Commerciale sociétés

Confiance, dialogue apaisé

Traditionnellement, au sein des concessions, on trouvait une présence féminine accrue à des postes de ressources humaines, en comptabilité ou à la facturation. Or, depuis quelques années,

Marion Acaldi, secrétaire après-vente Audi et **Sabine Russier,** conseillère après-vente Audi.

The automotive world is changing. At Cariviera, the French Riviera dealership owned by Volkswagen Group Retail France (VGRF), the world of cars is growing to include broader issues, such as mobility. This change of uses and users is today bringing us to consider our choice of means of transport in a wider context: technical and financial criteria, of course, but also considerations relating to the environment, social impacts...

The context seems to encourage a new interest among women for the constantly changing automotive world, as there is shift of focus, whereby technological and innovative features are no longer the sole criteria when selecting a mobility solution.

Trust, and a peaceful conversation

Traditionally, in dealerships, women were predominantly working in the HR, accounting, or billing departments. But, for the past couple of years, there are other departments that have benn benefitting from female skills.

Solène Thomas, conseillère client Express Service

de nouveaux services profitent pleinement de ces compétences féminines. Pour Philippe Didier, Directeur Fleet Région Grand Sud pour VGRF, prenant l'exemple de l'accueil au sein des ateliers, une présence féminine change radicalement la prestation : « l'automobile, ce ne sont pas que des métiers d'hommes. Une femme rassure, amène souvent plus de confiance, elle suscite immanquablement un dialogue apaisé dans la relation client ».

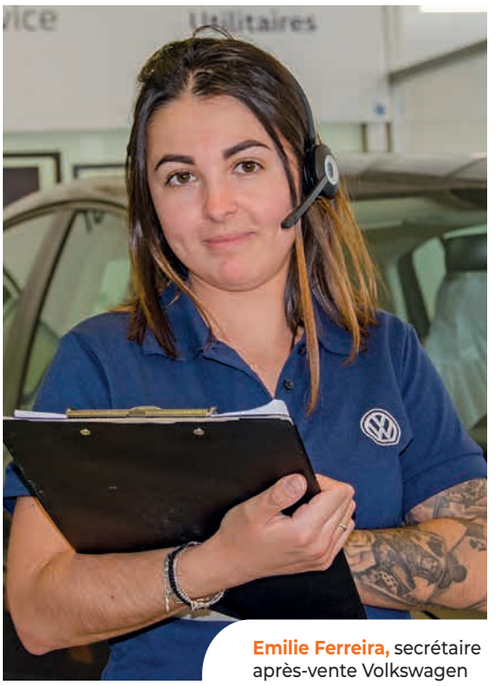
Dans la vente de véhicules neufs, par exemple, chez Skoda, le positionnement de ces marques, en pleine évolution, axé sur la qualité et la famille, cadre bien avec l'arrivée de deux conseillères client passionnées par l'automobile. Dans le commerce, en B to B, l'approche se veut également différente et la relation client s'en ressent avec une qualité accrue dans le montage de dossiers. Tout comme à la réception atelier, au Service Express, chez Audi ou Volkswagen, où le constat est identique : mesdames, vous êtes très clairement les bienvenues dans le monde de l'automobile...

> *« L'automobile, ce ne sont pas que des métiers d'hommes. Une femme rassure, amène souvent plus de confiance, elle suscite immanquablement un dialogue apaisé dans la relation client »*

Rozenn Le Godec, conseillère commerciale Skoda

According to Philippe Didier, Fleet Director in the Southern Region for VGRF, speaking of the workshops, a woman's presence to welcome visitors radically improves the service provided: "the automotive industry is not exclusively a man's job. Women are reassuring, they convey a sense of trust, which is conducive to a peaceful conversation with a potential buyer".

In terms of selling new vehicles, at Skoda for instance, fast-evolving brand positioning, now focusing on family and quality, is perfectly aligned with the recent arrival of two new advisors, who are women and complete petrolheads. And in terms of B-to-B, the approach is also changing, as seen in customer relations, which display increased quality when preparing applications. The same is true in the workshops, at Audi and Volkswagen's Service Express, where we come to the same conclusion: ladies, you are early welcome in the automotive world...



Emilie Ferreira, secrétaire après-vente Volkswagen

CARIVIERA
SOLUTIONS PROS
VOLKSWAGEN GROUP
RETAIL FRANCE

8 Sites dans les Alpes-Maritimes,
8 Marques, 1 Contact :
fleet.cariviera@vgf.fr
www.volkswagen-nice.fr

MERCI

RENDEZ-VOUS EN SEPTEMBRE
POUR UNE NOUVELLE SAISON

ANTIBES
SHARKS
CÔTE D'AZUR

DÉVELOPPEZ VOTRE BUSINESS GRÂCE AUX SHARKS D'ANTIBES

REJOIGNEZ LE SHARKS BUSINESS CLUB ET SES 150 ENTREPRISES PARTENAIRES POUR LA SAISON 2022-2023

NOUVEAUTÉ 2022:

COMMUNIQUEZ SUR LES 40M² DE NOTRE CUBE VIDEO 4 FACES

TOUTES LES INFORMATIONS EN SCANNANT LE QR CODE CI-CONTRE

BNP PARIBAS REAL ESTATE · mutuelles du soleil NÉES DANS LE SUD · Carrefour ANTIBES · BURGER KING · CASINO LA SIESTA ANTIBES · HYUNDAI · VILLE D'ANTIBES JUAN-LES-PINS · REGION SUD · bpifrance · DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES

SPORT

PADEL FÉMININ : *objectif séduction*

Christian Collange, président de la commission régionale padel de la région PACA et membre de la mission padel FFT, revient sur le développement de ce sport auprès des femmes. Avec une riche programmation d'événements, l'été va mettre ce sport de raquettes sur le devant de la scène, un peu partout en France, avec en point d'orgue, le « Premier Padel », tournoi à l'exceptionnelle visibilité médiatique, sur le court central de Roland-Garros en juillet.

Christian, le padel se féminise-t-il ?

Christian Collange : La mission Padel, mise en place par la FFT, a mis en évidence cette volonté de développement. Alexia Dechaume, qui était en charge du tennis féminin à la FFT, a été nommée au sein de cette mission Padel comme coordinatrice. Elle travaille avec une équipe de trois consultants (dont je fais partie) qui l'accompagnent tout au long de l'année. Marianne Vandaele se consacre au développement de la pratique du padel au féminin, Yann Auradou et moi-même intervenons plus précisément sur la formation des jeunes.

Combien de femmes s'intéressent au Padel aujourd'hui ?

Une étude nous a permis de remarquer que 15 à 20 % de pratiquants de Padel étaient des filles. Cela nous laisse une belle marge de progression ! En France, sur 19.000 joueurs classés, près de 3.000 sont des femmes. Les Françaises sont parmi les meilleures joueuses mondiales... Ludique, facile à pratiquer et convivial, c'est un sport qui leur plait beaucoup. Nous ambitionnons de parvenir à 30 à 40 % de joueuses, ce qui constituerait un beau développement.

Comment séduire ces sportives ?

En créant des rassemblements, des découvertes du Padel. D'ailleurs, il est très intéressant de constater le taux de transformation, entre celles et ceux qui découvrent et celles et ceux qui reviennent : il est de l'ordre de 80 à 90 % de joueurs et joueuses intéressés !!! Et autour de chaque grand événement, des sessions d'initiation sont désormais systématiquement organisées.

Equipe de France Féminine Séniors Plus

Joueuses Ligue Paca séléctionnées en équipe de France

***Women's padel: seduction objective** - Christian Collange, president of the regional padel commission for the PACA region and member of the FFT padel mission, talks about the development of this sport among women. With a rich program of events, the summer will put this racket sport in the spotlight, almost everywhere in France, with the highlight, the "Premier Padel", a tournament with exceptional media visibility. , on the central court of Roland-Garros in July.*

Christian, is padel becoming more feminized?

Christian Collange: The Padel mission, set up by the FFT, has highlighted this desire for development. Alexia Dechaume, who was in charge of women's tennis at the FFT, was appointed to this Padel mission as coordinator. She works with a team of three consultants (including myself) who support her throughout the year. Marianne Vandaele is dedicated to the development of the practice of female padel, Yann Auradou and myself intervene more specifically on the training of young people.

How many women are interested in Padel today?

A study allowed us to notice that 15 to 20% of Padel practitioners were girls. This leaves us with a lot of room for improvement! In France, out of 19,000 ranked players, nearly 3,000 are women. The French are among the best players in the world... Playful, easy to practice and friendly, it is a sport that they really like. We aim to reach 30 to 40% of female players, which would be a good development.

How to seduce these sportswomen?

By creating gatherings, Padel discoveries. Moreover, it is very interesting to note the conversion rate, between those who discover and those who come back: it is around 80 to 90% of players interested!!! And around each major event, initiation sessions are now systematically organized.

Quels sont les événements à venir ?

Ce mois-ci va se tenir le 1er tournoi du **Human Padel Tour** en France à Toulouse les **17 et 18 juin.** Il rassemblera les plus grands joueurs et joueuses mondiales ! Des matchs d'exhibition, garçons et filles, seront organisés à cette occasion. **Les 25 et 26 juin** auront lieu les phases finales des championnats régionaux de Padel, à Aix en Provence : les vainqueurs seront qualifiés pour le championnat de France.

Du 10 au 17 juillet, à Roland-Garros, sur le court central, le tournoi « Premier Padel », sous la houlette de la FFT, donnera une visibilité exceptionnelle au padel avec la participation des meilleurs internationaux et une couverture médiatique inédite. Pendant l'événement, une importante exhibition de padel féminin mettra en avant les meilleures joueuses mondiales...

Les 17 et 18 juin

Ce mois-ci va se tenir le 1er tournoi du Human Padel Tour en France à Toulouse. Il rassemblera les plus grands joueurs et joueuses mondiales !

Equipe de France Jeunes Padel filles

Jeunes filles Paca championnes de France 2021

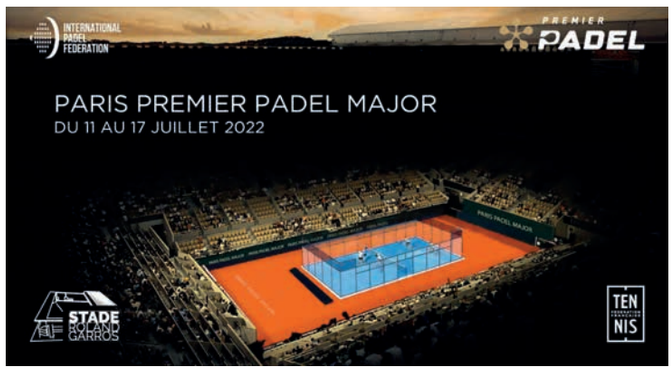
What are the upcoming events?

*This month will be held the 1st tournament of the **Human Padel Tour** in France in Toulouse on **June 17 and 18.** It will bring together the greatest players in the world! Exhibition matches, boys and girls, will be organized on this occasion. On **June 25 and 26,** the final phases of the regional Padel championships will take place in Aix en Provence: the winners will be qualified for the French championship.*

***From July 10 to 17,** at Roland-Garros, on the central court, the "Premier Padel" tournament, under the leadership of the FFT, will give exceptional visibility to padel with the participation of the best international players and unprecedented media coverage. During the event, an important exhibition of women's padel will highlight the best players in the world...*

Du 10 au 17 juillet

À Roland-Garros, sur le court central, le tournoi « Premier Padel », sous la houlette de la FFT, donnera une visibilité exceptionnelle au padel avec la participation des meilleurs internationaux et une couverture médiatique inédite.



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

SPORT PADEL CONSULTING

Christian Collange
06 40 62 92 55
sportpadelconsulting@gmail.com

SPORT

MARATHON RELAIS CAISSE D'EPARGNE : *retour le 30 octobre*

Le Marathon Relais Caisse d'Epargne fait son grand retour avec sa formule à la carte pour profiter pleinement, chacun à son rythme ! Une offre Relais Business est également réservée aux entreprises.

Seul on va plus vite mais à plusieurs, on va plus loin ! Un relais est un défi que l'on relève à plusieurs. Avec des distances adaptées à tous, de 3 à 10,8 km, chacun profitera du plaisir de la course à pied et de la beauté des paysages qu'offre la Côte d'Azur !

L'épreuve « relais » empruntera le tracé de l'épreuve individuelle du Marathon des Alpes-Maritimes Nice-Cannes. Chaque relayeur rejoindra l'une des communes traversées par ce parcours unique, en bord de mer. Le Marathon des Alpes-Maritimes Nice-Cannes propose une offre Relais Business réservée exclusivement aux entreprises. Une formule sur mesure pour rassembler ses collaborateurs après la course autour d'un buffet, dans un espace personnalisé, aux couleurs de votre entreprise, au sein d'un des palaces cannois les plus prestigieux : l'hôtel Martinez by Hyatt !

The Marathon Relais Caisse d'Epargne is making a comeback with its à la carte formula to take full advantage, everyone at their own pace! A Relais Business offer is also reserved for companies.

Alone we go faster but together we go further! A relay is a challenge that we take up together. With distances suitable for everyone, from 3 to 10.8 km, everyone will enjoy the pleasure of running and the beauty of the landscapes offered by the Côte d'Azur!

The "relay" event will follow the route of the individual event of the Marathon des Alpes-Maritimes Nice-Cannes. Each torchbearer will join one of the municipalities crossed by this unique route, by the sea. The Marathon des Alpes-Maritimes Nice-Cannes offers a Relay Business offer reserved exclusively for companies. A tailor-made formula to bring together your employees after the race around a buffet, in a personalized space, in the colors of your company, within one of the most prestigious palaces in Cannes: the Martinez by Hyatt hotel!

Informations et inscriptions sur www.marathonrelais06.com

MP PRODUCTION

Soignez votre IMAGE EN VIDÉO

Vous ne disposez pas d'outil de communication visuelle adapté à vos nouveaux projets de développement commercial ? Votre image a besoin d'être dynamisée ? Avez-vous pensé à la vidéo ?

Pour mettre en valeur les atouts de votre entreprise, de votre activité, la vidéo constitue un outil incontournable sur lequel baser votre communication. A Sophia Antipolis, Mathieu Pesini, fondateur de MP Production, travaille sur des projets très différents : un atout qui lui permet de vous proposer des formats variés et inspirés, de qualité professionnelle. Votre entreprise nécessite la réalisation d'un documentaire interne, d'un film publicitaire, d'une vidéo de présentation, d'un teasing événementiel, d'un clip... ? Vous organisez des plateaux, des conférences, vous projetez de faire du direct ?

MP Production adapte son format à tous vos besoins. Dans les Alpes-Maritimes, son port d'attache, mais aussi en France et à l'international, Matthieu accompagne tous vos projets vidéo et met en scène votre histoire depuis 2019. La logistique de son infrastructure lui permet une grande réactivité, en phase avec vos contraintes de délais, d'organisation comme de budget. Et sa créativité, sa bonne humeur, s'ajoutent encore à ses talents pour que votre projet vidéo soit réellement à votre image. Rencontrez Mathieu pour découvrir son travail et envisager une collaboration :

MP Production

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

Take care of your image in video
Your image needs a boost? You do not have a visual communication tool adapted to your new business development projects? Have you thought about the video?

Video is an indispensable tool on which you can base your communication strategy. In Sophia Antipolis, Matthieu Pesini works on a wide variety of projects, which allows him to propose varied and inspired topquality formats. You are setting up a TV set, or a conference, or you might even be planning on a live broadcast? You need Internal documentaries, advertising shots, presentation videos, event teasers, clips...?

MP Production adapts its format to meet your needs. Matthieu has been plying his trade in the Alpes-Maritimes department, but also throughout France and abroad. Since 2019, he has been working on your video projects and creating the visuals for your story. The logistics of his infrastructure afford him this great fl exibility, and his services are guaranteed to be aligned with your deadline constraints, your organisation, and your budget. And his creativity and good humour are just more arrows to his quiver to ensure your video project refl ects your brand. Meet Mathieu to discover his work and consider a collaboration:

IN MAGAZINE
BY IN GROUPE

1ER MAGAZINE ÉCONOMIQUE
sur la région PACA

Présent dans plus de
6 000
entreprises

Plus de
65 000
lecteurs

Une zone de distribution **ÉTENDUE**

Pour la rentrée, le magazine *se refait une beauté !*

NOUVEAU **Design** | NOUVELLES **Rubriques** | NOUVEAUX **Portraits**

Parution le 24 août

le magazine est disponible également en ligne
sur www.in-magazines.com

LES MAGAZINES ET LE NOUVEAU KIT MÉDIA EN LIGNE

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** sur 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

Gaël Rabbe **06 74 14 25 58**
gael@in-magazines.com

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

Devenez membre **IN CLUB** et découvrez **NOS PROCHAINS ÉVÉNEMENTS**

Vendredi 10 juin à 12 h

Rendez-vous à 12 h au **restaurant People by l'Atoll à Saint Laurent du Var** pour un déjeuner Business en rotation, Venez véhiculer votre bonne humeur pendant l'heure du déjeuner et développer votre business en vous amusant

Vendredi 1er juillet à 12 h

Rendez-vous à 12 h à Saint Laurent du Var au **restaurant People by l'Atoll** pour un déjeuner Business en rotation et toute convivialité pour partager votre bonne humeur

Mercredi 27 juillet à 20 h 30

Soirée VIP au Château de Crémat, dans un cadre exceptionnel. Accueil VIP avec parking et hôtesses, espace et buffet VIP, siège VIP pour assister au spectacle des Solistes de Monte Carlo dans : "Les grands airs de musiques classiques"

Inscriptions sur www.in-magazines.com

Nos vidéos

Notre agenda

Adhésion

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

OFFRE DE PARRAINAGE

Offre valable jusqu'au 27 juillet 2022

IN CLUB
BY IN GROUPE

www.in-magazines.com

Parrainez c'est gagner !

1 PARRAINAGE

Offert : **1 coffret Chevron Villette 3 couleurs**

LES VIGNOBLES CHEVRON VILLETTE

2 PARRAINAGES

Offert : **2 places VIP pour le Classic Crémat Festival**

CHÂTEAU DE CRÉMAT

3 PARRAINAGES

Offert : **1 page dans IN Magazine** (valeur 4800 €)

...Et pour votre FILLEUL(LE)

Offert : **1 coffret Chevron Villette 3 couleurs**

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

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

LYDIE DEHAIES
LE CLOS DES SENTEURS
06 08 42 99 70
leclosdessenteurs06@gmail.com

JANINE WALTER
RICHARD WALTER PRODUCTIONS
06 72 73 33 93
janine@rwe-privateevents.com
www.rwprod.org

AMANDINE TIXIER DE GUBERNATIS
PICNICE
06 08 66 48 69
amandine@picnice.fr
www.picnice.fr

MARIE-CHRISTINE COUETTE
MADE IN COTE D'AZUR
04 93 12 97 05
marie@madeincotedazur.com
www.madeincotedazur.com

PHILIPPE ABOU
AP RESSOURCES HUMAINES
06 61 93 12 88
p.abou@ap-rh.com
ap-rh.com

SANDRINE NAVARRE
BONHEUR EN BAR
06 12 89 86 88
navarre.sandrine@orange.fr

IRINA SERBAN
LEXELIANS AVOCATS
06 61 70 49 63
iserban@lexelians.com
www.lexelians.com

GERALDINE MULLER
4MD ASSISTANCE ADMINISTRATIVE
06 21 51 45 13
4md.assistance@gmail.com
4md-assistance-administrative.fr

DAMIEN & JULIE FEHLMANN
LEGIS CONSEILS
04 93 99 17 00
damien@legis-conseils.fr
julie@legis-conseils.fr
www. legis-conseils.fr

GÉRALDINE MALLET
HISTOIRES DE CONTENU
06 61 75 47 18
geraldine@histoiresdecontenu.com
histoiresdecontenu.com

ILS NOUS RENOUVELLENT LEUR CONFIANCE

NUNO DE ANDRADE
DIXIT NUMERIQUE
06 51 55 93 58
contact@dixitnumerique.fr
www.dixitnumerique.fr

ALEXANDRE PEREZ
LA MUTUELLE GÉNÉRALE
06 07 99 19 63
alexandre.perez@lamutuellegenerale.fr
www.lamutuellegenerale.fr

2022

JUIN

- **BACK TO BASIC 2000** - vendredi 10
- **GOSPEL POUR 100 VOIX** - samedi 11
- **SEXION D'ASSAUT** - mardi 14
- **VITAA & SLIMANE**
  VERSUS TOUR - mercredi 15
- **SCORPIONS** • ROCK BELIEVER - mardi 28

JUILLET

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

OCTOBRE

- **STARMANIA**
  vendredi 7 au dimanche 9
- **LE GRAND BLEU**
  CINÉ CONCERT
  lundi 17

NOVEMBRE

- **DUTRONC & DUTRONC** - vendredi 4
- **JEREMY FERRARI**
  ANESTHESIE GENERALE - jeudi 10
- **N'OUBLIEZ PAS LES PAROLES**
  SE DONNE EN SPECTACLE - vendredi 25

DÉCEMBRE

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

2023

Palais Nikaia
VILLE DE NICE

JANVIER

- **CLAUDIO CAPÉO** - vendredi 13
- **ONE NIGHT OF QUEEN** - samedi 21
- **LE PLUS GRAND CABARET DU MONDE** - dimanche 22
- **MICHAEL GREGORIO**
  L'ODYSSÉE DE LA VOIX - samedi 28

FÉVRIER

- **INÈS REG** - samedi 4
- **LES CHEVALIERS DU FIEL**
  TRAVAUX D'ENFER - jeudi 9

MARS

- **STARS 80** • ENCORE ! - dimanche 19
- **L'HÉRITAGE GOLDMAN** - jeudi 23
- **KEV ADAMS** • MIROIR - samedi 25
- **CELTIC LEGENDS** - jeudi 30

AVRIL

- **FLORENCE FORESTI**
  BOYS BOYS BOYS - jeudi 13
- **GLADIATOR LIVE**
  CINÉ CONCERT - vendredi 14
- **MESSMER**
  HYPERSENSORIEL - dimanche 16

MAI

- **JEFF PANACLOC**
  JEFF PANACLOC ADVENTURE - vendredi 5
- **LE LAC DES CYGNES** - mercredi 10

Palais Nikaia
VILLE DE NICE

#ILoveNICE

VILLE DE NICE

Le Provençal
GOLF

Classé
Meilleur golf 9 trous de PACA
(Golf magazine - Mai 2022)

Faites une pause au coeur de Sophia

GOLF and NIGHT
BY LE PROVENÇAL GOLF

Unique sur la Côte d'Azur

PRACTICE ÉCLAIRÉ
BAR ÉPHÉMÈRE
TAPAS MAISON
AMBIANCE LOUNGE
DÉFIS LUDIQUES TOPTRACER

ALLIANCE CUBE

GOLF and EVENTS

- AFTERWORK
- TEAMBUILDING
- ÉVÉNEMENTS PRIVÉS

WWW.LEPROVENCALGOLF.COM

Près de 28 000 professionnels et entreprises dans notre région nous font confiance. Pourquoi pas vous ?

8 centres d'affaires et près de 130 experts dédiés au développement des professionnels et des entreprises du territoire.

PARIS 2024 | PARIS 2024

PARTENAIRE PREMIUM

CAISSE D'EPARGNE
Côte d'Azur
Vous être utile.

Communication à caractère publicitaire.

Données issues de sources BPCE au 31/12/2021 et Caisse d'Epargne Côte d'Azur en date de février 2022.

Caisse d'Epargne et de Prévoyance Côte d'Azur, société anonyme coopérative à Directoire et Conseil d'Orientation et de Surveillance, régie par les articles L.512-85 et suivants du Code monétaire et financier - Capital social 515 033 520 euros - Siège social 455, promenade des Anglais, 06200 Nice - 384 402 871 RCS NICE - Intermédiaire d'assurance, immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07 002 199. Titulaire de la carte professionnelle Transactions sur immeubles et fonds de commerce, sans perception d'effets ou valeurs, n° CPI 0605 2017 000 019 152 délivrée par la CCI Nice-Côte d'Azur, garantie par la Compagnie Européenne de Garanties et Cautions, 16 rue Hoche, Tour KUPKA B, TSA 39999, 92919 LA DÉFENSE Cedex. Adresse postale : CS 3297 06205 Nice Cedex 3. ALTMANN + PACREAU - Crédit photo : Getty Images. EdEp : 05.2022.32955.