HIVER 2022 / 2023 30

IN magazine

ANNIVERSAIRE
5 ANS
HORS SERIE

NORBERT BONNAFOUS

Fondateur
d'Azur Oxygène

AZUR OXYGENE

Un souffle de croissance et d'innovation

LES VIGNOBLES
CHEVRON VILLETTE
Comte Guillaume de Chevron Villette Vigneron

Château Reillanne
Château Chevron Villette
Abbaye FONTFROIDE Les Vins

LA SAISON DES AFFAIRES ET DU 5E ANNIVERSAIRE !

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

ISSU D'UNE EXPLOITATION HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE

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

Fabrice Claudel Directeur Commercial CHR - Mob. : 06 60 05 90 70 - f.claudel@cv-vigneron.com

vignobleschevronvillette.com

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé

BAM ▸ SUBLIMER LES ESPACES DES ENTREPRISES DE DEMAIN

Envie de changer D'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ?

Découvrez notre
NOUVEAU SHOWROOM

80 route des Lucioles
Les Espaces de Sophia
Bât. F - SOPHIA ANTIPOLIS

Nos designers d'espace **VOUS CONSEILLENT**

BURO amenagement

buro-amenagement.com
04 97 21 90 42

EDITO

Décisions (s)

Seuls ou au nom du collectif, pour défendre une entreprise, un territoire, une vision stratégique ; qu'ils soient chefs d'entreprises, élus, artistes, sportifs... Tous ont dû -à un moment ou à un autre, prendre des décisions essentielles, porteuses de conséquences pour leur avenir, celui de leur entreprise, de leur entourage.

En d'autres termes, ils ont engagé leurs convictions, leur savoir, ils ont su donner de leur personne pour franchir des étapes, dévier les obstacles, asseoir leurs positions.

Être décideur -et finalement, en un mot : décider, ce n'est pas donné à tout le monde.

Dans ces pages, elles et ils ont pris la décision... de nous en parler, d'évoquer les parcours, les chemins choisis pour vivre pleinement leur ambition personnelle et réussir.

...Et nous, plus modestement mais avec tout autant d'énergie et de plaisir, on a pris la sage décision de... **célébrer notre anniversaire parce que 5 ans, chez IN, ça se fête !**

Alone or on behalf of the collective, to defend a company, a territory, a strategic vision; whether they are business leaders, elected officials, artists, athletes... All of them have had to - at one time or another - make essential decisions, bearing consequences for their future, that of their company, of those around them.

In other words, they committed their convictions, their knowledge, they were able to give of themselves to overcome the stages, deflect obstacles, establish their positions.

Being a decision-maker - and finally, in a word: deciding, is not given to everyone.

In these pages, they and they have made the decision... to tell us about it, to evoke the paths chosen to fully live their personal ambition and succeed.

...And we, more modestly but with just as much energy and pleasure, we made the wise decision to... ***celebrate our anniversary because 5 years at IN, is something to celebrate!***

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 : Xavier Beck
pao@in-magazines.com

Community manager : Sofien Cabrère
sofien@in-magazines.com

Chargés de clientèle IN Club / IN Magazine :
Aurélie Suchet : club@in-magazines.com
Marc Pottier : marc@in-magazines.com
Joëlle Berthet : joelle@in-magazines.com
Shana Aleks : shana@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.

LA MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR : VOTRE PARTENAIRE EMPLOI !

Métropole Nice Côte d'Azur - JL - © AdobeStock - 11/2022

12 000
offres d'emploi en ligne

« CV matching »
Process de recrutement facilité

Découvrez
notre plateforme
gratuite d'offres d'emploi

> emploi.nicecotedazur.org

NICE CÔTE D'AZUR
OPEN NEW HORIZONS

IN MAGAZINE BY IN GROUPE

HIVER 2022 / 2023 - N°30

SOMMAIRE

IN MAGAZINE ANNIVERSAIRE 5 ANS

Azur Oxygéne

10 Prendre soin
Taking care

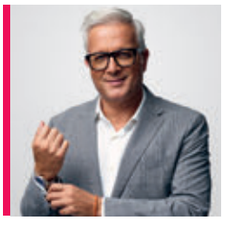
Norbert Bonnafous,
fondateur d'Azur Oxygène

Services aux entreprises & mobilité

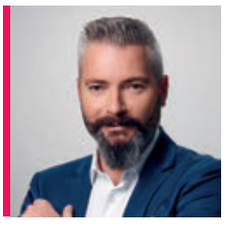
32 **Jean Mane**
MANE
Un goût d'innovation et d'indépendance
A taste for innovation and independence

34 **Christophe Cognée**
GSF
Au service du collectif
At the community's service

36 **Jérôme Bruhat**
ROBERTET
Evolution naturelle
Natural evolution

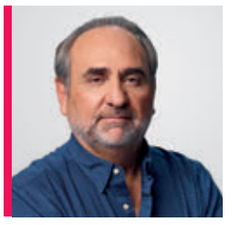


38 **Patrick Barbero**
BARBERO TRANSPORTS
Barbero, une lignée de transporteurs
Barbero, a proud line of hauliers



40 **Franck Cannata**
TRANSCAN
Rouler pour le territoire
Rolling for the territory

42 **Nicolas Guérin**
DSI
Créer de la richesse… humaine
Creating human wealth



44 **Gérard Molines**
GARAGE MOLINES / MOBILIANS
Dans le wagon de tête
In the lead car

46 **Thierry Barbotto**
FW BARBOTTO
Feeling Working

48 **Chopard Cannes – Mougins**
Une équipe soudée pour une nouvelle ère
A tight-knit team entering a new era

50 **Julie Duriez**
HYGIENE 4D
La 3D digitalisée
Digitalised 3D

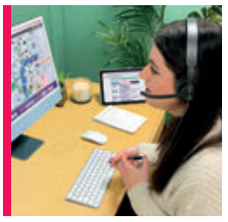
52 **Kristian Hansson**
ISEYSKYR / VILLA SCANDINAVE / SCANDINAVIAN CLEAN
Modèle français et recettes suédoises
French model and Swedish recipes

54 **Laurent Guiglion**
ALGORA ENVIRONNEMENT
Valoriser l'idée
An idea with value

S O M M A I R E

56 **Seti Hamzehlou & Doudou Diop**
SYNERGYLAB
Digital : ils cherchent la solution pour les entrepreneurs
Digital technologies: they find the solutions on behalf of entrepreneurs

58 **Pauline Marteil**
FONDATION APPRENTIS D'AUTEUIL / L'OUVRE-BOÎTE
Restaurer la confiance
Restoring self-confidence



60 **English4French**
2023 : Apprenez l'anglais au sein de votre entreprise
2023: Learn English at your company's facilities

IT, Industrie pharmaceutique & Sciences du vivant

64 **Denis Lacroix**
AMADEUS
Pour voyager durable et "safe"
For sustainable and safe travels

66 **Betty Seroussi**
TRAVEL PLANET
A Sophia Antipolis, Travel Planet prend son envol
In Sophia Antipolis, Travel Planet is taking off

68 **Arnaud Geoffroy & Eric Solal**
ENGIT
Culture de changement
A culture of change

70 **Laurent Delannoy**
AVENCOD
Champion de l'inclusion
The champion of inclusiveness

72 **Hélène Doumerc**
SII
Développement digital
Digital development

Professions libérales, banque finance, assurances & mutuelles

76 **Claude Valade**
CAISSE D'EPARGNE CÔTE D'AZUR
Accompagner l'économie locale et les transitions sociétales
Supporting the local economy and societal transitions

78 **H-Michel Dau**
ARAPL2CA
Plus proche de tous les entrepreneurs
Always closer to entrepreneurs

80 **Gilles Perez**
AGECO CANNES
Des chiffres et des mots
Words and figures

82 **Laurent Bourrelly**
GROUPE BTF
La recette BTF : des économies pour les entreprises & les salariés !
The BTF recipe: savings for companies and their employees!

84 **Didier Delangue**
ASD GROUP
De la constance du changement
Consistency in change

S O M M A I R E

BTP, artisanat, habitat & immobilier

88 **Buro amenagement**
Sublimer les espaces professionnels des entreprises de demain
Making beautiful the workspaces of tomorrow's companies

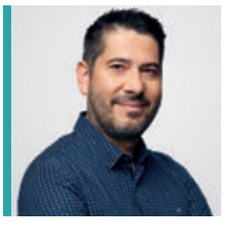
90 **Christine Scaramozzino**
PAAL
Agilité et pérennité, l'alliage rêvé
Agility and sustainability, the best alloy

92 **Michel Blasi**
LE SIS
Préserver, assainir, embellir : la belle ambition formulée par LE SIS
Preserving, sanitising, embellishing: Le SIS's beautifully stated ambition

94 **Yves Salvador**
BRUGUIER ETANCHÉITÉ
Une couche d'innovation
A layer of innovation

96 **Sandrine Augier Durbano & Ewa Roques**
CENTURY 21 DOMUS IMMOBILIER
Agents doubles
Double agents

98 **Sébastien Préauchat**
ANTIBES SUD IMMOBILIER
Pour l'immo ? Toujours dispo…
For real estate? Always there...



100 **Stéphane Pennec**
AGIS06
Logement gagnant
A win-win in real estate

102 **Laurent Barreyre / Eric Depetris / Mickaël Giraud**
CHRONOCLIM
Servir frais
Serving it cold

Villes, intercommunalités & vie des municipalités

108 **Charles Ange Ginésy**
DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES
Esprit d'entreprise
Corporate spirit

110 **Jérôme Viaud**
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU PAYS DE GRASSE
Aux côtés des entrepreneurs du territoire
Supporting the territory's entrepreneurs

112 **Jean Leonetti**
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION SOPHIA ANTIPOLIS
L'entrepreneur de demain, visionnaire et réactif
Tomorrow's entrepreneur: a responsive visionary

114 **Guillaume Décard**
VAR TOURISME
Bienvenue dans le Var !
Welcome to the Var department!

CHR, événementiel & loisirs

122 **Eric Talou**
CROWNE PLAZA & HOLIDAY INN EXPRESS
Hôtels niçois : à l'Ouest, du nouveau
Hôtel Niçois: something new on the Western front

S O M M A I R E

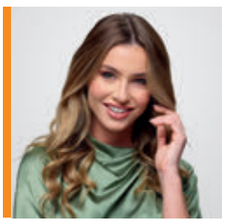
124 **Patrick Nolier**
NICETOILE
Sous une bonne étoile
Counting its lucky stars

126 **Dorian Lutzelschwab**
RESTAURANT LES PÊCHEURS
CAP D'ANTIBES BEACH HÔTEL
Sur une note fruitée
On a fruity note

128 **Marie-Christine & Manon Couette**
MADE IN CÔTE D'AZUR
Esprit de famille !
Family spirit!

130 **Gregory Berben**
DO IT YOURSELF

132 **Terence Dewaele**
ULTIMA STUDIO
Contre plongée
Diving into the shot



134 **Flavy Barla**
MISS CÔTE D'AZUR
Votez Flavy !
Vote for Flavy!

136 **Dominique Peron & Jessica Nadal**
Duo en beauté
Duo in beauty

138 **Château de Crémat**
Les belles notes de Crémat
Musical notes and flavours at the Château de Crémat

140 **Propino Bar Events**
Autour du bar, ils font sensation
Around the bar, they create a sensation

142 **Made in Côte d'Azur**
2022 : Retour d'expérience avec Made In Côte d'Azur
2022: A bit of feedback with Made In Côte d'Azur

IN Team / IN Salon / IN Club

148 **Gregory Paré et Eric Pottier**
IN TEAM
L'Interview « T'as la rèf ? »

150 **Aurélie Suchet, Joëlle Berthet, Marc Pottier et Shana Aleks**
IN TEAM
Les entremetteurs
Matchmakers

152 **Mickaël Lardet, Xavier Beck et Sofien Cabrère**
IN TEAM
Les messagers
Messengers

152 **IN SALON**
Rendez-vous le 6 avril 2023 pour la 2e édition du IN Salon

160 **IN CLUB**
Les nouveaux membres

AZUR OXYGENE
PRENDRE SOIN

Spécialisée dans le Home Care (soins et services à domicile), Azur Oxygène, créée en 2004 par Norbert Bonnafous, a développé les traitements de prise en charge de l'insuffisance respiratoire sur les départements des Alpes-Maritimes, du Var et des Bouches-du-Rhône. Une profession en constante évolution à laquelle le dirigeant insuffle une bouffée d'air frais en la digitalisant depuis 5 ans avec la création de la startup Europea.

Norbert, vous n'avez pas toujours travaillé dans le secteur médical ?

Né à Marseille, je suis arrivé à Nice avec ma famille à l'âge de 4 ans. J'ai arrêté mes études un an après le bac… Et pour gagner ma vie, j'ai fait toute sorte de jobs : aussi bien du transport de bijoux que du nettoyage, de la remise en état de chantiers… j'ai même tenu des vidéo-clubs ! Puis, au hasard d'une rencontre, j'ai découvert l'installation de réseaux de radio pour les ambulanciers et services d'urgence, en tant que VRP à mon compte. Cela fonctionnait bien et je l'ai fait jusque dans les années 90…

Le marché était très ouvert puis lorsque cela s'est arrêté avec l'arrivée de nouveaux moyens de communication, j'ai revendu mon fichier client. J'ai ensuite fait de la défiscalisation immobilière… Un flop ! Nous sommes alors en 1994, je me marie avec Martine tous deux décidés à nous installer à nouveau, je redémarre dans le médical en travaillant avec des centres de rééducation sur des produits de contention et d'immobilisation. Martine et moi avons toujours travaillé ensemble.

AZUR OXYGÈNE EN CHIFFRES

Création en 2004

22 *Salariés*

4.000 *Clients*

4 M€

Chiffre d'affaires 2021

+ 14 %

Croissance annuelle

2 Agences

Saint-Laurent-du-Var et La Ciotat

4 Départements

Alpes-Maritimes, Var, Bouches-du-Rhône et Alpes de Haute-Provence

***Taking care** - Azur Oxygène specialises in Homecare (healthcare and medical services delivered to patients' homes). It was created back in 2004 by Norbert Bonnafous and has been developing respiratory failure treatments in the Alpes-Maritimes, Var and Bouches-du-Rhône departments. Norbert Bonnafous, as a true corporate leader, contributes new energy to this constantly evolving market; for the past five years, he has been digitalising Azur Oxygène, and in doing so, he has created Europea, a start-up company.*

Norbert, you didn't always work in the medical field. What did you do before?

I was born in Marseille and arrived in Nice with my family at the age of four. I gave up studying one year after I passed my baccalaureate... To earn a living I worked a variety of jobs: jewellery transport, cleaning, and the rehabilitation of worksites... I even ran video clubs! Later, through a chance encounter, I was introduced a new field of work: installing radio networks for ambulance drivers and emergency services, and I worked as a freelance travelling sales representative. It was a successful endeavour, which I pursued until the 90s...

The market was wide open, but then it all came to an end with the arrival of new communication means, and I had to sell my customer database. After that, I worked in real estate tax exemption... which didn't work out so well! That was back in 1994. Martine and I got married, and we both decided to start afresh, so I turned to the medical field, and especially rehabilitation centres, providing setting and medical restraint products. Martine and I have always worked together.

AZUR XYGENE

18 allée des Métallos, 06700 Saint-Laurent-du-Var

04 93 14 18 24 - azuroxygene.fr

« Le cœur de notre activité ? Nous faisons du « Homecare », du maintien à domicile. Nous sommes prestataires de services et distributeurs de matériel de santé. »

Norbert Bonnafous, fondateur d'Azur Oxygène

« Je n'ai souffert de rien, sauf que... j'ai beaucoup bossé ! Je suis conscient qu'à l'époque où je me suis lancé, il n'y avait qu'une seule vraie contrainte... Travailler ! »

Comment en arrive-t-on à Azur Oxygène ?

Un couple d'amis, Véronique Castello et Alain Delache de la société Techneme, avaient mis au point un appareil pour le traitement des apnées obstructives du sommeil, qui fonctionnait sous Windows. Je me suis lancé en proposant ce matériel, en démarchage auprès des services hospitaliers, des cliniques puis auprès des médecins libéraux. Nous avons lancé un premier « Labo du sommeil » à la Clinique du Parc Impérial. Nous nous sommes très bien positionnés face aux géants américains de l'époque : il y avait peu de concurrence.

Ensuite, la médecine de ville a mesuré les enjeux et compris qu'en investissant dans le matériel, elle pouvait diagnostiquer les troubles liés au sommeil et confier ensuite aux prestataires la mise en place du matériel de soins à domicile. Cela a très bien marché, à tel point que LVL Médical a racheté Azur Intervention respiratoire au bout de deux ans ! J'ai installé LVL Médical en Corse en deux ans et cédé ma participation. J'ai créé Azur Oxygène deux ans après.

Quel est le cœur de votre activité ?

Nous sommes des prestataires de services et distributeurs de matériel (PSDM). Nous faisons du « Homecare », du maintien à domicile. Dans la palette de la prise en charge des insuffisants respiratoires, notre cœur de métier, il y a l'oxygène, les respirateurs, le maintien à domicile. Nous nous sommes aujourd'hui focalisés sur l'insuffisance respiratoire.

Pour nous développer, nous sollicitons les pneumologues, cardiologues, généralistes, infirmières, les hôpitaux et cliniques et plus généralement l'ensemble du corps médical. Selon l'Observatoire de l'ARS (Agence Régionale de Santé) PACA, c'est l'une des pathologies du siècle ! Et sur recommandation de l'HAS (Haute Autorité de Santé), les examens de contrôle d'apnée du sommeil se sont généralisés. La demande est donc très forte : il y a aujourd'hui 1.200.000 patients appareillés pour le syndrome d'apnées du sommeil en France.

Comment évolue Azur Oxygène sur son marché ?

J'ai beaucoup réfléchi aux évolutions de la profession et à sa nécessaire digitalisation. Pour cela, j'ai créé en parallèle Europea, qui conçoit des applications pour smartphone, liées au départ à notre secteur d'activité, le paramédical.

Cette digitalisation a été un virage. Puis nous nous sommes implantés au sein de locaux plus grands. C'est important pour notre équipe de voir que nous sommes dans une dynamique d'évolution.

Troisième virage : la promotion de la marque. Nous travaillons aujourd'hui avec tout le monde, nous devons être visibles auprès de l'ensemble du corps médical.

Quatrième virage : le « CPAP Store ». Je sais que le déremboursement des soins liés à l'insuffisance respiratoire arrivera tôt ou tard. Nous nous installerons donc en ville, dans des boutiques où nous proposerons à la vente les machines CPAP*. Sur place, nous aurons des techniciens qui assureront le conseil, la vente d'articles et viendront en aide au patient. Nous avons le staff, la technologie et le savoir-faire pour le mettre en place. Déjà, avec Europea, nous assurons le reconditionnement et la vente en ligne de CPAP, un business en passe de s'internationaliser.

> *« Il y a aujourd'hui 1 200 000 patients appareillés pour le syndrome d'apnées du sommeil en France »*

How did this lead to Azur Oxygène?

Some friends of ours, Véronique Castello and Alain Delache, working at a company called Techneme, had developed a device to treat obstructive sleep apnoea, which worked on Windows. I set about to start selling these devices to hospitals, clinics, and private practices. We launched the first "Sleep Laboratory" at the Parc Impérial Clinic. We secured an excellent market position against huge American corporations. There was little competition back then.

Then, the field of primary care medicine realised the challenges that lay ahead and understood that by investing in the right equipment, it was possible to diagnose sleep disorders and task service providers with installing the adequate equipment in patients' homes. It worked so well that LVL Médical acquired Azur Intervention Respiratoire after just two years! I launched an LVL Médical operation in Corsica, and after two years, I sold my shares. I created Azur Oxygène two years after that!

How would you describe your core activity?

We are Medical Service Providers and Equipment Suppliers (MSPES). Our field is homecare. We focus on treatments for respiratory failure. More specifically, at the heart of our activity, you'll find oxygen, ventilators, and homecare. Today, our main focus is respiratory failure.

Our growth has been driven by our collaboration with pneumologists, cardiologists, general practitioners, nurses, hospitals and clinics, and more broadly, with the whole medical community. According to the ARS (regional health agency) for the PACA region, respiratory failure is one of the century's great pathologies. As recommended by the HAS (national authority for health), sleep apnoea examinations have become generalised. There is therefore a very strong demand: there are around 1'200'000 patients in France who are being treated for respiratory failure.

How is Azur Oxygène performing in its market?

I've given a lot of thought to the evolution of this market, and I feel it is essential to digitalise our processes. That is why, in parallel, I created Europea, a company that creates phone apps, initially in our area of activity, namely paramedical services.
This digitalisation project was a second turning point. We moved our operation to bigger facilities. I feel that it's important for our team to see and understand that ours is a process of dynamic evolution.

A third turning point was promoting the brand. Now that we work with all the market's stakeholders, we must be visible to the entire medical community.

The fourth turning point has been the "CPAP Store" project. I realise that sooner or later, the State will implement the disbursement of respiratory failure treatments. Therefore, we will open, in urban centres, stores where CPAP devices are sold. On site, we will have technicians who, in addition to selling our products, will provide advice and support to patients. We have the staff, technology and know-how to launch this project. With Europea, we have already started reconditioning CPAP devices and selling them online, and this business is about to go international.*

INDISCRÉTION

Il aurait pu être...

« Je suis figuriniste et passionné de BD, de SF, de Marvels et de mangas. J'aurais rêvé d'entrer sur le marché de la figurine et du manga, qui sont deux de mes passions. J'en aurais fait un commerce. Cela a explosé ! Je suis passé à côté... Tant pis ! Mon héros ? Captain America !

I could have been...

"I'm an amateur of figurines, with a passion for graphic novels, science-fiction, marvels and manga. I would've loved to be in the market of figurines and manga, two of my passions. I would have started a business. But then it took off. I missed my chance... too bad! My hero? Captain America!"

EUROPEA, POUR DIGITALISER ET INTERNATIONALISER LE MARCHÉ

A l'origine de la création d'Europea en 2017, il y a la volonté pour Norbert Bonnafous d'ouvrir la profession et de faciliter son accès à tous, professionnels de santé comme particuliers en demande de matériel de soins.

So Europea is all about digitalisation and breaking into international markets? - With the creation of Europea in 2017, Norbert Bonnafous wanted to open up his area of activity and provide access to all, including healthcare professionals and patients who are looking for medical equipment.

La première application imaginée par Europea visait la prescription d'oxygène aux services d'urgence. « L'idée ? Géolocaliser les sociétés les plus proches du patient, pour parvenir à les équiper en moins de deux heures après la prescription médicale ». Grégory Bondi, directeur opérationnel d'Azur Oxygène, qui connaissait bien la ventilation (les respirateurs) a réfléchi à la conception d'une appli pour les internes des hôpitaux et la prescription de CPAP (Continuous Positive Airway Pressure pour thérapie par pression positive continue).
Edouard, le fils de Norbert, gère aujourd'hui le développement d'Europea et Lucette, sa tante (on travaille en famille !) en pilote la logistique. Car l'autre activité de la startup consiste à reconditionner les nombreuses machines CPAP récupérées après les soins pour les revendre aux particuliers, en France et dans le monde entier : un marché en plein essor.

The first app developed by Europea had to do with prescribing oxygen to emergency services. "What is the idea? To geolocate companies that were the closest to the patient, in order to be able to provide them with the right equipment in less than two hours after the prescription was issued". Grégory Bondi, director of operations for Azur Oxygène, who is well versed in ventilators, designed an app intended for interns at hospitals and the prescription of CPAP (Continuous Positive Airway Pressure) devices.
Edouard, Norbert's son, now oversees the development of Europea, and Lucette, his aunt (it's a family business!), is in charge of logistics. The other activity of the start-up company is to recondition CPAP devices that are collected after treatment and to sell them back to private clients, in France and abroad: it's a booming market!

Azur Oxygène, partenaire de Safe G Med

» Azur Oxygène est partenaire de Safe G Med, une extension du dispositif Nice-Téléconsultation médicale à distance, lancé en 2020 pour répondre à la crise sanitaire en lien avec SOS Médecins et l'ASSUM 06, soutenue par l'ARS 06, la CPAM 06 et le Conseil Départemental de l'Ordre des Médecins 06.
Fondée par Joëlle Martinaux, Médecin urgentiste et généraliste responsable de SOS Médecin Nice, cette association loi 1901 d'intérêt général à caractère non-lucratif est à visée philanthropique, sociale, humanitaire, éducative par l'assistance, la bienveillance et l'accompagnement.

En coordination avec tous les réseaux d'accompagnement de santé ou sociaux qui l'ont rejointe, cette plateforme a permis un renfort des médecins généralistes, un soulagement du 15 consacré aux cas sérieux et graves, une réponse aux patients et la promesse d'un médecin pour tous les citoyens jusque dans les territoires les plus isolés et sans médecin traitant.
Safe G Med projette 8.000 appels pour cette année 2022.

» *Azur Oxygène is a partner of Safe G Med, an extension of the Nice - Teleconsultation entity, launched in 2020 in response to the health crisis, together with SOS Médecins and the ASSUM 06, with the support of ARS 06, CPAM 06, and the Departmental Council of the Order of Doctors. Founded by Joëlle Martinaux, emergency doctor and general practitioner in charge of SOS Médecin Nice, this not-for-profit public interest association under law 1901 was created for philanthropic, social, humanitarian, and educational purposes and provides support and accompaniment.*

Coordinating with all the health and social support networks that have joined forces with it, this platform has come in aid of general practitioners, and provides relief to patients suffering from severe respiratory failure, and access for all citizens to a doctor, even in the remotest territories where there is no medical practice. ***Safe G Med is anticipating 8'000 calls in 2022.***

Safe G Med : 04 97 13 40 80
un numéro joignable 7j/7 pour lutter contre les déserts médicaux

INDEX

PPC : ventilation en pression positive continue (PPC), ou en anglais :

CPAP (pour Continuous Positive Airway Pressure)

PSDM : les prestataires de services et distributeurs de matériel sont des professionnels régis par le Code de la santé publique et le Code de la Sécurité sociale.

Téléobservance : dispositif connecté au PPC pour l'enregistrement et la transmission au professionnel de santé, de données liées à l'utilisation du matériel. La téléobservance est généralement quotidienne ou à intervalles réguliers.

CPAP: *continuous positive airway pressure, known in French as:*

PPC: *pression positive continue*

MSPES: *the acronym for Medical Service Providers and Equipment Suppliers, who are governed by the code of public health and the code of social security*

Remote sensing: *device connected to the CPAP equipment that records data relating to the use of the equipment and sends it to a healthcare professional. Remote sensing is generally performed on a daily basis or at regular intervals.*

Norbert Bonnafous entouré de ses deux fils, Thibault et Édouard

« Le danger reste de se déconnecter du monde technique : je crois qu'il faut rester à jour, au cœur de notre métier. »

Gregory Bondi,
Directeur Opérationnel

GREGORY BONDI

IMPLICATION, ASCENSION

Entré chez Azur Oxygène comme livreur en 2011, Grégory Bondi en est devenu le Directeur Opérationnel. S'il attribue volontiers cette ascension à sa forte implication dans le développement de l'entreprise, il considère qu'elle est aussi due à l'autonomie et à la liberté accordées à chacun pour être force de proposition et améliorer la compétitivité et la prospérité de la société.

Involvement, ascent - *Having started as a delivery man in 2011 at Azur Oxygène, Grégory is now its Director of Operations. He puts his stunning ascent down to his involvement in the company's development. He also considers that it is the result of the autonomy and freedom afforded to all employees, who are encouraged to put forward ideas to bolster the competitiveness and prosperity of the company.*

Comment votre parcours professionnel vous a amené dans le milieu du Homecare ?

J'ai quitté le lycée à 18 ans, sans diplôme. J'ai fait toute sorte de jobs, depuis la blanchisserie, jusqu'à la technique radio ! J'ai ensuite découvert le monde du service ambulancier. Cela m'a beaucoup plu et j'y suis resté 7 ans. La sensation de sentir que votre travail revêt de l'importance, qu'il est utile, c'est une vraie satisfaction. Vous êtes acteur de quelque chose. Ici, c'est un peu la même chose, il y a un côté altruiste qui pour moi est essentiel.

Entré comme livreur d'oxygène, devenu directeur, vous êtes un véritable exemple de promotion interne : comment cela s'est-il produit ?

Je m'intéressais aux autres traitements que nous délivrions aux patients et petit à petit, j'ai eu l'occasion de me former à d'autres techniques, comme la VNI (Ventilation Non Invasive) qui réclame une approche et un savoir-faire différents et j'ai pu prendre de l'expérience sur l'ensemble des traitements que nous proposions.

Vous vous êtes aussi impliqué dans l'histoire et les choix stratégiques de l'entreprise :

Oui, nous avions évoqué l'idée d'une application, alors le soir, après le travail, je travaillais sur sa conception. C'est comme ça que nous avons lancé le développement d'Airset, qui permet au médecin de nous confier des patients à l'aide de son smartphone. Si l'idée n'est pas révolutionnaire, cela n'existait pas... Assez naturellement, auprès de Norbert, j'ai rencontré des professionnels de santé et petit à petit, j'ai pris un poste de délégué commercial. Une relation de confiance s'est installée. Et un matin, Norbert m'annonçait que je devenais... directeur ! Mais mon exemple n'est pas isolé : la mentalité ici fait que chacun a l'opportunité de faire avancer l'entreprise s'il souhaite proposer ses idées de mise en place de process, de méthodes, afin d'améliorer la performance et le fonctionnement d'Azur Oxygène.

> *« La mentalité ici fait que chacun a l'opportunité de faire avancer l'entreprise s'il souhaite proposer ses idées de mise en place de process, de méthodes, afin d'améliorer la performance et le fonctionnement d'Azur Oxygène »*

Quel est le périmètre de vos fonctions ?

Je gère l'organisation globale de l'entreprise en fonction de la réglementation qui évolue très vite, je supervise le travail sur le terrain, mais aussi la façon de communiquer auprès des professionnels de santé et toute question de cet ordre. Le danger reste de se déconnecter du monde technique : je crois qu'il faut rester à jour, au cœur de notre métier.

How did your career steer you towards the field of homecare?

I left school at 18, without any qualifications. I worked all kinds of jobs, from laundry to radio technology! Then I discovered the world of ambulances. I enjoyed it immensely and I remained in the job for seven years. The feeling that your work matters, that it's useful, is a huge source of satisfaction. Your work actually means something. It's the same here, my work has an altruistic dimension that I find essential.

You started off delivering oxygen, and you are now a senior director. That is an astounding example of internal promotions. How did it happen?

I was interested in the treatments we were delivering to patients, and progressively, I learnt other techniques, such as NIV (non-invasive ventilation), that require a different approach and different skills. I progressively started to gain experience in all the treatments we were offering.

You are also involved in the company's development and strategic choices, aren't you?

Yes, we had discussed the idea of creating an app, so in the evenings, after work, I would work on designing it. That is how we launched the development of Airset, whereby doctors can refer patients to us on their phone. The idea doesn't seem all that revolutionary, but there was no such app on the market... Quite naturally, with Norbert, I started to meet healthcare professionals and I was promoted to sales representative. A relation based on trust was born. One morning, Norbert told me that I had been made... director! I am not the only example within the company: our corporate mentality means that everyone has the opportunity of helping the company advance by putting forward their ideas, processes, and methods, in order to improve the performance and operations of Azur Oxygène.

What is the scope of your activity?

I oversee the overall organisation of the company based on fast-evolving regulations. I supervise our field work, and I keep an eye on the way we communicate with healthcare professionals and similar questions. The risk it to become disconnected from the technical world. In our line of business, we have to stay up to date.

INDISCRÉTION

Il est fan...

...de musique et de composition. Et même si je ne prends plus trop le temps de le faire, je gratte quelques notes dans le salon de temps en temps... !

He is fan of...

...music, and song writing. I don't really have the time anymore, but I do enjoy strumming my guitar occasionally!

EDOUARD BONNAFOUS

POUR ENCORE INSUFFLER LA CROISSANCE

Entreprendre, c'est son péché mignon ! Edouard Bonnafous dirige Europea et compte bien développer encore le périmètre des activités de la Startup qui crée des applications digitales et propose du matériel médical reconditionné à tarifs réduits.

Instilling growth *- Indulging in entrepreneurship! Edouard Bonnafous is at the helm of Europea and intent on further developing the scope of activities of this start-up company that creates digital apps and provides reconditioned medical equipment at discounted rates.*

Edouard, vous avez participé à la création d'Europea, que vous gérez aujourd'hui : expliquez-nous…

J'ai commencé mes études par un BTS Management des Unités Commerciales, au moment où mon père réfléchissait à la création d'Europea. J'ai été séduit et j'ai intégré l'entreprise en alternance, en Licence Développement Commercial avec la CCI de Nice. Puis j'ai obtenu mon diplôme de Skema BS tout en travaillant chez Europea.

Au départ, nous avons développé Oxyvit, une application de prescription d'oxygène à domicile par le médecin, à laquelle personne ne croyait ! Nous en sommes à notre 3e application, « Apnée Assist » qui permet aux patients de visualiser l'évolution de leur traitement et d'être coachés afin de mieux le suivre. J'aimerais aussi sortir du médical et élargir notre clientèle à toutes les entreprises qui ont un besoin digital.

Je me suis associé à deux développeurs aux larges compétences dans le développement d'outils digitaux comme les sites, les logiciels ou les applications smartphone. Je veux donner les moyens de créer des outils digitaux en adéquation avec les méthodes de travail des entreprises pour offrir un produit pérenne qui s'y implémente naturellement.

Europea, ce n'est pas qu'une startup qui crée des applications ?

Pendant le COVID, j'ai constaté avec mon père et Grégory que les anciennes CPAP d'Azur Oxygène prenaient la poussière sur les étagères. Je me suis proposé pour lui racheter afin de les reconditionner et les revendre aux particuliers. Le stock de près de 500 machines a été écoulé dès la première année.

Nous développons donc notre site en B to B, pour proposer du matériel paramédical neuf ou reconditionné, depuis le lit médicalisé jusqu'à la CPAP en passant par les fauteuils roulants…

> « *Nous en sommes à notre 3e application, « Apnée Assist » qui permet aux patients de visualiser l'évolution de leur traitement et d'être coachés afin de mieux le suivre.* »

Entreprendre, c'est un peu une seconde nature pour vous ?

On ne le dirait pas mais les études, cela n'a jamais été vraiment ma tasse de thé… A l'inverse, j'ai toujours été passionné par l'entrepreneuriat ! Au lycée, un prof m'avait expliqué comment concevoir un business plan et avec un copain, on se réunissait chaque semaine pour étudier des idées de business ! On avait même participé à la Startup Week-End à Monaco où nous avions fini 4e !

Edouard, you took part in Europea's creation. Can you tell us more about the company you are currently managing?

I had started studying towards a technical degree in Business Unit Management, at a time when my father was pondering the creation of Europea. I believed in his project and so I interned at the company, while graduating in Business Development with the CCI of Nice. Later, while I was still working at Europea, I obtained my Skema BS diploma.

Our first product was Oxyvit, an app that allowed doctors to issue oxygen prescriptions without the patients having to leave their homes. No one believed in this project! Now, we have unveiled our third app, called "Apnée Assist". Patients use it to visualise the progress of their treatment and to receive coaching for improved treatment monitoring. I would like to expand out of the strictly medical field and grow our customer base to include all companies that have digital requirements.

I have partnered with two developers how are extremely competent in developing digital tools such as websites, software, or phone apps. I want to provide the means to create digital tools that are adapted to corporate work methods and offer a sustainable product that can be seamlessly implemented.

Europea is more than a start-up company that creates apps, wouldn't you agree?

During the COVID pandemic, my father, Grégory and I noticed that the old CPAP devices of Azur Oxygène were collecting dust. I offered to buy them to recondition them and sell them back to private customers. A stock of nearly 500 machines was sold in the first year.
We are developing our site in B-to-B mode, in order to offer new or reconditioned paramedical equipment, from hospital beds to CPAP machines and wheelchairs...

Is it fair to say that entrepreneurship comes quite naturally to you?

You may not think so, but I wasn't the most assiduous student... However, I have always been very excited by entrepreneurship! In college, a teacher showed me how to prepare a business plan and, with a mate, we'd meet up every week to study business ideas! We even took part in the Start-up Weekend in Monaco, where we finished fourth!

INDISCRÉTION

Qu'est ce qui lui est le plus difficile ?
« Avoir toujours un pied dans l'inconnu... Je n'ai pas encore la compréhension de tous les tenants et aboutissants de la gestion d'entreprise. Mais... j'apprends ! »

What does he find the hardest?
"Always having one foot in the unknown... I haven't yet fully understood all the intricacies of managing a business. But I'm learning!"

« Nous développons donc notre site en B to B, pour proposer du matériel paramédical neuf ou reconditionné, depuis le lit médicalisé jusqu'à la CPAP en passant par les fauteuils roulants... »

Edouard Bonnafous dirige Europea

« Il est dur d'imposer des changements mais tout le monde est très ouvert et nous faisons tous des concessions pour avancer dans la bonne direction. »

Thibault Bonnafous s'occupe du merchandising et de la partie graphique de l'entreprise

THIBAULT BONNAFOUS

DU SAVOIR-FAIRE AU FAIRE SAVOIR

Hormis pour les patients et personnels de santé concernés, le secteur d'activité des PSDM (Prestataires de Services et Distributeurs de Matériel) est mal connu et peu médiatisé. Spécialiste du design, c'est Thibault Bonnafous, fils ainé de Norbert, qui est mobilisé sur la communication d'Azur Oxygène, comme sur celle d'Europea afin de mieux faire connaitre le savoir-faire des PSDM.

***Knowledge and know-how** - Outside the world of patients and healthcare professionals, the work of Medical Service Providers and Equipment Suppliers is not well known. Thibault Bonnafous, a design specialist and Norbert's eldest son, invests his efforts in Azur Oxygène and Europea's communication strategy, to raise awareness of the special know-how that is required in this line of work.*

Thibault, vous êtes spécialisé dans le design…

Après un Baccalauréat STI2D (Science et Technique de l'Industrie en Développement Durable), j'ai intégré une Prépa Maths Sup Maths Spé, puis une prépa aux écoles d'art. Finalement, en alliant ces deux spécialités, je me suis orienté dans le design durable, avec l'Ecole Besign, qui m'a préparé à coordonner différents métiers entre eux, autour de projets de design.
Par la suite, j'ai eu l'occasion de renforcer mes connaissances en design industriel en Chine, puis en stage auprès de l'AFD (Agence Française de Développement) à Marseille sur une application qui avait vocation à aider les auto-entrepreneurs d'Afrique à se lancer.

Chez Azur Oxygène, ainsi que pour Europea, quel est votre rôle ?

Je m'occupe du merchandising et de la partie graphique de l'entreprise. Il y a du travail car il est dur d'imposer des changements mais tout le monde est très ouvert et nous faisons tous des concessions pour avancer dans la bonne direction.

Actuellement, nous sommes sur la refonte du site d'Europea, pour lequel on me sollicite sur les questions graphiques car le site est en cours de codage. J'ai aussi modernisé le logo, qui est plus « flat ».

Des projets ?

Je pense qu'il serait intéressant d'apporter une autre façon de communiquer aux prestataires de service. Prenons l'exemple du COVID : personne n'a entendu parler d'eux pendant cette crise, mais ils ont assumé une grosse part de travail, en appareillant en urgence des patients, en empêchant de saturer un peu plus les services d'urgence… Il y a certainement une réflexion à mener autour de leur communication, peut-être sur d'autres réseaux ou plateformes : j'y réfléchis. En parallèle, je poursuis une formation d'illustrateur.

> « *Actuellement, nous sommes sur la refonte du site d'Europea, pour lequel on me sollicite sur les questions graphiques car le site est en cours de codage.* »

Thibault, you are a design specialist…

After a STI2D Baccalaureate (Industrial Technologies and Sustainable Development Sciences), I took preparatory classes in mathematics, and then preparatory classes for art schools. Finally, by combining these two specialisations, I turned to sustainable design, which I studied at the Besign School, allowing me to coordinate various skills around design projects.

Later, I had the opportunity of furthering my knowledge of industrial design in China first, and then with the AFD (French Development Agency) in Marseille, working on an app that aimed at helping African entrepreneurs start their business.

What is your role at Azur Oxygène and Europea?

I'm in charge of merchandising and the visual aspect of the company. There is a lot of work, because it is hard to bring about change, but everyone here is openminded and we all make concessions to move forward in the right direction.

Currently, we are redesigning the Europea site, and I am consulted with regard to visual concepts now that the project has entered the coding phase. I have also modernised the logo, which is flatter now.

Any projects?

I believe it might be interesting to offer a new way of communicating with service providers. Take COVID for example: no one heard of our activity during the health crisis, but we had to bear the brunt of the work, providing equipment to patients, and helping prevent the overload of emergency services...

Our communication strategy merits serious thought and should be implemented through different platforms. It is something I'm thinking about. In parallel, I am following illustration courses.

INDISCRÉTION

Passions ?
« Mangas et jeux vidéo : j'assume le rôle de « nerd » de la famille ! »

Any passions?
"Mangas and videogames: I am the 'nerd' of the family!"

MARIELLE DOGLIO

QUESTIONS D'IMAGE

Marielle Doglio est chargée de la relation clients et professionnels de santé pour Azur Oxygène. Elle coordonne en parallèle l'événementiel et la représentation de l'entreprise lors des congrès et séminaires, en France comme à l'étranger.

***A question of image** - Marielle Doglio is in charge of customer relations and liaising with healthcare professionals on behalf of Azur Oxygène. She also plans events and represents the company at conferences and seminars, in France and abroad.*

Marielle, quel est votre parcours professionnel ?

Cela fait longtemps que je connais Norbert Bonnafous et que j'ai eu l'occasion de travailler à ses côtés. Je suis dans l'entreprise depuis la création d'Azur Oxygène.

Mes précédentes fonctions pour le Syndicat des Hôteliers de Nice m'ont amené à travailler sur l'événementiel, l'information et la veille juridique auprès des adhérents gérants d'hôtels.

Par la suite, j'ai arrêté mon activité pour m'occuper de mes deux filles après leur naissance. J'ai intégré Azur Oxygène à son ouverture en 2004.

Que recoupent vos fonctions ?

Ici, j'ai occupé de nombreux postes, à commencer par du secrétariat. Pendant une période, nous fournissions des prestations de perfusion et je m'occupais de la partie facturation. Aujourd'hui, j'ai en charge la partie relationnelle avec les médecins et les patients, un rôle de déléguée médicale. Je supervise également l'activité événementielle.

Qu'est-ce qui fait d'Azur Oxygène une entreprise où il fait bon travailler ?

Nous travaillons en équipe dans une très bonne ambiance et les décisions sont prises en direct, sans intermédiaire : c'est très satisfaisant, vous obtenez des réponses immédiates à vos interrogations !

Marielle, can you tell us about your career?

I've known Norbert Bonnafous for a long time and have had the opportunity of working with him. I've been with the company since the creation of Azur Oxygène.
In my former job for the Hotelkeepers Union I worked on event planning, information campaigns and legal oversight for hotel managers who were members of our union.

Then, when my two daughters were born, I had to stop working to look after them. I joined Azur Oxygène when it opened in 2004.

What does your job entail?

I've occupied numerous positions at the company, starting as secretary. For a time we provided perfusion services, and I was in charge of invoicing. Now, as a medical representative, I oversee our relations with doctors and patients. I also oversee our event activity.

Is Azur Oxygène a good company to work for?

We work as a team and there is a really cool atmosphere. Decisions are taken in real time, without intermediaries. It is very satisfying as we get immediate answers to our questions!

> *« Nous travaillons en équipe dans une très bonne ambiance et les décisions sont prises en direct, sans intermédiaire »*

INDISCRÉTION

Marielle adore...
... Organiser des voyages ! Comme je le fais chez Azur Oxygène, je m'en occupe aussi à titre privé. Avant la période Covid, nous étions partis en Floride et je ne désespère pas de repartir aux Etats-Unis, peut-être au Parc National de Yellowstone... ?

Elle s'occupe aussi...
...depuis 14 ans d'un club de tennis de table d'une centaine de licenciés à La Trinité : c'est très prenant, d'autant que je joue également !

Marielle loves...
...organising holidays! It's what I do for Azur Oxygène, but I also organise my own holidays. Before the Covid crisis, we went to Florida, and I still have high hopes of returning to the US and maybe visit ellowstone National Park...

She also manages...
...La Trinité ping-pong club and have been doing so for 14 years. We have around a hundred licensed players. It keeps me busy as I am also an avid player!

« J'ai en charge la partie relationnelle avec les médecins et les patients, je supervise également l'activité événementielle. »

Marielle Doglio, chargée de la relation clients et professionnels de santé

C'est une opportunité géniale de créer son propre poste : cela constitue évidemment beaucoup de travail mais c'est un réel plaisir. Comme celui de participer au développement de l'entreprise

Nadia Mazour,
département comptabilité

NADIA MAZOUR

COMPTEZ SUR ELLE

Azur Oxygène s'est rapidement développée, en lien avec le marché croissant du traitement de l'insuffisance respiratoire. Quatre ans après sa création, l'entreprise a pu compter sur l'arrivée de Nadia Mazour, pour créer un département comptabilité, maillon aujourd'hui indispensable dans la croissance soutenue de ses activités.

You can rely on her *- Azur Oxygène developed rapidly, much like the growing market of treatments for respiratory failure in which the company operates. Four years after its creation, the company was delighted to welcome Nadia Mazour, who was tasked with creating the Accounting Department, an essential component of the company's sustained growth.*

Nadia, parlez-nous de votre parcours professionnel :

Je suis niçoise et je travaille chez Azur Oxygène depuis 14 ans. Auparavant, j'assurais la comptabilité d'une entreprise monégasque. A la suite de mes études, comme beaucoup dans la profession, j'ai commencé par travailler dans un cabinet d'expertise comptable, dans lequel je suis resté près de dix ans. J'ai toujours fait de la comptabilité !

Je suis arrivée quatre ans après la création de la société, en 2008. J'ai été engagée pour mettre en place le service comptable car tout était réalisé par un cabinet extérieur. La création de ce poste était inéluctable, au vu de la dimension que prenait l'entreprise.

C'est une opportunité géniale de créer son propre poste : cela constitue évidemment beaucoup de travail mais c'est un réel plaisir. Comme celui de participer au développement de l'entreprise : aujourd'hui, avec près de 4.000 clients et 22 collaborateurs, nous réalisons une croissance de 14 %...

Vous ne connaissiez pas ce métier ?

Non, pas du tout, je suis passée du monde du voyage à celui du commerce de fleurs et j'ai tout découvert de cet univers des prestataires de services dans la santé. En expertise comptable, nos portefeuilles de clients sont variés. Ici, dans ce milieu, j'apprécie d'avoir parfois un contact avec les patients, d'autant que nous leur apportons un service de soins.

A quoi fait référence votre petit surnom ? Ici, on vous appelle « Maman » !

Peut-être parce que je suis bienveillante avec les employés mais certainement aussi… parce que je les gronde souvent ! (rires). Comme avec les enfants, il faut sans cesse leur rappeler certaines priorités que moi, je n'oublie pas ! D'ailleurs, on m'appelle aussi le « cerveau » de l'entreprise ! J'en suis flattée même si c'est parfois une charge mais le principal reste qu'ils savent tous qu'ils peuvent compter sur moi quand ils en ont besoin… un peu comme une maman !

> *« En expertise comptable, nos portefeuilles de clients sont variés. Ici, dans ce milieu, j'apprécie d'avoir parfois un contact avec les patients, d'autant que nous leur apportons un service de soins. »*

Nadia, what can you tell us about your career?

I am a native of Nice and I've been working for Azur Oxygène for 14 years. Prior to that, I was in charge of accounting for a Monaco-based company. Following my studies, as many others in this line of work, I joined a firm of chartered accountants where I worked for close to a decade. I've always been in accounting.

I joined the company four years after it was created, back in 2008. I was hired to create the Accounting Department, as all the accounting work was until then outsourced to another firm. The creation of the department was a necessity given the size of the company.

It was the perfect chance to create my own job: sure, it represents a massive workload, but it's also an immense source of pleasure. I can play an active role in the company's development: with close to 4'000 clients and 22 employees, we have a growth rate of 14%...

You were a stranger to this field of work?

Absolutely. I had worked in the travel industry and in flower retail, but I knew nothing of healthcare. However, in accounting, our clients' portfolios are varied. In this business, I enjoy the contact with patients, especially as we provide a healthcare service.

Tell us about your nickname. Here, everyone calls you "Mum"!

Maybe it is because I'm kind to our employees, but more probably because I scold them often! (Laughter). They're like children. I constantly have to remind them of certain priorities that I don't forget! Besides, they also call me the "brains" of the operation! I'm flattered, although it's sometimes a heavy load to bear. The most important is that they know that they can rely on me in their hour of need... a bit like a mum!

INDISCRÉTION

Nadia est…

« …Passionnée de danse, que je pratique depuis un an seulement ! Mais tout y passe : Salsa, Bachata, Rock, Cha Cha, Tango !!! »

Nadia is…

"…passionate about dancing, which I took up only a year ago! I practice all the styles: Salsa, Bachata, Rock, cha-cha-cha, Tango!"

PASCAL CHAUDE

EN SOUTIEN TECHNIQUE

Pilier de la société, Pascal Chaude en a été le premier technicien de santé, recruté dès 2004.
Devenu responsable technique d'Azur Oxygène, son parcours illustre bien les vertus de l'implication et de la fidélité en entreprise.

***Technical support** - Pascale Chaude is a pillar of the company, and he was its first health technician when he was hired back in 2004. He is now the in charge of all things technical at Azur Oxygène, and his career illustrates the virtues of involvement and loyalty to one's company.*

Vous étiez technicien de santé, vous êtes devenu au fil du temps responsable technique : quelles sont vos fonctions ?
J'assure le suivi et le dépannage auprès des techniciens de santé, la gestion du stock de matériel au quotidien, mais aussi la gestion de l'équipe technique dans son ensemble. Ils sont aujourd'hui sept, constamment sur le terrain, en installation, en maintenance ou assurant le suivi de nos patients atteints d'insuffisance respiratoire.

En revanche, ils gèrent eux-mêmes leur planning, ils ont une grande autonomie : ici, tout est basé sur la confiance. Et c'est la philosophie de l'entreprise depuis ses débuts. S'il y a un couac, nous intervenons mais au fil du temps, nous nous sommes aperçus que cette façon de faire était payante et consolidait notre réputation, particulièrement auprès des patients que nous prenons en charge.

En quoi le métier de technicien santé est-il plaisant ?
Il y a une vraie proximité et un lien qui se créent avec les patients. Nous avons en quelque sorte un rôle « social ». Auparavant, j'avais travaillé dans nombre de jobs « alimentaires », très peu valorisants, qui offraient peu de contact avec le public ou avec les clients.

Un technicien de santé, peu de gens savent que ce métier existe, mais il a vraiment du sens. Et c'est un cercle vertueux que de se lever le matin avec l'envie de faire un métier qu'on aime… !

Votre plus grande satisfaction ?
D'être entré comme premier technicien, avoir travaillé dur et me dire que nous sommes 7 techniciens aujourd'hui : c'est une belle progression, on mesure le chemin parcouru et c'est chouette…

> *« Un technicien de santé, peu de gens savent que ce métier existe, mais il a vraiment du sens. »*

D'ailleurs, je constate qu'on a très peu de turn-over dans l'entreprise. Depuis la crise sanitaire, nous avons même effectué un recrutement au sein de l'équipe technique. Je crois que c'est lié à la très forte implication de chacun. Cela fait partie des avantages d'une structure à taille humaine : nous travaillons beaucoup mais ce travail est valorisé.

You were recruited as a health technician, and you've moved up the rungs to become chief technical operator; what does that job entail?
I am in charge of monitoring and troubleshooting operations, and I work closely with our health technicians. I manage our daily stock and oversee our technical team in a relatively broad sense. The team now has seven members, always working in the field, installing and maintaining our equipment or monitoring our patients suffering from respiratory failure. However, they prepare their own work schedule, and operate with great autonomy. Everything here is based on trust. It's been the company's philosophy since the very beginning. If there is an issue, we intervene, but over the years we have noticed that our approach is sound and has helped build our stellar reputation, particularly among the patients under our care.

What do you enjoy the most about the job of health technician?
It builds proximity and a rapport with our patients. It could be said that we fill a social role. Before, I worked a variety of jobs just to pay the bills; it wasn't particularly rewarding, and I had little contact with customers.

Although very few people even know that the job of health technician exists, it makes a lot of sense. It is a virtuous circle of sorts, and I get up in the mornings with the energy and motivation to do the job I love!

What is your greatest source of satisfaction?
To have joined the company as its first technician, to have worked hard, and to be at a point now where we have seven technicians: it is a great development, where we measure the road travelled, and it's fantastic…

You'll notice that there isn't much personnel turnover within the company. Since the health crisis, we even had to hire more staff to bolster the technical team. I think it is down to our individual involvement. It is part of the advantages of working in a small-scale structure: we work a lot, but our efforts are valued.

INDISCRÉTION

Il passe son temps libre…
« …Pour l'heure, les loisirs sont un peu mis entre parenthèses : je passe mon temps libre à restaurer ma maison et à courir les grandes surfaces de matériaux ! »

He spends his free time…
"…For now, I don't have much time for leisure: I spend my time renovating my house and looking for building materials! "

« J'assure le suivi et le dépannage auprès des techniciens de santé, la gestion du stock de matériel au quotidien, mais aussi la gestion de l'équipe technique dans son ensemble. »

Pascal Chaude, responsable technique

« Le côté vertueux du recyclage, l'idée de proposer du confort à moindre prix, tout ceci me plait. Je gére l'ensemble des commandes et la logistique des machines reconditionnées. »

Lucette Bonnafous, assure la logistique des produits commercialisés par Europea

LUCETTE BONNAFOUS

AMAZONE D'EUROPEA

Elle est « l'amazone » d'Europea depuis un an ! Lucette Bonnafous est la sœur de Norbert (« Travailler en famille, chez nous, c'est… de famille ! »). Elle assure la logistique des produits commercialisés par la startup et revient avec nous sur son parcours.

Europea's amazon *- For the past year, she has been Europea's amazon! Lucette Bonnafous is Norbert's sister ("working as a family, well, it runs in the family!"). She oversees the logistics of products sold by the start-up company. She retraces her career for us.*

Auparavant, vous avez toujours travaillé dans un milieu créatif…

Après un Bac Economique au Lycée Masséna, une année de sociologie et un diplôme d'architecture d'intérieur, j'ai eu l'opportunité de travailler dans le textile. Je suis Styliste de métier. J'avais même lancé ma marque de Denim, Red Oil.

Il y a un an, Norbert m'a sollicité : il avait besoin de moi pour la logistique d'Europea. Nous avons toujours été très proches et je l'ai rejoint dans l'aventure aux côtés de son fils Edouard, qui gère Europea.

Qu'est-ce qui vous a séduite dans le projet ?

Le côté vertueux du recyclage, l'idée de proposer du confort à moindre prix, tout ceci me plaisait. Nos clients nous sollicitent pour acheter des machines de « confort » car ils sont souvent déjà appareillés et utilisent ces machines en complément, la plupart du temps pour leurs déplacements. Nous les commercialisons dans une fourchette de prix qui oscille entre 80 et 250 €. Je suis donc restée pour gérer l'ensemble des commandes et la logistique des machines reconditionnées.

Ils m'appellent leur « Amazone » ! Suisse, Portugal, Allemagne et même beaucoup plus loin : nous expédions dans le monde entier. Et il y a toujours à faire pour trouver des améliorations et encore mieux prendre en charge et fidéliser notre clientèle.

Cette activité fait aussi écho à un projet que vous nourrissez depuis la crise sanitaire : expliquez-nous…

Oui, j'ai beaucoup réfléchi pendant la période de confinement sur notre manière de consommer et notamment notre rapport aux vêtements… Pour mes collections, j'ai voyagé dans le monde entier et j'ai vu les ravages que cela causait. Il faut savoir que le denim consomme énormément d'eau, on a pollué les nappes phréatiques du Maghreb…

J'ai donc imaginé un jean niçois, j'ai déposé une marque « Babazouk » du surnom du vieux Nice donné par un rapatrié d'Algérie à son arrivée dans la ville. L'idée est d'avoir une approche plus vertueuse du denim en travaillant avec un partenaire pour acheter du denim vintage, le recycler et en faire ainsi un vrai jean… niçois !

> « *Nos clients nous sollicitent pour acheter des machines de « confort » car ils sont souvent déjà appareillés et utilisent ces machines en complément, la plupart du temps pour leurs déplacements.* »

INDISCRÉTION

Son état d'esprit…

« Je suis toujours en éveil… à l'écoute de ce qui se passe dans le monde et autour de moi, attentive aux autres et bienveillante. J'ai entendu tout récemment « Jusqu'ici, on nous exhortait à sauver la planète. Il faut surtout sauver les humains… » : je suis assez d'accord ! »

Her state of mind…

"I am always attentive… listening to what is happening in the world and around me, attentive to others and caring. I recently heard someone say 'Until now, we were told to save the planet. But in reality, we have to save the human race…': I think I agree with that statement!"

You were always in a creative line of work…

After an Economics Baccalaureate at Lycée Masséna, a year studying sociology, and a degree as an interior designer, I had the opportunity of working in textile. I am a fashion designer by trade. I even launched my own Denim brand, Red Oil.

One year ago, Norbert needed my services for the logistics of Europea. We have always been very close, so I joined him in his adventure, along with his son Edouard, who manages Europea.

What appealed to you about the job?

The virtuous side of recycling, the idea of selling comfort at a discounted price, all of that appealed to me. Our clients rely on us to buy "comfort machines", as they often already have the equipment they need and use our machines for their travel requirements. We sell them in a price range from €80 to €250. I therefore stayed to handle the orders and the logistics relating to reconditioned devices. They call me their "Amazon"! We ship to Switzerland, Portugal, Germany, and further afield. We ship to the whole world, in fact. There is always much to do when it comes to identifying improvements, to better help our clients and build customer loyalty.

This activity has also resonated with a project you've been thinking of since the health crisis: what can you tell us about that?

Yes. During the lockdown I gave a lot of thought to our consumer habits, and in particular our relation to clothes… For my collections, I travelled the world and witnessed the damage the clothing industry is causing. Denim requires a lot of water, and as a consequence Maghreb's groundwater is polluted.

I therefore imagined Nice-made jeans. I registered a trademark called "Babazouk", which is the name given to the old quarter of Nice by a man who had come back to the city from Algeria. The idea is to adopt a sustainable approach to denim. I work with a partner to acquire vintage denim, and to recycle it into real jeans, made in Nice!

SERVICES AUX ENTREPRISES & MOBILITÉ

Les entreprises au service du public et en B to B, dans tous les secteurs d'activité

Hommage JEAN LOUIS NOISIEZ

Il était une fois Jean Louis Noisiez
Il y a des personnes que l'on n'oublie pas.
Il y a des personnes qui restent gravées dans nos mémoires.
Il y a des personnes dont on croise la route et dont on sait qu'elles nous marqueront à jamais.
Il y a des personnes qui changent votre vie, juste par un regard, un sourire, une discussion.

M. Jean-Louis Noisiez était de celles-ci.
Je suis fier d'avoir pu croiser votre chemin lorsqu'en pleine adolescence et pour gagner le sou je poussais des caddies à Carrefour pour votre société ou passait l'aspirateur aux Galeries Lafayette.

Je suis fier de vous avoir rencontré pour me permettre de partir découvrir l'Angleterre et apprendre l'anglais en travaillant pour GSF, en immersion sur les ferrys, au sein d'une équipe d'hommes et de femmes extraordinaires, pleins de bienveillance.

Je suis fier de travailler encore aujourd'hui avec votre société depuis tant d'années et de mettre en avant dans notre magazine les personnes qui contribuent au bien-être et à l'épanouissement de votre entreprise.

Un grand MERCI pour tout ce que vous avez accompli et de là-haut, veillez sur nous !

Eric Pottier

Once upon a time Jean Louis Noisiez
There are people we never forget.
There are people who remain etched in our memories.
There are people whose paths we cross and whom we know will mark us forever.
There are people who change your life, just by a look, a smile, a discussion.
Mr. Jean Louis Noisiez was one of them.
I am proud to have been able to cross your path when in full adolescence and to earn the penny, I was pushing shopping carts at Carrefour for your company or vacuuming at Galeries Lafayette.

I am proud to have met you to allow me to discover England and learn English by working for GSF, immersed on ferries, within a team of extraordinary men and women, full of benevolence.

I am proud to still work today with your company for so many years and to highlight in our magazine the people who contribute to the well-being and development of your company.

A big THANK YOU for all you have accomplished and from above, watch over us!

STUDIO Gentile®

Traduction • Formation • Interprétariat

NOUVEAU

FORMATION EN LANGUES

Formations intra et inter entreprises adaptées à des secteurs d'activités spécifiques : immobilier, business, juridique, touristique.

Possibilité de prise en charge par le CPF

" La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'actions suivantes : actions de formations "

Qualiopi processus certifié — RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

TRADUCTION

Pour répondre aux exigences légales et réglementaires

INTERPRETARIAT

Pour faciliter les échanges

NOUVEAU SITE WEB

www.studio-gentile.fr

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

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

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

afaq ISO 9001 Qualité AFNOR CERTIFICATION

Suivez-nous sur

UN GOÛT D'INNOVATION et d'indépendance

Jean Mane, dirigeant éponyme du Groupe d'arômes & parfums, première entreprise du département, revient sur les développements et l'innovation qui conditionnent un secteur en forte croissance.

A taste for innovation and independence *- Jean Mane is the head of the flavours and fragrances Group that bears his family name. He looks back at the developments and innovations that his company, the department's leading corporation, have contributed to this fast-growing industry.*

Fondé en 1871 par Victor Mane, son arrière-grand-père, le Groupe maralpin n'a eu de cesse, depuis ses débuts dans un modeste atelier de distillerie à l'entrée de Pont-du-Loup, de se développer pour s'étendre aujourd'hui au monde entier, sur plus de 80 sites implantés dans 39 pays et comptant sur le travail de plus de 7500 salariés (dont 1854 en France).
Avec un C.A. consolidé de 1,506 Milliard d'euros, « …et par la seule volonté d'une famille, MANE est devenue la plus importante société à gouvernance familiale de notre métier, les flavours & fragrances » souligne astucieusement Jean Mane. Car en ne conservant que 34,5 % de parts familiales au sein de la nouvelle entité constituée avec le Néerlandais DSM, la famille concurrente Firmenich a naturellement cédé sa place de premier Groupe éponyme du secteur à MANE !
Une exceptionnelle réussite pour une société non cotée, première entreprise du département, à laquelle Jean Mane consacre sa vie depuis ses débuts professionnels en 1977. Ingénieur de recherche devenu par la suite Directeur de la division Arômes, il est élu Président du Directoire en 1995. Aujourd'hui, la saine transmission reste au cœur de ses préoccupations : « Il est du devoir de la famille d'orchestrer la gouvernance autour des réflexions qui ont récemment permis de reclarifier les notions de vision et missions de l'entreprise ». Un travail collectif : « La maitrise de nos projets et de l'avenir, passe par l'adhésion et la dynamisation de nos équipes ».

Founded back in 1871 by his great-grandfather, Victor Mane, the Alpes-Maritimes-based group has been constantly developing, ever since its humble beginnings as a distillery in a workshop at the entrance of Pont-du-Loup. It now is present throughout the world, in more than 80 sites and 39 countries, and it employs more than 7'500 collaborators worldwide (including 1'854 in France).
With a consolidated turnover of 1'506 billion euros, "…and through the dedicated efforts of a single family, MANE has become the largest family-run business of the flavours and fragrances industry", Jean Mane reminds us. Its most direct competitor, Firmernich, by retaining only 34.5% of its family shares in the new entity it created with Dutch group DSM, relinquished the industry's first place to the eponymous Group, MANE!
This is an outstanding success for a non-listed company. Jean Mane has devoted his professional life to the leading Group since he launched his career in 1977. He started as a research engineer and became the Director of the Flavours Division, before being named chairman of the management board in 1995. Currently, the question of a successful succession is central to his concerns: "It is the family's duty to ensure that our governance focuses on the ideas that have recently allowed us to clarify certain notions of corporate vision and missions". It is a collective effort: "Our ability to control our projects and future relies on the involvement and motivation of our teams".

« L'innovation par essence »

Ingénieur des Mines de Paris à la solide culture scientifique, Jean Mane place l'innovation au cœur de la stratégie du Groupe : « La taille ne conditionne pas systématiquement le succès. C'est plutôt l'agilité et l'innovation. Ne nous laissons pas rattraper par d'autres, qui se révèleraient plus agiles ou plus compétiteurs », souligne-t-il. Et la période de crise sanitaire aura consacré cette agilité : en 4 jours seulement, près de 30 % des effectifs en France passaient en télétravail et un accord triennal était trouvé dès août 2020. Cette période où l'entreprise sera toujours restée en activité aura aussi permis d'entériner la création d'un nouveau centre d'innovation et de R&D sur les 12,5 hectares du plateau de la Sarrée. Objectifs de ce centre d'innovation pour 2023 : réunir des activités liées à l'innovation autour des saveurs et des parfums, mais aussi créer des synergies de R&D avec les clients, les partenaires, les étudiants et d'autres entreprises. Ce nouveau bâtiment utilisera la géothermie pour le chauffage et la climatisation ainsi que des panneaux solaires pour la production d'électricité, conformément aux valeurs environnementales de MANE. Au siège, l'infrastructure est revue, de nombreux espaces de bureaux sont rénovés, suivant une réflexion collective. Partout dans le monde, MANE ne cesse de construire et de s'étendre. En septembre, Jean Mane inaugurait un 3e site de production indonésien, à Cikampek. Etats-Unis, Japon, Philippines, Allemagne… il poursuit ses voyages, interrompus en 2020.
Car le Groupe présente une autre particularité : ses équipes, réparties en trois grandes régions du monde, EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique), Amériques et Asie, travaillent à proximité des clients locaux : « C'est pour nous le meilleur modèle de croissance : chaque grande région réinvestit sur ses marchés ». Et l'indépendance est préservée.

"Innovation by Essence"

Having graduated from the Mines school in Paris as an engineer, Jean Mane boasts a solid scientific background and places innovation at the heart of the Group's strategy. "Size does not necessarily drive success. It has more to do with agility and innovation. We can't let our competitors catch up to us. We stay ahead of the game by being more agile than the competition", he tells us. The recent health crisis served to highlight this agility: in just four days, 30% of the group's staff in France transitioned to teleworking, and a three-year agreement was reached in August 2020. Throughout that period, the company remained active, and even ratified the creation of a new Innovation and R&D centre, covering some 12.5 hectares of La Sarrée site. The goals of this new innovation centre for 2023 are not only to bring together all innovations relating to flavours and fragrances, but also to create new R&D synergies with the Group's clients and partners, students, and other companies. The new building will rely on geothermal energy for heating and air-conditioning and on solar panels for the production of electricity, pursuant to MANE's environmental values. At the Group's headquarters, the entire infrastructure has been revamped and, following a collective thought process, many office spaces have been renovated. Around the world, MANE is continuing to expand and grow. In September, Jean Mane inaugurated a third Indonesian production site, in Cikampek. The United-States, Japan, the Philippines, Germany... After a worldwide travel ban in 2020, Jean Mane is back on the move.
The Group features another particularity: its teams, distributed into three large areas of the world - EMEA (Europe, Middle East, Africa), the Americas, and Asia - all work in close proximity to their local clients: "For us it's the best growth model: each large region reinvests in its own markets". And thus, the Group's independence is preserved.

PARENTHÈSE

Ses passions…
« …Sont étroitement liées à mes activités familiales. J'ai 3 filles et 4 petits-enfants, dont deux aux Etats-Unis : cela m'occupe beaucoup ! »

His passions *"Are closely linked to my family activities. I have three daughters and four grandchildren, including two in the US: it takes up much of my time!"*

MANE

www.mane.com

JEAN MANE MANE

> Il est du devoir de la famille d'orchestrer la gouvernance autour des réflexions qui ont récemment permis de reclarifier les notions de vision et missions de l'entreprise.

CHRISTOPHE COGNÉE
GSF

« C'est cet esprit collectif qui a permis à GSF de grandir ainsi, c'est ce respect de la parole donnée, cette grande rigueur dans l'exécution et cet investissement sur le long terme. »

AU SERVICE du collectif

A l'aube de ses 60 ans, le numéro deux français de la propreté connait encore cette année une forte croissance et si son emblématique fondateur Jean Louis Noisiez nous a quittés il y a quelques semaines, son œuvre se perpétue. Christophe Cognée, Président du Directoire, nous parle de ce fameux « esprit GSF », qui place le collectif et l'humain au centre des valeurs fondamentales du groupe.

At the community's service *- Nearing his 60th anniversary, the second largest French company in the cleaning industry has undergone, this year again, considerable growth. Its legendary founder, Jean Louis Noisiez, passed away some weeks ago, but his many achievements stand as a testament to his great career. Christophe Cognée, the current chairman of the board of directors, tells us of the famous "GSF spirit", which places its people at the heart of the group's core values.*

Jean Louis Noisiez, le visionnaire fondateur de GSF s'en est allé en novembre dernier. L'exceptionnel parcours du groupe GSF qu'il a fondé lui survit autour des belles valeurs qu'il a su lui insuffler : « Il était un entrepreneur d'une autre dimension, il a su développer et revaloriser le secteur de la propreté, redonner ses lettres de noblesse à nos métiers et n'a jamais fait de compromis sur l'exigence de la qualité et du service client », se souvient Christophe Cognée, Président du Directoire du groupe GSF, qui y a commencé sa carrière en 1990. « J'avais 30 ans et étais en recherche d'un poste à responsabilités. J'ai alors entendu beaucoup d'éloges sur le groupe, ses fortes valeurs, son développement. J'ai tout de suite été impressionné par la formation et l'accompagnement à la prise de poste qui était proposés ».

En devenant chef d'établissement en région parisienne, il est cependant prévenu : « on me disait qu'intégrer GSF, c'était un peu comme entrer en religion ! » sourit-il. L'engagement demandé est total, mais « tellement riche d'expériences, avec les équipes comme avec les clients… Si l'on s'investit entièrement, on peut pleinement se réaliser dans un rôle managérial. GSF vous laisse une certaine autonomie dans un cadre bien défini, où chacun peut évoluer à son rythme ».

Confiance et autonomie

Un parcours et des responsabilités qui progressent pour Christophe Cognée, à l'image de l'évolution du groupe qui, en 1990, comptait 43 établissements contre plus de 150 aujourd'hui. Epaulé et soutenu par Jean Louis Noisiez, il rejoint le siège de Sophia Antipolis en 2016, deux ans avant le départ du vice-président Thierry Cheron, pour une retraite bien méritée.

Depuis quelques années, Jean Louis Noisiez s'était retiré de ses fonctions opérationnelles pour préparer l'avenir du groupe. En 2022, un fonds d'investissement est devenu majoritaire chez GSF, mais pas n'importe lequel… TowerBrook accompagne les entreprises en croissance et est l'un des seuls Labellisés B Corp, certification répondant à de fortes exigences sociétales et environnementales. Ce changement d'actionnariat, s'il constitue une petite révolution, a très vite emporté l'adhésion des salariés et la confiance de l'encadrement, se traduisant notamment par l'ouverture du capital à plus d'une centaine de cadres de l'entreprise. « Les équipes sont confirmées dans leurs postes, le potentiel de développement est là. C'est cet esprit collectif qui a permis à GSF de grandir ainsi, c'est ce respect de la parole donnée, cette grande rigueur dans l'exécution et cet investissement sur le long terme. Ces valeurs expliquent par exemple qu'une entreprise qui n'a grandi qu'en croissance organique aie pu atteindre de telles performances et une telle pérennité ».
En 2023, GSF fêtera 60 ans de succès.

Jean Louis Noisiez was a visionary and the founder of GSF. He passed away in November. The values he instilled in his group are still upheld by GSF: "He was an entrepreneur operating at a different level. He developed the cleaning industry, restoring our line of work to its former glory, and never compromising on quality or customer service", Christophe Cognée remembers. He is the current chairman of GSF Group's board of directors. He tells us about his career, which started back in 1990. "I was 30 years old, and I was looking for a managerial position. I had heard many good things about the group, especially about its strong values and its development. I was immediately impressed by their training programmes and the support afforded to newcomers".
However, when he was hired to manage an establishment in the Paris region, he was warned: "I was told that joining GSF was a bit like adopting a new religion!" he tells us with a smile. Total commitment is expected, but the work is "so rich in new experiences, both with the teams and the clients... If one is fully invested, one can easily find fulfilment in a managerial role. GSF gives you quite a lot of latitude within a well-defined framework, where everyone can evolve at their own pace".

Trust and independence

Throughout Christophe Cognée's career, he was given increasing responsibilities, reflecting the group's evolution; back in 1990 it had 43 establishments, and it now boasts more than 150. With the backing of Jean Louis Noisiez, he was transferred to the headquarters in Sophia Antipolis in 2016, two years before the well-deserved retirement of the group's vice-president, Thierry Cheron.
In recent years, Jean Louis Noisiez had stepped back from his operational duties and was preparing the group's future. In 2022, an investment fund became the majority shareholdWer of GSF, and it wasn't just any investment fund... TowerBrook invests in companies that show exceptional growth and it is one of the only funds to have achieved B Corp certification, reflecting its strong commitments towards society and the environment. Although this change in the shareholding structure was a revolution of sorts, it quickly gained popularity among both employees and management. It opened the capital to more than one hundred of the company's senior managers. "The teams felt they were secure in their jobs and recognised our strong development potential. This team spirit has been the driving force behind GSF's growth, along with kept promises, great discipline in the execution of our work, and our long-term investments. These values explain why a company that has grown organically has been able to achieve such performance and sustainability".
In 2023, GSF will celebrate its 60th anniversary.

» PARENTHÈSE

« J'étais marathonien. J'aime l'effort de longue durée. Je fais encore du VTT, de la nage et de la randonnée dans l'arrière-pays, mais plus de compétition : je la laisse dans le travail ! »

"I used to run marathons. I enjoy the long-haul effort. I still practice mountain biking, swimming, and hiking in the backcountry, but I no longer compete: I let my competitive side come out in my work!"

GSF PROPRETÉ & SERVICES
www.gsf.fr

» EN CHIFFRES

7 % Parts de marché de GSF en France

17 Milliards d'Euros
Le marché de la propreté en France

1126 Millions d'Euros
Le chiffre d'affaires de GSF en 2021

EVOLUTION naturelle

Petite révolution à Grasse chez le concepteur, fabricant et vendeur d'arômes et matières premières naturelles Robertet, avec l'arrivée de Jérôme Bruhat comme Directeur Général : en plus de 170 ans, c'est la première fois qu'un membre extérieur à la famille Maubert préside aux destinées du groupe. Sur la feuille de route : forte croissance, modernisation et innovation pour le champion du naturel.

Natural evolution - *The arrival of Jérôme Bruhat as general manager of Robertet, a designer, producer, and purveyor of aromas and natural raw materials, has caused a small revolution in Grasse: it is indeed the first time in over 170 years that someone outside the Maubert family is at the group's helm. The roadmap for this company specialising in natural products features strong growth, modernisation projects, and innovation.*

Si Philippe Maubert reste Président du Conseil d'Administration de Robertet, c'est à Jérôme Bruhat d'en prendre la direction opérationnelle. Sa remarquable expérience internationale au sein du groupe L'Oréal, au Japon, aux Etats-Unis ou en Allemagne auront séduit la gouvernance de l'industriel grassois. Directeur Général depuis le 1er juillet, ce manager expérimenté va devoir passer le cap de la forte croissance : avec 606 M€ de CA en 2021 (plus de 82 % à l'international) et un résultat net en hausse de 41,7 % (à 71,7 M€), Jérôme Bruhat a parmi ses missions de poursuivre la croissance et de moderniser le fonctionnement de l'entreprise, « En se dotant de process internes plus solides, afin de ne pas freiner la croissance. Si elle va plus vite que nos structures ne le permettent, il faut mettre en place des systèmes d'information, des réunions de partage, des processus de décision… Pour à terme, pouvoir fortement accélérer notre fonctionnement dans nos filiales du monde entier, une attente forte de nos clients ».

Rester leader mondial du naturel

L'entreprise souhaite accélérer mais dans la durabilité. « Au service de nos 3 mots-clés : Indépendance – nous investissons à la mesure de nos moyens ; Pérennité : nous pensons à 10, 20 ou 30 ans ; et Naturel. Nous sommes un acteur des parfums et arômes « relativement spécialisé » mais nous voulons rester leader du naturel ».
A ce titre, le positionnement transparent du groupe séduit des marques dont le consommateur est de plus en plus soucieux de produits sains : Robertet travaille en direct avec ses réseaux de récoltants, trace et maitrise toute la production, « from seed to scent », de la graine au parfum.

Côté innovation, de nouveaux marchés s'ouvrent : « nous parvenons à extraire de plus en plus d'extraits de la plante et à mieux valoriser les produits résiduels. Nos gammes d'actifs complètent nos produits bios et offrent des solutions naturelles originales dans la cosmétique et la santé ».

Plus proche de nous, à Grasse, Jérôme Bruhat entend continuer de « Protéger ce qui a été bâti dans la confiance, le long terme et construire des relations nouvelles avec des écosystèmes et des acteurs nouveaux dans la région, qui nous tirent vers le haut ».
Pérenniser Grasse passera d'abord par un tour du monde des filiales : après l'Asie du Sud-Est, Jérôme Bruhat partira pour les Etats-Unis, le Mexique puis l'Inde et le Moyen-Orient. Objectif : rencontrer toutes les équipes en un an, toujours mieux comprendre l'entreprise séculaire et continuer de débusquer la croissance de demain.

> « Robertet travaille en direct avec ses réseaux de récoltants, trace et maitrise toute la production, « from seed to scent », de la graine au parfum. »

» PARENTHÈSE

Il est très impressionné…
« …Par la fidélité du groupe Robertet à sa ville : en 170 ans, le choix de Grasse a toujours été confirmé. La famille Maubert a toujours cru en Grasse. Ce n'est pas anodin. Tout le monde pense que c'est normal : cela ne l'est pas, alors saluons cette fidélité de toujours… ! »

Néo-rural
« J'arrive d'une agglomération de 42 Millions d'habitants (Tokyo) pour m'installer dans un village de 1300 : Cabris ! Ces deux extrêmes ont tout leur charme… »

He is very impressed…
"…By the loyalty shown by the Robertet group to its city: the choice of Grasse has constantly been confirmed in the past 170 years. The Maubert family has always believed in Grasse. It's not a coincidence. Everyone thinks it's completely normal, but it's not. So let's celebrate this long-standing loyalty…! "

Neo-rural
"I've moved from a city of 42 million (Tokyo) to a village of 1300 inhabitants: Cabris! Both these extremes have their own charms…"

ROBERTET GROUPE

04 93 40 33 66
www.robertet.com
37 Av. Sidi Brahim - 06130 Grasse

Philippe Maubert will stay on as Chairman of the Board of Directors, as Jérôme Bruhat steps in to oversee operations. His remarkable international experience with the L'Oréal group, in Japan, the US, and Germany, has convinced the board of the Grasse-based company. As CEO since the 1st of July, he has been tasked with overseeing a rapid and significant growth: the company boasted 606M€ in revenue in 2021 (more than 82% coming from international sales) and a 47.1% increase of its net income (to 71.7 M€), and one of Jérôme Bruhat's missions is to keep the growth and modernize the company's organization,"By adopting sturdier internal processes so that our growth can go on unhindered. If our growth exceeds our structures' capacities, we have to implement information systems, work-sharing meetings, decision-making processes… So that ultimately, we are able to accelerate our operations in our subsidiaries around the world, which is what our clients expect from us".

Remaining the world leader of natural products

The company wants to accelerate its growth, but in a sustainable manner. "We are guided by three key words: Independence: we invest within our means; Sustainability: we have a 10-, 20-, or 30-year horizon; and Natural products: we work in the fragrances and flavors industry, and we are 'relatively specialized', but we want to remain the leaders of the natural products market".
It should also be noted that this fairly transparent positioning by the group is appealing to brands whose clients are increasingly concerned about the healthiness of the products they consume. Robertet works directly with his networks of plant growers, as it monitors and oversees the entire production, "from seed to scent".
In terms of innovation, there are new markets to conquer: "we are able to extract bigger portions of each plant and we are making better use of residual products. Our ranges of active ingredients complete our ranges of organic products and allow us to provide original natural solutions for the cosmetics and healthcare industries".
Closer to us, in Grasse, Jérôme Bruhat intends to continue "protecting what has been built around trust and long-term ambitions and developing new partnerships within our ecosystems with emerging local stakeholders. All this has the effect of pulling us all upwards".
In order to ensure the long-lasting success of the Grasse-based group, Jérôme must first embark on a word tour of its subsidiaries: South-East Asia, then the US, Mexico, and finally India and the Middle East. The goal is to meet all the teams in one year, better understand the company and continue trying to find new directions of growth.

JÉRÔME BRUHAT ROBERTET

> Protéger ce qui a été bâti dans la confiance, le long terme et construire des relations nouvelles avec des écosystèmes et des acteurs nouveaux dans la région, qui nous tirent vers le haut

PATRICK BARBERO

BARBERO TRANSPORTS

« Transports Barbero est une PME familiale : « Nous sommes des petits enfants d'immigrés et un peu comme dans toute famille italienne, il faut un chef » analyse Patrick, qui travaille avec sa sœur, sa nièce, son cousin et l'épouse de celui-ci... »

BARBERO, une lignée de transporteurs

S'il avait écouté son père (« Ne fais pas de transport, mon fils...), il serait peut-être expert-comptable aujourd'hui. « J'aurais détesté ça ! » rit Patrick Barbero, des Transports du même nom, créés il y a plus de 70 ans par Jean, son grand-père.

Barbero, a proud line of hauliers *- Had he listened to his father ("Never work in transport, son..."), he could have become a chartered accountant. "I would have hated that!" he tells us, laughing. Patrick Barbero, from Barbero Transports, works at the family firm, which was created more than seven decades ago by his grandfather, Jean.*

Il descendait en camion de La Bollène-Vésubie, chargé de légumes pour les vendre et sur sa route, en acheter aux producteurs de la Plaine du Var, pour fournir les nombreuses colonies de vacances qui peuplaient alors l'arrière-pays niçois. Une trajectoire qui l'a peu à peu amené à livrer jusque dans le Jura et pour ne pas revenir à vide, à trouver des clients. Pour le clin d'œil, le premier d'entre eux fut la fromagerie jurassienne Bel et sa célèbre « Vache qui rit »…
Au décès de Jean dans un accident de la route en 1969, son fils Jean-Pierre reprend l'entreprise et embarque son beau-frère dans l'aventure. Déjà, en 70-71, les promotions immobilières supplantent les terres consacrées à la production de légumes, alors Barbero se développe dans le transport national et construit son siège à Saint-Laurent-du-Var. En 1978, Christine, sa fille, intègre l'entreprise, suivie de Patrick en 1989.

Aujourd'hui encore, Transports Barbero est une PME familiale : « Nous sommes des petits enfants d'immigrés et un peu comme dans toute famille italienne, il faut un chef » analyse Patrick, qui travaille avec sa sœur, sa nièce, son cousin et l'épouse de celui-ci… La transmission s'est faite naturellement, sans compétition, autour de 1997, date de la retraite de Jean-Pierre, qui a toujours gardé -jusqu'à son décès l'an dernier, un rôle consultatif fort, lié à une expérience et un sens des affaires hors du commun.

Virages

Mais comme des pans entiers de l'économie, le transport vit des bouleversements qui réclament des changements de direction. Dans les années 90, les Transports Barbero s'ouvrent à l'Italie, un pays qui représente aujourd'hui un tiers du C.A. de l'entreprise. Plus récemment, « La livraison frigorifique de proximité avait tendance à se raréfier, et vers 2012, nous sommes allés chercher une clientèle de plateformes pour livrer les GMS sur tout le bassin Méditerranéen ». Aujourd'hui, la PME connue et reconnue pour son activité de transport frigorifique (80 % de son volume d'affaires), a su asseoir son implantation locale en investissant dans son outil de travail avec une nouvelle plateforme de plusieurs millions d'euros.

Avec 30.000 m² d'installations, dont 8.000 m² d'entrepôts (près de 5.000 m² frigorifiques), Barbero assure aussi l'activité complémentaire quotidienne de livraison de produits secs palettisés, un fret issu d'Astre (premier groupement européen de transporteurs indépendants) qui s'était raréfié pendant la crise sanitaire.
Et demain ? « Avec notre nouvelle plateforme, nous préparons l'avenir ». Pour assurer les 70 prochaines années d'approvisionnement azuréen…

Jean used to drive his truck down from La Bollène-Vésubie, with a cargo of vegetables to sell, and on his way back, he would buy more produce from the growers of the Plaine du Var, to supply the summer camps that abounded in the hinterland of Nice. His route started to grow and soon enough he was making deliveries in the Jura and finding new clients to ensure he would never drive home empty. In fact, his very first client was Jura-based cheesemakers Bel, the producers of the world famous "Laughing Cow" cheese...

At Jean's death in 1969, in a car accident, his son took over the company, roping his brother-in-law into this adventure. In 1970-71, promoters were buying up land that was until then used to grow vegetables, and the Barbero business branched out into national transport activities, building its headquarters in Saint-Laurent-du-Var. In 1978, Christine, the Barbero daughter, joined the company, followed by Patrick in 1989.
To this day, Transports Barbero has remained a small-scale family-run business. "We are all the grandchildren of migrants and, as in any Italian family, we need a boss" reckons Patrick, who works alongside his sister, his niece, his cousin, and his wife... The succession occurred quite naturally, without competition, in around 1997, when Jean-Pierre retired. Until his passing last year, he managed to remain an ever-present consultant to the firm, relying on his experience and unrivalled business acumen.

Twists and turns

Much like the rest of the economy, the transport business has been thrown into turmoil, and changes of direction are needed. In the 90s, Transports Barbero set its sights on Italy, which now represents about a third of the company's revenue. More recently, "As the demand for short-circuit refrigerated transport was on the decrease, in around 2012, we sought out new clients and are now making deliveries to supermarkets and hypermarkets all along the Mediterranean coast".
Now, this small firm is renowned for its refrigerated transport activity (80% of its business) and has bolstered its local presence by investing in a new platform worth millions of euros.

With 30'000m² of facilities, including 8'000m² of warehouses (of which close to 5'000m² are refrigerated), Barbero is also in a position to provide daily deliveries of palletised dry goods, brought in from Astre (the largest European group of independent hauliers), an activity that had become increasingly scarce during the health crisis.
What about future plans? "With our new platform, we are preparing the future". The French Riviera can look forward to seven more decades of supplies and deliveries...

» PARENTHÈSE

Ça l'a fait sourire : « Avec ta carte bleue et mes idées, on va aller loin ! » C'est la phrase qu'un commercial m'a dite un jour... J'ai trouvé ça très drôle sur le coup, mais c'est surtout vrai : je l'interprète comme une incitation à investir pour se développer et ne pas rester sur le bord de la route, ce que nous faisons sans cesse...

Son repaire : « Le restaurant Lou Pantail, chaleureux et familial, à Nice : allez-y les yeux fermés... Je revendique mes origines niçoises et italiennes ! »

It made him smile *- "With your credit card and my ideas, we will go far! This is the sentence that a salesperson said to me one day... I found it very funny at the time, but it is above all true: I interpret it as an incentive to invest in order to develop and not stay on the side of the road, which we do all the time...*

His lair *- "The Lou Pantail restaurant, warm and family-friendly, in Nice: go there with your eyes closed... I claim my Nice and Italian origins! »*

» EN CHIFFRES

200 Salariés

30 M€ Environ de CA pour 2022

30.000 m² De foncier dans les Alpes-Maritimes

BARBERO

04 93 31 61 29
www.barbero-transports.fr
1486 Route des Pugets
06700 - Saint-Laurent-du-Var

ROULER POUR le territoire

Franck Cannata est un habitué de nos colonnes. Deux fois en 5 ans, l'innovant transporteur régional a fait la couverture de IN Magazine… S'il ne reste jamais à quai et n'a de cesse de faire progresser son groupe, c'est que Franck poursuit la belle ambition d'inscrire Transcan au cœur d'un véritable réseau de mobilité azuréen.

***Rolling for the territory** - Franck Cannata is a regular feature of our publication. In just five years, the regional haulier has appeared twice on the cover of IN Magazine... Never one to stay on the side-lines, Franck toils tirelessly to drive his group forward, in his pursuit of his ambition to see his company, Transcan, thrive the heart of a true local mobility network.*

En cinq années, chez Transcan, tout -ou presque- a doublé. Le transporteur régional est passé de 160 à 350 collaborateurs, son chiffre d'affaires dépassera cette année les 30 M€ quand il avoisinait les 17 en 2018. Franck Cannata relativise dans un sourire : « J'ai toujours le même bureau… » même si le patron azuréen le confesse : les cheveux sont un peu plus gris et il lui devient de plus en plus difficile de passer du temps auprès de ses collaborateurs. Avec une multiplication des filiales de Transcan (logistique, affrêtement, conteneur, e-commerce, Eco City…), le spectre de ses fonctions a évolué. « Nous sommes devenus une belle ETI et c'est passionnant car nos enjeux de développement évoluent. Nous sommes sur des sujets complémentaires au seul transport, liés à l'innovation et à la meilleure façon de servir notre territoire ».

La petite révolution qu'il a fait émerger en créant Transcan Eco City est l'un de ces sujets qui préparent les transformations d'un métier – le transport routier – en profonde mutation ces dernières années. Cette mutualisation de la livraison de marchandise sur le dernier kilomètre déjà implantée à Nice sera bientôt présente à Cannes et d'autres communes du littoral.

Dans cette logique de développement raisonné, la nécessaire transition énergétique est aussi un sujet de premier ordre chez Transcan :

« En attendant une véritable efficience sur l'électrique, 40 % de notre flotte de poids lourd roule déjà au biocarburant. Mais Ecologie doit aussi rimer avec équilibre des coûts, ce qui passe par l'optimisation de notre exploitation et la mutualisation des flux ».

> « Transcan doit toujours rester en veille sur le foncier disponible dans la région, tout en se préparant à recruter les forces vives qui participent à un fort accroissement de l'activité. »

Et dans cinq ans ? « Transcan doit toujours rester en veille sur le foncier disponible dans la région, tout en se préparant à recruter les forces vives qui participent à un fort accroissement de l'activité. Notre objectif est de poursuivre le maillage du territoire azuréen comme nous l'avons prévu, en lui apportant des solutions de mobilité durables, au service des nouveaux besoins qui se dessinent chez nos clients ».

At Transcan, in the last five years, everything, or just about everything, has doubled. The regional transporter has gone from 160 to 350 employees, and this year the company's revenue will exceed 30M€, compared with 17M€ back in 2018. But not all has changed, Franck Cannata tells us smilingly: "I still have the same office…". The local business leader even has some confessions to make: his hair has greyed a little, and he has less time to spend with his employees. With new Transcan subsidiaries opening at an astonishing rate (logistics, fret, container, e-commerce, Eco City...) he is involved in an ever-increasing range of activities.

"We've grown to become a beautiful medium-sized company; it's exciting work as our development perspectives are constantly evolving. In the areas adjacent to our transport activity, we are involved with innovation, and we are always trying to figure out a way to best serve our territory".

The small revolution he launched by creating Transcan Eco City is just one of these areas where his fast-evolving line of business - road transport - is being transformed. A structure that pools the delivery of goods over the last mile has already been implemented in Nice, and similar structures should soon see the day in Cannes and other communes along the coast.

In this carefully thought-out development strategy, energy transition stands out as a high priority for Transcan:

"We are waiting to achieve true efficiency with electric vehicles, but in the meantime, 40% of our fleet of lorries are powered by biofuel. However, our effort towards the environment comes at a financial cost, so we are also busy optimising our operations and pooling our workflows".

What about the coming five years? "Transcan must keep a watchful eye on the local real estate market and prepare to recruit more staff who can actively contribute to growing our business. Our goal is to densify our territorial mesh throughout the French Riviera, as we have long planned, by providing sustainable mobility solutions to meet the new needs that are starting to emerge among our clients".

PARENTHÈSE

Ce qui lui manque ?

« Peut-être plus de contact opérationnel avec les équipes, les clients, les fournisseurs. Mais dans une certaine mesure car à l'inverse, il y a 20 ans, j'étais sur les quais, je répondais au standard et s'il le fallait, je prenais le volant du camion… ! »

What does he miss the most?

"Probably the operational interactions with the teams, the clients, and the suppliers. But I can't say that I miss it too much, because I remember that 20 years ago, I was working the loading docks, operating the phones, and, when necessary, driving our lorries!"

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

En couverture de IN Magazine

› Découvrez l'article paru en décembre 2021

FRANCK CANNATA
TRANSCAN

« Nous sommes devenus une belle ETI et c'est passionnant car nos enjeux de développement évoluent. Nous sommes sur des sujets complémentaires au seul transport, liés à l'innovation et à la meilleure façon de servir notre territoire »

NICOLAS GUÉRIN
DSI

> Nous créons et maintenons des emplois qualifiants, pérennes et performants pour des personnes RQTH (Reconnues comme Travailleur Handicapé) et éloignées de l'emploi

Créer de la richesse… HUMAINE

Accompagné de Jean-Louis Ribes, le fondateur de l'entreprise adaptée DSI, Nicolas Guérin faisait la couverture de IN Magazine en 2021, pour l'implantation de l'entreprise à Sophia Antipolis. Depuis, DSI va de plus en plus loin dans l'inclusion des personnes en situation de handicap et éloignées de l'emploi, en leur proposant de la formation sur des métiers porteurs.

Creating human wealth *- Accompanied by Jean-Louis Ribes, Nicolas Guérin, the founder of adapted company DSI, featured on the cover of IN Magazine in 2021, as his company had completed its move to Sophia Antipolis. Since last year, DSI has done even more for the integration of disabled job seekers, by giving them training courses in lines of work that show the most promise.*

Nicolas Guérin, qui dirige DSI Méditerranée, aime à rappeler l'ambition -certes simple mais intacte et pertinente- de l'entreprise DSI, fondée il y a 26 ans, aujourd'hui composée de 1200 salariés répartis dans toute la France : « Nous créons et maintenons des emplois qualifiants, pérennes et performants pour des personnes RQTH (Reconnues comme Travailleur Handicapé) et éloignées de l'emploi ». Et le jeune dirigeant, très séduit par le projet différent et humaniste porté par DSI, n'a de cesse avec ses équipes de faire évoluer cette ambition, dans les locaux fraichement réhabilités de la branche Méditerranée du groupe, à Sophia Antipolis.

« DSI s'est réorganisé en redéfinissant sa carte de métiers et son offre commerciale. Nous sommes aujourd'hui reconnus dans trois domaines : notre expertise RH comme référent Handicap externalisé, notre aide au recrutement de personnes RQTH auprès de nos clients et nos prestations de services, qui sont maintenant regroupées en 4 grands secteurs : informatique, industrie, logistique et Facility Management ».

Parcours d'insertion complet

A Sophia, deux secteurs sont en évolution et profitent d'une nouveauté initiée en 2022 : la formation. L'objectif : renforcer le système de « CDD Tremplins » en formant les personnes avant leur période d'inclusion professionnelle et leur future embauche. Sur des cycles de 7 à 13 mois, les publics au chômage, en situation de handicap et recrutés sur aptitude peuvent ainsi suivre une formation accélérée en BTS Banque avec le Greta, dans les locaux de DSI Sophia Antipolis et très bientôt, en informatique, pour devenir Concepteur Développeur d'Application (CDA) en langage Java JEE. « En intégrant la formation aux CDD Tremplins, nous proposons désormais un parcours d'insertion complet », explique Nicolas Guérin.
Un investissement dans l'humain qui pourrait paraître risqué mais qui fonctionne, comme le montre également l'implantation d'une nouvelle agence à Aubagne en juillet.

Et le handicap ? « Même si le sujet n'est pas encore aussi débattu en entreprise que celui de la RSE (!), on sent bien que la mentalité a évolué. De plus en plus de chefs d'entreprise se sentent concernés, nous contactent, sont bienveillants et cherchent à se saisir du sujet en interne ». Ce qui apporte au dirigeant un sentiment de satisfaction incomparable. « Ici, l'entrepreneuriat reprend son sens premier : prendre des risques pour créer de la richesse… humaine ». Plus de 100 personnes bénéficient déjà de cet état d'esprit bienveillant à Sophia Antipolis et Aubagne : avec 2 nouveaux projets de formation dans les métiers de la maintenance énergétique et du développement informatique dans les Bouches du Rhône, ils devraient être 150 d'ici fin 2023.

Nicolas Guérin, who is at the helm of DSI Méditerranée, is keen to remind people of the simple, relevant and intact ambition of DSI, founded 26 years ago, and its 1'200 employees working throughout the country: "We create and maintain qualifying, lasting, and high-performance jobs for RQTH employees (recognised as disabled workers) who struggle to gain access to the job market". The young CEO, who found DSI's project extremely novel and uplifting, is working hard with his teams to meet this ambition, in the recently renovated facilities of the group's Mediterranean branch in Sophia Antipolis.
"DSI has adopted a new organisation and has redefined its job listing and its business offer. We are currently recognised in three areas: our HR expertise as an externalised implementer of policies in aid of disabled workers, our support to have RQTH workers recruited by our clients, and the services we provide, which themselves are distributed across four major industries: IT, industry, logistics and facility management".

Full pathway to integration

In Sophia, two fast-evolving industries are reaping the benefits of a new feature that was initiated in 2022: training courses. The purpose is to reinforce the springboard fixed-term contract system by training employees before their period of professional integration and future recruitment. In cycles lasting from seven to 13 months, unemployed and disabled job seekers recruited for their aptitudes can follow an accelerated training course and graduate with a banking diploma issued by GRETA, in DSI's Sophia Antipolis's facilities. These courses are soon to extend to IT, for aspiring app designers and developers, using the Java JEE programming language. "By including training courses in our springboard fixed-term contract programme, we are now offering a complete pathway to integration", Nicolas Guérin explains.
This investment in human resources may seem risky but produces results, as seen in the opening of a new agency in Aubagne last July.
And what about the disability? "Although the subject is not as discussed as CSR, for instance, we can see that mentalities are evolving. Increasing numbers of CEOs feel they can get involved and contact us. They are motivated by human decency and want to work on the issue internally". This gives the CEO immense satisfaction. "Here, entrepreneurship rekindles with its first purpose: taking risks to create human wealth". More than 100 employees are already benefitting from this spirit of kindness in Sophia Antipolis and Aubagne: with two new training programmes in the fields of energy maintenance and IT development in the Bouches-du-Rhône department, this number should reach 150 by the end of 2023.

» PARENTHÈSE

Nicolas se passionne… pour le Japon et sa culture. Un hasard si l'une des salles de formation de DSI est… aux couleurs de Kyoto ?

Nicolas is passionate… *about Japan and its culture. That might explain why one of the classrooms at DSI bears the colours of Kyoto.*

» En couverture de IN Magazine

» Découvrez l'article paru en février 2021

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

DANS LE WAGON de tête

Patron, syndicaliste, fédérateur et combatif, Gérard Molines, sans cesse en mouvement, a toujours couru sur plusieurs pistes à un rythme soutenu.

In the lead car *- Gérard Molines is a boss, a union leader, and a federating man who doesn't back down from a fight. He is constantly in motion and keeps a fast pace in all of his many endeavours.*

« Si un boulanger était passé devant chez mes parents, j'aurais certainement vendu du pain ! ». En 1984, Gérard Molines termine ses études au Ceram (école de commerce devenue depuis Skema Business School), lorsqu'un développeur du réseau Peugeot sonne à la porte de ses parents au Tignet, intéressé par le grand parking qui jouxte leur maison pour les convaincre d'y installer une agence de la griffe au lion. Le garage de la villa familiale devient vite un showroom où dès la première année, 45 voitures sont vendues !

"Had a baker passed my parents' house when I was young, I would certainly have sold bread!". In 1984, Gérard Molines had just completed his studies at the Ceram (now known as the Skema Business School), when a developer working for the Peugeot network rang his parents' doorbell in Le Tignet; he was interested in the large parking place adjacent to the family home and wanted to talk them into opening a Peugeot dealership. Their garage was promptly turned into a showroom and, in the first year alone, 45 cars were sold!

Et voilà comment Gérard s'est lancé dans l'automobile avec une certaine réussite : plus de 36 ans plus tard, le garage Molines, Agent Peugeot, a commercialisé en 2021, 220 véhicules neufs et d'occasion, autour d'une équipe de 14 personnes en mécanique, carrosserie, dans la vente et l'administration.

That is how Gérard got into the automotive business, one in which he did very well: more than 36 years later, in 2021, the Molines garage, still a Peugeot dealership, sold 220 new and second-hand vehicles. He has a team of 14 coachbuilders, mechanics, salespeople and administrators working under him.

Mobilisé sur la mobilité

« Je n'avais jamais fait ça mais j'étais motivé et j'avais la fibre commerciale ! » nuance-t-il.
D'autant que Gérard s'adapte vite, en intégrant le groupement départemental des agents Peugeot. En 1998, il en est le président national et fédère 4800 agents (80 % de représentativité), négociant coude à coude avec le constructeur et les concessions toutes puissantes de l'époque, notamment dans le cadre de la nouvelle réglementation européenne du secteur automobile.

Mobilised for mobility

"I was new to the game, but I was motivated, and I had a nose for business!" he explains.
And Gérard showed he was a fast learner, as he joined the departmental group of Peugeot agents. By 1998, he was named national chairman of the group, which by then had 4'800 members (80% of representation). On their behalf, he engaged in tough negotiations with the manufacturer and dealerships, which wielded significant power back then, relating to the new European regulations governing the automotive market.

En parallèle, on le sollicite au sein du CNPA, la première organisation représentative du secteur automobile en France, devenu Mobilians, qui défend 21 métiers liés à la mobilité, de la distribution jusqu'à la destruction auto. Vaste tâche, même si « Nous travaillons depuis longtemps sur les enjeux liés à la décarbonation et la mobilité douce ».

In parallel, he was invited to join the CNPA, the first organisation defending the interests of the automotive sector in France, now named Mobilians, representing 21 lines of work relating to mobility, from distribution to car scrapping. A mighty task, even if, in his own words, "We've long been working on decarbonisation and soft mobility challenges".

Retour en Grasse

A partir de 2008, Gérard met un frein à ses activités nationales et recentre son influence autour de Grasse et plus précisément au sein de la collectivité pour aider, en tant que membre élu de la CCI, toutes les communes satellites du bassin grassois à prendre en main leur développement économique. Il est aussi vice-président de la branche économique des adhérents indirects de l'UPE06. Son épouse l'appuie dans le développement du garage tandis que son engagement auprès de la collectivité prend une nouvelle dimension lorsqu'il devient en 2020 premier adjoint au maire du Tignet.
Une ambition qu'il a toujours nourrie : œuvrer pour le bien-être de ses concitoyens, et encourager ses proches dans leurs projets. Une seule obligation : « ...me faire confiance. Dans mon entourage, cela a porté ses fruits », rappelle-t-il dans un clin d'œil.
Pour ne laisser personne sur le bord de la route dans la course à la réussite : « même si j'aime être dans le wagon de tête, je laisse toujours de la place à mes côtés ».

Back to Grasse

In 2008, Gérard stepped away from his national activities and focused his influence on Grasse, working for the community, as an elected member of the CCI, and helping all the communes of the Grasse region to take control of their economic destiny. He is also the vice chairman of the economic section of indirect members of the UPE06. His wife helps him at the garage, and his commitment to the community took on a new dimension when he was appointed first deputy mayor of Le Tignet.
This is a long-held ambition for him: working for the wellbeing of his citizens and encouraging the people around him in their projects. They have but one duty: " ...they must trust me. For the people close to me, my approach has always yielded positive results", he is keen to tell us with a wink.
He wants to leave no one behind in the race to success: "I love being in the lead car, but there is always a place by my side".

» PARENTHÈSE

Son credo « Encourager les autres à réussir, même si on ne peut pas toujours forcer les gens à être heureux ! »

Il s'évade... « ... dans la baie d'Ajaccio où j'ai un pied à terre, près des Îles Sanguinaires »

His motto *"Encouraging others to succeed, although you cannot force people to be happy!"*

He escapes *"... to the bay of Ajaccio, where I have a pied-à-terre, not far from the Sanguinaires Islands."*

» EN CHIFFRES

MOBILIANS Les entreprises de la mobilité
www.mobilians.fr

2000
Elus bénévoles y militent

160 000
Entreprises représentées en France pour 500.000 emplois

Molines
GARAGE MOLINES
04 93 66 29 77
246 route de Draguignan - Le Hameau du Val de Tignet - 06530 Le Tignet

GÉRARD MOLINES

GARAGE MOLINES MOBILIANS

> Une ambition m'a toujours nourri : œuvrer pour le bien-être de mes concitoyens et encourager mes proches dans leurs projets

THIERRY BARBOTTO

FW BARBOTTO

« En 2022, « belle année, très constructive », le lancement de la station d'avitaillement en gaz bioGNV aura été un événement marquant pour l'activité de transport, tout comme les récents travaux d'embellissement de l'agence de voyages Heaven Travel à Nice. »

Feeling WORKING

Lorsqu'il fonde le groupe FW (Feeling Working) Barbotto, Thierry a en tête de pérenniser les activités historiques de l'entreprise créée par son grand-père Félix Barbotto (le transport de voyageurs) tout en lui apportant une diversification dans plusieurs activités connexes. Retour sur son parcours et sur une année riche de projets et d'avancées pour le groupe.

When he founded the FW (Feeling Working) Barbotto Group, Thierry's idea was to solidify the historical activities (i.e. passenger transport) of the company created by his grandfather, Félix Barbotto, by allowing the family business to branch out into a range of related activities. Let's take a look at Thierry's career and a year rich in projects and major milestones.

Avec près de 200 concerts au compteur derrière sa batterie, Thierry Barbotto aurait certainement pu faire carrière dans la musique, mais il a choisi de continuer à perpétuer les valeurs de l'entreprise familiale, créée en 1929 dans la plaine du Var.
Flashback. C'est pour rendre service et remplacer au pied levé le responsable du planning des chauffeurs de l'entreprise qu'il met un pied dans l'aventure familiale. Une fois cette période d'intérim assurée, le jeune homme s'apprête à repartir vers d'autres horizons quand son père l'interpelle sur la possibilité de rester : « il a su m'intéresser à ces métiers, j'ai accepté, à la condition de commencer en bas de la hiérarchie. D'ailleurs, il aurait été impossible pour moi de rester derrière un bureau toute une journée ! Alors j'ai débuté dans la fosse, à faire la vidange et le graissage des poids lourds ». Petit à petit, Thierry s'implique, passe ses différents permis, puis il s'attelle à une démarche de certification pour l'entreprise : « entrer dans la qualité m'a permis de gagner du temps en comprenant les process de l'entreprise, son organisation, mieux connaître ses points forts comme ses faiblesses. C'est une excellente façon d'avoir une vision et d'apprendre à se remettre en cause pour avancer ».

Projets & diversification

Aujourd'hui, c'est sa fille Jessica qui dirige le groupe : lui n'est plus directement dans l'opérationnel mais travaille au développement et à la promotion des activités connexes de FW Barbotto, qui opère aussi dans le voyage, la restauration, l'événementiel ou encore le management du sport.

En 2022, « belle année, très constructive », le lancement de la station d'avitaillement en gaz bioGNV aura été un événement marquant pour l'activité de transport, tout comme les récents travaux d'embellissement de l'agence de voyages Heaven Travel à Nice.

Ce fut aussi une année d'engagement et de décisions fortes comme celle d'accélérer le développement de l'une des 10 sociétés du groupe, Something Supplies, qui organise des événements culturels autour de l'Art (musique, peinture, photo...). La 1e édition de « Music Addiction » s'était fixée comme objectif de faire découvrir un instrument (ici, la batterie) à travers la prestation technique de deux artistes, l'un international, l'autre local. Une manière pour Thierry Barbotto de proposer « modestement, une autre façon de voir le monde, notamment pour les plus jeunes, à travers le prisme artistique et ici, dans la pratique d'un instrument de musique ». Une expérience qui devrait se renouveler en 2023, avec un « Music Addiction » 2ème édition et un grand concert au deuxième semestre.

Something Supplies, c'est aussi l'organisation événementielle sous toutes ses formes et notamment le grand projet d'ouverture en juillet 2023 de la Bastide varoise acquise par le groupe, lieu d'accueil d'événements professionnels et privés. 2023 sera enfin l'année de formalisation d'une charte d'engagement pour le groupe, à laquelle dirigeants comme salariés devront adhérer et dont les maitres-mots prennent tout leur sens depuis longtemps chez Thierry Barbotto : loyauté, humilité et bienveillance.

PARENTHÈSE

Son mantra « Je ne me suis jamais levé le matin avec l'obsession de gagner de l'argent. Mais avant tout dans l'idée de bien faire mon travail... Un état d'esprit qui m'a beaucoup apporté ! »

His philosophy *.'I never get up in the morning driven by the obsession of making money. I am far more interested in doing a great job... It is a state of mind that has served me well!'*

groupefw-barbotto.com

As a drummer, Thierry Barbotto gave close to 200 concerts, and could certainly have opted for a musical career. Instead, he chose to uphold the values of the family business, created back in 1929 in the Plaine du Var.
Flashback: eager to be of help, when someone was urgently needed to replace the person in charge of the driver schedule, he stepped up and set a first foot in the family-run company. When his replacement stint came to an end, and young Thierry was getting ready to leave, his father came to him raising the possibility of long-term job at the company: "my interest in this line of work had been kindled, and so I accepted, on the condition I would start at the very bottom of the hierarchical ladder. Besides, it would have been unthinkable for me to work at a desk all day! I initially worked in the pit, draining oil and greasing our heavy-duty vehicles". Gradually, Thierry got more involved; he obtained different driving licences and initiated a certification process for the company: "my work on quality certifications was a time saver, as it allowed me to better understand the company's organisation and processes, and to better gage its stronger and weaker points. It provided me with an overall vision and taught me the importance of constantly questioning oneself if one is to achieve progress".

Projects and diversification

Now, it's his daughter Jessica who's running the group: he is no longer involved with the operational side of the business, but he's busy with the development and promotion of related activities with FW Barbotto, namely the travel industry, the catering business, event planning and even sport management.
2022 was a "great and highly constructive year", which saw the launch of the renewable natural gas refuelling station, a significant event for the transport activity, along with the recent refurbishment of the Heaven Travel agency in Nice.
It was also a year of important commitments, such as the decision to boost the development of one of the group's ten companies, Something Supplies, which organises cultural events focusing on art (music, painting, photography...). The purpose of the first edition of "Music Addiction" was to introduce audiences to various instruments (in this case, the drums), through a technical performance given by two artists, one locally known and the other of international renown. It is a way for Thierry Barbotto of proposing "quite humbly, another view of the world, especially for the younger generation, through the lens of art, and in this specific case, through the practice of a musical instrument". This experience should be renewed in 2023, with a second edition of "Music Addiction", and a great concert is scheduled for the second semester.
Something Supplies is also in the event planning business, in its broadest sense. In July 2023, it will oversee an important project: the opening of the Var Bastide acquired by the group, which will serve as a venue for professional and private events. Finally, 2023 will see the formalisation of a group-wide commitment charter, which managers and employees will have to adhere to, reflecting the key values that have long been close to Thierry Barbotto's heart: loyalty, humility and kindness.

UNE ÉQUIPE SOUDÉE
pour une nouvelle ère

Autour de Cyril Le Roux, nouveau directeur Citroën, DS et Peugeot pour la concession Chopard de Cannes-Mougins, voici une équipe resserrée. 12 mois après les équipes commerciales véhicules neufs, le service après ventes vient à son tour d'intégrer un bâtiment entièrement rénové aux standards des 3 marques françaises.

Chopard Cannes: a tight-knit team entering a new era - *There is a tight-knit team working under Cyril Le Roux, the new manager of the Chopard dealership in Cannes-Mougins, selling Citroën, DS, and Peugeot models. Twelve months after the arrival of the new vehicle sales teams, the aftersales service has just moved to this building, which has recently been fully renovated to the standards of the three French brands.*

Les clients du service après-vente pourront apprécier un nouvel environnement accueillant, des espaces mécaniques visibles en toute transparence derrière la baie vitrée, un lieu adapté et apaisant, pensé pour recevoir les clients des 3 marques dans un espace unique qui respecte les spécificités de chaque marque.
Un accueil commun qui doit remplir trois exigences : celles des clients, des constructeurs et du groupe Chopard.

« C'est une nouvelle ère de la mobilité qui va de la distribution à l'entretien ou la réparation que nous mettons en place. Notre objectif à court terme est d'aider nos clients à se projeter dans les nouvelles mobilités, la transition énergétique proposée par nos marques tout cela dans des locaux exceptionnels », analyse Cyril Le Roux.

Avec ce nouvel outil, être ou devenir client chez Chopard Cannes, c'est aussi pouvoir mettre un visage sur le nom d'un collaborateur au service de la satisfaction clients et pouvoir vivre une expérience unique : « Il nous semble important de pouvoir compter sur l'humain. L'automobile et plus généralement la mobilité n'est pas uniquement liée au progrès technologique et à la performance de nos produits, c'est aussi une question de sensibilité et d'empathie dans la relation que nous souhaitons nouer avec nos clients et prospects.
Les deux Grégory, Habib, Mathieu, et Amaury à mes côtés sont les garants de cette proximité et d'écoute avec leurs équipes ».

Montée en gamme

« Dans cette configuration, nos équipes, comme nos modèles, montent en gamme ! La formation est un outil stratégique de cette élévation. Chez Peugeot ou Citroën, les intitulés des modules de formation correspondent bien à cette envie de progression comme « Passion Clients » ou encore « Feel Good », programmées pour renforcer également la QVT (Qualité de Vie au Travail) de nos collaborateurs. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si Chopard est labellisé « Great Place To Work », ces sociétés distinguées chaque année par une rigoureuse sélection et qui la classait en 2021 7e des entreprises de 1.000 à 2.400 salariés où il fait bon travailler. Et tout naturellement, où il fait bon choisir votre prochain véhicule…

> « Notre objectif à court terme est d'aider nos clients à se projeter dans les nouvelles mobilités, la transition énergétique proposée par nos marques tout cela dans des locaux exceptionnels »

Clients of the aftersales service are sure to enjoy this new and welcoming environ-ment, with the mechanics workshops in full view behind bay windows. It is a soothing and adapted area, designed to welcome the clients of the three brands in a single area that respects the specific features of each carmaker.
These shared facilities must meet the expectations of the clients, of the manufacturers, and of the Chopard Group.

"We are entering into a new era of mobility that spans from sales to maintenance and repairs. Our short-term goal is to help our clients project themselves into new modes of mobility and the energy transition as seen by our brands, and to feel welcomed in our new and exceptional premises", Cyril Le Roux tells us.

With this new tool, being or becoming a client of Chopard Cannes also means putting a face to the name of an employee working at the customer satisfaction desk, and discovering a unique experience: "To us, it is all about relying on people. The automotive industry, and more broadly the issue of mobility, is not only linked to technological progress or the performance of our products, it is also a question of sensitivity and empathy in the relationship we forge with our clients and potential customers. Grégory One and Grégory Two, Habib, Mathieu and Amaury are by my side making sure that their teams display this closeness and attentiveness".

Quality upgrades

"With this configuration, our teams, much like our models, are upgraded! Training is a strategic tool of this progression. At Peugeot or Citroën, the titles of the training modules reflect this willingness to progress, such as 'customer passion' or 'feel good'. They are also designed to improve the quality of life at work of our employees". Which is why Chopard has received the 'Great Place To Work' certification, which is awarded to only the best companies, having undergone a rigorous selection process. Chopard was rated 7th in 2021 among companies with 1'000 to 2'400 employees. And naturally, it is also a 'Great Place To Buy Your Next Vehicle'.

* NEWS

Dernière minute : Opel Cannes & Grasse rejoignent les équipes de Chopard Cannes ! Actuel chef des ventes Citroën, Habib Bouguerra devient le nouveau responsable de cette marque.

Last minute: *Opel Cannes & Grasse join the Chopard Cannes teams! Current head of Citroën sales, Habib Bouguerra becomes the new manager of this brand.*

CITROËN · DS AUTOMOBILES · PEUGEOT · OPEL

GROUPE CHOPARD CANNES

235 route du Cannet - 06250 Mougins
Citroën : 04 92 18 38 10
Peugeot : 09 93 69 60 60
DS : 04 93 43 88 66
groupechopard.com

CHOPARD CANNES-MOUGINS

“Chopard est labellisé « Great Place To Work », ces sociétés distinguées chaque année par une rigoureuse sélection et qui la classait en 2021 7e des entreprises de 1.000 à 2.400 salariés où il fait bon travailler.”

GRÉGORY **DONSIMONI**
Chef des ventes Peugeot

GRÉGORY **DHENIN**
Chef des ventes Véhicules occasion

AMAURY **DAVELU**
Responsable Adjoint après-vente

CYRIL **LE ROUX**
Directeur Chopard Cannes

HABIB **BOUGUERRA***
Chef des Ventes Citroën et DS

MATHIEU **SOULET**
Responsable Après-vente

JULIE DURIEZ

HYGIENE 4D

« Faire la une de IN Magazine est un moment très agréable à vivre avec un vrai gain de notoriété : c'est là que l'on se rend compte de toute la visibilité que cela apporte »

La 3D DIGITALISÉE

Voici bientôt dix ans que Julie Duriez a repris les commandes de l'entreprise de 3D (désinfection, désinsectisation, dératisation) et d'assainissement fondée par son père en 1976. Sur la Côte d'Azur et en région parisienne, Hygiène 4D développe ses solutions innovantes et écoresponsables appuyées par la digitalisation complète de ses services, pour une satisfaction client décuplée.

***Digitalised 3D** - It's been ten years now since Julie Duriez took the helm of the 3D (for disinfection, disinfestation, and de-ratting) and sanitation company founded by her father in 1976. In the French Riviera and in the Paris region, Hygiène 4D is developing innovating and environmentally sustainable solutions supported by the full digitalisation of its services, for increased customer satisfaction.*

Julie, vous avez fait la Une de IN Magazine l'an dernier : quel a été l'impact de cette couverture ?

Cela a tout d'abord permis de rappeler aux gens que nous étions là, présents depuis un certain nombre d'années, mais aussi à ceux qui ne nous connaissaient pas de nous situer et enfin de faire découvrir un métier méconnu… A titre personnel, j'ai eu beaucoup de retours et de sollicitations de personnes -proches comme plus éloignées. Cela a aussi relancé le contact avec des connaissances parfois perdues de vue et enfin, cela a permis d'associer la marque Hygiène 4D à mon image, celle d'une jeune femme à la tête d'une entreprise de 3D et d'assainissement, ce qui n'est pas très courant dans la profession !
C'était un moment très agréable à vivre avec un vrai gain de notoriété : c'est là que l'on se rend compte de toute la visibilité que cela apporte. En définitive, je pense qu'il faut vraiment le vivre pour se rendre compte de l'impact d'une telle mise en avant !

Comment Hygiène 4D a vécu cette année ?

Nous avons finalisé la réorganisation de nos services en interne. Nous avons fait du recrutement et étoffé l'équipe administrative. L'activité en région parisienne est en croissance avec une forte demande, sur la 3D comme sur l'assainissement. Nous aimons communiquer avec notre clientèle via les réseaux sociaux, nous leur apportons du conseil et nous rappelons l'importance de faire appel à un professionnel. Nous avons beaucoup de travail en ce sens, car nos interlocuteurs sont sensibles au message que nous leur adressons de faire appel à des professionnels pour la 3D. D'autant que de nouveaux nuisibles font leur apparition, comme certains rongeurs, dont nous devons nous occuper !

Que va-t-il se passer en 2023 ?

Nous avons totalement digitalisé le fonctionnement de l'entreprise ! Nous mutualisons un maximum d'informations clientèle et d'informations d'interventions pour que notre réponse aux problématiques des clients soit plus rapide. Ainsi, par exemple, nous souhaitons que le prospect qui nous contacte soit immédiatement informé d'un créneau d'intervention possible. J'ai pris en charge la formation de l'ensemble des équipes à cette nouvelle solution, spécialement adaptée au business de la 3D. Quelques réglages sont à peaufiner, mais nous sommes déjà pleinement opérationnels !
Cette année, un technico-commercial viendra également renforcer notre équipe à l'agence azuréenne, tandis que nous renouvelons la flotte automobile de notre agence parisienne avec des véhicules propres (bioéthanol, électricité). Je suis très sensible à l'écoresponsabilité, dans la conduite de l'entreprise, comme dans les produits que nous utilisons (dont certains sans insecticide) et que nous commercialisons.

> « Nous aimons communiquer avec notre clientèle via les réseaux sociaux, nous leur apportons du conseil et nous rappelons l'importance de faire appel à un professionnel. »

Julie, you were on the cover of IN Magazine last year: what impact did that have?

Well, for one, it allowed me to remind some people that we have been present in the territory for a number of years, and it introduced us to those who didn't know much about us or our line of work... Personally, I received feedback and requests from many people, some close and some distant. It also helped rekindle my contact with acquaintances with whom I had lost touch. It associated the Hygiène 4D brand with my image, that of a young woman at the head of a 3D and sanitation company, which is a fairly rare occurrence in our industry!

It was a very pleasant experience, and it increased our notoriety: I came to realise the visibility it provides. Ultimately, it something one has to experience to fully understand the impact of such advertising!

How has this year been for Hygiène 4D?

We completed the internal reorganisation of our services. We have recruited new personnel and increased our administrative team. Our activities in the Paris region are facing increasing demand, both in 3D and in sanitation.
We enjoy communicating with our customers through social media, where we are able to provide advice and remind them of the importance of relying on professionals. We have a lot of work in this area, as our target audience understands our message and how it is important to rely on professionals for the three Ds. Especially now that new kinds of pests and rodents are beginning to appear; we can "take care" of them!

What is in store for 2023?

We have completely digitalised our company's operations! We are pooling all the information we can about our customers and the interventions we carry out, to ensure our response to our clients' problems is as fast as it can be. For example, we want a potential client who contacts us to be immediately informed of a possible intervention time. I have ensured that all our teams are trained to use this new solution, which is especially adapted to the 3D business. There are still some fine adjustments required, but we are already fully operational.
This year, a technical sales representative will join our team at the French Riviera agency, and we will be renewing our fleet of cars for our Paris agency, with cleaner vehicles (bioethanol, electric cars). I am very sensitive to the issue of environmental responsibility in the way I run the business, as can be seen in the products we use (some of which are insecticide-free) and sell.

» PARENTHÈSE

Du temps libre ? « Je le consacre à beaucoup de passions manuelles : petits travaux, cuisine… Je n'oublie pas non plus le sport, avec du yoga et du pilates ».

***Nicolas is passionate…** about Japan and its culture. That might explain why one of the classrooms at DSI bears the colours of Kyoto.*

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

www.hygiene-4d.com

Agence Côte d'Azur
04 93 74 74 00
31 chemin des tuilières - 06220 Vallauris

Agence Ile de France
01 46 56 04 44
6 rue Pascal - 92120 Montrouge

» En couverture de IN Magazine

» Découvrez l'article paru en octobre 2021

Modèle français et RECETTES SUÉDOISES

Voici un expatrié qui n'a rien oublié de ses origines : Kristian Hansson, Suédois de 48 ans installé sur la Côte d'Azur depuis six ans, nous fait découvrir l'esprit scandinave en multipliant les bonnes idées de business entre nos deux pays.

French model and Swedish recipes *- Here's an expat who has not forgotten his roots: Kristian Hansson, a 48-year-old Swede who moved to the French Riviera six years ago, is introducing us to the Scandinavian spirit with a plethora of successful business ideas between France and Sweden.*

La vraie histoire d'amour avec la France, elle est née pour Kristian il y a 25 ans, au Club Med d'Opio, quand il a rencontré celle qui allait devenir sa femme et la maman de ses trois filles, Valérie. « Je n'aurais rien fait sans elle ! » prévient-il d'emblée à l'évocation de son histoire, qui débute en Suède où il commence par vivre avec elle.
La France, elle, l'a toujours fasciné. A tel point que c'est en visionnant le journal de 20 h de David Pujadas, il y a plus de 16 ans, qu'il s'inspire d'une idée de business bien français, à développer en Suède. « Le reportage présentait le modèle d'Acadomia, organisme de soutien scolaire et j'ai constaté que cela n'existait pas chez nous… ».

Kristian s'entoure de deux associés pour développer l'idée qui grandit très rapidement et après fusion, devient en quelques années numéro 1 suédois du secteur, employant jusqu'à 3.000 personnes. L'inspiration du modèle français ne s'arrête pas là : à l'image du groupe Domia, qui détient Acadomia et possède également l'enseigne de ménage Shiva, Kristian décide de diversifier ses activités et lance Skura ainsi qu'un service de garde d'enfants en Suède.

His profound love for France was ignited some 25 years ago at the Opio Club Med, where Kristian met Valérie, the woman who would become is wife and the mother of his three daughters. "I wouldn't have done anything without her!" he warns us before telling us of their adventure. In the beginning, the couple lived together in Sweden, but France had long been a source of fascination to Kristian. And then, one day 16 years ago, as he was watching the 8 o'clock news read by David Pujadas, he was inspired by a very French idea for a business that he could develop in Sweden. "The news story was about Acadomia, a company that provided academic tutoring services. There was nothing like that in my country...".

Kristian found himself two associates to develop this idea. It was rapidly met with success and, after a merger, grew in a few short years to become the leading company in the tutoring industry, employing up to 3'000 workers. But Kristian's French inspiration did not stop there: much like the Domia Group, which owns Acadomia and other brands such as Shiva, a provider of cleaning services, Kristian decided to diversify his activities and launched Skura, along with a childcare service in Sweden.

Villas & yaourts

« Nous voulions revenir en France : nous avons choisi la Côte d'Azur, là où nous nous étions connus il y a plus de 20 ans ! ». Ils font alors face à des difficultés pour y construire leur maison. Kristian sent qu'il y a là des opportunités de business… Ni une ni deux, il lance « Villa Scandinave », pour construire et rénover l'habitat, en s'adressant en priorité à ses compatriotes : « Vous saviez que 17.000 scandinaves étaient propriétaires d'un bien ou habitaient entre Menton et Saint-Tropez ? » Une équipe qui avait déjà travaillé auprès de Kristian en Suède s'installe ainsi sur la Côte d'Azur.

Et cette clientèle scandinave a vite d'autres demandes : ménage, jardinage, gardiennage… Alors Kristian et Valérie démarrent « Scandinavian Clean », la filiale qui gère le quotidien de ces propriétaires nordiques. Et c'est à l'occasion de la rénovation d'un appartement pour un islandais, ancien PDG d'une fabrique de produits laitiers que Kristian s'interroge à nouveau : le « skyr », cette spécialité laitière islandaise délicieuse et ultra protéinée, dont la recette millénaire vient des Vikings, n'est ni connue, ni présente dans les rayons des supermarchés français…

Avec sa nouvelle société, Nordic Nutrition, il répare vite cet affront et distribue désormais Isey, le « Champagne du Skyr », qui se vend aujourd'hui chez tous les distributeurs français. 200.000 yaourts vikings sont consommés chaque semaine ! « Mais on va tripler ces chiffres », sourit Kristian, qui, surfant sur une vague healthy, ne s'interdit pas de lancer sous peu d'autres produits originaux de son pays… La boucle est bouclée : s'il a pris à la France ses bonnes idées de business pour les développer en Suède, il nous en rapporte aussi ses bons produits !

PARENTHÈSE

Kristian jouerait…
« …au padel toute la journée si je n'étais pas autant accaparé par le travail ! »

Kristian would play…
"...padel all day long, if I wasn't so busy with my work!"

www.iseyskyr.fr

villascandinave.com

scandinavianclean.fr

Villas and yoghurt

"We wanted to come back to France, and we chose to settle in the French Riviera, where we first met more than two decades ago!" But they experienced problems when they wanted to build their house. Kristian sensed that there was another business opportunity there and in short order he launched "Villas Scandinave", a company that builds and renovates homes, targeting primarily his fellow-Swedes: "Did you know that there some 17'000 Scandinavians who own properties or who live in the area between Menton and Saint-Tropez?" A team that had already worked with Kristian in Sweden relocated to the French Riviera.
Soon, his Scandinavian clientele had other demands: cleaning services, gardening, housesitting... And so, Kristian and Valérie started "Scandinavian Clean", a subsidiary that meets the cleaning needs of Nordic homeowners in the region. And, when he was renovating an apartment for an Icelander, a former CEO of a dairy brand, Kristian was struck by yet another brilliant thought. This time it was about "skyr", an Icelandic dairy specialty, both delicious and protein-rich, stemming from a thousand-year-old Viking recipe, which wasn't known to French consumers and absent from French supermarkets...
With his new company, Nordic Nutrition, he rectified this affront, and he is now the official distributor of Isey, the "caviar of Skyr", which is today sold by all French retailers. Some 200'000 of these Viking yoghurts are eaten every week! "But we're about to increase these figures threefold", Kristian declares smilingly. He is surfing the healthy wave, and is intent on starting to distribute other original products from his country... The circle is closed: he borrowed business ideas from France and imported them to Sweden, and in return he is providing us with some delicious products from his home country!

KRISTIAN HANSSON

ISEYSKYR
VILLA SCANDINAVE
SCANDINAVIAN CLEAN

« Avec sa nouvelle société, Nordic Nutrition, Kristian Hansson distribue désormais Isey, le « Champagne du Skyr », qui se vend aujourd'hui chez tous les distributeurs français. 200.000 yaourts vikings sont consommés chaque semaine ! »

LAURENT GUIGLION

ALGORA ENVIRONNEMENT

« En étant encore une entreprise à taille humaine, nous pouvons nous exprimer de manière qualitative et respecter nos valeurs sociétales. »

VALORISER l'idée

Le marché de la collecte et de la valorisation des déchets est en constante évolution et ses acteurs s'organisent pour répondre aux forts enjeux environnementaux européens.
Avec Algora Environnement, Laurent Guiglion propose ses solutions dans les Alpes-Maritimes, à Monaco et bientôt dans les départements limitrophes.

An idea with value *- The waste collection and recycling industry is constantly evolving, and its stakeholders are organising to meet Europe's significant environmental challenges.*
With Algora Environnement, Laurent Guiglion is providing solutions throughout the Alpes-Maritimes department, in Monaco, and soon, in neighbouring departments.

Dès ses débuts professionnels, Laurent Guiglion a pris des responsabilités dans le monde de l'entreprise : à sa sortie de ses études au Groupe EDHEC, il a l'opportunité de devenir directeur adjoint d'une chocolaterie monégasque. « Une belle rencontre qui m'a permis de travailler auprès d'une équipe d'une quinzaine de personnes pendant plusieurs années ». Dès lors, le pli est pris… Laurent cherche à s'installer et investit dans une société de vente par correspondance en 2000, autour des solutions d'accessoires de communication pour garagistes indépendants. L'affaire fonctionne bien et en 2008, le jeune homme accepte une offre de rachat : « C'est dans le schéma du dirigeant, sa vie est faite d'opportunités puis il adhère ou non aux projets qui se présentent… »
Un marché en pleine croissance, dominé par de grands acteurs et quelques concurrents locaux, intéresse alors le jeune entrepreneur : la gestion des déchets et l'assainissement.
En créant Algora Environnement, Laurent Guiglion démarre de zéro sur un secteur porteur : « avec mes cartes de visite, l'achat d'un camion et l'embauche d'un premier chauffeur ! » se souvient-il.

Son activité ? Les métiers de l'assainissement (pour collectivités, entreprises et particuliers) et la collecte et la valorisation des déchets issus d'activités économiques. « Nous vivons une petite révolution. Nous parlons de matière première secondaire car nous recherchons au maximum à réemployer ce que nous collectons, puis à le recycler » Les enjeux sont forts : avec le Pacte Vert (la feuille de route environnementale européenne), l'objectif est par exemple de recycler 65 % des déchets dérivés des emballages d'ici à 2025…

L'idée et la bonne formule d'exécution

Aujourd'hui, Algora Environnement a changé de dimension : avec un peu plus de 10 M€ de chiffre d'affaires, 35 salariés, 30 camions et deux plateformes de traitement des déchets solides et liquides.
Certaines solutions peuvent déjà être mises en œuvre par l'entreprise pour améliorer son impact environnemental : déshydratation des biodéchets sur site, nettoyage et entretien des systèmes d'extraction… Des solutions d'audit et de caractérisation des déchets sont également préconisées.

Passer du chocolat au déchet pourrait paraitre étonnant mais pour Laurent, c'est une simple histoire de changement d'unité de mesure : « J'ai géré des grammes avec le chocolat, des mètres-carré avec la VPC et des tonnes aujourd'hui mais le modus operandi reste le même ! Il faut surtout avoir une bonne idée et une bonne formule d'exécution. La recette : beaucoup d'envie, de patience, d'abnégation et de confiance en vos équipes. Et savoir dire à vos clients en quoi vous êtes performants ». Là-dessus, Laurent Guiglion a son idée : « En étant encore une entreprise à taille humaine, nous pouvons nous exprimer de manière qualitative et respecter nos valeurs sociétales ».

Ce qui n'empêche pas le chef d'entreprise de réfléchir à une croissance externe afin de répondre aux enjeux d'un marché qui se concentre, notamment du fait que les communes regroupées en agglomérations nécessitent d'être de taille à répondre à des appels d'offres plus importants. En ligne de mire : le Var et les Bouches-du-Rhône.

Right from the start of his career, Laurent Guiglion assumed corporate responsibilities: after graduating from EDHEC business school, he had the opportunity of becoming the deputy director of a Monaco-based chocolate factory. "It was a lucky encounter that enabled me to work with a team of around fifteen for several years". He was hooked... Laurent, wanting to settle in Monaco, invested in a mail order business in 2000, selling communication accessories to independent car shops and garage owners. It was a successful business, and in 2008, still a young man, he accepted an acquisition offer: "It is quite natural for a CEO. Life is made of opportunities, and it is up to them to decide whether or not to participate in the projects that come their way…"

A booming market, dominated by major players and a handful of local competitors, then sparked the interest of the young entrepreneur: waste management and recycling.
By creating Algora Environnement, Laurent Guiglion started from nothing in a market that had a lot of promise: "all I had was my business cards, a truck I had bought, and the first driver I hired!", he remembers.

So, what does he do? His line of business is sanitation (for communities, companies, and individuals) and the collection and recycling of waste generated by economic activities. "We are in the midst of a revolution of sorts. We are now talking of secondary raw materials, and we are trying to reuse, as much as we can, the waste we collect, and to recycle the rest". There is much at stake: with the Green Deal (the European environmental roadmap), the goal is, for instance, to recycle 65% of the waste generated by packaging by 2025...

An idea, followed by proper execution

Today, Algora Environnement is operating at another level: it now boasts a little over 10M€ in revenue, 35 employees, 30 lorries, and two solid waste processing platforms.
Certain solutions can already be implemented by the company to improve its environmental impact: on-site dehydration of biowaste, cleaning and maintenance of extractions systems... Auditing and waste characterisation solutions are also being put forward.

The transition from chocolate to waste may seem a little surprising, but for Laurent, it is simply a matter of changing measurement units: "I managed grams in the chocolate industry, square meters in the mail order business, and tons today, but basically, the modus operandi remains the same! All you need is a good idea and proper execution. The formula: ambition, patience, abnegation, and trust in your teams. And knowing how to tell your clients in what areas you can provide the best performance". In that too, Laurent Guiglion has his own idea: "As we remain a human-scale company, we can express ourselves qualitatively and uphold our social values."

But the CEO is still thinking of external growth to better meet the challenges of a market that is booming, due to the fact that communes tend to form agglomerations that issue invitations to tender for larger projects. In his sights at the moment: the Var and Bouches-du-Rhône departments

» PARENTHÈSE

Il ne serait pas devenu chef d'entreprise ?
« J'aurais fait de la politique. Mais plutôt une politique d'entraide, au service de l'autre, pas une politique de l'entre-soi ! »

If he hadn't been a corporate leader? *"I would've been in politics. But politics in aid of others, not self-serving politics!"*

ALGORA ENVIRONNEMENT
2 Allée François Coli - Mandelieu La Napoule
04 93 48 68 68 - www.algora-environnement.fr

Digital : ils cherchent la solution POUR LES ENTREPRENEURS

Entrepreneurs, à coup sûr, ils étaient prédestinés à le devenir… Il ne leur manquait qu'un coup de pouce. Avec l'Ouvre Boîte, dispositif d'insertion professionnelle par l'entrepreneuriat, Doudou Diop et Seti Hamzehlou ont pu mettre au point leur package de solutions digitales à destination des restaurateurs et créer Synergylab, leur startup studio, il y a un an.

Digital technologies: they find the solutions on behalf of entrepreneurs

That they would one day become entrepreneurs was never in much doubt… They just needed a helping hand. With Ouvre Boîte (can opener), a tool for professional insertion through entrepreneurship, Doudou Diop and Seti Hamzehlou were able to develop their package of digital solutions for restaurant owners and create Synergylab, a start-up studio, just one year ago.

Seti vient d'Iran et vit à Nice depuis ses 11 ans. Doudou, lui, est arrivé du Sénégal à l'âge de 19 ans. Et si les deux amis, qui se sont rencontrés lors de leur formation de développeur Web à Epitech, ont en commun une farouche volonté d'indépendance professionnelle, leurs parcours de vie respectifs présentent également beaucoup de similitudes : « être agile, ça nous connaît ! Il nous a toujours fallu nous adapter dans la vie, notamment avec des problèmes de langue, de cultures différentes. Lorsque vous changez de pays, vous êtes toujours à la recherche de solutions : aujourd'hui, nous cherchons des solutions pour nos clients, pour qui le digital est peu accessible ! » analyse Seti.

Synergylab est née il y a un an, à la suite de leur formation : « J'avais un client antiquaire qui avait besoin de passer au digital. Doudou a tout de suite été partant », explique Seti. « J'étais déjà « multi-casquettes », il me manquait celle du chef d'entreprise, et surtout les clés pour apprendre à gérer une boite », souligne Doudou.

« L'envie, on l'avait ! »

Le dispositif de L'Ouvre Boîte, dédié à l'insertion professionnelle par la création d'entreprise, a ainsi apporté aux entrepreneurs en herbe tout ce qui leur manquait : business plan, outils de gestion, suivi de projet… Synergylab bénéficie aussi aujourd'hui du programme d'accompagnement French Tech Tremplin, pour les publics éloignés de l'écosystème entrepreneurial. En parallèle de ses différents jobs de chargé de communication et webmarketing, Doudou travaillait déjà en freelance dans la photographie et la conception web. Après la Piscine de l'Ecole 42, Seti, elle, était convaincue de la nécessité du digital dans sa formation initiale en commerce international. Le mindset, lui, était déjà là : « L'envie, on l'avait ! Le produit, on a beaucoup travaillé dessus ! ».

Le résultat de leurs réflexions, Synergylab, est une startup studio qui propose plusieurs solutions digitales, dont le « Food Lab », qui regroupe un système de gestion de commande en ligne pour les restaurateurs, des menus en digital, des outils marketing (campagnes promotionnelles automatisées, coupons de réduction…) ou de l'affichage sur lieu de vente (dalles et bornes de commande…). Tout un panel de réponses à leurs problématiques quotidiennes… Les deux amis envisagent jusqu'à 312 restaurateurs partenaires de leur solution d'ici fin 2023.

> « Synergylab est une startup studio qui propose plusieurs solutions digitales, dont le « Food Lab », qui regroupe un système de gestion de commande en ligne pour les restaurateurs, des menus en digital, des outils marketing »

Synergylab.fr
contact@synergylab.fr

PARENTHÈSE

Lui se passionne… « Pour la photographie, la moto, les balades en nature : et pour tout cela, rien de plus beau que la Côte d'Azur ! »

Elle adore… « Les voyages… Toute ma vie, j'ai dû me déplacer : d'Iran au Pays-Bas, en passant par la France, l'Allemagne…. Le voyage est une manière de se rencontrer et de mieux se connaitre soi-même. Mon rêve ? Un tour du monde en sac à dos ».

He is passionate about… *"Photography, motorcycling, hiking: and the French Riviera is the perfect place for all of that!"*

She loves… *"Travels… I have moved around my entire life: from Iran to Holland, through France, Germany… Travelling is a way of getting to know oneself better. My dream? Backpacking my way around the world".*

Seti hails from Iran and has been living in Nice since she was 11. Doudou came from Senegal when he was 19. They met during a Web Development course at Epitech and found that they share a strong appetite for professional independence. Their life stories also have a lot in common: "being agile, that sums us up quite nicely! We have always had to adapt, especially to language and cultural barriers. When you come from another country, you are constantly looking for solutions. Now, we're looking for solutions on behalf of our clients, for whom the digital world isn't all that accessible!" reckons Seti.

Synergylab was born one year ago, when they had completed their training: "I had a client who sold antiques and who needed to transition to digital technologies. Doudou was in on the plan from the very start", Seti goes on to explain. "I had already dabbled in many trades, but I hadn't been a CEO, and I didn't have the tools to learn how to manage a company", Doudou tells us.

"We were willing!"

The Ouvre Boîte system for professional insertion through entrepreneurship gave these budding entrepreneurs everything they needed: a business plan, tools to manage and monitor a project… Synergylab also offers the "French Tech Tremplin" support programme, for people who are not familiar with the entrepreneurial ecosystem. In addition to his different jobs as communication officer and internet marketer, Doudou was also a freelance photographer and web designer. Seti left the Piscine de l'Ecole 42 with the conviction that digital technologies were an essential part of her initial training in international business. Her mindset was already in place: "We were willing! We worked really hard on the product!".

The result of their analysis, Synergylab, is a start-up studio that offers different digital solutions, including the "Food Lab" that provides an online order management system to restaurant owners, along with digital menus, marketing tools (automated promotional campaigns, vouchers…) or display solutions for their point of sale (advertising screens and order terminals). In other words, a range of solutions to their day-to-day problems… The two friends are aiming at reaching 312 restaurant owners who have adopted their solution by the end of 2023.

SETI **HAMZEHLOU** & DOUDOU **DIOP**

SYNERGYLAB

> « Être agile, ça nous connaît ! Il nous a toujours fallu nous adapter dans la vie, notamment avec des problèmes de langue, de cultures différentes. Lorsque vous changez de pays, vous êtes toujours à la recherche de solutions »

PAULINE MARTEIL

FONDATION
APPRENTIS D'AUTEUIL
L'OUVRE-BOÎTE

« Notre mission, depuis plus de 155 ans, est d'accompagner et insérer les jeunes pour en faire des citoyens indépendants, libres. »

RESTAURER la confiance

Le parcours de Pauline Marteil en ONG internationales aux quatre coins du monde lui aura permis de se mettre au service de nobles causes comme la protection de l'enfance, le droit des femmes ou la conservation marine. Un engagement qu'elle poursuit de retour en France en dirigeant le Pôle Insertion de la Fondation Apprentis d'Auteuil dans le département, qui porte notamment l'Ouvre Boîte, dispositif d'insertion par la création d'entreprise.

***Restoring self-confidence** - Pauline Marteil's career in international NGOs took her to the distant corners of the world, defending noble causes such as the protection of children, women's rights and marine conservation. Her commitment has not wavered since her return to France, where she manages the Integration Department of the Apprentis d'Auteuil Foundation in the department, which includes Ouvre-Boîte (can opener), an entity that works on the integration of youth through entrepreneurship.*

Pendant 17 ans, Pauline Marteil a travaillé à l'international : « Après mes études de Langues et de littérature comparée, je suis partie en Chine pour un poste de professeur de Français. C'est là que j'ai mis un pied dans l'associatif », se souvient-elle. Un univers qui lui plait d'emblée : rentrée en France, la jeune femme passe un DESS Gestion de projet à l'international et se lance : Sri Lanka, Inde, Népal, Afrique, Asie… Les missions s'enchaînent pour des projets souvent en lien avec l'accompagnement des enfants des rues ou de minorités en difficulté d'insertion.
Retour en France en 2015… Pauline, qui a constaté la pertinence de l'insertion par la création d'emploi aux quatre coins de la planète, s'intéresse à la question dans l'hexagone. « J'avais au départ envie de créer une boulangerie d'insertion, et j'avais identifié les Alpes-Maritimes comme un territoire porteur ». Elle se forme à la boulangerie mais le projet reste en suspens.

La Fondation Apprentis d'Auteuil la recrute en 2017 pour développer le mécénat et lever des fonds auprès des entreprises du département. « Notre mission, depuis plus de 155 ans, est d'accompagner et insérer les jeunes pour en faire des citoyens indépendants, libres. Lorsque nous les prenons en charge, la plupart ont en commun de manquer de confiance en eux. Nous leur apportons cette confiance, avec une approche bienveillante ».

For 17 years, Pauline Marteil worked for international organisations: "After my studies in Languages and Comparative Literature, I found a job in China as a French teacher. That's where I was first introduced to community work" she remembers. It was a world that appealed to her straight away: back in France, she studied towards a degree in international project management, and away she was: Sri Lanka, India, Nepal, Africa, Asia... A succession of missions and projects in support of homeless children or minorities struggling to integrate into society.
She returned to France in 2015... Pauline is convinced of the relevance of job creation for the purposes of integration, which is something she learnt from her experience working all over the world. She now wants to bring her skills to bear here in France. "Initially, I wanted to create a social integration bakery and I had identified the Alpes-Maritimes as a highly promising department in terms of my project". She started training as a baker, but then the project was put on hold.
The Apprentis d'Auteuil Foundation recruited her in 2017 to develop patronage and approach local companies to raise funds. "For more than 155 years, our mission has been to help youths integrate and allow them to become free and independent members of society. When we take them in, the most common issue is a lack of self-confidence. Through an approach based on kindness, we help them restore the self-confidence they are lacking."

« Tout jeune bien accompagné peut réussir »

Son ADN ? « L'opérationnel et la gestion de projets ». Un CV parfait pour diriger le pôle insertion de la Fondation dans le 06 et créer dans son giron la version maralpine de « l'Ouvre-Boîte », dispositif d'insertion né à Marseille, qui favorise la création d'entreprise auprès de jeunes isolés, motivés par l'entrepreneuriat mais ne disposant pas d'appui extérieur. « Alors que nous en sommes convaincus, tout jeune bien accompagné peut réussir ! » martèle Pauline qui en appelle aux entreprises du département pour mieux s'intéresser à ce vivier de compétences peu visible.

Tous ne sont finalement pas prêts à entreprendre mais 75 % parviennent à tester en conditions réelles leur entreprise à l'issue de ce mentorat. Depuis sa création en 2018, l'Ouvre-Boîte 06 a déjà accompagné 84 jeunes en 8 promotions.
D'autres projets de la Fondation sont plus courts, plus opérationnels et offrent de raccourcir le chemin vers l'emploi. Certains métiers en tension ne nécessitent pas forcément de formation longue. La motivation compte plus que le diplôme et quand les entreprises jouent le jeu, les initiatives émergent : « Polygone Riviera a par exemple mis à notre disposition une cellule de vente de plus de 300 m² pour former des jeunes au métier de vendeur en magasin, en lien entre autres avec les marques du centre commercial. Cela fonctionne très bien ! »

PARENTHÈSE

« Mon retour en France dans le Sud-Est me permet d'assouvir une passion que je me suis découverte à l'étranger : l'apnée. Avec l'autre activité que je pratique, la randonnée, je suis comblée ici ! »

"My return to the South-Eastern part of France allows me to pursue a passion I discovered abroad: freediving. I am also a keen hiker, so this is a perfect region for me! "

70
Salariés dans le 06

1000
Jeunes et familles accompagnés l'an dernier

4,5 M€
De budget annuel

Apprentis-auteuil.org
Ouvreboite.org

Given the right support, any youth can succeed

It's in her DNA: "running operations and managing projects ". With a CV that was perfect for the job at hand, she was put in charge of the Foundation in the Alpes-Maritimes department and was tasked with creating the local version of "Ouvre-Boîte", an integration structure created in Marseille, which focuses on entrepreneurship to help isolated and motivated youths who lack the proper support. "We are sure of one thing: given the right support, any youth can succeed!", Pauline is keen to remind local companies, introducing them to a pool of talent that too often remains under their radar.

Ultimately, not all participants are ready for the world of entrepreneurship, but at least 75% of them get the chance of testing, in real life and after a period of mentorship, their business ideas. Since its creation in 2018, Ouvre-Boîte 06 has already come in aid of 84 youths through 8 programmes.
Other projects managed by the Foundation are shorter, more operational, and designed to shorten the path towards employment. Some lines of work are facing shortages and don't necessarily require lengthy training. Motivation is worth more than a degree and when companies are willing, interesting initiatives can emerge. "Polygone Riviera, for example, has provided us with a 300m² sales unit where we can train youths to the intricacies of in-store selling. Among others, they are given the chance of working with the brands sold at the shopping centre. It works perfectly!"

2023 : APPRENEZ L'ANGLAIS
au sein de votre entreprise

Pour atteindre vos objectifs professionnels et vivre une année 2023 « fluently English* », découvrez la pédagogie différenciée d'English 4 French accessible en ligne via une classe virtuelle ou en présentiel au sein de votre entreprise.

« Que ce soit pour votre vie personnelle ou professionnelle, je suis convaincue que la maîtrise de l'anglais vous aidera à briser l'effet « plafond de verre » qui freine aujourd'hui le développement et l'évolution de votre activité. »
D'origine anglaise, issue du monde de l'enseignement et consciente des limites d'un système éducatif formaté pour tous, Janine Walter a créé English 4 French autour de la promesse d'un apprentissage différencié et adapté spécifiquement au profil de chaque individu.
Ainsi, qu'il soit visuel, auditif ou kinesthésique, chaque apprenant bénéficiera d'une formation en adéquation avec son profil d'apprentissage personnel.

C'est ici que résident l'ADN et la particularité des méthodes d'enseignement d'English 4 French d'après Janine Walter qui insiste également sur l'importance de la formation spécifique dont bénéficient l'ensemble de ses formateurs qui sont par ailleurs tous salariés de l'entreprise.

Vous souhaitez en savoir davantage sur la méthode unique et révolutionnaire d'English 4 French ? Téléchargez dès à présent la plaquette en scannant le QR code ci-contre ou en entrant l'URL suivant : **https://l.ead.me/brochureE4FOnline**

Janine Walter, fondatrice d'English 4 French

Téléchargez dès à présent la plaquette d'English 4 French

In order to achieve both your professional goals and English fluency in 2023, why not try out the differentiated English course provided by English 4 French? It is available online and can be delivered through in-person lessons at your company's facilities.

"Be it for your personal goals or your career, I am convinced that English fluency will help you break through the glass ceiling that too often hampers the development and growth of your business. "
Janine Walter is English and a former teacher. As such, she is all too aware of the limits of an education system formatted to suit all learners, which is why she created English 4 French, on the promise of differentiated learning that is adapted to the specific needs of each participant.
Learners are given lessons that match their personal learning profile, be it visual, auditory or kinaesthetic.

Therein lies the specificity of the teaching methods adopted by English 4 French. Janine Walter is known to insist on the importance of customising the courses given by all her teachers, who are also employed by her company.

Would you like to learn more about English 4 French's unique and frankly revolutionary method? Download the brochure by scanning the QR code opposite, or by typing the following URL address: ***https://l.ead.me/brochureE4FOnline***

Salle de formation en ligne

*couramment Anglais

Du sur mesure pour et au sein de votre entreprise

Parce qu'il est indispensable de connaître le vocabulaire spécifique au secteur d'activité de votre entreprise ou de votre métier, les équipes d'English 4 French prennent le temps d'analyser vos besoins professionnels et vos objectifs. Notre ambition est d'être en mesure de créer pour vous une formation personnalisée et spécifique taillée sur mesure pour répondre à vos besoins particuliers.
Notre domaine d'intervention concerne tous les secteurs d'activité et nous bénéficions d'ores et déjà d'une palette de formations couvrant des métiers aussi variés que : secteur immobilier, bancaire, tourisme, hôtellerie, industrie de la plaisance, IT, biotechnologies…

Il s'agit des business boosters E4F dont vous pouvez visualiser les programmes détaillés en scannant le QR code ci-dessous ou en entrant l'URL suivant : **https://qrco.de/brochureBBE4F**

Individualisées ou sous forme de groupes de 6 à 8 personnes, nos formations peuvent se dérouler en présentiel au sein des locaux de votre entreprise ou dans notre centre de formation English 4 French situé Route des Dolines en plein cœur du parc d'Activité de Sophia Antipolis. Vous pouvez également faire le choix d'une formation en ligne grâce à notre logiciel de classe virtuelle hyper interactif et toujours en présence d'un formateur.

Programmes détaillés des business boosters E4F

Salle de formation en présentiel

Customised learning for and within your company

It is essential to master the vocabulary specific to your company's line of work or business, which is why the English 4 French teaching teams take the time to analyse your professional needs and goals. Our ambition is to create tailormade courses that will meet your specific linguistic aspirations.
We specialise in all areas of work, and we offer a range of courses covering a variety of fields: real estate, banking, tourism, hotel industry, yachting, IT, biotechnologies...

*These are known as E4F boosters. You can learn more about the detailed programmes by scanning the QR code opposite or by typing the following URL address: **https://qrco.de/brochureBBE4F***

Courses are given individually or to groups of six to eight learners, in person at your company's facilities or in the English 4 French training centre on Route des Dolines, at the heart of Sophia Antipolis's activity park. You can also choose to follow courses online, always in the presence of a teacher, through our highly interactive virtual classroom software.

Entreprises de - de 50 salariés

Pensez à faire appel à votre OPCO pour financer la formation de vos salariés, et ainsi leur permettre d'atteindre vos objectifs professionnels.

Entreprises de + de 50 salariés

Pensez au CPF ou au co-financement avec le portail des employeurs (EDEF) en attribuant des droits de formation à vos salariés.

Afin d'obtenir plus de renseignements concernant le financement et la nature de nos formations, prenez dès à présent rendez-vous avec Corinne Fernandez notre spécialiste conseil en formation en scannant le QR code ci-contre ou en entrant l'URL suivant : **https://qrco.de/rdvE4F**

Prenez rendez-vous avec Corinne Fernandez notre spécialiste conseil en formation

Companies with less than 50 employees.

Remember to use your OPCO to finance the training of your employees, thus bringing them closer to your company's goals.

Companies with more than 50 employees.

The CPF can be useful in this case. You can also apply for co-financing through the employers' portal (EDEFF) by allocating training rights to your employees.

*For further information relating to financing solutions and the specific nature of our courses, book an appointment with Corrine Fernandez, our training consulting-specialist, by scanning the QR code opposite or by entering the following URL address: **https://qrco.de/rdvE4F***

4,95/5
moyenne sur Mon compte Formation

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTION DE FORMATION

Ils nous font confiance :

english 4 french
1360 Route des Dolines – B1 - Allée de la Nertière
06560 - Valbonne Sophia Antipolis
04 90 26 36 81 et 04 32 61 11 01 - www.english4french.online

IT, INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE & SCIENCES DU VIVANT

L'actu de l'innovation, des sciences et de la transformation digitale

NEWS IT

LES STARTUPS DU BIOMIMÉTISME lèvent 500 M€ en 10 ans

Une étude réalisée par l'agence Newcorp'Conseil, révélée à l'occasion du salon parisien Biomim'expo vient de montrer le grand intérêt des investisseurs pour les entreprises de la Biomim Deeptech (innovations bio-inspirées à impact). En y investissant **un demi-milliard d'euros dont 125 M€** de levées de fonds réalisées depuis 2020, ils démontrent toute l'attractivité du secteur.

70 structures d'investissement et d'accompagnement ont participé à ces opérations (dont BPI France avec des opérations pour un total de plus de 250 M€).

Le biomimétisme consiste à s'inspirer des propriétés essentielles d'un ou plusieurs systèmes biologiques, pour mettre au point des procédés et des organisations permettant un développement durable des sociétés.

Et parmi les 8 entreprises qui sont parvenues à lever entre 5 et 50 M€, on retrouve **Mycophyto** et ses champignons mycorhiziens, biostimulants naturels de plantes, biomim deeptech de Sophia Antipolis développée par Justine Lipuma : félicitations !

Justine Lipuma
Cofondatrice et présidente de Mycophyto

*Biomimicry startups raise €500 million in 10 years - A study carried out by the Newcorp'Conseil agency, revealed at the Parisian Biomim'expo fair, has just shown the great interest of investors for Biomim Deeptech companies (bio-inspired impact innovations). By investing **half a billion euros in it, including €125 million** in fundraising since 2020, they demonstrate the attractiveness of the sector. 70 investment and support structures participated in these operations (including BPI France with operations for a total of more than €250 million).*

Biomimicry consists of taking inspiration from the essential properties of one or more biological systems, to develop processes and organizations allowing the sustainable development of societies.

*And among the 8 companies that managed to raise between 5 and 50 M€, we find **Mycophyto** and its mycorrhizal fungi, natural plant biostimulants, deeptech biomim from Sophia Antipolis developed by Justine Lipuma: congratulations!*

> **www.mycophyto.fr**
> **www.newcorpconseil.fr**

ACADÉMIE DU MÉTAVERS : c'est ouvert !

Meta (maison-mère de Facebook, Instagram, WhatsApp et Messenger) vient de lancer à Nice l'Académie du métavers, une école gratuite et inclusive entièrement dédiée au métavers, en partenariat avec Simplon.co, entreprise sociale et solidaire de formation au numérique, la Métropole Nice-Côte d'Azur et la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Une initiative qui doit permettre de soutenir la création d'emplois et la formation aux nouveaux métiers liés au métavers dans la région Sud, qui dispose d'un écosystème numérique florissant.

Située au cœur du Centre Européen d'Entreprises et d'Innovation (CEEI) de Nice, plus importante pépinière de start-up azuréenne, l'Académie du métavers de Nice a ouvert ses portes le 5 décembre.

Une première promotion de 20 élèves

Les élèves bénéficieront d'une première phase de session de formation intensive individuelle de 3 à 4 mois, suivie d'une deuxième phase de 15 à 16 mois en alternance au sein d'entreprises locales partenaires de l'école. Une dizaine d'entre elles se sont déjà engagées à recruter un alternant à l'issue du programme de formation, parmi lesquelles Accenture, Virteem et Tequilarapido.

La formation sera dédiée à l'apprentissage du métier de concepteur développeur spécialisé en technologies immersives (réalité virtuelle, augmentée et mixte) et métavers, qui figure sur la liste des métiers émergents identifiés par France Compétences et considéré comme en tension sur le marché de l'emploi. Pour cette première promotion à Nice, une vingtaine d'élèves sont attendus. Après Nice et Marseille, de prochaines ouvertures sont prévues à Paris et Lyon dans les prochaines semaines. Au total, une centaine d'élèves participeront à cette première année pilote. D'autres villes et formations pourront suivre.

© Kevin Neister

» La formation sera dédiée à l'apprentissage du métier de concepteur développeur spécialisé en technologies immersives (réalité virtuelle, augmentée et mixte) et métavers, qui figure sur la liste des métiers émergents identifiés par France Compétences

© Kevin Neister

Meta (parent company of Facebook, Instagram, WhatsApp and Messenger) has just launched the Metaverse Academy in Nice, a free and inclusive school entirely dedicated to the metaverse, in partnership with Simplon.co, a social and solidarity-based digital training company, the Nice-Côte d'Azur Metropolis and the Provence-Alpes-Côte d'Azur Region. An initiative that should make it possible to support job creation and training in new professions linked to the metaverse in the South region, which has a flourishing digital ecosystem.

Located in the heart of the CEEI in Nice, the largest incubator for start-ups on the Côte d'Azur, the Académie du metaverse de Nice opened its doors on 5 December.

A first class of 20 students

Students will benefit from a first phase of an intensive individual training session of 3 to 4 months, followed by a second phase of 15 to 16 months in work-study programs within local partner companies of the school. A dozen of them have already committed to recruiting a work-study student at the end of the training program, including Accenture, Virteem and Tequilarapido. The training will be dedicated to learning the profession of designer developer specializing in immersive technologies (virtual, augmented and mixed reality) and metaverse, which is on the list of emerging professions identified by France Skills and considered to be in tension on the market. For this first class in Nice, around twenty students are expected. After Nice and Marseille, further openings are planned in Paris and Lyon in the coming weeks. A total of one hundred students will take part in this first pilot year. Other cities and formations may follow.

POUR VOYAGER durable et "safe"

Président d'Amadeus en France, leader mondial des solutions technologiques pour l'industrie du voyage, Denis Lacroix nous livre un état des lieux du marché et évoque les dernières innovations du fleuron technologique, premier employeur de la technopole.

For sustainable and safe travels - *As the head of the French operations of Amadeus - the world-leading provider of technological solutions for the travel industry - Denis Lacroix walks us through the market and tells us about the latest innovations of this technological flagship and biggest employer of the technopole.*

Amadeus fournit par ailleurs en technologie de pointe tous les acteurs de la chaîne de valeur du voyage et connecte l'ensemble de l'écosystème : compagnies aériennes, aéroports, agences de voyages, hôtels, compagnies ferroviaires... Plus de 4.000 de ses 4200 employés français se trouvent à Nice, principal centre de R&D du groupe, composé des campus de Sophia Antipolis et Villeneuve Loubet. « Nous venons d'ailleurs de célébrer l'extension de ce site, agrandi pour accueillir 750 postes de travail supplémentaires ; marquant plus encore notre ancrage régional. Depuis sa création, notre centre de R&D a toujours été le fer de lance du groupe, son centre névralgique. Amadeus et la technopole ont grandi ensemble : cet environnement innovant, très porteur, nous permet de monter des projets en partenariat avec d'autres grands groupes, établissements d'enseignement supérieur, startups et institutionnels. En 2022, nous avons recruté 400 personnes en France ».

> « Amadeus s'engage à aider le secteur du voyage à devenir plus résilient, plus agile et plus centré sur le voyageur. »

Résilience et adaptation aux exigences intersectorielles

Alors que le tourisme mondial reprend dans le sillage de la pandémie, l'incertitude demeure. Dans ce contexte, Amadeus s'engage à aider le secteur du voyage à devenir plus résilient, plus agile et plus centré sur le voyageur. « Car si la demande pour les voyages ne faiblit pas à long terme, les incertitudes obligent les entreprises du secteur à mieux s'adapter aux besoins et aux attentes des voyageurs, en leur proposant des expériences qui les inspirent et les rassurent ». Amadeus s'adapte et innove sans cesse : Traveler ID a été conçue pour numériser et vérifier les documents nécessaires pour voyager et a vérifié depuis l'été 2021 plus de 22 millions de documents de santé, proposant aux compagnies aériennes de faire de même pour les passeports, visas et autres formes d'identification. Pour les voyages d'affaires, par exemple, Amadeus a développé Cytric Easy avec son partenaire Microsoft, intégrant ses outils de réservation et de gestion de notes de frais à Microsoft 365. Les utilisateurs peuvent ainsi planifier et partager les détails de leurs voyages sans quitter leurs applications habituelles. La réservation d'un déplacement est dès lors plus rapide et plus facile.

Pour Denis Lacroix, le constat est clair : « Aujourd'hui plus que jamais, nous devons travailler avec l'ensemble des acteurs du secteur du voyage et au-delà pour renforcer notre résilience et répondre à des exigences intersectorielles telles que la sécurité des voyages, la durabilité et la croissance à long terme ».

PARENTHÈSE

Multi-passionné... « Le temps me manque pour pouvoir donner libre cours à toutes mes passions ! Je m'entretiens grâce à la course pied et au vélo, et suis fanatique de snowboard. Je bricole mes mini-ordinateurs Raspberry pour une domotique de pointe, surveille mes ruches et... essaie de maintenir en vol mes planeurs radiocommandés sur le plateau de Caussols ! »

A man with many passions... *"I don't have the time to enjoy my many passions! I keep fit with running and cycling, and I am crazy about snowboarding. I enjoy tinkering with my Raspberry minicomputers to install cutting-edge home automation systems, I look after my beehives, and I try to keep my radio-controlled gliders in the air above the Caussols plateau!"*

Amadeus

www.amadeus.com

Amadeus is also the purveyor of leading-edge technologies to all parties involved in the value chain of the travel industry, and connects all the ecosystem's stakeholders: airlines, airports, travel agencies, hotels, railway companies... Out of its 4'200 employees, 4000 work in Nice, which is the main R&D centre of the group, with campuses in Sophia Antipolis and Villeneuve Loubet. "We have recently celebrated the expansion of that site, which has grown to accommodate 750 additional workstations; this is further evidence of our strong presence in the region. Since its creation, our R&D centre has been the spearhead of our group, its nerve centre. Amadeus and the technopole have grown together: we have always found that this innovating environment is very promising, as it allows us to develop projects in partnership with other corporations, higher education establishments, start-up companies, and institutions. In 2022, we recruited 400 employees in France".

Resilience and adaptation to cross-sectoral requirements

At a time when global tourism is picking up in the wake of the pandemic, there is still a lot of uncertainty. In this context, Amadeus is committed to helping the travel industry become more resilient, more agile, and more focused on the traveller. "Although the demand for travel does not show any sign of faltering in the long run, there is still a lot of uncertainty that is forcing companies in this sector to better adapt to the needs and expectations of travellers, by proposing experiences that they will find inspiring and comforting". Amadeus is constantly adapting and innovating: Traveler ID was designed to digitalise and verify travel documents and has checked, since the summer of 2021, more than 22 million health documents; it is also offering the same service to airline companies for passports, travel visas, and other forms of identification. For business travels, for instance, Amadeus has developed Cytric Easy with its partner, Microsoft, which integrates booking and expense management tools into Microsoft 365. Users can schedule and share the details of their trips without having to quit their favourite apps. It makes travel bookings quicker and easier.

For Denis Lacroix, the conclusion is clear: "Now, more than ever, we must work with all the stakeholders of the travel industry, and beyond, in order to improve our resilience and meet various cross-sectoral requirements, such as travel safety, sustainability, and long-term growth".

DENIS LACROIX
AMADEUS

« Amadeus et la technopole ont grandi ensemble : cet environnement innovant, très porteur, nous permet de monter des projets en partenariat avec d'autres grands groupes, établissements d'enseignement supérieur, startups et institutionnels. »

BETTY SEROUSSI
TRAVEL PLANET

« Avoir fait la couverture de IN Magazine ? Indéniablement, cela nous a apporté une vraie visibilité et une très forte accélération de notre notoriété sur la Côte d'Azur ! »

A Sophia Antipolis, **TRAVEL PLANET** prend son envol

Il y a quelques mois, Betty Seroussi nous faisait découvrir l'étonnante aventure de Travel Planet, l'agence de voyage qui a opéré sa mue digitale en disruptant le monde du business travel en France et en Europe. Désormais totalement installé à Sophia Antipolis, l'éditeur de solution de mobilité fondé par Betty et son mari Tristan poursuit son développement tous azimuts.

In Sophia Antipolis, Travel Planet is taking off *- Some months ago, Betty Seroussi introduced us to the incredible adventure of Travel Planet, the travel agency that has completed its digital transformation and is now revolutionising the world of business travel in France and in Europe. Now fully installed in Sophia Antipolis, the mobility solution provider founded by Betty and her husband Tristan is continuing to grow in all directions.*

Avoir fait la couverture de IN Magazine ? « Indéniablement, cela nous a apporté une vraie visibilité et une très forte accélération de notre notoriété sur la Côte d'Azur ! Du tribunal de commerce au restaurant ou chez le coiffeur, j'ai été surprise que l'on me reconnaisse autant ! » assure Betty.

Parce qu'elle est aussi éditeur de solutions pour le voyage d'affaires, Travel Planet développe fortement ses outils en marque blanche : « Nous grandissons dans nos deux activités ; en tant qu'agence de voyage d'affaires pour les grands comptes azuréens et nationaux pour lesquels nous améliorons sans cesse notre plateforme, mais aussi en tant qu'éditeurs, comme nous avons su le faire avec la SNCF et ses 60.000 agences dans toute l'Europe » confirme Betty Seroussi.

Côté RH et pour ne pas subir les effets du turnover post-crise sanitaire, Betty et Tristan ont remis en place la « Travel Planet Academy » : un système de mentorat qui fonctionne dès l'embauche, avec un binôme constitué d'un ancien et du nouvel employé. Dans cette configuration, la période d'essai est consacrée à une pleine formation pour s'intégrer au mieux aux équipes. Et dans cet esprit de QVT, ceux qui ont suivi la migration de l'entreprise depuis Lille et Paris vers Sophia Antipolis, sont aidés dans leur installation pour que la transition se passe au mieux : aide à la recherche de logement, à l'intégration professionnelle des conjoints… Suivant ces dispositions, en fin d'année, l'effectif devrait atteindre 50 personnes installées dans la technopole.

Car les carnets de commande sont au beau fixe. L'entreprise devrait annoncer autour de 90 M€ de chiffre d'affaires, renouant avec ses volumes de 2019.

> « Nous grandissons dans nos deux activités ; en tant qu'agence de voyage d'affaires pour les grands comptes azuréens et nationaux, mais aussi en tant qu'éditeurs »

» PARENTHÈSE

Betty et Tristan préparent… « …une surprise très ambitieuse pour Travel Planet, dont vous devriez entendre parler dès le début de l'année prochaine ! »

Elle croit fermement… « …que quand vous allez bien, vous travaillez bien ! Alors nous misons beaucoup sur la qualité de vie au travail pour nos équipes, même si nous ne sommes pas forcément adeptes du télétravail »

Betty and Tristan are preparing… *"…an ambitious surprise for Travel Planet, which you will hear about as early as next year!"*

She firmly believes… *"…that when you feel well, you work well! We are investing a lot to ensure our teams can enjoy the best quality of life at work, even if we are not all specialists of teleworking"*

What did it mean to be on the cover of IN Magazine? "It certainly made us more visible and boosted our notoriety along the French Riviera! From commercial courts to restaurants and even at the hairdresser, I was amazed to be instantly recognised!" Betty tells us.

And as it is also a provider of business travel solutions, Travel Planet is significantly developing its white label offering: "We are growing in both our areas of activity: as a business travel agency for key accounts in the French Riviera and throughout the country, for whom we are constantly improving our platforms, but also as editors, as in the work we did for SNCF and its 60'000 agencies in Europe" Betty Seroussi confirms.

In terms of HR, and in order to alleviate the turnover effects in the wake of the health crisis, Betty and Tristan have launched the "Travel Planet Academy", a mentorship system that activates as soon as a new employee is hired, and whereby they're immediately paired with a more senior member of the company. With this configuration, the initial trial period is a time for training and to fully integrate in the team. And, in this spirit of quality of life at work, those who remained with the company after it relocated from Lille and Paris to Sophia Antipolis have received all the help they needed for a successful transition: help to find new accommodation, professional integration of their spouse… With these modalities, by the end of the year, the company should have 50 employees working in the technopole.
The order book is filling up at a healthy rate at the moment. The company is set to announce 90M€ in revenue this year, marking a return to its 2019 figures.

Travel Planet
Time to change

my-travelplanet.com

» En couverture de IN Magazine

› Découvrez l'article paru en avril 2022

CULTURE de changement

Avec leur culture d'ingénieurs et leur expérience des grandes ESN, Arnaud Geoffroy et Eric Solal fondaient engIT en avril 2017. Sur le papier : l'envie d'accélérer l'innovation IT et d'accompagner plus facilement la transformation digitale de leurs clients. L'important ? Le besoin client, car pour les deux amis, la technologie n'est qu'un accélérateur et pas une fin en soi. 5 ans après, engIT s'est fortement développée mais l'esprit de départ reste le même…

A culture of change *- Back in April 2017, Arnaud Geoffroy and Eric Solal, relying on their extensive experience in the world of large digital consultancy firms, founded engIT. In theory, engIT was meant to boost IT innovation and to help their clients take control of the digital transformation of their companies. But what was their main priority? For these two friends, who firmly believe that technology is an accelerator and not an end in itself, it was all about meeting their clients' needs. Now, five years later, engIT has grown considerably, but the spirit it was founded on remains the same…*

« EngIT présente quelques particularités qui font de nous une équipe un peu atypique », explique Eric Solal, son cofondateur. L'entreprise de 120 collaborateurs travaille à la fois sur le SI (Système d'Information) à 70 % et 30 % de son activité concerne l'informatique embarquée. Ses clients sont tout aussi bien des grands groupes français ou internationaux que des startups. Ce métier d'ESN « classique » représente 90 % de son chiffre d'affaires.
« A côté, notre activité de conseil auprès des directions générales ou des DSI nous amène à des audits de performance des DSI, ou à travailler sur des schémas directeurs, afin de définir comment l'informatique va pouvoir supporter les ambitions de l'entreprise ».

Changer, innover, pour ne pas se lasser

Avec le développement de sa clientèle, engIT a ouvert deux agences à Aix-en-Provence et Monaco et doit poursuivre sur cette lancée, à Toulouse et Paris courant 2023. « Cela correspond au 1er point de notre plan stratégique 2025, qui consiste à développer nos effectifs et à renforcer notre présence régionale pour atteindre 400 personnes en 2025 ». Aux autres chapitres de ce plan, le développement de nouvelles offres, de la formation (les consultants experts d'engIT sont aussi formateurs au sein de la engIT university, certifiée qualiopi, pour de la formation interne ou auprès de clients), une certification du programme RSE de l'entreprise et la mise en place d'une gouvernance qui permettra de piloter engIT sur tout le territoire français.

Mais pour Eric et Arnaud, ardents fanatiques d'innovation, engIT n'est pas qu'une simple et belle aventure entrepreneuriale : « Ce qui nous plait, c'est de remettre en cause ce que l'on fait, c'est de changer, de créer : c'est dans notre ADN… dès le début, nous avons créé notre « Startup Factory ». L'objectif était de lancer en interne, sur nos fonds propres, avec nos idées, 2 startups en 5 ans. C'est fait ! ». EverUp, outil digital pour interagir 365 jours par au sein de communautés professionnelles et Wellcov, courtier d'assurance digital destiné aux experts-comptables, composent déjà l'offre d'engIT, très prometteuse…
Un seul objectif reste immuable (tout au moins jusqu'en 2025 !) : devenir un acteur reconnu sur le marché de l'innovation et de la transformation digitale sur le territoire.

PARENTHÈSE

Arnaud adore…
… « Cuisiner de bons produits pour mes amis… J'aime la mer et le sud, et tout ça : ça ne changera pas ! »

Eric se passionne…
… « Pour autant de loisirs qu'il n'y a de week-ends dans l'année ! Pourquoi faire toujours la même chose ou partir toujours au même endroit en vacances !? »

Arnaud loves…
… "Preparing delicious meals for my friends… I love the sea and the South, and that will never change!"

Eric is passionate about…
… "Enjoying as many different leisure activities as there are weekends in a year! What is the point of always doing the same things or choosing the same holiday destinations!?"

En couverture de IN Magazine

» Découvrez l'article paru en décembre 2018

www.engit.com
04 22 46 16 80
Parc de Haute Technologie
694 Av. Maurice Donat - 06250 Mougins

"EngIT has its own peculiarities, and we are not your typical team", Eric Solal, the company's cofounder, tells us. The company and its 120 employees devote 70% of their time to working on Information Systems (IS), and the remaining 30% is invested in embedded computing. Their clients include big French and international corporations, as well as start-up companies. The "traditional" side of their digital consultancy work represents about 90% of the company's revenue. "In parallel, we provide consultancy services to executives and to IT managers; this has led us to conduct performance audits for them, or to develop blueprints to define how IT can be leveraged to serve the ambitions of their companies".

Change and innovation to combat boredom

In an effort to develop its customer base, engIT has opened two agencies in Aix-en-Provence and in Monaco, and is set to open two more, in Toulouse and Paris, in 2023. "This is the first phase of our 2025 strategic plan, which consists in growing our staff and bolstering our regional presence. Our goal is to reach 400 employees by 2025". This plan includes new offerings and training programmes (expert consultants of engIT are also instructors at the engIT university, a qualiopi-certified institute, and they provide internal training and give courses at their clients' facilities). The company is also working towards certification for its CSR programme and is planning to implement a governance body that will oversee engIT's operations throughout the country.

But, according to Eric and Arnaud, who are both incredibly enthusiastic about innovation, engIT is more than a great entrepreneurial adventure: "What we really enjoy is constantly questioning what we are doing, changing, and creating: it's part of our DNA, and since the very beginning we created our 'Start-up Factory'. The goal was to launch, internally, with our own capital and our own ideas, two start-up companies in five years. Mission accomplished!" EverUp, a digital platform used by professional communities to interact all year long, and Wellcov a digital insurance brokerage tool for chartered accountants, are now part of engIT's offering, which is a promising start…
Only one objective remains unchanged (at least until 2025!): becoming a recognised player in the innovation and digital transformation market throughout the territory.

ARNAUD **GEOFFROY** & ERIC **SOLAL**

ENGIT

> Ce qui nous plait, c'est de remettre en cause ce que l'on fait, c'est de changer, de créer : c'est dans notre ADN...

LAURENT DELANNOY
AVENCOD

« Il y a une meilleure prise de conscience de l'impact social des entreprises dans l'inclusion des personnes handicapées : « C'est une tendance de fond qui nous permet de nous développer et de proposer plus d'opportunités d'emplois »

CHAMPION de l'inclusion

Fondateur d'Avencod, Laurent Delannoy milite chaque jour pour une meilleure intégration des personnes handicapées dans le monde de l'entreprise. Nouveaux contrats, nouveaux projets : cette année, la croissance de l'ESN est toujours au rendez-vous, confirmant l'implication du chef d'entreprise dans la voie de l'inclusion.

The champion of inclusiveness *- As the founder of Avencod, Laurent Delannoy is constantly promoting the inclusion of disabled employees in the corporate world. New contracts, new projects: this year, the digital consultancy firm has continued to grow, and its many successes showcase its CEO's commitment to inclusiveness.*

En 2022, Avencod aura connu quelques grands événements qui consacrent une belle progression pour l'Entreprise Adaptée fondée par Laurent Delannoy et Laurence Vanbergue il y a déjà six ans. Cet ex-ingénieur informatique s'était donné pour mission avec sa compagne de faire de la différence de ses collaborateurs, des atouts pour ses clients. Les « Avencodeurs » (les Avengers du code !) sont en situation de handicap avec pour une grande partie d'entre eux, des personnes souffrant de troubles autistiques de type Asperger, reconnues particulièrement performantes dans le développement et le test informatiques.

« Nous avons déménagé pour intégrer des locaux que nous avons pu adapter pour nos équipes, avec une meilleure gestion de l'environnement acoustique et de l'éclairage ». L'année 2022 correspond aussi à la mise en place d'un plan stratégique qui passe notamment par la totale refonte de la communication de l'entreprise.

Et parce qu'Avencod a pour vocation première d'aider à l'inclusion des personnes en situation de handicap, l'entreprise met en place des CDD Tremplins, qui doivent permettre, à terme, d'intégrer les salariés de l'entreprise adaptée chez leurs clients. Dans le même temps, un nouveau partenariat a été signé avec Cap Gemini Engineering et le contrat de la CNAF qui portait sur l'audit d'accessibilité a été renouvelé. Les historiques Amadeus ou Thales conservent leur confiance à Avencod en développant leur activité, tandis qu'une nouvelle offre de qualification de données pour l'IA a vu le jour. Laurent constate une meilleure prise de conscience de l'impact social des entreprises dans l'inclusion des personnes handicapées : « C'est une tendance de fond qui nous permet de nous développer et de proposer plus d'opportunités d'emplois pour les personnes en situation de handicap » explique-t-il.

> « L'entreprise met en place des CDD Tremplins, qui doivent permettre, à terme, d'intégrer les salariés de l'entreprise adaptée chez leurs clients. »

Et de montrer, comme il l'espérait à ses débuts, que les consultants en situation de handicap et plus particulièrement les personnes autistes, peuvent répondre aux besoins numériques des entreprises, par des livrables de qualité et d'un contexte adapté ayant un impact social concret : ce que propose Avencod…

In 2022, Avencod participated in some major events that marked the astounding progression of this Adapted Company, founded six years ago by Laurent Delannoy and Laurence Vanbergue. This former IT engineer and his partner had decided that they could turn the differences of their employees into assets for their clients. Them "Avencoders" (Avengers of the code!) are disabled, and most of them suffer from Asperger-type autistic disorders, making them particularly well suited to develop-ing and testing IT systems.

"We moved to new facilities that were better adapted to our teams and that offered improved acoustics and lighting". In 2022, they also implemented a strategic plan that includes a total over-haul of the company's communication methods.

As Avencod's stated mission is to promote the inclusion of disabled workers, the company has initi-ated "springboard" fixed-term contracts that are designed to help employees of the adapted com-pany find work with its clients. In parallel, a new contract has been signed with Cap Gemini Engi-neering, and the CNAF contract for accessibility auditing has been renewed. Long-standing clients, such as Amadeus and Thales, have maintained their trust in Avencod and are developing their activ-ities, and a new offer relating to data qualification for AI has been made. Laurent feels that there has been increasing awareness among companies of the social impact of including disabled workers: "It's an emerging trend that is driving our growth and allowing us to offer more employment oppor-tunities to people with disabilities" he explains.

It is also about showing, which was his initial plan, that consultants with disabilities, and those with autism in particular, are perfectly able to meet the IT needs of the corporate world, and deliver high-quality work in an adapted context that has true social impact: that is precisely what Avencod is about...

PARENTHÈSE

Il aimerait bien… « …Avoir un peu plus de temps pour pouvoir faire plus de randonnées qu'actuellement, et découvrir les nouveaux paysages de notre belle région »

He would love… *"...To have a little more time to go trekking, and to discover the beautiful landscapes of our region"*

Un beau souvenir cette année « Nous avons gagné le prix RSE French Tech Côte d'Azur ! Une belle consécration avec un trophée qui nous a été remis sur l'île Sainte Marguerite : magique ! »

A great memory of this year *"We won the French Riviera Tech CSR award this year! It was a great accolade, and it was given to us on Île Sainte-Marguerite: a magical moment!"*

avencod

Qualité - Diversité - Inclusion

www.avencod.fr

DÉVELOPPEMENT digital

Hélène Doumerc, membre du comité exécutif et directrice du développement du Groupe SII, parcourt la France et le monde pour soutenir et accompagner les équipes vers un développement ambitieux et novateur des métiers d'ingénierie et de Conseil en technologies. Une énergie débordante et communicative au service d'une croissance qui s'envole encore cette année : + 26.8 % sur le premier semestre de l'exercice 2022-2023, et une performance internationale qui s'affirme en 2022.

Hélène Doumerc is a member of the executive committee and the head of development for SII Group. She travels France and the world, supporting the teams that drive the group's ambitious and innovating development plan focusing on engineering and technology consultancy services. She puts her infectious energy at the service of the group's growth, which is soaring this year, once again: +26.8% during the first semester of the 2022-2023 financial year, and outstanding international performance levels confirmed in 2022.

Le parcours d'Hélène Doumerc incarne toutes les vertus de la promotion interne en entreprise : entrée il y a 15 ans chez SII, à un poste de business manager pour une agence française, son ascension l'amène aujourd'hui à coordonner en France et à l'international le développement commercial de l'ESN fondée en France en 1979 par Bernard Huvé.
D'abord Global Account Manager sur le secteur Aerospace Defence, elle opère désormais pour le groupe depuis maintenant six ans.

« Je me déplace aujourd'hui deux à trois jours par semaine dans nos agences françaises et dans nos filiales internationales, en support au développement de nos clients stratégiques, issus des secteurs ASD (aéro, spatial, défense), Telecoms, Banque/Assurances et Energie ». Son rôle de Directrice du Développement l'amène avec son équipe, à la définition de la stratégie commerciale Grands Comptes, à la mise en place des différentes offres du groupe et à venir en soutien aux agences dans le développement de leur business, en phases d'avant-vente et d'appels d'offres. Dans son équipe, elle peut aussi compter sur le pôle Solutions et Innovations composé d'experts par secteurs (Data, IA, Tests Automation, APPS, Move to cloud) et d'autres qui pilotent aussi différents projets d'innovation dans 3 secteurs stratégiques (Transport du futur, Cybersecurity et Smart City).

A Sophia Antipolis, les #Fungénieurs de l'agence sont par exemple invités -tout comme leurs homologues de l'ensemble du groupe, à participer à des projets internes, comme ceux initiés par le nouveau pôle R&D Smart City structuré autour des enjeux liés au développement de nouveaux services pour une ville plus durable, efficace et utile à ses usagers.

Intelligence collective

Avec un background d'ingénieur d'affaires (elle est Titulaire d'un master d'ingénieur de l'ENSEEIHT de Toulouse et d'un master en management de l'innovation et de la technologie de la TBS Education), Hélène Doumerc cultive toujours un sain esprit de compétition : « L'une de mes premières satisfactions dans le travail est de gagner de nouveaux projets, mais celle-ci ne vaut que si c'est une victoire partagée ! Je reste convaincue que l'on ne peut gagner seul.e et que nos équipes pluridisciplinaires sont au cœur de cette dynamique de succès ».
En France comme dans l'un des 18 pays d'implantation du groupe, cette intelligence collective a toujours constitué un marqueur fort de SII. Qui se traduit notamment aujourd'hui par une forte croissance de son chiffre d'affaires. « Le monde poursuit sa digitalisation, ce qui explique aussi cette dynamique forte de reprise après-Covid. L'ensemble des secteurs d'activité a besoin de nos différents services : IT, Cloud, Data, Apps, ingénierie système et logiciel… ».

*Hélène Doumerc's career reflects the many advantages of internal corporate promotion: she started working for SII 15 years ago as a business manager for an agency in France. In her current position, she is in charge of coordinating, in France and abroad, the business development of the international digital consultancy firm, which was founded in France by Bernard Huvé, back in 1979.
Initially a Global Account Manager specialising in the Aerospace Defence industry, she has been operating in a managerial role for the group for six years now.*

"For two to three days per week I travel to our French agencies and international subsidiaries, helping out with the development plans of our strategic clients from the ASE (aeronautical, spatial, and defence), telecom, banking/insurance and energy industries". As Development Director, she and her team are tasked with defining the business strategy of key accounts, implementing the group's various offerings, and supporting the business development of its agencies, during the pre-sales and invitations to tender phases. In her team, she can also rely on the Solutions and Innovations Centre, which is made of experts working in different fields (data, AI, automation tests, Apps, move to cloud), and other experts who oversee different innovation projects in three strategic areas (transports of the future, cybersecurity, and smart cities). In Sophia Antipolis, the agency's #Fungénieurs (fungineers) are for example invited, along with their colleagues in every department of the group, to participate in internal projects, such as those initiated by the new Smart City R&D centre, which is structured around challenges relating to the development of new services for a city that is more sustainable, efficient, and useful to its users.

Collective intelligence

With a background in business engineering (she holds an engineering master's degree from the ENSEEIHT of Toulouse, and a master's degree in innovation and technology from the Toulon Business School), Hélène Doumerc is always driven by a healthy spirit of competition: "One of my greatest sources of satisfaction in my work is winning over new projects, but it's only worth something if it's a shared victory! I am convinced that we cannot win alone, and our multidisciplinary teams are central to this dynamic of success".

In France and in any one of the other 18 countries where the group is present, collective intelligence has always been one of SII's defining points. Today, it translates into the extraordinary growth of its revenue. "The world is continuing down the path of digitalisation, which also explains this strong dynamic in the wake of the COVID crisis. All areas of activity need our services: IT, Cloud, Data, Apps, system and software engineering…".

> Pour la 5ème année consécutive, SII France a obtenu le label Great Place To Work®. En 2022, il se positionne 3ème au classement des entreprises de « + de 2500 salariés » où il fait bon travailler.

» PARENTHÈSE

Baroudeuse « En parallèle de mes voyages pour SII, je suis passionnée par la découverte d'autres pays, d'autres cultures ! En mode « sac à dos », j'ai visité le Brésil et la Jordanie l'an dernier et prévois le Japon en 2023 : des voyages que j'organise toujours en famille avec mes enfants ».

An adventurer *"In addition to my travels with SII, I love discovering new countries and new cultures! In backpacker mode, I visited Brazil and Jordan, and I am planning on going to Japan in 2013: these trips always involve my family and children".*

www.sii-group.com

HÉLÈNE DOUMERC

SII

> Je reste convaincue que l'on ne peut gagner seul.e et que nos équipes pluridisciplinaires sont au cœur de cette dynamique de succès

PROFESSIONS LIBERALES, BANQUE, FINANCE, ASSURANCES & MUTUELLES

Retrouvez l'info des professionnels du droit et du chiffre & du conseil aux entreprises

NEWS

LA BLOCKCHAIN a son rendez-vous en 2023

Du 3 au 10 février 2023 aura lieu la première édition de l'International Blockchain Innov Week – évolution logique de l'International Blockchain Stampede – en association avec plusieurs hubs francophones et internationaux. Cet événement, qui aura lieu en physique et en distanciel sur quatre continents dont un dans le métavers, a pour objectif de définir, dans une approche collaborative, les contours d'un écosystème intégrant les technologies Blockchain – et ses usages. L'International Blockchain Innov Week s'articulera autour de cycles de conférences, de tables rondes, d'échanges et le lancement d'un Hackathon. L'événement sera animé par des intervenants passionnés par l'innovation, la Blockchain et le Web3, qui partageront leurs expertises et leurs réflexions. Un hackathon sera organisé du 3 au 10 février.

The Blockchain has its appointment in 2023 - From February 3 to 10, 2023, *the first edition of the International Blockchain Innov Week will take place – a logical evolution of the International Blockchain Stampede – in association with several French-speaking and international hubs. This event, which will take place in person and remotely on four continents, including one in the metaverse, aims to define, in a collaborative approach, the contours of an ecosystem integrating Blockchain technologies – and its uses. The International Blockchain Innov Week will revolve around cycles of conferences, round tables, exchanges, and the launch of a Hackathon. The event will be hosted by speakers passionate about innovation, Blockchain and Web3, who will share their expertise and thoughts. A hackathon will be organized from February 3 to 10.*

www.blockchaininnov.com

LA CROISSANCE des crédits aux TPE se maintient à 5,9 % sur un an

Fin septembre 2022, l'encours des crédits aux TPE atteint 385,3 milliards d'euros, en hausse de 5,9 % sur un an. Les crédits aux TPE continuent de progresser au troisième trimestre, à un rythme moins soutenu que le trimestre précédent. La Banque de France indique également que l'encours des crédits de trésorerie diminue à 45 milliards d'euros, après 47,7 milliards d'euros au second trimestre 2022. La croissance annuelle des crédits à l'équipement et immobiliers reste vive, à respectivement 5,4 % et 10,4 %, après + 5,4 % et + 10,1 %, au trimestre précédent.

Growth in loans to VSEs held steady at 5.9% over one year
At the end of September 2022, outstanding loans to VSEs reached €385.3 billion, up 5.9% year-on-year. Loans to VSEs continued to grow in the third quarter, at a slower pace than the previous quarter. The Banque de France also indicates that outstanding cash loans fell to 45 billion euros, after 47.7 billion euros in the second quarter of 2022. The annual growth in equipment and real estate loans remains strong, at respectively 5.4% and 10.4%, after + 5.4% and + 10.1%, in the previous quarter.

La CECAZ lance TERRITOIRE SANTÉ

La Caisse d'Epargne Côte d'Azur, banque coopérative régionale, soutient les filières porteuses azuréennes, en poursuivant depuis 2016 une approche innovante en créant des marques dédiées à ces leviers de croissance du territoire.

CECAZ launches "Territory Health" - *The Caisse d'Epargne Côte d'Azur, a regional cooperative bank, supports buoyant sectors on the Côte d'Azur, by pursuing an innovative approach since 2016 by creating brands dedicated to these levers of growth in the region.*

Sa dernière innovation : Territoire Santé, son expertise dédiée aux Professionnels de Santé des Alpes-Maritimes et du Var.

Territoire Santé s'adresse notamment à tous les acteurs de la santé répartis en 3 grands secteurs d'activité, **le sanitaire, le médico-social et la médecine de ville.** Seront donc concernés les acteurs « traditionnels » du secteur que sont les Centres Hospitaliers, les cliniques privées, les EHPADS, les médecins et chirurgiens spécialistes, les laboratoires ou encore les transports sanitaires….

Le champ d'action de cette expertise est également élargi aux entreprises dites « hors secteur », telles que celles ayant comme clients exclusifs des acteurs de la santé (exemple : une société d'édition de logiciels destinés aux hôpitaux…).
Concrètement, Territoire Santé regroupe **8 Chargés d'Affaires et un Directeur expérimentés** qui accompagneront les clients au sein des deux centres d'Affaires (à Nice et à Toulon). L'objectif : apporter aux clients de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur un accompagnement dédié grâce à une parfaite compréhension de leurs enjeux et de leurs attentes spécifiques.

Its latest innovation: Territoire Santé, its expertise dedicated to Healthcare Professionals in the Alpes-Maritimes and Var.
Territoire Santé is aimed in particular at all health players divided into 3 main sectors of activity, ***health, medico-social and city medicine.*** *The "traditional" players in the sector will therefore be concerned, such as hospitals, private clinics, nursing homes, specialist doctors and surgeons, laboratories, or even medical transport, etc. The scope of this expertise is also extended to socalled "non-sector" companies, such as those whose exclusive clients are healthcare players (example: a software publishing company intended for hospitals, etc.). Concretely, Territoire Santé brings together* ***8 experienced Account Managers and a Director*** *who will support customers in the two Business Centers (in Nice and Toulon). The objective: to provide Caisse d'Epargne Côte d'Azur customers with dedicated support thanks to a perfect understanding of their specific challenges and expectations.*

CAISSE D'EPARGNE Côte d'Azur | Territoire Santé

Accompagner l'économie locale et LES TRANSITIONS SOCIÉTALES

Claude Valade, président du Directoire de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur, nous rappelle comment « vous être utile », le slogan de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur, prend tout son sens avec la stratégie affinitaire et de proximité menée par la banque régionale.

Supporting the local economy and societal transitions *- Claude Valade, chairman of the board of directors of Caisse d'Epargne Côte d'Azur, reminds our readers of his establishment's slogan, "vous être utile" (being useful to you), and tells us that it makes a lot of sense considering the affinity- and proximity-based strategy deployed by the regional bank.*

Comment-voyez votre mission de banquier ?

Nous adressons 700.000 Clients sur notre territoire, constitué des Alpes-Maritimes, du Var et de Monaco. Notre mission est d'accompagner l'économie locale : les particuliers mais aussi les clientèles corporate dans une relation de partenariats et dans le but de leur être utile, ce qui prend tout son sens dans le contexte que nous traversons. En tant que banque coopérative régionale, pionnière sur les transitions sociétales, nous assurons une mission de service de proximité depuis plus de 200 ans grâce à notre réseau de 130 agences. En parallèle, nous investissons massivement dans le digital, pour répondre aux besoins « clés en main » de nos clients et continuons aussi d'investir dans le réseau physique : les deux sont complémentaires et apportent un niveau de satisfaction élevé. Il faut répondre à la demande du client, de manière omnicanale : physique ou digital.

Qu'est-ce qui vous différencie ?

Une démarche très affinitaire : regrouper dans une même structure, des compétences de banquiers et d'experts de l'écosystème qu'ils côtoient. Cette approche affinitaire, c'est notre marque de fabrique, à la Caisse d'Epargne Côte d'Azur. Depuis 2017, nous accompagnons les filières qui contribuent au rayonnement de notre territoire, à travers la création de structures et de marques dédiées : la viticulture avec Vitibanque, l'immobilier d'exception avec Luxury Properties, le nautisme avec Nautibanque, le tourisme avec Territoire Tourisme mais aussi la parfumerie et le sport. C'est une stratégie qui démontre sa pertinence avec des résultats très encourageants. Nous venons également de renforcer notre filière Premium afin de rester le partenaire de proximité de tous les investissements à visée patrimoniale.

A quels grands enjeux devez-vous répondre ?

Nous poursuivons notre accompagnement de sujets de société, comme la transition énergétique. Sur ce thème, nous remarquons une forte accélération depuis quelques mois avec des besoins d'investissement colossaux : notre rôle est d'accompagner le développement de notre territoire et donc les collectivités locales sur cette thématique.
Nos clients nous sollicitent également sur la dynamique d'épargne à adopter dans le cadre du « verdissement » de l'économie. Sur le financement « Green », les Caisses d'Épargne ont mis en place un fond de dettes de 1,5 milliard d'euros sur six ans, avec une participation de la CECAZ à hauteur de 100 M€. Ce fonds ENR a pour but d'accompagner le développement des énergies renouvelables et doit nous permettre de nous positionner comme tiers de confiance dans l'aide à la transition énergétique de nos clients.

En interne, nous réduisons fortement notre empreinte carbone. D'ici fin 2024, notre objectif est de ne plus avoir d'étiquette énergétique F et G sur nos 150 sites. Nous travaillons sur la mobilité en réduisant nos déplacements et nous nous inscrivons dans le plan de sobriété national de -10 % de notre consommation énergétique. Cela passe par exemple par la limitation de la température de chauffage dans l'ensemble des locaux, le regroupement de collaborateurs sur un même site en période de faible affluence et l'extinction de 100 % de nos enseignes lumineuses, en cours de déploiement.

EN CHIFFRES

100 M€
Le fonds ENR de la CECAZ pour développer les énergies renouvelables

130
Agences sur les Alpes-Maritimes, le Var et Monaco

700.000
Clients

CAISSE D'EPARGNE Côte d'Azur

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

How do you view your mission as a banker?

We serve 700'000 clients throughout our territory, which includes the Alpes-Maritimes and the Var departments, as well as Monaco. Our mission is to support the local economy: we serve private and corporate clients in a partnership-style relation where our first aim is to be useful to them. It is a strategy that makes a lot of sense in our current context. As a regional cooperative bank, with a history of being the pioneer of societal transitions, we have been providing a proximity service for more than 200 years through our network of 130 agencies. In parallel, we are investing massively in digital technologies, to meet our clients' demand for turnkey solutions, and we continue to invest in our physical network: these two aspects are complementary and translate into high levels of customer satisfaction. We have to meet our customer's needs through both physical and digital channels.

What makes you stand out?

Our affinity-based approach: within the same structure, we try to pool the skills of bankers and experts of the ecosystem that they serve. This affinity-based approach is our trademark at Caisse d'Epargne Côte d'Azur. Since 2017, we have been working with industries that contribute to our territory's growth, through the creation of dedicated structures and brands: Vitibanque serves the wine industry, Luxury Properties is for high-end real estate, Nautibanque supports the nautical industry, and Territoire Tourisme is there to help the tourism industry, as well as the perfume business and sports. Our strategy has proved to be relevant and shows highly encouraging results. We have recently also reinforced our Premium business line, to ensure we remain a close partner for all your patrimonial investments.

What great challenges are you facing?

We are continuing to provide our support on the issues facing society as a whole, such as the energy transition. On this subject in particular, we have noticed a strong acceleration, these past months, translating into colossal investment needs, and our role is to accompany and support the development of our territory, and therefore of local communities, on this very issue.
Our clients also come to us to enquire about their savings, and what strategy is the soundest in the context of creating a greener economy. On the topic of "green financing", the Caisses d'Epargnes have created a debt fund of 1.5 billion euros over six years, in which CECAZ is participating to the tune of 100M€. This ENR fund is designed to support the development of renewable energies and must allow us to position ourselves as a trusted third party helping our clients successfully manage their energy transition.

Internally, we are significantly reducing our carbon footprint. By the end of 2024, our goal is to eliminate all F or G labels from our 150 sites. We are working on mobility by reducing our commuting and we adhere to the national sobriety plan aiming at reducing our energy consumption by 10%. For this purpose, we are currently lowering the heating temperature throughout our facilities, grouping our employees in a single site during off-peak periods, and turning off all of our luminous signposts.

CLAUDE VALADE

CAISSE D'EPARGNE CÔTE D'AZUR

« En tant que banque coopérative régionale, pionnière sur les transitions sociétales, nous assurons une mission de service de proximité depuis plus de 200 ans grâce à notre réseau de 130 agences »

H-MICHEL DAU

DIRECTEUR GENERAL
ARAPL2CA

> “Avec 3500 créations d'entreprises individuelles par jour sous le régime de la micro-entreprise, nous avons un rôle majeur d'acculturation de ces nouveaux entrepreneurs et de préparation pertinente à l'entrepreneuriat.”

Plus proche de TOUS LES ENTREPRENEURS

Toujours en proximité avec les chefs d'entreprises, l'ARAPL2CA va décupler ses services en 2023. H-Michel Dau, son directeur général, fait le point sur les nouveautés de l'organisme partenaire des professions libérales, des indépendants et commerçants.

Always closer to entrepreneurs *- Continuing to work closely with CEOs, the ARAPL2CA is set to increase its services tenfold in 2023. H-Michel Dau, its director, takes us through the new services offered by his organisation that supports liberal professions, freelancers and business owners.*

Il y a deux ans, vous faisiez la Une de IN Magazine : quel a été l'impact de vous retrouver en couverture ?

Cela m'a permis de gagner en notoriété et d'être mieux identifié de mon entourage professionnel, mais pas que… J'ai en effet été reconnu lors d'une visite dans une concession automobile et dans plusieurs entreprises recevant le magazine !
Hélas, la COVID-19 nous a coupé dans ce nouvel élan pour pouvoir pleinement capitaliser sur les effets de cette une mais nous avons quand même pu faire passer de beaux messages, l'essentiel de notre philosophie et notre totale proximité avec le chef d'entreprise.

Quels ont été les grands moments vécus par l'ARAPL2CA cette année ?

Nous avons refondu notre communication externe et renforcé notre partenariat naturel avec les experts-comptables. Nos actions d'accompagnement et de soutien au chef d'entreprise ont servi de modèle à suivre sur l'ensemble du territoire. Il en résulte une convention partenariale avec l'UAE (Union des auto-entrepreneurs) et la mise en place de synergies fortes, avec l'ORIFF-PL région sud et l'UNAPL pour proposer tout un parcours de création aux porteurs de projet et une étude de marché adaptée, ainsi qu'aux professionnels libéraux qui ont besoin d'étoffer leurs pratiques entrepreneuriales et acquérir les bases incontournables du statut de chef d'entreprise. Par ce regroupement, nous créons dès janvier, la Maison des Professions libérales. Ce guichet d'accompagnement permettra à tout entrepreneur libéral d'aller à notre rencontre, dès l'idée-projet jusqu'à l'immatriculation, puis tout au long de son aventure professionnelle. Cette année fut également constructive avec l'appui d'un cabinet spécialisé en affaires publiques qui a su mettre en exergue nos points forts et la légitimité de nos actions auprès des pouvoirs publics.

Que peuvent attendre les professions libérales, artisans et commerçants des actions de l'ARAPL cette année ?

Nous serons toujours aussi attentifs, à l'écoute et aux côtés des professionnels. La Maison des professions libérales pourra accompagner les créateurs et les aider favorablement dans les démarches à accomplir.
Nous allons également renforcer nos offres de formation en digitalisation et proposer une prestation packagée dédiée aux auto-entrepreneurs. Avec 3500 créations d'entreprises individuelles par jour sous le régime de la micro-entreprise, nous avons un rôle majeur d'acculturation de ces nouveaux entrepreneurs et de préparation pertinente à l'entrepreneuriat. Nous nous engageons également dans une labellisation de la micro-entreprise. Facturation électronique, sécurisation fiscale, formations multi-domaines, tarifs négociés d'un comité d'entreprise, complémentarité avec l'expert-comptable… Nous persévérons dans notre logique d'offrir aux chefs d'entreprise cette capacité d'être bien entourés et de dormir tranquille, à un coût plus que modique !

Parallèlement, l'ARAPL2CA propose l'Examen de Conformité Fiscale (ECF). Souscrit volontairement, il représente une sécurisation accrue, sorte de labellisation fiscale, soulignant la volonté de transparence du professionnel libéral aux yeux de l'Etat. En 2023, les adhérents disposeront de notre nouvelle application smartphone qui leur permettra d'être toujours bien informé et de conserver avec nous le lien en temps réel.

Two years ago, you were on the cover of IN Magazine. What impact did that have?

It allowed me to increase my notoriety and to gain increased recognition among my peers, but not only... I was also recognised when I visited a car dealership and in other companies that subscribe to the magazine!
Sadly, this impetus was cut short by COVID-19, and I wasn't able to fully capitalise on the effects of featuring on the magazine's cover, but we managed to get important messages across, namely our general philosophy and our absolute proximity to corporate leaders.

What were this year's highlights for ARAPL2CA?

We have reworked our external communication strategy and reinforced our natural partnership with chartered accountants. Our work in support of business leaders has served as a model that is followed throughout the territory. As a result, a partnership agreement has been established with the UAE (union of self-employed professionals), and we have been able to implement strong synergies, with the ORIFF-PR for the southern region and with UNAPL; this has led to a business creation process intended for those who have a project and to an adapted market study for those working in liberal professions who need to bolster their entrepreneurial practices and acquire the essential basics that come with the status of CEO. Thanks to this partnership, in January we will be creating the Maison des Professions libérales (House of Liberal Professions). Essentially, it is a support desk that will enable all entrepreneurs to come to us with a project idea. We offer support from the initial registration of their business all the way through their professional adventure. This year was also very productive as we received the support of a firm specialising in public affairs that was able to promote our assets and the legitimacy of our actions undertaken with public authorities.

What can professionals, craftspeople and business owners expect from ARAPL this year?

We will be even more attentive and supportive of professionals. The House of Liberal Professions will serve as a tool to support business creators and help them navigate various administrative intricacies.
We will also be strengthening our digitalisation training courses and implement a packaged service for self-employed professionals. With nearly 3'500 new businesses created every day under the self-employment status, we have a major role to play in training these new entrepreneurs and preparing them for what lies ahead. We are also working towards a self-employment certification process. Electronic invoicing, tax security, multi-discipline training, negotiated rates of a corporate committee, partnerships with chartered accountants... We will pursue our work, which consists in offering CEOs the possibility of being properly surrounded, and achieving peace of mind, for a very reasonable price.

In parallel, the ARAPL2CA proposes the Tax Compliance Exam. It is a voluntary process that affords increased security. It is a tax certification of sorts, underscoring the transparency that self-employed entrepreneurs aspire to. In 2023, our members will have a new app on their phones that will keep them up to date and allow them to contact us in real time.

PARENTHÈSE

Passionné de sports mécaniques…

…et pilote amateur à ses heures, H-Michel Dau aurait aussi pu devenir professionnel de ski. Une passion qu'il vit toujours intensément, en amateur quand il le peut, dès les premières neiges de décembre !

Passionate about mechanical sports…

…and an amateur pilote. H-Michel Dau could also have become a professional skier. He continues to pursue this particular passion, with the first December snowfall!

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

En couverture de IN Magazine

› Découvrez l'article paru en décembre 2019

DES CHIFFRES
et des mots

« Nous n'avons pas choisi notre base-line par hasard : un expert-comptable qui explique, ça compte ! ». Gilles Perez, dirigeant et associé d'AGECO Cannes, n'est jamais avare, ni d'un conseil, ni d'un bon mot ! Passionné par son métier, ce niçois d'adoption depuis 15 ans (ex-Parisien en manque de soleil !) a racheté deux cabinets d'expertise comptable en s'installant sur la Côte d'Azur en 2007.

Words and figures *- "We didn't choose our baseline randomly: a chartered accountant who can explain, that has to count for something!" Gilles Perez, CEO and partner of AGECO Cannes, is not stingy with his advice, nor with his jokes for that matter! He is also passionate about his job. He moved from Paris to Nice some 15 years ago (he missed the sun!), and in 2007 he relocated to the French Riviera where he acquired two firms of chartered accountants.*

Aujourd'hui, avec 27 collaborateurs, AGECO Cannes développe ses outils de communication, avec l'ambition de faire de la pédagogie auprès de tous ses clients et rester avec eux dans une dynamique gagnant-gagnant : « nous proposons des tutoriels, des vidéos, pour expliquer au maximum, je crois que notre travail consiste avant toute chose à faire comprendre les enjeux, les solutions et au final apporter une vraie valeur ajoutée », affirme Gilles Perez.

D'où l'intérêt d'auditer avec soin, d'analyser pour comprendre, de disséquer l'activité de ses clients et ainsi de les aider à maximiser leur profit tout en minimisant leurs impôts dans le respect scrupuleux des règles légales.

Bien sûr, Gilles a aussi ressenti les secousses liées à la crise sanitaire, au recrutement, à l'engagement. Il en a conçu une ambitieuse stratégie de développement. Coaching d'entreprise, formation et montée en compétence des collaborateurs, modernisation des outils numériques et renforcement du suivi des clients premium : la dynamique est enclenchée pour fidéliser et conquérir de nouveaux clients, en travaillant dans une ambiance que Gilles veut désormais exceptionnelle.

Se tromper ? Pas si grave…

Un prospect le rencontre dans le cadre d'une banale problématique d'impôt foncier ? Il ressort une heure plus tard avec des projets de développement pour son entreprise… Gilles est comme ça : pa-ssio-nné ! « …Passionné par les entrepreneurs, leur vie est aussi intéressante que celle des conseillers que nous sommes ! » Quitte à rejoindre leur grande famille en lançant prochainement sa boite, un projet qu'il mûrit et pour lequel il apprend à pitcher devant des business angels et dévore les ouvrages de développement personnel ou les conférences TeD : « Mon discours a changé auprès des dirigeants. Loin du « Yakafokon », je n'hésite pas à leur dire que, oui, ils vont peut-être se tromper, mais que ce n'est pas très grave. Bien souvent, la pire décision reste de… ne pas en prendre ! »

> « Je crois que notre travail consiste avant toute chose à faire comprendre les enjeux, les solutions et au final apporter une vraie valeur ajoutée »

Pour conclure, en expert-comptable qui se respecte, Gilles Perez aime tout de même à rappeler que « C'est au poker que l'on paie pour voir les cartes. L'aventure entrepreneuriale est tout sauf une partie de hasard. On a les outils pour analyser, prévoir et… donc se tromper le moins possible ! ». L'erreur serait peut-être… de passer à côté d'AGECO Cannes, ses chiffres et ses bons mots !

Now, with 27 employees, AGECO Cannes is developing its communication tools, and pursuing its efforts to educate all of its clients, by engaging them in a win-win dynamic: "we offer tutorials and videos, so that we can explain as much as we can. I'm convinced that our mission is to help people understand what is at stake, provide them with solutions, and ultimately, offer actual added value", Gilles Perez tells us.

That is why it is so important to conduct careful audits, to analyse and properly understand, to dissect his clients' areas of activity, and to help them maximise their revenue while minimising their taxes, in strict compliance with the law, of course.

Obviously, Gilles also felt the consequences of the health crisis, in particular in terms of recruitment and commitment. In the wake of the crisis, he prepared an ambitious development strategy. Corporate coaching, employee training and skills improvement, modernising the company's digital tools, and reinforced monitoring of their key accounts: a plan has been initiated to build loyalty among existing clients and to find new ones. Gilles also wants to establish an exceptional work environment.

Getting it wrong? Not such a big deal...

He meets a potential client to discuss a rather trivial property tax issue… One hour later, he has a confirmed client with an ambitious project to develop their company... That is just the way Gilles is: passionate! "Passionate about entrepreneurs, their lives are as interesting as ours, their advisors!" Besides, he is set on joining their great family by starting his own business, a project that he has been pondering for some time. He is learning how to pitch his idea to business angels, he is an avid reader of personal development books, and a huge follower of TED talks: "My arguments to CEOs have changed over time. Instead of giving them the "simply do this and do that" type of advice, I don't hesitate to tell them that they might get it wrong, and that it's not such a big deal. Often, the worst decision is not to make a one!"

In conclusion, as a self-respecting chartered-accountant, Gilles Perez is keen to remind us that "It's only in poker that players pay to see your cards. The entrepreneurial adventure is anything but a game of chance. We have the tools to analyse, to foresee, and... therefore to avoid getting it wrong!" The greatest mistake might well be to overlook AGECO Cannes, its figures, and its witticisms.

PARENTHÈSE

Il le pense : « 30 % de passionnant dans ta semaine ? C'est largement suffisant pour oublier les 70 % restants ! »

En projet : Ouvrir un cabinet à Nice - Renforcer sa chaine YouTube AGECO CANNES - Monter sa startup - Continuer ses cours d'anglais

He believes *: "30% of your week is interesting? That is more than enough to get by for the remaining 70%!"*

A project *: Opening a firm in Nice - Bolstering his AGECO CANNES YouTube channel - Creating his start-up company - Pursuing his learning of English*

04 93 45 98 98
www.ageco-ec.fr
116 Boulevard Carnot
Le Durango - 06110 Le Cannet

GILLES PEREZ
AGECO CANNES

« C'est au poker que l'on paie pour voir les cartes. L'aventure entrepreneuriale est tout sauf une partie de hasard. On a les outils pour analyser, prévoir et... donc se tromper le moins possible ! »

LAURENT BOURRELLY
GROUPE BTF

« Notre carte permet d'accéder aux stations-service mais aussi à une centaine de stations à hydrogène et bientôt à des milliers de bornes de recharge électrique en France ! »

La recette BTF : DES ÉCONOMIES pour les entreprises & les salariés !

En créant BTF il y a plus de 15 ans, Laurent Bourrelly proposait déjà aux PME de faire des économies sur leurs factures. En 2021, il faisait la couverture de IN Magazine avec ses cartes carburant pour les pros, sa centrale d'achat à tarifs préférentiels pour les entreprises, ses remises sur les dépenses du quotidien, les loisirs pour les gérants et employés : autant de solutions pour gagner en pouvoir d'achat qui ont aujourd'hui le vent en poupe dans ce contexte de crise.

The BTF recipe: savings for companies and their employees! *- When he created BTF more than 15 years ago, Laurent Bourrelly's plan was to help small to medium-sized companies make savings on their bills. In 2021, he featured on the cover of IN Magazine to promote his fuel cards for professionals, his preferential rates centre for companies, his discounts on daily expenses, and his leisure activities for managers and employees. In the current context, marred by the crisis, all these solutions designed to increase purchasing power have wind in their sails.*

En patron philosophe, Laurent sait bien que la question des économies passe avant tout par celle de la sobriété : « Consommez moins, mais surtout, consommez mieux » pourrait être son credo. Atypique, il détonne un peu dans le microcosme du patronat azuréen. Peut-être parce que son positionnement peut paraître à première vue paradoxal. S'il est très concerné par les questions de transition énergétique, l'un des business model de BTF (« pour Baissez Toutes vos Factures ») passe par l'achat en gros de volumes de carburants aux pétroliers pour faire chuter l'addition de ses clients consommateurs. Il sourit : « Cela ne nous empêche pas de penser que la meilleure solution pour réduire vos coûts et limiter votre impact sur l'environnement, c'est d'optimiser vos trajets voire de les réduire. Nous savons aussi qu'il n'y a pas de bonne solution : électrique, hydrogène, biocarburants… La vraie réponse passe par un mix de l'ensemble de ces solutions. »

Offre multi-enseignes et multi-énergies

C'est cette réflexion qui l'a d'ailleurs conduit à proposer aux 18 000 porteurs de la Carte Carburant BTF multi-enseignes une offre multi-énergies : « Notre carte permet d'accéder aux stations-service mais aussi à une centaine de stations à hydrogène et bientôt à des milliers de bornes de recharge électrique en France ! » il est donc possible de faire des économies grâce à la simplicité de la carte et aux remises auxquelles elle donne accès tout en réduisant son impact environnemental.

BTF ne se contente pas de proposer aux entreprises de faire des économies. Avec REDUCBOX, sa plateforme avantages et loisirs, les gérants et leurs salariés profitent de remises au quotidien sur plus de 150 000 offres de loisirs, grande distribution maison, bricolage, mode, beauté… Les remises vont jusqu'à – 60 % !

Tout le monde y gagne : les salariés comme l'entreprise, qui augmente le pouvoir d'achat de ses employés, les fidélise et peut même les récompenser en leur versant des e-cartes cadeaux et subventions avec une fiscalité avantageuse.

Laurent Bourrelly compte aujourd'hui plus de 4000 entreprises et plus de 10 000 indépendants clients de REDUCBOX. En ces temps de baisse de pouvoir d'achat et de difficultés de recrutement, la période est très propice à son développement (l'appli mobile REDUCBOX sortira fin 2023) et les solutions BTF sont plus que jamais appréciées par les entreprises comme par les salariés.

GROUPE BTF

REDUCBOX
Accélérateur de bons plans

www.carte-carburant-btf.fr
https://reducbox.com/

» PARENTHÈSE

Laurent fait aussi des économies de carburant… mais pas d'humour : « pendant la période de grève des raffineries, j'ai fait plus de la moitié de mes trajets domicile-travail à vélo ou en courant : il fallait bien garder de l'essence pour mes clients ! »

Laurent is also making savings on fuel… *but not on humour: "during the oil refinery strikes, I cycled or ran to and from work: I had to save fuel for my clients!"*

» En couverture de IN Magazine

» Découvrez l'article paru en avril 2021

As a philosophical boss, Laurent realises that, ultimately, savings come down to sobriety: his motto could easily be "Consume less, but more importantly, consume smart". He is a rather unusual leader, who stands out among his fellow CEOs of the French Riviera. It may have something to do with his positioning, which seems quite paradoxical at first glance. Although he is very involved with energy transition issues, one of the business models of BTF (which stands for "Baissez Toutes vos Factures" or "Lower All Your Bills") is based on the bulk purchase of fuel from oil producers to cut costs for his clients. He smiles: "However, we are convinced that the best solution to reduce your costs and limit your environmental impact resides in optimising, and even reducing, your driving habits. We also know that there is no perfect solution: electric, hydrogen, biofuels… The answer lies in a combination of these solutions."

Multi-brand and multi-energy offering

It is precisely this way of thinking that led him to come up with a multi-energy offering for the 18'000 holders of the multi-brand BTF fuel card: "Our card provides access to petrol stations, but also to around hundred hydrogen stations, and soon to thousands of charging terminals throughout France!" and it is therefore possible to make savings thanks to the simplicity of the card and the discounts it affords, while also reducing one's environmental impact.

BTF does more than help companies make savings. With REDUCBOX, its advantages and leisure activities platform, managers and their employees enjoy daily discounts of up to 60% on more than 150'000 leisure activities, household products, tools, cosmetics, fashion accessories, and more! There is something in it for everyone: employees and the company, as it increases the purchasing power of its staff, thereby building loyalty among its workers. Companies can also reward their employees by offering them gift ecards and other subsidies, while also enjoying certain tax reductions.

Laurent Bourrelly now has more than 4'000 companies and 10'000 members who are clients of REDUCBOX. At a time when our purchasing power is taking a hit and shortages are affecting the labour market, the timing is perfect for its development (the REDUCBOX app will be launched at the end of 2023), and the solutions offered by BTF are now more than ever appreciated by companies and their employees.

DE LA CONSTANCE du changement

En 2020, Didier Delangue fêtait les 20 ans de la création de son entreprise ASD, en faisant la couverture de IN Magazine. Un symbole de pérennité fort pour une activité dont la vocation est pourtant de sans cesse se réinventer, au fil des évolutions réglementaires que connaissent les échanges internationaux. Dans ce contexte de globalisation bouleversée, Didier Delangue le sait bien, chez ASD, il n'y a qu'une seule constance : le changement !

***Consistency in change** - In 2020, Didier Delangue featured on the cover of IN Magazine as he celebrated the 20th anniversary of ASD, the company he created. This event symbolised the company's sustainability in a line of business that is constantly evolving, having to adapt to the frequent regulatory changes of international trade. As global commerce is thrown into turmoil, Didier Delangue is sure of one thing: at ASD, the only constant is change!*

A sa création comme aujourd'hui encore, l'ambition d'ASD était de simplifier le développement international de ses entreprises clientes. Née dans le contexte d'ouverture des frontières et de libéralisation des échanges, l'entreprise fondée par Didier Delangue est assez vite devenue experte des solutions douanières, fiscales, sociales.

Dernièrement, ASD a dû faire face à plusieurs réformes, certaines décidées en dernier recours quand d'autres se faisaient attendre plusieurs semestres… Le E-commerce, la réglementation sociale ont bousculé son activité. Ajoutons à cela le ralentissement du trafic international et la hausse des coûts d'approvisionnement qui ont fait diminuer son activité de représentation fiscale. A l'inverse, l'accent est mis sur la partie Douane qui évolue, notamment dans le contexte post-Brexit.

Saved by the Brexit

Car la clef du succès d'ASD, c'est sa capacité à anticiper le changement. « Je crois que c'est Charles Darwin qui a dit que `Les espèces qui survivent ne sont pas les plus fortes, ni les plus intelligentes, mais celles qui s'adaptent le mieux aux changements': c'est exactement ce qui se passe aujourd'hui ! » sourit Didier Delangue. Ainsi, plusieurs mois durant, ASD avait préparé ses équipes au Brexit. A tel point qu'aujourd'hui, cet investissement paie : les formalités douanières représentent plus de 50 % de l'activité qui s'est recentrée sur l'Europe. Objectif : faciliter encore les échanges de ses clients dans le cadre du Brexit.
Prochaine étape ? Une nouvelle application à développer pour encore faire gagner du temps à ses clients entre la France et le Royaume-Uni.
Et continuer de changer pour toujours plus leur faciliter le travail…

» PARENTHÈSE

Nul n'est prophète en son pays…
…ASD, connue à l'international, ne l'était pas pour autant sur la Côte d'Azur. Sa notoriété s'est notamment accrue avec la couverture de IN Magazine et les nombreuses parutions dans notre publication.

Retraité…
« J'ai pris ma retraite en juillet… Mais je suis toujours au bureau ! » sourit Didier Delangue. Passionné, le fondateur d'ASD ne peut se résigner à ne s'occuper que de son jardin ou à faire plus d'Aïkido qu'il n'en pratique déjà : 6 heures par semaine ! « J'ai besoin de m'informer en permanence des dernières évolutions du métier, même si mon rôle est moins opérationnel qu'auparavant, avec la constitution d'équipes structurées qui font évoluer ASD ».

No one is a prophet in his own country…
ASD, known internationally, was not so far on the Côte d'Azur. Its notoriety has notably increased with the cover of IN Magazine and the numerous publications in our publication.

***Retirement…** "I retired in July… But I'm still in the office! smiles Didier Delangue. Passionate, the founder of ASD cannot resign himself to taking care only of his garden or to doing more Aikido than he already practices: 6 hours a week! 'I need to be constantly informed of the latest developments in the profession, even if my role is less operational than before, with the constitution of structured teams that help ASD evolve'.*

From the day it was founded, ASD's goal has always been to help its client companies establish an international presence. The company created by Didier Delangue was born in a context of open borders and free trade, and it quickly specialised in providing customs, tax, and social solutions.

But, in recent times, ASD has had to adapt to various reforms, some of which were decided as a last-minute resort, and others that had been in the works for many months… Furthermore, e-commerce and social security rules have wrought further upheaval in his line of business. And if that wasn't enough, international trade has slowed down considerably and there has been a significant rise in supply costs, with the effect of reducing his tax representation work volume. But there is more work now on the customs aspect of his business, especially in a post-Brexit world.

Saved by Brexit

ASD's key to success is its ability to anticipate change. "I think that Charles Darwin said something like 'the species that survive the best are not the strongest, nor the most intelligent, but those that adapt to change', which is exactly what is happening here!" Didier Delangue confides with a smile. For many months, ASD had been preparing its teams for Brexit, and today this investment is paying off: customs procedures represent more than half of its activity, and there is a renewed focus on European trade. The goal is to further facilitate the modalities of trade on behalf of his clients in the Brexit world.
What is his next step? He wants to develop an app to allow his clients save even more time in France and in the United-Kingdom.
The idea is to constantly evolve the company and to make work easier for his clients…

asd GROUP
+33 (0) 492 380 805
contact@asd-int.com
www.asd-int.com
310 rue du Vallon - Immeuble Atlas
Valbonne - Sophia Antipolis

150
Collaborateurs dans le monde

6.000
Clients internationaux

» En couverture de IN Magazine

» Découvrez l'article paru en février 2020

DIDIER DELANGUE
ASD GROUP

“Plusieurs mois durant, ASD avait préparé ses équipes au Brexit. A tel point qu’aujourd’hui, cet investissement paie : les formalités douanières représentent plus de 50 % de l’activité qui s’est recentrée sur l’Europe.”

BTP, ARTISANAT, HABITAT & IMMOBILIER

Avec les entreprises pour construire, rénover, transformer

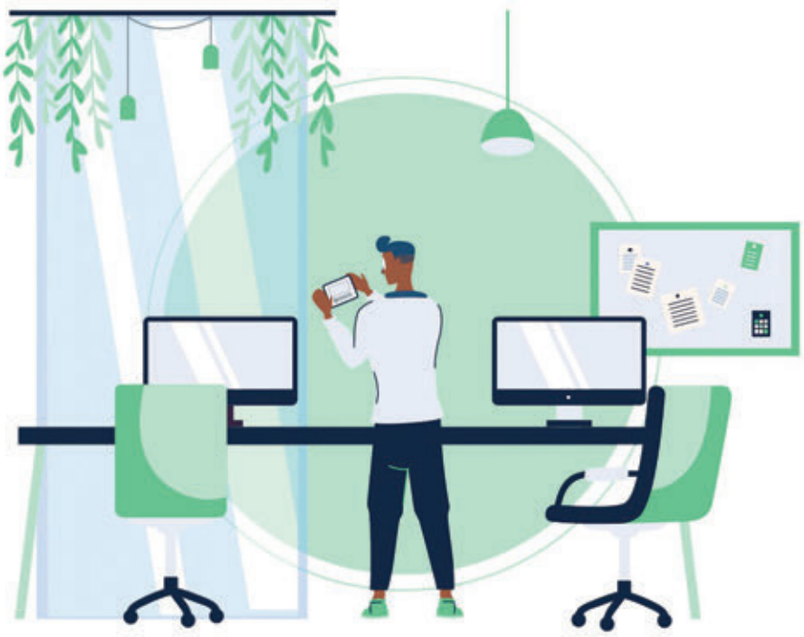
GESTION TECHNIQUE DU BATIMENT

Smart & Connective lève 1M€
pour accélérer son développement

La startup cleantech basée à Sophia Antipolis vient d'annoncer une levée de fonds de 1.1M€ pour accélérer le développement commercial et marketing de ses solutions de Gestion Technique des Bâtiments (GTB) light qui permettent de transformer les bâtiments tertiaires en bâtiments connectés et intelligents.

Le monde de la Greentech évolue rapidement et propose de plus en plus de solutions innovantes pour résoudre des problématiques énergétiques grâce à la GTB. L'installation de la solution Smart & Connective est rapide et ne nécessite pas de travaux ; une fois installée, les informations des bâtiments sont récoltées en direct par des capteurs et sont directement stockées et analysées par un automate qui envoie en temps réel des consignes de correction à des actionneurs (par exemple : couper la climatisation quand la pièce est vide, adapter la production de chaud/froid en fonction du flux de personnes dans le bâtiment…)

Ambre Saurat, directrice générale, et Guy Saurat, directeur technique de Smart & Connective



Smart Connective raises €1M to accelerate its development - The cleantech start-up based in Sophia Antipolis has just announced a fundraising of €1.1 million to accelerate the commercial and marketing development of its light Technical Building Management (BMS) solutions which make it possible to transform tertiary buildings into connected buildings and smart.

The world of Greentech is changing rapidly and offering more and more innovative solutions to solve energy problems thanks to BMS. The installation of the Smart & Connective solution is quick and requires no work; once installed, building information is driven live by sensors and is directly integrated and analyzed by a controller that sends correction instructions in real time to actuators (for example: turning off the air conditioning when the room is empty, adapting the production of hot/cold according to the flow of people in the building…)

SMART & CONNECTIVE

smartandconnective.com

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION SOPHIA ANTIPOLIS

Depuis 20 ans, la CASA s'engage pour l'attractivité de Sophia Antipolis !

- **Création du Business Pôle** : 120 starts-up hébergées
- **Futur Pôle Innovation**, vitrine de Sophia Antipolis : 5 800m² dédiés à l'innovation
- **Initiative Agglo Sophia Antipolis** : 918 prêts d'honneur soit 3,9M€ et 996 emplois créés
- **Pépinière Startéo** : 51 entreprises créées
- **Fiscalité stable et modérée** : Cotisation Foncière des Entreprises en baisse depuis 10 ans

40 000 emplois - 2 500 entreprises - 5 500 étudiants - 4 500 chercheurs

agglo-sophiaantipolis.fr

BURO AMENAGEMENT

SUBLIMER LES ESPACES PROFESSIONNELS des entreprises de demain

Né en 2005 à Sophia Antipolis, Buro Amenagement (BAM) vient de se doter d'un exceptionnel showroom de 700 m² en plein cœur de la technopole et doit tout prochainement renforcer ses positions en ouvrant une nouvelle agence à Toulon. Cécile Fritz, responsable Qualité, fait le point sur la nouvelle stratégie de BAM : consolider son positionnement en PACA et accompagner la transformation des entreprises dans l'évolution des environnements de travail, en plaçant l'humain au cœur de sa politique.

Cécile Fritz, Responsable Qualité & Project Manager

Votre métier est en évolution : comment portez-vous les projets de vos clients ?

Cécile Fritz : Nous accompagnons nos clients de A à Z, en les aidant à définir leur projet d'aménagement : analyse et traduction du besoin, ambition, validation.

L'avantage : étant contractant général, nous proposons une solution clé en main, de la conception de l'espace à la réalisation des travaux, jusqu'au pilotage d'ateliers participatifs en co-design. Nous sommes spécialistes en design d'espaces professionnels, et conscients que l'aménagement est un enjeu majeur pour les organisations.

> « Nous sommes spécialistes en design d'espaces professionnels, et conscients que l'aménagement est un enjeu majeur pour les organisations. »

Parlez-nous des projets de vos clients

Leur nature est très diverse : déménagement, rénovation, faisabilité, optimisation de l'utilisation des surfaces, croissance, changement de stratégie… Nous travaillons aussi sur la réorganisation des espaces pour faciliter l'intégration des nouveaux usages de travail : work from anywhere, flex-office, télétravail, biophilie…

Justement, les usages évoluent, changent : que mettez-vous en place pour améliorer le parcours client ?

Nous avons travaillé sur le parcours client, en mettant en place des process et en nous dotant d'outils digitaux. Le but est de proposer une offre lisible, incluant un phasage précis et un budget détaillé. Le client est sécurisé dans sa communication : la livraison est conforme à ses attentes, le délai est maitrisé.

Making beautiful the workspaces of tomorrow's companies *- Buro Amenagement (BAM) was founded in 2005 in Sophia Antipolis. It has recently acquired an exceptional 700m² showroom located at the heart of the technopole and is set to strengthen its market position with a new agency that is soon to open in Toulon. Cécile Fritz, who is in charge of Quality, takes us through BAM's new strategy: it has to do with strengthening its position in the PACA region and helping companies transform their workspaces, keeping the human dimension at the heart of its policy.*

You line of work is undergoing profound changes: how are you helping your clients in their projects?

Cécile Fritz: We accompany our clients throughout the entire process, first by helping them define their workspace project: we analyse and translate their needs and ambitions, before validating the final project.

As a general contractor, we have the advantage of offering turnkey solutions, from the design of the space to the actual works, and we also set up participative co-design workshops. We are specialists of workspace design, and as such, we are fully aware of the importance of a proper workspace in the corporate world.

What can you tell us about your clients' projects?

They are very diverse in nature: relocating to new facilities, renovation, feasibility, optimisation of surface use, extensions, strategy changes... We also provide services in the reorganisation of workspaces to accommodate for changing work modalities: work from anywhere, flex-office, teleworking, biophilia...

Faced with changing uses, what solutions do you implement to improve the customer journey of those who require your services?

We have put a lot of work into the customer journey, and we are now implementing processes and adopting digital tools. Our goal is to come up with a readable offer that includes accurate phasing and a detailed budget. Our communication must inspire our clients with trust: it is absolutely imperative that final delivery meets their expectations and the deadline we have agreed upon.

Our brand-new showroom is located at the heart of the technopole, which is the historical cradle of our company. It allows us to offer enhanced customer experience that showcases our professional expertise. It offers an immersion designed to optimise the client's projection of their new workspace (virtual visit, material library, furniture exhibition...). It has been designed on the concept of Activity-Based Working and it is breaking down the codes of the traditional work environment. It echoes the concerns of our clients,

> « La création du showroom au cœur de la technopole -berceau historique de l'entreprise- nous permet de proposer une expérience client augmentée qui reflète nos expertises métiers. »

La création du showroom au cœur de la technopole -berceau historique de l'entreprise- nous permet de proposer une expérience client augmentée qui reflète nos expertises métiers. Cette immersion va optimiser la projection (visite virtuelle, matériauthèque, exposition de mobilier…)
Celui-ci a été pensé sur le concept de l'Activity Based Working, et casse les codes de l'espace de travail conventionnel. Cela fait écho aux préoccupations de nos clients et permet une traduction forte de la marque entreprise. C'est le fruit d'une réflexion participative à laquelle tous nos corps de métiers ont participé. L'espace s'adapte désormais aux besoins de l'activité, au profit de la productivité.
Dans cet esprit, le lancement des « AteliersbyBAM », vient en support pour une meilleure compréhension des nouveaux usages et des challenges que cela peut générer. Des ateliers sont animés avec nos partenaires sur les thèmes du confort, de la Qualité de Vie au Travail et de la RSE.

Depuis sa création en 2005, BAM est en pleine croissance. Quels sont vos projets, vos ambitions ?

Nous projetons de conforter notre implantation dans le Var et les Bouches-du-Rhône en ouvrant prochainement une agence BAM à Toulon.
Pour accompagner cette croissance, nous renforçons nos effectifs, qui ont crû de 20 % cette année et consolidons la montée en compétences de nos collaborateurs grâce à notre programme de formation interne.
La montée en puissance de nos domaines d'expertise va nous permettre de répondre aux besoins des grands comptes nationaux et des entreprises étrangères qui s'implantent sur le territoire.
Nous sommes en veille active constante pour proposer des matériaux innovants à nos clients, qui améliorent le confort humain, ou participent à une démarche plus responsable et circulaire.

La RSE a toute sa place au sein des espaces professionnels, tout comme dans la philosophie de BAM : pourquoi ?

Placer l'humain au centre est une priorité stratégique pour BAM : notre organisation vise à développer la réalisation de soi pour nos salariés, en conciliation avec nos objectifs de performance. Nous sommes convaincus qu'il s'agit d'un cercle vertueux qui finit par « s'auto-alimenter » : en mettant l'humain au centre des préoccupations, on résout des problématiques communes (attraction des talents, rétention, productivité, assiduité, qualité…).

Nous avons donc impulsé une démarche RSE forte et participative. C'est une réalité chez nous, le bien-être et la Qualité de Vie au travail sont dans notre ADN : espaces de repos pour les équipes terrains, choix du mobilier pour les sédentaires, nombreux espaces de confidentialité et de collaboration…

Nous tentons chaque jour d'insuffler ces actions dans les projets de nos clients : sourcing de produits plus vertueux pour l'environnement, confort des espaces de travail (sélection des matériaux, ameublement upcyclé et ergonomique…), collaboration avec des associations de réinsertion professionnelle etc.

BURO amenagement

buro-amenagement.com
04 97 21 90 42
80 route des Lucioles Les Espaces de Sophia Bât. F - SOPHIA ANTIPOLIS

BAM EN CHIFFRES

+15 % De volume d'affaires en 2022

30 Personnes cette année, en hausse de 20 %

and it is a powerful tool to showcase a corporate brand. It is the product of a participative thought process in which all our different specialists took part. The workspace is meant to adapt to the needs of the activity, and in turn drives productivity. In the same spirit, the launch of "AteliersbyBAM" provides a tool to better understand the new uses and challenges that are currently arising. These workshops are held with our partners and cover the themes of comfort, quality of life at work, and CSR.

Since its creation in 2005, BAM has been growing significantly. What are your current projects and ambitions?

We are planning on strengthening our position in the Var and Bouches-du-Rhône departments by opening a BAM agency in Toulon. To support our growth, we are increasing our staff, which has grown by 20% this year, and we are improving the skills of our employees through an internal training programme.
By enhancing our areas of expertise, we will meet the needs of key accounts of domestic companies and foreign corporations that are setting up shop in our territory.
We are constantly monitoring the market so that we can offer innovating materials to our clients, materials that are designed to increase comfort and contribute to a more sustainable and circular process.

CSR is very important in workspaces, and it holds a key place in BAM's philosophy; why is that?

Focusing on people is a strategic priority for BAM: our organisation aims at developing self-fulfilment for our employees, while also reaching our performance objectives. We are convinced that this is a virtuous cycle that ultimately fuels itself: by focusing on people, we solve common issues (attracting and keeping talent, productivity, assiduity, quality...). We have therefore implemented a strong and participative CSR process. It has become a reality: wellbeing and quality of life at work are in our DNA. We provide recreation areas for our field teams, the furniture for office workers is carefully selected, spaces are set aside for private conversations and collaboration...
Every day, we try to instil these actions in our clients' projects: sourcing of products that are environmentally sustainable, comfort of workspaces (selection of adequate materials, upcycled and user-friendly furniture...), working with professional integration associations, etc.

AGILITÉ ET PÉRENNITÉ, l'alliage rêvé

Il y a deux ans, Christine Scaramozzino était la première des femmes chefs d'entreprise à faire la couverture de IN Magazine. Entretemps, le monde industriel connaissait de fortes turbulences, mais fort heureusement, Christine avait depuis longtemps opté pour une solution tout aussi salvatrice au développement d'entreprise que ne le serait une levée de fonds ou un investissement dans l'outil de production : l'agilité.

Agility and sustainability, the best alloy *- Two years ago, Christine Scaramozzino was one of the very first female CEOs to feature on the cover of IN Magazine. Since then, the industrial world has been through turbulent times. Fortunately, long ago Christine adopted a solution that would prove as beneficial to corporate development than fund raising or investing in new production tools… that solution is agility.*

PAAL (pour Profilés Acier et Alliages Légers) est concepteur-gammiste. Sa principale activité consiste à concevoir des profilés qui entrent dans la composition de gammes complètes de menuiseries en aluminium (portes, fenêtres, baies vitrées, garde-corps…). L'entreprise, créée par le père et l'oncle de Christine Scaramozzino en 1958, conçoit ses propres gammes de produits, destinées au marché du BTP, dans la construction et la rénovation de l'habitat, sur la Côte d'Azur et dans toute la France.

Depuis plus de 15 ans, Christine a pris la suite de son père à la direction de l'entreprise : les évolutions technologiques, les soubresauts du marché, elle connaît bien, mais elle a dû ajouter à sa riche expérience, la gestion d'une entreprise industrielle en période de pandémie. Et si aujourd'hui, la rénovation de l'habitat maintient une activité importante pour des fournisseurs tels que PAAL, la baisse des mises en chantier dans le neuf pourrait à l'avenir impacter ses carnets de commande.

S'adapter aux contraintes

Mais la vie est faite de cycles… « Nous ne maîtrisons pas les aléas d'un marché mondialisé et des événements sur lesquels -évidemment- personne n'a de prise. En revanche, nous avons appris à être agiles et à nous adapter aux contraintes. Cette philosophie de l'adaptation, nous la pratiquons tous les jours ». Et avec succès, comme en témoigne la très forte réactivité dont a su faire preuve l'entreprise dans les premiers mois de 2021 : « Avec la disparition d'un très important acteur industriel du monde du store aluminium, nous avons été fortement sollicités par les storistes, qui ne pouvaient plus se fournir en axes d'enroulement ». Une pièce maîtresse pour laquelle PAAL a dû s'adapter afin de fournir dans des délais acceptables ses partenaires storistes. Une période record de deux mois et demi aura été nécessaire pour ajouter cette activité complémentaire aux savoir-faire de l'entreprise : remaniement des process de d'organisation et d'approvisionnement, nouvelles solutions de logistique interne, de stockage et de transport… À son époque, le père de Christine ouvrait son propre bureau d'études car il voyait plus loin que le seul négoce de métal ; aujourd'hui PAAL se développe, s'adapte, change, pour mener la course en tête. Le combat de demain ? Assurément celui de mieux faire connaître et aimer cette filière de la menuiserie aluminium, fortement pourvoyeuse d'emplois et à l'avenir pérenne. Et la fondation PAAL, créée par Christine, s'y emploie depuis quelques années.

» PARENTHÈSE

Après l'acier…

« …j'aimerais, durant mes loisirs, m'essayer à la poterie, histoire de changer de matière et me connecter à un autre élément, plus chaud et plus malléable. Je n'ai plus qu'à trouver le temps… ! »

After steel…

"…in my spare time, I would love to get into pottery making, just to work with and connect to a different element, which is warmer and more malleable. I just need to find the time…!"

» En couverture de IN Magazine

» Découvrez l'article paru en septembre 2020

PAAL (for Profilés Acier et Alliages Légers - steel and light alloy profiles) is a designer and integrator of metal profiles. Its main activity is to design profiles that are used in aluminium frames (for doors, windows, bay windows, guardrails…). The company was founded by Christine Scaramozzino's father and uncle back in 1958 and it designs its own ranges of products, which are used in the construction industry and for building or renovating homes along the French Riviera and throughout the country.

More than 15 years ago, Christine followed in her father's footsteps as the company's CEO: technological evolutions and market variations hold no secrets for her, but recently she has had to add navigating an industrial firm through the pandemic to her already rich experience. The field of home renovations still represents significant work volumes for suppliers such as PAAL, but a substantial decrease in the rate of new projects might well have a negative impact on the firm's orders.

Adapting to constraints

But life is made of cycles… "Obviously, we don't control the whims of the global market or other events, which no one has a hold on. However, we have learnt to be agile and to adapt to constraints. We follow this philosophy centred on adaptation on a daily basis". And successfully so, as seen in the outstanding responsiveness displayed by the company in the first months of 2021: "With the disappearance of a major industrialist in the world of aluminium awnings, blinds and shutters, we were highly solicited by blind manufacturers, who were struggling to find winding spindles". To provide this key component in sufficient numbers, within an acceptable timeframe, and ultimately meet the demands of their partners in the awning business, PAAL has had to show a remarkable talent for adaptation. All it took was two and a half months for the company to integrate this new activity to its range of offerings: it also took a restructuring of its processes and supply chains, new internal logistical solutions, and new storage and transport modalities… Back in the day, Christine's father started his own research and development department because he saw further than simply selling metal; now PAAL is developing, adapting and changing, to stay in the lead. So, what is tomorrow's fight? Undoubtedly, it will be about promoting the aluminium frame industry, highlighting the many jobs it has to offer and the bright future that lies ahead of it. The PAAL Foundation, created by Christine, has been working on this for a few years.

PAAL
la maîtrise de l'aluminium

PAAL (Profilés Aciers et Alliages Légers)
685 CR4 La Roseyre - 06390 Contes
contact@paal.fr - 04 93 91 60 60 - www.paal.fr

CHRISTINE SCARAMOZZINO
PAAL

> « Nous avons appris à être agiles et à nous adapter aux contraintes. Cette philosophie de l'adaptation, nous la pratiquons tous les jours »

MICHEL BLASI
LE SIS

> En chef d'entreprise passionné, Michel a toujours disposé d'une bonne dose d'empathie et d'une motivation sans faille pour faire grandir ses équipes au sein du groupe

PRÉSERVER, ASSAINIR, EMBELLIR : la belle ambition formulée par LE SIS

Michel Blasi, entrepreneur passionné, a fait deux fois la une de IN Magazine. Dans notre premier numéro, il évoquait l'histoire du SIS, spécialisé dans le cycle de vie du bâtiment, l'entreprise qu'il a créée en 2004 et qui poursuit ses nombreux développements aujourd'hui. Sauvetage après sinistre, décontamination, recherche de fuite non destructive, désamiantage, démolition, rénovation, nettoyages spéciaux et hygiène aéraulique, pressing industriel : le travail ne manque pas pour les sept entités qui composent le groupe, installé dans la moitié Sud de la France, sur cinq implantations.

Preserving, sanitising, embellishing: Le SIS's beautifully stated ambition

Michel Blasi, as a consummate entrepreneur, has featured twice on the cover of IN Magazine. In our last issue, he told us of Le SIS's history. The company specialises in the lifecycle of buildings. It was founded in 2004 and is currently pursuing many different lines of development. Post-disaster salvaging, decontamination, non-destructive leak identification, asbestos abatement, demolition, renovation, special cleaning operations, aeraulic sanitation, and industrial dry cleaning: there is more than enough work for the seven entities included in the group, working out of five sites, all located in the southern half of France.

Préserver, assainir, embellir vos espaces de travail et de vie : voilà une belle promesse que tiennent depuis près de 20 ans les équipes dirigées par Michel Blasi et son comité de direction.

En travaillant tout d'abord sur le sauvetage des bâtiments après sinistre, le groupe a progressivement grandi en élargissant le spectre de ses activités. Aujourd'hui, gestionnaires d'immeubles collectifs, industriels, professionnels et institutionnels comptent parmi la diversité de clients du SIS Groupe. Depuis la prévention dans l'entretien et la maintenance des réseaux de ventilation et de climatisation (Le SIS Airtech) jusqu'à la rénovation TCE (Le SIS Réno, tout corps d'état) en passant par les nettoyages spéciaux (matériel et outil de production) et le désamiantage (Le SIS Détox), Le SIS Groupe s'est déployé à travers ses 5 agences (06, 83, 13, 20 et 34) et a su vite se rendre incontournable par ses nombreuses expertises : certifications Qualibat, environnement amiante, nettoyages préventifs, conventions de partenariat formalisées avec de nombreuses compagnies d'assurance sur le marché de l'après-sinistre…

Belle croissance

En chef d'entreprise passionné, Michel a toujours disposé d'une bonne dose d'empathie et d'une motivation sans faille pour faire grandir ses équipes au sein du groupe. La période de crise n'aura pas entamé son moral, ni la croissance du SIS, dont le chiffre d'affaires a crû de 9 % entre 2021 et 2022, s'établissant cette année à près de 13,5 M€. Et c'est en partie grâce à sa stratégie de surstockage de matières premières et de matériaux que les activités du groupe ont pu se maintenir dans des délais raisonnables, en limitant les difficultés d'approvisionnement : la préservation de la satisfaction client est à ce prix. Seul bémol : l'augmentation des coûts d'approvisionnement et le recrutement, qui freinent aujourd'hui la croissance car les commandes sont bien présentes. A tel point que des extensions sont prévues dès 2023. A Solliès-Pont, la construction d'un nouveau bâtiment est en cours afin d'y héberger le pôle Gros Œuvre créé début 2022, tandis que l'agence des Bouches-du-Rhône profite d'une nouvelle installation à La Ciotat, au sein de locaux plus grands et plus accessibles. L'agence de l'Hérault compte sur de nouveaux partenariats et celle de Corse a presque doublé son chiffre d'affaires. Les projets ne manquent pas pour Le SIS, qui profite également d'un surcroit d'activité de la branche hygiène aéraulique et QAI (Qualité de l'Air Intérieur), assurés par Le SIS Airtech : des recrutements structurants sont engagés sur la fin d'année pour accentuer cette dynamique. Alors, que faudrait-il à Michel pour bien entamer 2023 ? « Comme de nombreux chefs d'entreprise, je pense que nous manquons de visibilité sur le long terme. A l'instar d'un capitaine du bateau, nous sommes sans cesse sur le pont pour scruter l'horizon », et passer sans encombre les tempêtes…

Preserving, sanitising, and embellishing your workspaces and living areas: such is the ambitious promise that has been upheld for 20 years by the teams working under Michel Blasi and his executive committee.

Initially focusing on post-disaster building salvaging operations, the group gradually expanded and broadened its range of activities. Now, managers of collective, industrial, professional or institutional buildings are just a few among the many clients of Le SIS Group. From prevention work in the maintenance of air-conditioning and ventilation systems (Le SIS Airtech) to general contracting renovation services (Le SIS Réno), without forgetting special cleaning operations (equipment and production tools) or asbestos abatement (Le SIS Détox), Le SIS Group is deployed through five agencies (06, 83, 13, 20 and 34) and has become the essential purveyor of expertise in many fields: Qualibat certification, asbestos environment, preventive cleaning, and partnerships with numerous insurance brokers in the disaster recovery market…

Beautiful growth

As a passionate CEO, Michel has always displayed a healthy dose of empathy, along with unwavering motivation to grow the teams working in the group. The crisis does not seem to dent his morale, nor the development of Le SIS, with revenues growing by 9% from 2021 to 2022, reaching close to 13.5M€ this year. This is partly due to his strategy of over-storing raw materials and other products, allowing the group to provide its much-needed services within acceptable deadlines and reduce supply issues: that is precisely what it takes to keep the customer satisfied. There has been only one problem: rising supply costs and recruitment difficulties are now impacting growth, while orders keep coming in. In fact, extension works are scheduled to begin in 2023. In Solliès-Pont, a new building is being constructed to host the structural work centre which was created at the beginning of 2022, and the Bouches-du-Rhône agency is moving to new facilities at La Ciotat, inside larger and more accessible premises. The Hérault agency is relying on new partnerships, and the Corsica agency has close to doubled its revenue. Projects are abounding for Le SIS, and it is also facing increased activity in the aeraulic sanitation and indoor air quality market, which falls under the purview of Le SIS Airtech: structuring recruitments are scheduled for the end of the year to further bolster this dynamic. So, what does Michel need to hit the ground running in 2023? "Like many CEOs, I believe we are lacking in long-term visibility. Like a seafaring captain, we are constantly on the bridge peering out at the horizon" to spot and prepare for coming storms…

» PARENTHÈSE

Après deux couvertures de IN Magazine…

« Nous sommes généralement bien connus dans le domaine de l'intervention après sinistre. Les couvertures du magazine nous ont permis de nous faire connaitre également à travers nos solutions innovantes dans le domaine préventif (Nettoyages spéciaux, Hygiène de l'air, QAI, Pressing industriel) ! »

After two IN Magazine covers… "We are generally well known in the post-disaster recovery business. The magazine covers promoted our other innovating solutions in the prevention field (special cleaning, air sanitation, indoor air quality, and industrial dry cleaning)!"

LE SIS
À chaque bâtiment son cycle de vie

le-sis.com
info@le-sis.com

0 820 820 806 Service 0,15 € / min + prix appel

» En couverture de IN Magazine

› Découvrez l'article paru en décembre 2020

Une couche D'INNOVATION

Avec Bruguier Etanchéité, Yves Salvador et ses équipes soignent la « 5e façade » de l'immeuble depuis plus de 20 ans : sa toiture. Un métier méconnu, d'importance capitale dans la construction comme dans toute entreprise de rénovation. Il y a quelques mois, Yves faisait la couverture de IN Magazine, pour mieux faire comprendre et mesurer les enjeux liés à l'étanchéité dans le monde du BTP azuréen.

A layer of innovation *- For the past two decades at Bruguier Etanchéité, Yves Salvador and his teams have been lovingly working on what they call the "fifth façade" of buildings, i.e. the roof. It is not a well-known line of work, but it is vitally important in any construction or renovation project. Some months ago, Yves featured on the cover of IN Magazine, and explained what he felt was at stake in the sealing and waterproofing side of construction projects along the French Riviera.*

Depuis, Yves Salvador a recruté un nouveau chef de chantier mais fait toujours face à une problématique de recrutement, dans une profession dont la main d'œuvre représente le capital le plus précieux. Avec des mises en chantier qui se poursuivent et une belle croissance de son volume d'affaires, Bruguier Etanchéité fait également appel à des intervenants en cotraitance pour renforcer ses équipes.

« Nous sommes toujours en phase de structuration, avec de très belles perspectives d'évolution au sein de l'entreprise ». L'appel est lancé aux profils techniques, prêts à s'engager dans un métier méconnu mais enrichissant, qui fait la fierté et l'expertise de l'entreprise depuis bientôt 35 ans. Pour Bruguier Etanchéité, les carnets de commande continuent de se remplir et l'exercice devrait se clore autour des 3 M€ de chiffre d'affaires, en croissance.

Transition énergétique

Quid de l'avenir ? La R&D permet d'innover sur les matériaux et l'utilisation croissante des membranes synthétiques (en EPDM ou PVC) doit amener à une réduction de l'empreinte carbone du métier d'étancheur (même si celle-ci ne représente que moins de 5 % de l'ensemble de la construction, contre 60 % par exemple pour le gros œuvre). Yves Salvador, en technicien passionné, est membre actif de la CSFE (Chambre Syndicale Française de l'Etanchéité) et à ce titre, milite pour faire la promotion de ces nouvelles techniques au sein de la profession : plus coûteuses mais plus écologiques, plus faciles à mettre en place et à réparer, elles nécessitent en outre une formation plus courte pour les applicateurs de ces nouvelles membranes.

Alors comme il le fait depuis plus de 20 ans et pour apporter encore sa pierre à l'édifice de la transition énergétique, Yves Salvador ajoute une couche technique à son travail d'étancheur : celle de l'innovation.

> « Nous sommes toujours en phase de structuration, avec de très belles perspectives d'évolution au sein de l'entreprise »

» PARENTHÈSE

Yves n'a plus le temps...

« ...de randonner et de faire des treks comme je le faisais auparavant... Ces défis et ces ascensions me manquent ! »

Yves doesn't have the time...

"...to go hiking like I used to... I miss the challenge of a good climb! "

BRUGUIER
L'EXPERTISE ÉTANCHÉITÉ

04 92 92 25 13
www.bruguier-etancheite.fr
ZI de l'argile - Voie G N°60
460 av de la Quiera - Mouans Sartoux

» En couverture de IN Magazine

› Découvrez l'article paru en septembre 2022

Since we last met, Yves Salvador has hired a new site manager, but he is still facing dire labour shortages, in a line of work where the most precious asset is a specialised worker. With a steady influx of new projects and a significant growth of business, Bruguier Etanchéité is also on the lookout for external co-contractors to reinforce its teams.

"We are still in a structuring phase, but our company offers great internal promotion opportunities". Bruguier Etanchéité is eager to recruit technical profiles, people who are ready to commit to this little known but rewarding line of work, which has been the pride of the company for close to 35 years. For Bruguier Etanchéité, orders continue to come in and this financial year is set to close on revenues that have grown to reach approximately 3M€.

Energy transition

What does the future hold? R&D allows us to use innovating materials, and we are increasingly relying on synthetic membranes (in EPDM or PVC), which are designed to reduce the carbon footprint in the sealing and waterproofing industry (although it only represents less than 5% of overall construction, compared with 60% for structural work).

Yves Salvador, who is passionate about the technical side of his work, is member of the CSFE (Union of French Sealers) and, as such, has been promoting these new techniques within his industry: these techniques are admittedly more expensive, but they are also more environmentally friendly and easier to install and repair. Besides, those who work with these new membranes undergo shorter training periods.

So, Yves continues to do what he has been doing for the past 20 years by contributing to the energy transition, and he is adding a technical layer to sealing and waterproofing work: the layer of innovation.

YVES SALVADOR
BRUGUIER ETANCHÉITÉ

“Yves Salvador, en technicien passionné, est membre actif de la CSFE (Chambre Syndicale Française de l’Etanchéité) et à ce titre, milite pour faire la promotion de ces nouvelles techniques au sein de la profession”

EWA ROQUES & SANDRINE AUGIER DURBANO

CENTURY 21 DOMUS IMMOBILIER

AGENTS doubles

Ewa et Sandrine composent depuis 25 ans un tandem atypique au service de l'habitat à Nice. L'inséparable duo d'agents immobiliers nous ouvre les portes de son agence Century 21 Domus Immobilier, spécialisée en gestion, location et transaction, en plein cœur de la ville.

For the past 25 years, Ewa and Sandrine have formed an uncommon pair, working at the service of Nice's housing market. The inseparable duo of real estate agents have agreed to give us a tour of their Century 21 Domus Immobilier agency, which specialises in property management, rentals and sales. It is located at the heart of the city.

A écouter Sandrine, tout n'est qu'une histoire de petite annonce... Lorsqu'à la fin des années 90, elle répond à l'une d'entre elles, qui cherche du personnel en agence immobilière à Nice pour des fonctions administratives et juridiques, elle trouve sa voie : « j'avais une maitrise de droit et de gestion mais à l'origine, je voulais être prof d'économie… Soudain, je découvrais que l'immobilier cochait toutes les cases de ce qui me plaisait ! » se souvient-elle. Ce sera la gestion dans un premier temps, dans une petite agence puis dans un grand groupe immobilier. Deuxième annonce dans Nice Matin qui fait tilt chez la jeune femme : « Nous recherchons du personnel parlant italien ».

C'est là qu'Ewa entre en scène et embauche Sandrine pour sa maitrise de la langue transalpine. Elle voit défiler les italiens, friands d'immobilier azuréen, arriver en gare de Nice pour le week-end… « Résultat, j'ai vendu mon premier appartement en 15 jours ! ». Très vite, les deux jeunes femmes ne se quittent plus et composent un duo ultra efficace au service d'une clientèle en partie étrangère, venue de l'Italie voisine.

Inséparables

Car ces acheteurs, Ewa les connaît bien. Dans son parcours initié dans la promotion immobilière, elle a même commercialisé dans les années 90 le 1er immeuble niçois dont les 110 acheteurs (sur 111 !) étaient… Italiens ! « Ils venaient visiter par bus entiers ! » et même si la conjoncture immobilière n'était pas au beau fixe, le relationnel que sait nouer Ewa lui fait vite trouver des relais de croissance et de vente innovants : « nous avions par exemple obtenu l'exclusivité de la première Garantie de revenu locative : personne ne le faisait à l'époque ! ».

> « La franchise nous offre un accompagnement dynamique, une vraie montée en compétence de nos équipes et un modèle de fonctionnement performant »

Son caractère indépendant et ses ambitions la convainquent ensuite d'ouvrir sa propre agence dans le centre de Nice. Devenues inséparables puis associées en 2004, Ewa et Sandrine dirigent aujourd'hui Century 21 Domus Immobilier, une équipe de 8 collaborateurs spécialisés dans la transaction, la location et la gestion immobilière à Nice. « La franchise nous offre un accompagnement dynamique, une vraie montée en compétence de nos équipes et un modèle de fonctionnement performant », estiment Ewa et Sandrine, rompues aux techniques de vente mais conscientes de la qualité des outils digitaux et commerciaux promus par le réseau. Même si -et elles en sont bien convaincues, la meilleure intelligence artificielle du monde ne remplacera jamais le porte-à-porte, le travail de réseau et le sourire pour aller jusqu'à la signature d'un bail ou d'un acte de vente !

» PARENTHÈSE

Sandrine adore… « Danser et sortir avec mes amis et… travailler en m'amusant. Je ne m'ennuie jamais ! »

Ewa a fait des tas d'expériences étonnantes… « j'ai par exemple été manager d'un groupe de Hard Rock pour une tournée dans l'ex-URSS !
Autre passion, plus conventionnelle : le voyage. Je fais le tour des mes copines qui vivent à l'étranger. Prochaine étape : la Pologne puis Marrakech ! »

Sandrine loves… "dancing and going out with my friends, and… having fun at work. I am never bored!"

*Ewa has had a ton of surprising experiences… "for example, I managed a heavy metal band that was touring the former Soviet Union!"
Another, more conventional, passion of hers: travelling. "I am constantly visiting my friends who live abroad. The next stops: Poland and Marrakech!"*

Century 21 Domus Immobilier
13 rue Paul Déroulède – Nice
04 93 82 22 01
www.century21-domus-immobilier-nice.com

According to Sandrine, it was all a matter of classified ads... At the end of the 90s, she responded to a job posting: a Nice-based real estate agency was recruiting administrative and legal staff. She had found her career path. "I had a degree in law and management, but initially I aspired to a career teaching economics... And then, all of a sudden, I discovered that real estate checked all of my boxes!" she remembers. At first, she worked in management, for a small agency, and then for a large real estate group. Then a second job advertisement was posted in Nice Matin and caught the young woman's eye: "We are currently recruiting Italian-speaking staff".

This is when Ewa made her appearance in this story. She hired Sandrine for her knowledge of Italian. Indeed, their Italian neighbours, eager to snatch up properties along the French Riviera, were arriving in throngs every weekend at Nice Station... "As a result, I sold my first apartment in just 15 days!". The two women quickly became inseparable. They were the most efficient pair of real estate agents of the region, working mostly for clients coming from neighbouring Italy.

Inseparable

Ewa knows these buyers well. Her career started as a property promoter. In the 90s, she sold the first building in Nice; it was acquired by 110 Italian buyers (out of 111)! "They came by the busload!" and despite a rather grim economic outlook, thanks to Ewa's social skills, innovating sales and growth levers quickly began to emerge: "for instance, we got the exclusivity on the first rental return guarantee: it simply didn't exist back then!".

Driven by her fierce independence and her ambitions, she went on to open her own agency in downtown Nice. Already inseparable, Ewa and Sandrine became associates back in 2004, and are now managing Century 21 Domus Immobilier in Nice. They oversee a team of eight specialists of property management, rentals and sales. "The franchise is energetic in the support they provide us, and ensure our teams are constantly acquiring new skills. We also follow an efficient operating mode" reckon Ewa and Sandrine. They know all there is to know about sales techniques and are keenly aware of the quality of the digital and business tools available through their network. But they are also sure of one thing: even the best artificial intelligence tools cannot replace door-to-door sales, networking, and an engaging smile when it comes to securing a signature on a lease contract or a deed of sale.

POUR L'IMMO ?
Toujours dispo...

Le parcours de Sébastien Préauchat dans l'immobilier illustre bien toute l'importance de la régularité, la disponibilité et l'engagement au quotidien, pour durer dans un métier tout à la fois très concurrentiel mais ô combien passionnant…

For real estate? Always there... *Sébastien Préauchat's career in real estate shows how important regularity, availability, and unwavering commitment are if one is to achieve lasting success in this exciting, albeit competitive, market.*

A la question de savoir quelle profession il aurait pu exercer s'il n'excellait pas dans l'immobilier depuis près de 25 ans, Sébastien Préauchat sourit : « Je me souviens que comme beaucoup d'enfants, j'ai rêvé un temps d'être vétérinaire, puis c'est le sport qui m'a passionné ». Jusqu'à envisager d'en faire son métier, en s'engageant dans un diplôme universitaire Tennis-études aux USA. A son retour en France, l'immobilier lui fait pourtant les yeux doux... Nous sommes en 1998 et comme depuis toujours, la Côte d'Azur est le marché le plus dynamique après Paris sur le terrain de la transaction immobilière. Pendant 10 ans au sein de la même agence, Sébastien y rencontre sa future associée, avec laquelle il travaille depuis en binôme.

Ensemble, ils décident de créer en 2010 leur agence, Antibes Sud Immobilier, qui couvre les secteurs d'Antibes, Juan-les-Pins, Vallauris et Golfe Juan. Même s'il faut parfois sortir un peu de leurs frontières pour enrichir leur portefeuille de biens à vendre, car la concurrence est rude : Antibes à elle seule doit compter plus de 250 agences ! Alors comment tirer son épingle du jeu ?

Si l'expérience et le réseau de Sébastien lui apportent du travail, c'est une disponibilité de tous les instants qu'il faut déployer pour vendre. « S'il semble abordable et rémunérateur, il ne faut pas compter vos heures si vous voulez réussir dans ce métier ». Quitte à ressortir les bonnes vieilles méthodes pour engranger les contacts et les biens à commercialiser : « face à la pénurie de biens, nous faisons du porte-à-porte, « à l'ancienne », pour dynamiser notre portefeuille et accroître notre notoriété : cela parait fastidieux et fatigant mais dans l'ensemble nous sommes bien reçus et… cela donne des résultats !

Car Sébastien présente d'autres atouts pour durer dans la profession : toujours positif, il est enthousiaste et systématiquement transparent sur ce qu'il vend. Pas de client surpris lors d'une visite : ils sont déjà avisés car sa maitrise de la complexité de la vente de villas (conformité, assainissement, urbanisme…) lui interdit l'à peu-près. Avec plus de 650 ventes à son actif depuis ses débuts, Sébastien aime revoir ses clients avec le sourire : « Et bien souvent, travailler de nouveau avec eux ! »
Et si vous voulez tester son professionnalisme pour vendre votre bien, il se fera un plaisir de vous offrir son estimation précise, ainsi que les diagnostics énergétiques nécessaires à la vente…

> « Si l'expérience et le réseau de Sébastien lui apportent du travail, c'est une disponibilité de tous les instants qu'il faut déployer pour vendre. »

When asked what line of work he would've considered had he not excelled in real estate, a career he chose some 25 years ago, Sébastien Préauchat gives this answer, with a smile: "Like many children, I remember wanting to become a veterinarian, and then a professional athlete". In fact, he was so eager to work in sports that he went to the US to earn tennis-academics diploma. When he returned to France, he found the world of real estate rather appealing. That was in 1998, and back then, as is still the case today, the French Riviera was a booming market, second only to Paris in terms of property deals. Sébastien worked in the same agency for 10 years, where he met his future associate, and together they formed a partnership that has lasted to this day.

In 2010, they decided to set off on their own and open their own agency, Antibes Sud Immobilier, which covers the areas of Antibes, Juan-les-Pins, Vallauris, and Golfe Juan. Sometimes however, driven by harsh competition, they are forced to foray beyond these borders to seek out new properties. In Antibes alone, there are more than 250 agencies! So, how do they manage to stand out?

Sébastien's experience is certainly an asset, but he explains that you have to be constantly available in order to sell a property. "This line of work may seem lucrative, but you mustn't be stingy with your time if you want to succeed". Sometimes, they have to rely on old methods to make contacts and find properties to sell: "we are facing a property shortage, so we have resorted to 'old school' door-to-door techniques, to grow our portfolio and increase our visibility: it may seem tedious and tiresome, but in most cases, we are well received... and this method yields results!"

Sébastien boasts other advantages that explain his success in this line of business: he is always positive, enthusiastic, and as transparent in his work as the day is long. Clients are never in for nasty surprises when visiting a property: they are properly advised by Sébastien who knows full well that the complexity of selling villas (compliance, sanitation, urban planning...) requires a detailed approach. Having sold some 650 properties since the start of his career, Sébastien understands how important to always greet with a smile: "It often leads to repeat customers!"
If you have a property to sell and you want to put his professionalism to the test, he will be delighted to provide an accurate estimate, along with the energy analysis required for a sale...

» PARENTHÈSE

Raquette : Si Sébastien n'a pas fait carrière dans le tennis, côté sports de raquette, il a encore la main : il vient de terminer 19e sur 32 équipes sélectionnées aux Championnats de France de Padel à Toulouse !

Racket *- Although Sébastien did not pursue a career in tennis, he is an adept at racket sports: he recently finished 19th out of 32 teams selected for the French Padel Championships in Toulouse!*

www.antibes-sud-immobilier.com - 04 93 74 63 67

SÉBASTIEN PRÉAUCHAT

ANTIBES SUD IMMOBILIER

« Avec plus de 650 ventes à son actif depuis ses débuts, Sébastien aime revoir ses clients avec le sourire : « Et bien souvent, travailler de nouveau avec eux ! » »

STÉPHANE PENNEC
AGIS06

> « Nous travaillons sur l'insertion par le logement. Nous captons auprès des propriétaires privés des logements dont nous devenons locataires en titre, que nous mettons à disposition de personnes en situation de précarité »

Logement GAGNANT

Parce qu'il peut-être un formidable levier d'insertion sociale et professionnelle, l'association Agis 06 se met en quête depuis près de 30 ans de donner accès au logement aux publics vulnérables et précaires du département. Stéphane Pennec, son directeur, aura eu cette année avec ses équipes, la tâche de trouver près de 270 logements, une délicate mission même si les avantages de travailler avec AGIS 06 s'avèrent nombreux.

A win-win in real estate *- The AGIS 06 Association, a formidable lever of social and professional inclusion, has been working tirelessly for the last 30 years to provide access to housing for the low-income and vulnerable residents of the department. Its chairman, Stéphane Pennec, and his teams, are tasked with finding 270 housing units this year. It is a delicate mission, but there are many benefits in working with AGIS 06.*

Sa formation initiale ne le prédestinait pas à diriger AGIS 06 (Association de Gestion Immobilière et Sociale 06). Azuréen, Stéphane Pennec se passionne tôt pour la nature et l'agriculture et débute par un BTA Jardins & Espaces verts à Antibes, suivi d'un BTSA Productions Animales qui le conduira à une mission de trois ans en République de Guinée pour le ministère de la Coopération Nationale, sur des thématiques d'élevage. Retour sur la Côte d'Azur où les métiers agricoles sont rares, poussant Stéphane à se réorienter sur des fonctions d'animation qu'il exerçait déjà depuis longtemps comme bénévole. Formé par la suite à la direction d'établissement, il devient chef de service dans un foyer de jeunes travailleurs, puis s'investit dans plusieurs établissements associatifs ou médico-sociaux avant de prendre la direction d'AGIS 06 en 2016.

Cette agence immobilière à vocation sociale est née de la volonté de plusieurs associations niçoises de se regrouper pour offrir une solution de sortie des CHRS (Centre d'Hébergement et de Réinsertion Sociale) à un public en difficulté.

+20 % de logements attendus en 2022

« Nous travaillons sur l'insertion par le logement. Nous captons auprès des propriétaires privés des logements dont nous devenons locataires en titre, que nous mettons à disposition de personnes en situation de précarité ». Les intérêts pour les propriétaires sont multiples : fortes déductions fiscales, garantie par AGIS 06 des loyers impayés, des dégradations locatives et des vacances de loyer... Et ça marche… « Nous gérons près de 1300 logements. Avec la crise, la demande est forte » estime Stéphane. Ce qui pousse AGIS 06 à accroitre son « parc » de logements. « Les communes savent tout l'intérêt qu'elles ont de favoriser notre action car chaque logement que nous captons entre dans le champ du calcul des logements sociaux ».

Spécialiste de l'immobilier locatif, AGIS 06 se voit aussi confier d'autres missions, parfois ponctuelles comme le relogement des sinistrés de la tempête Alex, ou à plus long terme comme la maitrise d'ouvrage, la recherche de financements ou d'immeubles à réhabiliter pour en faire des logements sociaux. Ses financements (parmi lesquels CASA, CAPG, Métropole NCA, Etat Français…) peuvent être renforcés par le mécénat et les dons donnent droit à des déductions fiscales, pour continuer d'œuvrer à la solidarité et à l'insertion par le logement : un calcul gagnant-gagnant.

» PARENTHÈSE

Ses passe-temps
« Dans le jardin, auprès de mes nombreux animaux, c'est un peu un retour à ma formation initiale ! »

Sa phrase fétiche
« J'aime bien la rappeler à mes collaborateurs : la vie est dure, certes, elle ne nous fait pas de cadeau mais elle est chouette... Ne l'oublions pas ! »

La Formation
« J'ai toujours continué d'étudier et de me former en parallèle de mes activités professionnelles. J'ai besoin de ce tissu relationnel. Après avoir obtenu un Master II en Droit, j'aimerais me lancer dans un Doctorat ».

His hobbies
"I love working in my garden, among my many animals. It's a return to my initial calling!"

His favourite expression
"I'm always repeating it to my colleagues: life is hard, it affords us very few gifts, but let's not forget... it is wonderful!"

Training
"I always continued to study and learn in parallel with my professional activities. I need this network of relations. Having achieved a master's II degree in law, I'd like to work towards a PhD".

www.agis06.fr

His training did not really destine him to become the head of AGIS 06 (Association for Social Housing Management 06). A native of the French Riviera, Stéphane Pennec showed an early interest for the outdoors and farming. He graduated with a degree in Gardening and Landscaping, followed by an advanced degree in Animal Productions, which led him to work for three years in Guinea for the Ministry of National Cooperation, on farming issues. When he returned to the French Riviera, where farming activities are scarce, Stéphane reoriented his career to coordination and animation activities, an area in which he had already done extensive volunteer work. He then trained to become an establishment manager and was put in charge of a service in a home for young workers. Later, he worked for several associative or medical and social institutions, before being promoted to chairman of AGIS 06 in 2016.

This social housing institution was created by several Nice-based associations that wanted to pool their efforts to offer solutions to people facing difficulties and coming out of CHRS centres (housing and social reinsertion centres).

+20 % housing units expected in 2022

"We are working on social insertion through housing. We approach property owners and offer to rent their housing units in order to make them available to people in precarious situations". For the owners, there are several advantages: significant tax deductions, and unpaid rents are covered by AGIS 06, as are damages to their property and lost earnings during vacancy periods... And it works... "We manage close to 1'300 housing units. The economic crisis has brought about strong demand" Stéphane tells us. This is driving AGIS 06 to increase its pool of housing units. "Communes realise that it is in their interest to support our action, as each unit that falls under our management is then considered as social housing".

As a specialist of rental properties, AGIS 06 is also tasked with other missions, some on a one-off basis, such as rehousing the people who lost their homes to storm Alex, and some on the longer term, such as project management, finding and securing funds, or renovating buildings and turning them into social housing. Its financing (which comes from CASA, CAPG, Métropole NCA, the French State...) is bolstered by donations and contributions that give rise to tax deductions, allowing the association to continue its work on social insertion through housing: it is a win-win situation.

SERVIR FRAIS

« On s'est un peu mariés sans se connaître ! » explique malicieusement Laurent Barreyre. Désormais, ils sont trois associés pour développer Chronoclim, l'entreprise d'installation, maintenance et dépannage de systèmes de climatisation fondée il y a 10 ans par Mickaël Giraud et Eric Depetris. Rejoints par Laurent il y a un an, ils forment aujourd'hui une équipe où chacun, à terme, se verra investi de sa propre mission, pour fournir un travail minutieux, précis et de qualité, au service d'une belle entreprise en croissance.

Serving it cold *- "We didn't really know each other that well when we got married!" Laurent Barreyre explains mis-chievously. But now, they form a team of three that works on developing Chronoclim, a company that installs, maintains and repairs air-conditioning systems; it was founded a decade ago by Mickaël Giraud and Eric Depetris. The pair was joined by Laurent one year ago. Soon, each team member will have his own specific mission, and together they provide meticulous, accurate and high-quality work to grow their beautiful company.*

LAURENT, le booster

Laurent Barreyre, originaire de région parisienne, cherchait fin 2019 à trouver des sous-traitants pour développer son entreprise de climatisation dans les Alpes-Maritimes. « J'avais repris une entreprise de chauffage dans l'Eure-et-Loire en 2010, que nous avions monté à 30 salariés et que j'ai eu l'opportunité de revendre à Engie en 2019 ».

Désireux de s'installer avec sa famille sur la Côte d'Azur, c'est tout naturellement que le chef d'entreprise se met en quête de partenaires. « Mon objectif était de développer des contrats de maintenance de systèmes de climatisation. » Lorsqu'il se met autour de la table pour présenter son parcours et ses projets aux deux fondateurs de Chronoclim, les deux amis préfèrent lui ouvrir leur capital et développer tous ensemble une affaire saine. Le rôle de Laurent ? Démarcher et amener des chantiers, issus notamment d'une clientèle professionnelle. « Ma première décision a été d'intégrer un Club business, IN Club, pour installer durablement l'image de Chronoclim dans l'esprit des chefs d'entreprise. Mon idée était d'agir sur le long terme, mais dès les premiers événements, j'ai commencé à remplir notre carnet de commandes… ! »

» PARENTHÈSE

Fan absolu de basket… il voue un véritable culte à Michael Jordan et aux Bulls de Chicago !

Towards the end of 2019, Laurent Barreyre, who hails from the Paris region, was looking for subcontractors to develop his air-conditioning company in the Alpes-Maritimes. "I had acquired a heating company in the Eure-et-Loir department in 2010, which we grew to 30 employees before selling it to Engie in 2019".

He wanted to settle in the French Riviera with his family, and so he started seeking out potential partners. "My goal was to develop air-conditioning and maintenance contracts." When he sat down with the founders of Chronoclim to discuss his career and potential projects, the two friends preferred to float the company's capital so that the three could join forces and develop a healthy business. What is Laurent's role? Finding new customersand business opportunities and promote new projects.

"My first decision was to join a business club, specifically the IN Club, to create a lasting impression of Chronoclim in the minds of CEOs. I had decided to adopt a long-term approach, but right from the very first events, I started to fill our order book…!"

Basketball fan… *he has cult-like devotion to Michael Jordan and the Chicago Bulls!*

Eric Depetris, Mickaël Giraud et Laurent Barreyre, les trois associés de Chronoclim

914 Route de Pegomas – Mouans Sartoux
09 87 75 08 85
www.chronoclim.com

LAURENT BARREYRE
CHRONOCLIM

« Ma première décision a été d'intégrer un Club business, IN Club, pour installer durablement l'image de Chronoclim dans l'esprit des chefs d'entreprise. »

ERIC DEPETRIS
CHRONO CLIM

L'esprit d'équipe

Né à Grasse, Eric Depetris a obtenu son diplôme de frigoriste pour entrer dans une importante entreprise d'installation de climatisation. Avec humour et humilité, il confie : « je n'étais peut-être pas le plus fûté de l'entreprise mais certainement l'un des plus motivés et ça peut faire toute la différence ! ». Assurément, car il progresse vite. Spécialisé dans le domaine de la maintenance et du dépannage, Eric ressent vite le besoin de développer son savoir-faire. S'associer avec Mickaël aura été l'étape décisive dans un parcours qui commençait à l'empêcher d'évoluer en entreprise. En sept ans, le tandem a progressé et aujourd'hui accompagné de Laurent, approche la dizaine de collaborateurs. « Pour l'instant, nous sommes des couteaux suisses chez Chronoclim : on peut jongler de la pose d'appareils à la compta, en passant par le commercial ou le secrétariat. Avec Mickaël, nous assumons ce côté « terrain », quand Laurent, lui, supervise la gestion et assure le développement. C'est comme dans le foot dont je suis passionné, c'est l'équipe qui prime : Laurent nous fait les passes décisives, et nous, on marque les points ! ».
Et pour que tout le monde ne souffle pas en même temps le chaud et le froid sur Chronoclim, la future organisation de la boîte va consacrer chacune de ces personnalités dans un domaine qui lui est propre. A Eric de diriger le futur pôle Maintenance et dépannage de Chronoclim.
D'ici là, avec un carnet de commande bien rempli, l'entreprise continuera en 2023 d'installer, maintenir et réparer chez ses clients particuliers comme professionnels, tout système de climatisation dans le département.

Eric Depetris was born in Grasse and graduated as a refrigeration mechanic before joining a large company that installs air-conditioning systems: With self-deprecating humour, he tells us: "I probably wasn't the brightest employee of the company, but I was certainly one of the most motivated, and that made a massive difference!". It was undoubtedly the case as he made rapid progress. Specialising in maintenance and repairs, Eric felt the urge to develop his skills. But he also felt that his career within the company was stalling, and he made the decisive step of partnering up with Mickaël. In seven years, the team has made a lot of progress, and the company now has ten employees. "At the moment, we are all Swiss army knives at Chronoclim, performing a variety of tasks: installing air-conditioners, doing the accounting, negotiating sales, and digging into the secretarial work. With Mickaël, we spend most of our time on the field, whereas Laurent oversees management and development activities. It's just like in football, which I am passionate about, the team is the most important: Laurent makes the assist, and we score the goals!".

And as you don't want too many cooks in the kitchen, under Chronoclim's future organisation, each one of them will be responsible for his own area of activity. Eric will be in charge of Chronoclim's Maintenance and Repairs Service. With many orders to fill, in 2023 the company will continue installing, maintaining and repairing air-conditioning systems for homeowners and professional customers throughout the department.

PARENTHÈSE

Plaisirs variés « Pour le calme, je vais à la pêche et pour me défouler... c'est le hip-hop ! »

Varied pleasures *"For tranquillity, I go fishing, but when I need to blow off some steam... it's hip-hop!"*

> « Pour l'instant, nous sommes des couteaux suisses chez Chronoclim : on peut jongler de la pose d'appareils à la compta, en passant par le commercial ou le secrétariat. »

Aux origines

MICKAËL GIRAUD
CHRONO CLIM

Originaire de Valbonne, Mickaël Giraud était mécanicien moto quand il a décidé de se tourner vers le monde de la climatisation en intégrant en apprentissage CCF, à Sophia Antipolis. Arrivé dans l'entreprise, il est placé sous la responsabilité d'Eric Depetris, avec qui l'entente est immédiate… Parti parfaire son expérience dans d'autres sociétés de la région, le jeune homme décide assez vite de s'installer à son propre compte. « C'était peut-être un peu tôt, je n'avais pas 21 ans… » se souvient-il. C'est peut-être aussi que seul, il lui apparaissait difficile de se développer. C'est à ce moment qu'il fait appel à Eric pour se faire aider sur ses installations. Prudents, les deux hommes ne s'associent pas dans l'immédiat et se laissent le temps de se découvrir dans la conduite d'une entreprise dont ils apprivoisent jour après jour le difficile -mais ô combien gratifiant- développement.
Sa spécialité ? L'installation des systèmes de climatisation, qu'il a patiemment développés chez une clientèle encore aujourd'hui composée à près de 70 % de particuliers. Un chiffre amené à évoluer avec l'orientation commerciale qu'apporte Laurent chez Chronoclim.

Native of Valbonne, Mickaël Giraud was a motorbike mechanic who decided to turn to the world of air-conditioning. He joined CCF as an apprentice in Sophia Antipolis. He started working for the company under Eric Depetris, and the two immediately got on like a house on fire… He then went to complete his training in other companies of the region, and soon after that he decided to start his own business. "It may have been a little premature, as I wasn't even 21…" he remembers. And without a partner, he was finding it hard to grow his business. That's when he decided to turn to Eric and ask for his help to install air-conditioning systems. Cautiously, their pair didn't enter into a partnership right away, giving themselves some time to discover one another, and the intricacies of running a business, a task they found both difficult and immensely gratifying.

What does he specialise in? Installing air-conditioning systems, a skill he has patiently been honing for his clients, 70% of whom are homeowners. This figure is about to change, now that Laurent has joined Chronoclim and is giving the company a new business direction.

> « Sa spécialité ? L'installation des systèmes de climatisation, qu'il a patiemment développés chez une clientèle encore aujourd'hui composée à près de 70 % de particuliers. »

PARENTHÈSE

Passionné de rallye auto Mickaël vient de terminer sa première édition il y a un mois. De là à y voir un lien avec le nom de l'entreprise…

***Passionate about rallying** - In fact, Mickaël completed his first race about a month ago. Should we see some connection to his company's name?*

VILLES, INTERCOMMUNALITÉS & VIE DES MUNICIPALITES

L'actualité des communes azuréennes

NEWS

UNE ÉQUERRE D'ARGENT à Grasse

Ce sont les architectes Ivry Serres et Emmanuelle et Laurent Beaudoin qui se sont vus remettre à Paris du Ministre de la Culture Rima Abdul Malak la prestigieuse « Equerre d'argent », pour la réalisation de la médiathèque Charles Nègre de Grasse.
Le jury, composé d'architectes, de promoteurs et de critiques, a salué parmi une vingtaine de réalisations sélectionnées, un édifice « qui se distingue par son écriture intemporelle et d'une poésie folle qui recompose l'espace urbain autour de lui un peu à la manière d'une place italienne ».

Harmonieusement intégrée dans le patrimoine urbain de la ville, la médiathèque compoése de voûtes, de colonnettes et de coursives, est édifiée sur 7 niveaux, composant un ensemble de 3600 m².

ÉQUERRE D'ARGENT

La médiathèque Charles-Nègre de la ville de Grasse a remporté le Prix de l'Equerre d'Argent 2022

A silver square in Grasse *- It was the architects Ivry Serres and Emmanuelle and Laurent Beaudoin who were awarded in Paris by the Minister of Culture Rima Abdul Malak the prestigious "Equerre d'argent", for the construction of the Charles Nègre media library in Grasse.*
The jury, made up of architects, promoters and critics, hailed from among some twenty selected projects, a building "which stands out for its timeless writing and a crazy poetry which recomposes the urban space around it a little like an Italian place".

Harmoniously integrated into the urban heritage of the city, the media library composed of vaults, columns and passageways, is built on 7 levels, making up a set of 3600 m².

Valberg
The place to be* ski

À SKI PARAÎT...

VALBERG lance de NOUVEAUX FORFAITS !

EN SOLO,
EN FAMILLE OU ENTRE AMIS,
CHOISISSEZ LES FORMULES QUI VOUS RESSEMBLENT !

VALBERG.COM

-50% *pour TOUS les* **-16 ans !**

4 SAISONS

... Et bien + ENCORE !

*Là où il faut être - © R.Bienvenu pour OT Valberg

CHARLES ANGE GINÉSY

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

> « L'aménagement du territoire, conduit par le Département, est dans mon esprit indissociable de la prospérité des Alpes-Maritimes. »

Esprit D'ENTREPRISE

Président LR du Département depuis 2017, Charles Ange Ginésy a longtemps connu une vie d'entrepreneur, avant d'embrasser la politique. Et si le Conseil Départemental n'a pas la compétence économique, il nous rappelle combien son rôle est important dans le développement des entreprises maralpines.

Corporate spirit - Before he embraced a life of politics and became the Chairman of the Department's Republican Party in 2017, Charles Ange Ginésy was an entrepreneur. Although the Departmental Council holds no economic power, he reminds us how very important the economy is to the development of regional companies.

La politique, c'était naturel pour vous ? Parlez-nous de votre vie d'entrepreneur, avant que vous ne preniez vos responsabilités politiques :

Même si j'ai toujours connu mon père dans ses fonctions électives en tant que maire de Péone ou comme Conseiller Général, la politique n'était pas naturelle pour moi... J'avais plutôt un tempérament de chef d'entreprise et c'est ce qui m'a d'ailleurs incité à reprendre très tôt l'hôtel familial, après avoir fait l'école hôtelière de Nice... Je l'ai tenu près de six ans, puis j'ai été attiré par une autre forme d'entreprise : après des études d'expertise comptable et de sciences économiques, j'avais l'objectif de gérer une plus grande entreprise. Dans le même temps, je voulais rester dans la montagne : la terre du Mercantour était pour moi essentielle ! Alors pour allier les deux, je me suis investi à 200 % dans la gestion des remontées mécaniques de la station de Valberg. Cela a duré de 1978-80 jusqu'en 1989. C'est à ce moment que j'ai pris un mandat électif, au départ plutôt pour assurer la continuité de ce que j'estimais nécessaire pour faire prospérer l'activité économique. L'aménagement du territoire, notamment conduit par le Département, est dans mon esprit indissociable de la prospérité de Valberg, de la montagne et plus généralement des Alpes-Maritimes. J'ai ensuite quitté peu à peu la scène de l'entreprise mais elle est toujours dans mon cœur !

L'entreprise vous manque-t-elle ? Si le Conseil Départemental n'a pas la compétence économique, comment apporte-t-il son soutien aux entreprises ?

Oui, l'entreprise m'a manqué… mais il m'a fallu faire des choix si je voulais continuer de vivre ici, à la montagne. Même si nous n'avons plus la compétence économique, le Conseil Départemental reste un acteur majeur du territoire. En cas de coup dur tout d'abord : nous l'avons vu avec la crise Covid et avec la tempête Alex. 3 M€ ont été accordés pour l'aide aux entreprises, en complément des aides de l'Etat et de la région Sud et quand 304 M€ sont débloqués par le Département pour reconstruire, ce sont les entreprises du BTP des Alpes-Maritimes qui trouvent là une oxygénation. L'argent public permet aux entreprises de s'adapter et de trouver un nouvel élan. Les exemples ne manquent pas : quand le thermalisme se développe sur Roquebillière, quand on lance, avec mes pairs, un plan de reconstruction pour la Vallée de la Roya, nous ne sommes pas des chefs d'entreprise… mais presque !

Il en va de même quand nous faisons des appels à projets sur la thématique de la santé, quand nous lançons le Green Deal : tout ceci fait travailler, phosphorer l'entreprise. Je le dis en tant que Président du Département : il faut que l'argent public serve également de moteur d'accompagnement de l'entreprise dans ses initiatives et ses innovations, dans cette volonté de donner le meilleur aux Maralpins. Pour finir, l'aménagement du territoire, en allouant aux municipalités près de 80 M€ d'aides par an aux projets communaux, crée du dynamisme économique, que leur budget ne leur permettrait pas.

> « Il faut que l'argent public serve également de moteur d'accompagnement de l'entreprise dans ses initiatives et ses innovations, dans cette volonté de donner le meilleur aux Maralpins. »

PARENTHÈSE

« Malgré un emploi du temps très chargé, je fais encore du ski, du vélo et de la randonnée dans le Mercantour. La navigation me manque aujourd'hui… De temps en temps, quand un voilier m'invite sur son bateau, j'ai beaucoup de plaisir à embarquer ! »

"Despite a very busy schedule, I still find the time to go skiing, cycling, and hiking in the Mercantour. I miss sailing though... But occasionally, when a boat owner invites me onboard, I love going on a cruise!"

www.departement06.fr

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES

Did politics come naturally to you? What can you tell us about your life as an entrepreneur, before you assumed political responsibilities?

My father held elected office as Mayor of Péone or as General Councillor, but politics was not my natural habitat... I was far more inclined to become a corporate leader, which is why I took over our family-owned hotel at a fairly young age, having graduated from the hotel school in Nice... I ran it for about six years, but then I was attracted to another form of entrepreneurship: I completed my studies in accounting and economic science, as I wanted to manage a larger company. I also wanted to continue living in the mountains: the Mercantour region was essential to my wellbeing! To combine these two ambitions, I invested myself fully in the management of Valberg's ski lifts. That lasted from 1978/1980 to 1989. That is when I ran for office; initially, I wanted to ensure continuity in policies I deemed essential to the economic prosperity of the region. The territorial development plan implemented by the Department was indissociable from the prosperity of Valberg, the mountains, and more broadly, the Alpes-Maritimes. I gradually moved away from the entrepreneurial world, but it remained close to my heart.

Do you miss your corporate career? Also, how does the Departmental Council manage to support local companies if it doesn't hold any economic power?

Yes, I did miss the corporate world... but I had to make tough choices as I wanted to continue living here, in the mountains. Although we've lost our economic powers, the Departmental Council remains a key territorial stakeholder. Especially in these hard times: this aspect came out clearly during the Covid crisis and storm Alex. 3M€ were allocated as aid to companies, in addition to funds issued by the State and the Southern region; when 304M€ are released by the Department for the purpose of rebuilding, the construction companies of the Alpes-Maritimes can breathe a sigh of relief. Public funds reenergise companies and allow them to adapt. Examples of this abound: as spas and thermal baths were developing in Roquebillière, my colleagues and I launched a redevelopment plan for the Roya Valley. We are not CEOs, but almost!

The same can be seen in the invitations to tender we issued in the health industry, or when we launched the Green Deal: these initiatives create jobs and allow companies to prosper. As the President of the Department I say this: public money must be a driver helping companies in their initiatives and innovations and ensuring residents of the Alpes-Maritimes enjoy the very best conditions. Finally, in terms of the territory's development plan, by allocating close to 80M€ in subsidies per year to communal projects, we are able to create the kind of economic momentum that their own budgets don't allow.

AUX CÔTÉS
des entrepreneurs du territoire

Vice-président du Département des Alpes-Maritimes, Maire de Grasse et Président de la Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse, Jérôme Viaud connait bien le monde de la création d'entreprise dans lequel il a évolué avant d'entrer en politique. Proche des entrepreneurs, il évoque avec nous l'importance du développement économique et de l'installation d'entreprises sur un territoire grassois à l'attractivité renouvelée.

Supporting the territory's entrepreneurs *- As the vice-president of the Alpes-Maritimes department, the Mayor of Grasse and the President of the Pays de Grasse Agglomeration Community, Jérôme Viaud is well connected in the business world, of which he was himself an active member before embarking in a career in politics. Close to local entrepreneurs, he tells us of the importance of economic development and attracting companies to Grasse, a territory that boasts renewed appeal.*

En parallèle de votre engagement en politique, votre parcours professionnel est jalonné d'expériences vécues au plus près des entrepreneurs et des décideurs économiques. Quel itinéraire de chef d'entreprise auriez-vous pu suivre ?

Pour être honnête, je ne m'imaginais pas du tout dans la politique… J'ai été d'abord formé à la gestion d'entreprise et pendant 3 ans, j'ai occupé un poste au Centre de Promotion des Entreprises, pour soutenir les jeunes créateurs : j'ai écrit des business plans, aidé au financement, assuré le suivi de gestion… A l'origine, je me destinais plutôt à travailler dans la finance et la levée de fonds bancaires.

A quel moment cela a-t-il changé ?

Quand Jean-Pierre Leleux Maire de Grasse, m'a proposé d'intégrer son cabinet et que… j'ai refusé au départ ! Il a su me convaincre et l'expérience m'a beaucoup plu. J'ai commencé comme conseiller du maire pour le développement économique. J'ai beaucoup appris du fonctionnement des collectivités et des institutions et tout cela s'est fait en avançant à ses côtés. En 2013, je me suis lancé pour préparer les municipales, je sentais que le moment était venu pour moi.

Votre attachement au monde de l'entreprise n'est pas nouveau…

Depuis que je suis maire, je n'ai eu de cesse de dire que ma stratégie prioritaire était le développement économique. Je crois fondamentalement que l'on ne peut générer de service public si l'on ne crée pas de richesse. Il faut pour cela créer de la dynamique fiscale, donc aider à l'installation de plus d'entreprises. C'est ce qui s'est notamment passé quand nous avons travaillé en 2014 sur le storytelling de Grasse et son héritage, afin que les grandes maisons de parfums reviennent sur le territoire. C'est possible car le client d'aujourd'hui consomme moins mais mieux. Il est très attaché au local, aux circuits courts, au savoir-faire et à l'authenticité. Louis Vuitton, Dior, Lancôme, pour ne citer qu'eux, revendiquent aujourd'hui cette appartenance à Grasse, qui leur permet de pénétrer des marchés internationaux : Grasse est devenue une marque qui attire et qui rayonne. Et d'autant plus, depuis que les savoir-faire liés au parfum en Pays de Grasse ont été inscrits au Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité. Depuis, nous avons sanctuarisé près de 70 Ha de terres agricoles dans le dernier Plan Local d'Urbanisme de la Ville de Grasse. Cette stratégie fonctionne, beaucoup reviennent produire ici : j'ai envie de dire que petit à petit, tout le monde rentre à la maison !

Vous êtes vous-même entrepreneur…

Je fabrique du miel depuis trois ans ! J'ai six ruches, mon grand-père m'avait initié quand j'avais 8 ans et je me suis formé avec l'apiculteur grassois Marc Rebuffo. La récolte est un moment privilégié que je partage avec mes enfants et je prends du plaisir à faire déguster ce nectar à mes amis. En parallèle, je me suis tourné vers la production de vin, ayant un attrait plus spécifique pour le travail de la terre et la culture de la vigne. Une activité qui me permet aussi de transmettre le goût de l'entrepreneuriat à mon fils aîné, qui travaille à mes côtés.

» PARENTHÈSE

Il aurait aussi pu être…

…musicien professionnel : « Je suis pianiste et violoncelliste. J'essaie de conserver cette passion… Dès qu'il y a un piano quelque part, je ne peux m'empêcher de m'asseoir et de jouer ! »

He could have been…

… a professional musician. "I play the piano and the cello. I try to keep my passion alive… Whenever there's a piano around, I can't stop myself; I have to start playing!"

Pays de Grasse
communauté d'agglomération

www.paysdegrasse.fr

In parallel with your political commitment, your professional career is dotted with experiences shared with entrepreneurs and economic decisionmakers. What kind of entrepreneur would you have been?

To be honest, I never imagined myself in politics… I first studied corporate management and for three years I worked at the Company Promotion Centre in support of young business leaders: I prepared business plans, helped find funding, oversaw management… Initially, I was destined to a career in finance and fundraising.

When did it all change?

When Jean-Pierre Leleur, then Mayor of Grasse, invited me to join his firm… an invitation I declined at first. But he managed to talk me into it, and I certainly did not regret the experience. I started advising the mayor on matters of economic development. Working by his side, I learnt a lot about how associations and institutions operate. In 2013, I started preparing my own municipal election, feeling that the time was right for me.

Your attachment to the corporate world is nothing new…

Since I was elected mayor, I have constantly worked under the premise that economic development is a strategic priority. I am convinced that we cannot provide a good public service if we don't create wealth. We must create a fiscal momentum, and work in support of companies. This is precisely what we did in 2014, when we worked on a storytelling project about Grasse and its heritage, to incite all the great names of the perfume industry to come back to the territory. It's particularly relevant nowadays, because the modern consumer buys less, but smarter. They are attached to local produce, short cycles, knowhow, and authenticity. Louis Vuitton, Dior, or Lancôme, to name but a few, are proud of their Grasse heritage, as it affords them access to international markets. Grasse has become an appealing brand with a strong reputation. And all the more so since the know-how linked to perfume in the Pays de Grasse has been registered as an Intangible Cultural Heritage of Humanity. Since then, we have protected 70 agricultural hectares in the latest Local Urbanism Plan of the City of Grasse. It is a winning strategy, as many come here to set up their production activity: I feel like everyone is progressively coming back home!

You are an entrepreneur…

I've been making honey for three years! I have six beehives. My grandfather taught me when I was eight, and I trained under local apiculturist, Marc Rebuffo. The harvest is my favourite moment, which I share with my children, and I love getting my friends to taste my delicious produce. In parallel, I have turned to the production of wine, feeling specifically attached to the land and its vines. This activity also allows me to share my penchant for entrepreneurship with my eldest son, who works with me.

JÉRÔME VIAUD

VICE-PRÉSIDENT DU DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES, MAIRE DE GRASSE ET PRÉSIDENT DE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU PAYS DE GRASSE

“Grasse est devenue une marque qui attire et qui rayonne. Et d'autant plus, depuis que les savoir-faire liés au parfum en Pays de Grasse ont été inscrits au Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité.”

JEAN LEONETTI

Président de la Communauté d'Agglomération Sophia Antipolis

« L'entrepreneur de demain doit concilier -et cela peut paraitre contradictoire- une vision à moyen et long terme avec une réactivité à très court terme pour anticiper les crises, les changements sociaux. »

L'entrepreneur de demain, VISIONNAIRE ET RÉACTIF

Président de la Communauté d'Agglomération Sophia Antipolis, Jean Leonetti revient sur son attachement aux entreprises et sur les succès de la CASA qui fête cette année ses 20 ans.

Jean Leonetti, the Chairman of the Agglomeration Community of Sophia Antipolis, is looking back at the work he has done over the years in support of local companies and CASA's many successes as it celebrates its 20th anniversary.

La CASA a 20 ans… Qu'a-t-elle mis en place pour les entreprises du territoire ?

Nous nous sommes posé la question : qu'est-ce que cela a changé ? Le premier changement était institutionnel. Jusqu'à la mise en place de la communauté d'agglomération, le reproche que l'on nous faisait était que Sophia n'était pas structurée, pas visible et l'on nous parlait sans cesse de « relancer Sophia », cela devenait obsessionnel !

Une stratégie d'organisation territoriale, une gouvernance ont donc émergé, avec des temps forts : la construction du Business Pôle et du Campus SophiaTech, dans les années 2010. Cette vision spatiale s'est associée à une vision prospective pour toute la communauté : entreprises, recherche, Université, ce qui a conduit quelques années plus tard à l'obtention des labels IdEx, French Tech et 3IA. La CASA a structuré, donné une perspective et favorisé cette fertilisation croisée en finançant de manière notable les infrastructures. Et tout ceci a amené à une reprise de confiance des entreprises.

Si vous aviez dirigé une entreprise privée, quel domaine d'activité aurait eu votre préférence ?

Dès 1978, j'ai dirigé un service de cardiologie, puis l'Hôpital d'Antibes. Jeune chef de service, je gérais de manière un peu moins académique que ce qui se faisait auparavant, en fusionnant déjà le public et le privé : mes collaborateurs s'installaient en ville tout en continuant de travailler à l'hôpital. Nous avons créé un modèle qui fonctionne, avec déjà, une stratégie. Je ne voulais pas de l'opposition public-privé et je crois que j'avais déjà l'image d'un « sage conciliateur » !

Ce qui m'a émerveillé avec Sophia, c'est l'avènement du numérique, l'imagerie, l'intelligence artificielle au service de la médecine. J'aurais adoré travailler sur l'IA et la médecine… Il y a selon moi deux transversalités : le développement durable et le numérique, ce nouveau langage, qui comme à l'époque de la révolution de l'imprimerie, permet aujourd'hui une autre diffusion du savoir : la technique change les mœurs.

Quelles entreprises ont pu vous marquer ?

Plus généralement, j'ai été impressionné par des entreprises qui montraient une grande capacité d'anticipation. Avant même l'avènement du télétravail, elles nous amenaient une nouvelle façon de travailler : une table, un ordinateur, un échange facilité… Avec cette remise en cause du temps et de l'espace qui bouleverse notre monde économique : où et quand commence-t-on à travailler ? Quand finit-on ? Cette souplesse dans l'organisation du travail et des loisirs m'a marqué, ainsi que la nécessaire adaptation de l'entreprise aux enjeux du futur.

L'entrepreneur de demain ?

Le monde a toujours changé, mais aujourd'hui il accélère. L'entrepreneur de demain doit concilier -et cela peut paraitre contradictoire- une vision à moyen et long terme avec une réactivité à très court terme pour anticiper les crises, les changements sociaux. On a vu que près de 500.000 français avaient quitté un emploi stable à la suite du Covid : cet élément montre que l'entreprise doit proposer une forme de souplesse, d'échange, de bonheur au travail, un peu différents… Avec toutefois certaines limites. Acceptons ce monde nouveau et adaptons-nous à ces nouveaux besoins socio-psychologiques.

L'entreprise doit également s'adapter à l'innovation : il n'y aura plus de zone de confort. Un artiste disait « il faut tout changer quand tout va bien ». C'est de l'anticipation. L'entreprise de demain doit conjuguer une forme de douceur et de qualité dans le travail avec ce souci d'adaptation permanente.

CASA is 20 years old... What has it been doing for the territory's companies?

We asked ourselves that very question: what has changed? The first change was institutional. Until we started the agglomeration community, the criticism we often heard was that Sophia was not structured, not visible, and we were always told that we had to "reboot Sophia". It had become somewhat of an obsession!
A territorial organisation strategy, with its governance, started to emerge, and there were some highlights along the way: the construction of the Business Centre and the SophiaTech campus in the 2010s. We combined a spatial vision with a prospective vision and made them work for the entire community. Companies, research institutions, the university: in a few short years, it all led us to obtaining the IdEx, French Tech and 31A certifications. CASA structured, gave a sense of perspective to, and encouraged this cross-fertilisation by significantly funding our infrastructures. This, in turn, boosted the confidence of our local companies.

If you had run a private business, in what field of activity would you have seen yourself?

Starting in 1978, I managed a cardiology unit, and then Antibes hospital. As a young department head, my management style was slightly less academic than that of my forerunners, and I was already merging public services and the private sector: my co-workers were relocating to the city, while continuing their work at the hospital. We created a successful model that was based on a sound strategy. I was against opposing the private sector and public interests, and I believe I had already earned the reputation of a "wise conciliator"!
At Sophia, I marvelled at the birth of digital technologies, imaging tools, and artificial intelligence at the service of healthcare. I would have loved working on AI and medicine... To me there are two cross-cutting aspects: sustainable development and digital technologies, which constitute a new language, a revolution not unlike the one brought about by the printing press, allowing us to spread knowledge in new ways. It is the idea of habit-changing technical progress.

What companies were you marked by more particularly?

Broadly speaking, I have been very impressed by the companies that displayed the greatest talent for anticipation. Even before teleworking emerged, these companies showed us a new way of working: a desk, a computer, facilitated exchanges... They made us question the very notions of time and space, which cause upheaval in our economic environment: when and where do we begin to work? And when do we finish? I was profoundly marked by this flexibility in organising our work and leisure and by companies that were able to adapt to tomorrow's challenges.

What can you tell us of tomorrow's entrepreneur?

The world has always been changing, but now the rate of change is accelerating. This may seem like a contradiction, but tomorrow's entrepreneur must combine a mid- or long-term vision with short-term responsiveness to anticipate times of crisis and social changes. We know that close to 500'000 French workers left stable employment in the wake of the Covid crisis: this shows that companies have to demonstrate some degree of flexibility, of transactional freedom and of work satisfaction, which is something quite new... But there must be some limits. Let's accept this new world and adapt to these new sociological and psychological needs. The corporate world must also adapt to innovation: comfort zones are a thing of the past. An artist once said, "we must change when everything is going well". That is the very idea of anticipation. Tomorrow's companies must show kindness and continue providing quality, while constantly adapting to changing circumstances.

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION SOPHIA ANTIPOLIS

www.agglo-sophiaantipolis.fr

Bienvenue DANS LE VAR !

Rencontre avec Guillaume Decard, vice-président du département du Var en charge du tourisme et président de l'agence de développement touristique (ADT) Var Tourisme, bras armé de ce secteur d'activité incontournable, pourvoyeur de près de 30.000 emplois directs dans le 83.

Welcome to the Var department! *- We are pleased to introduce you to Guillaume Decard, the vice-president of the Var department in charge of tourism and president of the touristic development agency (ADT), Var Tourisme, a major stakeholder of this very important sector of activity and provider of close to 30'000 jobs throughout the department.*

Quel est votre parcours ?

Je suis né à Saint-Raphaël il y a 40 ans. J'ai été élu en 2008 Conseiller municipal de Saint-Raphaël et suis devenu en 2011 adjoint en charge des affaires culturelles et de la jeunesse. Je suis également vice-président d'Esterel Côte d'Azur Agglomération délégué à l'agriculture, et vice-président du Conseil Départemental en charge du Tourisme. Depuis fin 2020, je préside Var Tourisme, l'Agence de développement touristique.

What can you tell us about your career?

I was born in Saint-Raphaël 40 years ago. In 2008, I was elected municipal councillor of Saint-Raphaël and in 2011, I became deputy in charge of culture and youth. I am also the vice president of the Esterel and French Riviera agglomeration, in charge of agriculture, and vice-chairman of the Departmental Board in charge of tourism. Since 2020, I have been at the head of Var Tourisme, the touristic development agency of the Var department.

A quand remonte votre engagement politique ?

En 1998, à l'âge de 16 ans, je m'étais engagé au RPR. Issu d'une famille gaulliste, dont plusieurs membres étaient élus, je nourrissais déjà à l'époque une vraie passion pour l'Histoire et le personnage du Général de Gaulle me fascinait…

When did your commitment to politics become apparent?

In 1998, at the age of 16, I joined the RPR. I come from a family of Gaullists, and we count a few elected officials among our ranks; even back then I was very interested in history, and fascinated by General de Gaulle...

En quoi l'action de Var Tourisme promeut une économie touristique pérenne dans le département ?

Le Tourisme est un réel levier économique et il y a une prise de conscience de la nécessité de le structurer. Le tourisme c'est également avant tout l'attractivité de nos territoires. Ce n'est pas que l'image de la paire de tongs, la boule de glace et le maillot de bain ! Avec 4 milliards d'euros de retombées sur l'économie varoise et 72 Millions de nuitées en 2022, il représente un peu plus de 30.000 emplois directs et c'est autant d'argent réinjecté dans l'économie varoise. Pour le développer et le structurer encore, nous avons identifié plusieurs filières à valoriser.

What does Var Tourisme do to promote a sustainable touristic economy in the department?

Tourism is a powerful lever for the economy, and there is growing realisation that it needs to be better structured. It is also above all the attractiveness of our territories. Tourism cannot be simply seen as a pair of flipflops, ice-cream, and a bathing suit! It represents 4 billion euros for the economy of the department, 72 million hotel nights in 2022, and approximately 30'000 direct jobs - that's a lot of money that is directly reinjected into our economy. To further develop and structure it, we have identified several areas that merit our focus.

Quelles sont-elles et que faites-vous pour les mettre en avant ?

Nous avons tout d'abord travaillé sur l'œnotourisme, en lien avec le Comité Interprofessionnel des Vins de Provence et les vins de Bandol car notre département est le premier producteur mondial de vin Rosé. Nous travaillons aussi à structurer la filière du vélo et celle du nautisme et de la plongée. Cela nous amène à une communication unifiée et des plans d'actions de promotion orientés vers le grand public, l'intermédiation ou le B2B et les médias, en Europe et en France de même qu'une présence accrue au sein de salons professionnels.

What are they and what are you doing to promote them?

We have been working on enotourism, in association with the Interprofessional Committee of Provence wines and of Bandol wines, as our department is the largest producer of rosé wine in the world. We have also been working on cycling and nautical sports, with a special focus on scuba diving.
This has led us to implement unified communications oriented towards the general public, intermediation or B2B and the media, in France and in Europe, and to significantly increase our presence in trade shows.

Il a tellement de succès : que manque-t-il au tourisme varois ?

Nous voulons sortir de la saisonnalité. Nous n'avons plus vocation à faire la promotion de la saison estivale, mais plutôt de valoriser l'ensemble du département et lisser son flux touristique du 1er mars au 31 décembre. Des résultats très positifs ont été enregistrés sur une continuité du flux entre les vacances de Pâques et de la Toussaint cette année. Nous le mesurons à l'aide de notre observatoire, que nous allons encore enrichir grâce à l'étude des données sur les flux en provenance des aéroports de Toulon et de Nice-Côte d'Azur. Ces données, mises à disposition des professionnels du Réseau Destination Var, leur permettent d'affiner leur stratégie d'accueil touristique. A titre d'exemple, pendant la crise sanitaire, les chiffres et analyses de notre observatoire leur ont permis de faire évoluer leurs plans d'action et de communication pour aller chercher des flux en provenance d'autres pays. La conquête de nouveaux publics se fait aujourd'hui à l'étranger. Cette année, nous accentuons entre autres notre travail sur la clientèle scandinave et de proximité.

The Var department is a popular destination, so what, if anything, is it still lacking in terms of the tourism industry?

We want to move away from seasonality. It is no longer about just the summer season. We want to promote the entire department and smoothen tourism flows from the 1st of March to the 31st of December. We are glad to report very positive results in terms of flow continuity from the Easter holiday to the autumn term break this year.
We are able to measure these flows with our observatory, which we will bolster by studying the data from Nice-Côte d'Azur airport and Toulon airport. This data is made available to the teams of Destination Var, who use it to perfect their touristic offering strategy. As an example, during the health crisis, the statistics and analyses of our observatory helped them perfect their action and communication plans, and to attract flows from other countries. Finding new travellers is an activity mainly conducted abroad nowadays. This year, we will focus increasingly on Scandinavian tourists and local customers.

» PARENTHÈSE

« Je suis un bon vivant, j'aime le sport, je pratique le running… Mais entre le 25 novembre et le 10 janvier, une autre vraie passion m'accapare : les santons de Provence. Je possède une belle collection de plus de 1.000 pièces et chaque année, j'installe une crèche provençale dans le hall du centre culturel de Saint-Raphaël. C'est aussi la saison des salons pour enrichir ma collection ! »

'I'm a fun-loving man, I enjoy sports, especially running... But from the 15th of November to the 10th of January, I am driven by a different passion: the santons of Provence. I have a delightful collection of more than 1000 figurines, and each year I set up a Provençal nativity scene in the hall of the cultural centre in Saint-Raphaël. It is the season to visit trade shows and add to my collection!'

VISITVAR
Provence - Côte d'Azur
www.visitvar.fr

GUILLAUME DECARD
VAR TOURISME

“Avec 4 milliards d’euros de retombées sur l’économie varoise et 72 Millions de nuitées en 2022, le tourisme représente un peu plus de 30.000 emplois directs et c’est autant d’argent réinjecté dans l’économie varoise.”

NOËL à Antibes et Juan-les-Pins

Du 10 décembre au 02 janvier, la ville d'Antibes Juan-les-Pins s'illumine avec des centaines de décors féeriques en LED pour des fêtes de Noël magiques.

De nombreuses animations pour les enfants, des **ateliers créatifs**, une **petite ferme pédagogique,** des spectacles vous seront proposés dans le Village de Noël à Antibes... sans oublier la traditionnelle arrivée du Père Noël en ski nautique ! L'entrée est libre et les animations gratuites.

A Juan-les-Pins, élancez-vous sur la **grande patinoire** en neige naturelle de 525 m² dont 105 m² sont réservés aux tout-petits ! **Le 16 décembre à 18 h 30 aura lieu le spectacle inaugural,** à la Pinède Gould. À l'issue de l'inauguration, la patinoire ouvrira jusqu'à 21 h (dernière entrée à 20 h).
Ouverture de 9 h 30 à 20 h et nocturnes jusqu'à 21 h les vendredis et samedis. Gratuit jusqu'à 10 ans et 3 € pour les plus de 10 ans - Port de gants obligatoire (non fournis).

www.antibesjuanlespins.com

From December 10 to January 2, the town of Antibes Juan-les-Pins lights up with hundreds of magical LED decorations for magical Christmas celebrations.

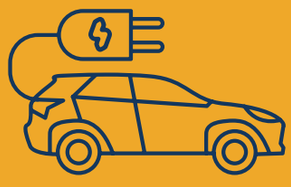
*Numerous activities for children, **creative workshops,** a **small educational farm,** shows will be offered to you in the Christmas Village in Antibes... not to mention the traditional arrival of Father Christmas on water skis! Admission is free and entertainment is free.*

*In Juan-les-Pins, set off on the **large 525 m² ice rink** in natural snow, 105 m² of which are reserved for toddlers! **On December 16 at 6:30 p.m. the inaugural show** will take place at the Pinède Gould. After the inauguration, the ice rink will remain open until 9 p.m. (last entry at 8 p.m.).*

Open from 9:30 a.m. to 8 p.m. and late opening until 9 p.m. on Fridays and Saturdays. Free for children under 10 and €3 for over 10s - Wearing gloves is mandatory (not provided).

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES 06
GREEN Deal 06

PASSEZ EN MODE ÉCO
avec le Département !



Jusqu'à 5000 €
pour acquérir
un véhicule électrique neuf.

Jusqu'à 30400 €
pour améliorer
votre logement.

Des aides pour tous* sur www.greendeal06.fr

*Toutes ces aides sont assujetties à des conditions spécifiques, sans exclusion de revenus.

0800 037 016
Service et appel gratuits. Du lundi au vendredi, 9h-12h et 13h30-17h

#AlpesMaritimes
DEPARTEMENT06

VOUS AVANT TOUT!

Noël

à Antibes Juan-les-Pins

10 DÉCEMBRE
AU 2 JANVIER

programme sur antibes-juanlespins.com

9, 10 et 11 décembre

Musique
C'est pas classique

Trois jours de concerts gratuits pour mettre la musique classique à portée de tous les publics, en faisant découvrir les grands noms, les nouveaux talents, venus d'ici et d'ailleurs, parfois iconoclastes et insolites, porteurs d'une créativité nouvelle. Le plus célèbre festival de musique classique revient cette année encore pour le plaisir des fans de l'événement. Les 9, 10 et 11 décembre, durant 3 jours, tout sera orchestré pour fêter ses 17 années au Palais Acropolis de la plus belle des manières, avec notamment des artistes à la renommée internationale.

Three days of free concerts to bring classical music within reach of all audiences, *by introducing the big names, new talents, from here and elsewhere, sometimes iconoclastic and unusual, bearers of new creativity. The most famous classical music festival returns again this year to delight fans of the event. On December 9, 10 and 11, for 3 days, everything will be orchestrated to celebrate its 17th anniversary at the Acropolis Palace in the most beautiful way, with internationally renowned artists.*

cpc.departement06.fr

20 au 29 janvier

Festival du Cirque de Monte-Carlo

Du 20 au 29 janvier, le Festival International du Cirque de Monte-Carlo fêtera son 45e anniversaire et la 10e édition de New Generation Venez assister à un spectacle de Cirque unique où jongleurs, magiciens, clowns, équilibristes et animaux se présenteront sous le plus célèbre chapiteau du monde pour tenter de remporter la distinction ultime des Arts du Cirque : le fameux Clown d'Or…

From January 20 to 29, the Festival International du Cirque de Monte-Carlo will celebrate its 45th anniversary and the 10th edition of New Generation*. Come and attend a unique Circus show where jugglers, magicians, clowns, tightrope walkers and animals will perform under the most famous big top in the world to try to win the ultimate distinction of Circus Arts: the famous Golden Clown...*

www.montecarlofestival.mc

Il n'y a qu'ici qu'on skie aussi près de la mer

Rendez-vous sur les pistes
des Stations Nice Côte d'Azur.

Auron • Isola 2000 • St-Dalmas

camdenpublicite.fr

isola 2000

AURON STATION NICE CÔTE D'AZUR

Saint-Dalmas Le Selvage

LES STATIONS NICE CÔTE D'AZUR AURON ISOLA 2000 ST-DALMAS Syndicat Mixte

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR

LES STATIONS NICE CÔTE D'AZUR
AURON ISOLA 2000 ST-DALMAS

CHR, ÉVÉNEMENTIEL & LOISIRS

L'actualité des cafés, hôtels & restaurants, les lieux où sortir, se cultiver, faire du sport, le lifestyle Côte d'Azur

NEWS

CANNES : destination succès

L'année 2022 aura été marquée par une performance remarquable de l'activité touristique et événementielle à Cannes. Ce succès a été couronné en cette fin d'année par le titre de « Meilleure destination des événements au Monde 2022 » doublé par le prix européen, décerné par la référence, les World Travel Awards.

2023 s'annonce toute aussi prometteuse. Cannes, portée par l'activité du Palais des Festivals et des Congrès, avec plus de 60 évènements professionnels annuels, reste la première destination de tourisme d'affaires en France après Paris. Elle investit massivement pour affirmer son leadership international. Le projet de grande ampleur de réaménagement et d'embellissement de la Croisette à l'horizon 2025 confortera son attractivité pour soutenir une activité en croissance.

En 2023, le Palais des Festivals et des Congrès de Cannes lance de nouveaux concepts d'événements, avec des organisateurs privés, sur des thématiques qui sont en résonnance avec l'écosystème local, et qui sont porteuses pour l'avenir : Nouveau MIDEM+ avec une première édition du 19 au 21 janvier ainsi que Cannes Gaming Festival en octobre 2023. Un nouveau positionnement sur les congrès médicaux se concrétise avec 6 nouveaux événements dédiés. La destination se positionne également sur le marché des mariages de luxe. En 2023, près d'un million d'euros sera dédié à la digitalisation du Palais afin d'offrir un meilleur accueil et lui donner une image plus attractive.

EN CHIFFRES

Cannes est N°1
Des destinations touristiques d'affaires après Paris

60 Evénements professionnels sont organisés chaque année au Palais des Festivals et des Congrès

Cannes: a successful destination - The year 2022 will have been marked by a remarkable performance in tourism and event activity in Cannes. This success was crowned at the end of the year by the title of "Best destination for events in the world 2022" doubled by the European prize, awarded by the reference, the World Travel Awards.

2023 looks just as promising. Cannes, driven by the activity of the Palais des Festivals et des Congrès, with more than 60 annual professional events, remains the leading destination for business tourism in France after Paris. It invests massively to affirm its international leadership. The large-scale project to redevelop and beautify the Croisette by 2025 will strengthen its attractiveness to support growing activity. In 2023, the Palais des Festivals et des Congrès de Cannes is launching new event concepts, with private organizers, on themes that resonate with the local ecosystem, and which are promising for the future: New MIDEM+ with a first edition from January 19 to 21 as well as Cannes Gaming Festival in October 2023. A new positioning on medical congresses is taking shape with 6 new dedicated events. The destination is also positioning itself in the luxury wedding market.
In 2023, nearly one million euros will be dedicated to the digitization of the Palace to offer a better welcome and give it a more attractive image.

2022

DÉCEMBRE

SOLUCOP - jeudi 1er & vendredi 2

MIRACULOUS
LADYBUG, LE SPECTACLE MUSICAL - dimanche 4

ERA • THE LIVE EXPERIENCE - mardi 13

AMIR - jeudi 15

-M- • EN RÊVALITÉ TOUR - vendredi 16

2023

JANVIER

DISNEY SUR GLACE
LA GRANDE AVENTURE - mardi 17 & mercredi 18

ONE NIGHT OF QUEEN - samedi 21

MICHAEL GREGORIO
L'ODYSSÉE DE LA VOIX - samedi 28

CIRQUE PHENIX
RHAPSODIE - dimanche 29

FÉVRIER

INÈS REG • HORS NORMES - samedi 4

LES CHEVALIERS DU FIEL
TRAVAUX D'ENFER - jeudi 9

MARS

LOMEPAL - samedi 18

STARS 80 • ENCORE ! - dimanche 19

REDOUANE BOUGHERABA
ON M'APPELLE MARSEILLE - mercredi 22

L'HÉRITAGE GOLDMAN - jeudi 23

KEV ADAMS • MIROIR - samedi 25

EROS RAMAZZOTTI
BATTITO INFINITO WORLD TOUR - mardi 28

CELTIC LEGENDS - jeudi 30

LE LAC DES CYGNES
INTERNATIONAL FESTIVAL BALLET - vendredi 31

AVRIL

JENIFER • N°9 TOUR - samedi 1er

FLORENCE FORESTI
BOYS BOYS BOYS - jeudi 13

MESSMER • HYPERSENSORIEL - dimanche 16

MAI

JEFF PANACLOC
JEFF PANACLOC ADVENTURE - vendredi 5

HANS ZIMMER LIVE - samedi 6

LE LAC DES CYGNES - mercredi 10

GLADIATOR LIVE
CINÉ CONCERT - vendredi 12

MICHEL POLNAREFF - mercredi 24

JOYAUX - vendredi 26

GHOST • IMPERATOUR - mardi 30

OCTOBRE

MAXIME GASTEUIL
RETOUR AUX SOURCES - mardi 3

SOPRANO • CHASSEUR D'ETOILES TOUR
samedi 14 & dimanche 15

BIGFLO & OLI • LE GRAND TOUR
dimanche 29

NOVEMBRE

MICHEL SARDOU • JE ME SOUVIENS D'UN ADIEU
mardi 7

DÉCEMBRE

M POKORA • EPICENTRE TOUR - vendredi 1er

Palais Nikaia
VILLE DE NICE

ET EN 2024

FÉVRIER

SHAKA PONK • THE FINAL F*CKED UP TOUR
jeudi 1er

OCTOBRE

THE RABEATS • TRIBUTE TO THE BEATLES
samedi 12

Palais Nikaia
VILLE DE NICE

#ILoveNICE

VILLE DE NICE

HÔTELS NIÇOIS : à l'Ouest, du nouveau

Après avoir posé ses valises sur la Côte d'Azur à la tête de plusieurs directions commerciales et d'établissements hôteliers, Eric Talou s'est vu confier les clés du Combo Hôtel Holiday Inn Express & Crowne Plaza, dont il a supervisé la construction et assisté à la sortie de terre en 2021 à Nice Arenas. Un bâtiment écoresponsable pour une offre différenciée, autour de 260 chambres 3 et 4 étoiles et une restauration bistronomique généreuse. Visite.

Hôtel Niçois: something new on the Western front - *Having set up shop in the French Riviera, where he chairs several boards of directors and runs different hotels, Eric Talou was appointed manager of the Holiday Inn Express and Crowne Plaza hotel combo, having overseen its construction in 2021 in Nice Arenas. Both establishments are housed in an eco-friendly building. They provide a differentiated offering, with 260 three- and four-star rooms and generous bistro-style catering. Let's take a guided tour.*

« Je n'ai pas de parcours académique dans l'hôtellerie », prévient d'emblée Eric Talou, Directeur Général des hôtels Crowne Plaza et Holiday Inn, 3 et 4 étoiles du groupe IHG dont on peut admirer la forme cubique dorée depuis l'aéroport de Nice. Pourtant, originaire du Pays Basque, son BTS en alternance au Sofitel de la Porte de Sèvres à Paris lui aura ouvert les portes du voyage : « C'est le monde de l'interconnexion, du déplacement… à 20 ans, je ne rêvais que de ça ! ».
Au bar, à la réception ou à la vente, le jeune homme fourbit ses armes et saisit les opportunités de déplacement à l'international que facilite le monde hôtelier. Cette expérience se poursuit aux services commerciaux du Grand Hôtel InterContinental de Paris.

S'en suivra la Côte d'Azur où Eric Talou va parfaire son parcours commercial et managérial dans plusieurs établissements renommés : Majestic, Méridien, Radisson… « On apprend beaucoup de ces postes dans lesquels il est intéressant d'avoir de l'adaptabilité et de l'intuition relationnelle » note-t-il sur ces expériences.

Ecoresponsable

« Cela faisait plus de dix ans que je vivais dans mes valises ! ». Eric prend alors des postes de direction opérationnelle et en 2019, est approché dans le cadre du projet de construction des deux hôtels.

En un an, l'Arenas aura gagné 900 chambres supplémentaires, dont 260 dans les deux hôtels qu'il dirige. Le combo hôtel s'inscrit bien dans l'air du temps, avec un bâtiment qui se veut « îlot démonstrateur écoresponsable » : 400 m² de panneaux solaires sur le toit, planchers chauffants et rafraichissants, une façade dont les propriétés thermiques régulent la température et une autosuffisance énergétique qui devrait être atteinte dans 4 ans… Côté restauration, la générosité d'une cuisine aux tarifs abordables et un bar à cocktails caractérisent l'enseigne Balm, pour « Bienvenue à la maison »…

Dans un contexte de reprise marqué par les confinements, chacun aura mis la main à la pâte, pour assurer avec soin une ouverture retardée par la crise sanitaire et secouée par la désaffection des vocations dans l'hôtellerie-restauration. Depuis, la bonne réputation des lieux s'installe : « Notre métier est plutôt simple. Il repose sur l'envie de faire plaisir, sur la compétence, le sourire. Et c'est le mot « envie » qui doit guider tout le reste pour réussir… ! ».

"I never trained to work in the hotel industry", Eric Talou starts by telling us. And yet, he is the CEO of the Crowne Plaza and Holiday Inn hotels, respectively three-star and four star-establishments belonging to the IGH group. You might have noticed the golden cube in which they are housed, visible from Nice airport. Originally from the Basque Country, his technical degree and internship at the Sofitel of Porte de Sèvre in Paris excited a passion for travel early on: "It's a world of encounters, of travels... When I was 20, it was all I dreamed about!".
Working the bar, the reception desk, or in sales, the young man honed his skills and took every chance afforded to him to travel abroad, and such opportunities abound in the hotel industry. His next professional experience was in the sales department of the Grand Hôtel InterContinental in Paris.
Eric Talou then relocated to the French Riviera where he pursued his sales and management career in various renowned establishments: Majestic, Méridien, Radisson… "One learns a lot in these positions, where a talent for adaptation and strong social skills are important assets" he tells us, reflecting on his experiences.

Eco-friendly

"I'd been living out of my suitcase for ten years!". Eric then took various jobs as director of operations and, in 2019, he was approached to work on a project involving the construction of two hotels. In one year, 900 rooms have been added to the Arenas, including 260 in the two hotels he runs. The hotel combo is a growing trend: two establishments in a single building that is a shining "example of environmental sustainability". It features 400m² of solar panels mounted on the roof, floors that can heat and cool, and walls with thermal properties that regulate the temperature of the building. It should reach energy self-sufficiency in just four years... In terms of catering, its cuisine is copious and affordable, and it has a cocktail bar, as these are distinguishing features of the BALM brand (BALM stands for Bienvenue A La Maison, or welcome home).
In this post-crisis context, marked by numerous lockdowns, everyone worked very hard to ensure that this launch, albeit delayed by the health crisis and hit by labour shortages in the hotel and restaurant industry, was as successful as it could be. Since then, the establishment has been building up a stellar reputation: "Our job is relatively straightforward. It is to bring pleasure to our guests, with skill and smiles. In fact, the word "pleasure" is what guides us to success...!"

CROWNE PLAZA AN IHG HOTEL

Holiday Inn Express AN IHG HOTEL

» CROWNE PLAZA & HOLIDAY INN EXPRESS EN CHIFFRES

130 chambres ★★★★
130 chambres ★★★
600 m² d'espaces de séminaire
1 restaurant : Balm

www.ihg.com - 165 Bd René Cassin - Nice
Crowne Plaza : **04 12 04 17 40**
Holiday Inn Express : **04 12 04 17 50**

» PARENTHÈSE

En veille permanente… « Il n'y a pas un mois sans que l'on ne découvre un nouveau restaurant, une nouvelle adresse, avec le chef et le directeur de la restauration… C'est notre métier et notre passion ! »

Permanent monitoring *"Not a month goes by without the director of catering discovering a new restaurant, a new venue... Our job is our passion! "*

ERIC TALOU

HOTEL CROWNE PLAZA & HOLIDAY INN EXPRESS NICE ARÉNAS

« Notre métier est plutôt simple. Il repose sur l'envie de faire plaisir, sur la compétence, le sourire. Et c'est le mot « envie » qui doit guider tout le reste pour réussir... ! »

PATRICK NOLIER
NICETOILE

« C'est atypique : notre métier au quotidien, c'est surtout d'être syndic de copropriété, avec 19.000 m² de surface de vente pour le centre commercial, mais aussi 3000 m² de bureaux, 146 appartements et plus de 400 copropriétaires dans notre parking »

Sous une BONNE ÉTOILE

Au cœur d'une offre commerciale azuréenne riche et protéiforme, le centre Commercial Nicétoile vient de fêter ses 40 ans et concocte de belles nouveautés pour les deux ans qui arrivent. Patrick Nolier, son bouillonnant directeur, fait le tour du propriétaire…

Counting its lucky stars - *At the heart of the French Riviera's rich and multifaceted retail landscape, the Nicétoile shopping centre has just celebrated its 40th anniversary, and it has some new surprises in store for the next two years. Patrick Nolier, its energetic director, takes us on a guided tour...*

« C'est atypique : notre métier au quotidien, c'est surtout d'être syndic de copropriété, avec 19.000 m² de surface de vente pour le centre commercial, mais aussi 3000 m² de bureaux, 146 appartements et plus de 400 copropriétaires dans notre parking, le plus grand du centre-ville de Nice avec 2.200 places ! » s'amuse Patrick Nolier, directeur de l'ensemble immobilier dont le flux quotidien (35.000 visites par jour) est le plus important du grand Sud.

Il est vrai que Nicétoile présente une grande singularité dans l'ensemble que compose l'offre shopping de la Côte d'Azur. Inauguré en 1982, rénové en 1995 et 2005 puis en 2013, le centre commercial de proximité a été vendu par Unibail Rodemco à Allianz et Hammerson en 2015, le groupe d'immobilier commercial souhaitant à l'époque pleinement se consacrer à l'ouverture de Polygone Riviera. Depuis le 1er juillet 2022, Allianz a confié la gestion du site à Altarea Cogedim pour mettre en place sa nouvelle stratégie. Sur l'une des avenues les plus dynamiques de France, Jean Médecin, avec une clientèle qui s'y rend à plus de 80 % à pied ou en transport en commun, Nicétoile compose ainsi avec une fréquentation rapide (ses visiteurs y passent en moyenne 20 à 30 minutes) inscrite dans un vaste parcours shopping, composé de tous les quartiers du centre-ville.

Tous ensemble pour un shopping physique azuréen

Dans ce contexte, impensable pour Patrick Nolier d'opposer les commerçants physiques, il s'agirait plutôt de les fédérer intelligemment dans une concurrence à mener contre les pure players du commerce digital : « Ikea est arrivé, Cap 3000 et Carrefour Lingostière ont terminé leurs rénovations et extensions, Nice Valley et Polygone ont ouvert… A nous de jouer, maintenant ! » commente-t-il. Pour Patrick, breton passé par Rennes, Rouen puis par des centres commerciaux en région parisienne et Picardie ; fils, petit-fils et arrière-petit-fils de boulanger à Quiberon, le commerce local a du sens et saura toujours mettre en avant sa différence. En tant que président de Nice Shopping qui regroupe l'ensemble des acteurs économiques du commerce et de l'artisanat, son rôle est -à ce titre- de mettre en valeur et promouvoir le savoir-faire local.

Alors pour dynamiser la ville, Nicétoile va entrer dans une phase de « refresh » intérieur et extérieur en 2023 et 2024, afin de redonner à ses visiteurs de cette chaleur toute méditerranéenne qui caractérise si bien Nice. Le centre commercial des Niçois (et des touristes, qui composent plus de 20 % de sa clientèle !) va se refaire une beauté et continuer de capitaliser sur les talents locaux. Depuis le Covid, quelques cellules commerciales ont été fermées et la plus grande surface du centre (Habitat et ses 1500 m²) sera libérée en décembre. La stratégie ? De l'exclusivité et du dynamisme, sans s'interdire les expérimentations et originalités commerciales. Alors Issa Nicétoile !

PARENTHÈSE

Patrick se ressource… « …en famille : à Nice est née ma fille, c'est ma ville d'adoption ! »

Son credo ? « Je sais profiter de la vie et apprécier à leur juste valeur les nombreuses rencontres que je fais chaque jour dans le cadre de mon travail ».

Patrick charges his batteries… *"…With my family: my daughter was born in Nice, it's the city that adopted me!"*

His motto *"I know how to enjoy life and I appreciate the many encounters I make every day in the course of my work".*

NICETOILE

www.nicetoile.com
04 92 17 38 17
30 av Jean Médecin - Nice
100 boutiques

"Our day-to-day job is quite unusual: we are in fact property managers, overseeing a surface area of 19'000m² devoted to retail in the shopping centre, along with 3'000m² of offices, 146 apartments, and more than 400 co-owned spaces in our parking lot, the largest of downtown Nice, featuring 2'200 spaces!" Patrick Nolier tells us with a smile. He is in charge of the entire property, which boasts the largest daily influx of the Southern region (35'000 visitors per day).

It should be noted that Nicétoile is a unique feature in the retail ecosystem of the French Riviera. The local shopping centre was inaugurated in 1983, renovated in 1995, 2005, and 2013, and then sold in 2015 to Allianz and Hammerson by Unibail Rodemco, at a time when the commercial property group wanted to focus on the opening of Polygone Riviera. Since the 1st of July 2022, Allianz, in an effort to implement its new strategy, has put Altarea Cogedim in charge of managing the site. Nicétoile stands on one of the most bustling thoroughfares in France, Avenue Jean Médecin, and 80% of shoppers can go there on foot or by public transport. It therefore boasts rapid frequentation rates (visitors spend on average 20 to 30 minutes in the mall) and it is part of a vast shopping itinerary which includes all the city centre's neighbourhoods.

All united behind in-person shopping in the French Riviera

In this context, it is unthinkable for Patrick Nolier to oppose in-store retailers, believing that it is much wiser to unite them in healthy competition against the big names of online shopping: "Ikea has arrived, Cap 3000 and Carrefour Lingostière have completed their renovations and extensions, Nice Valley and Polygone have opened… It is our turn to step up now!" he tells us. Patrick is originally from Brittany, and has worked in Rennes, Rouen, and various shopping malls in the Paris region and Picardie. As the son, grandson, and great-grandson of bakers in Quiberon, local retail matters a lot to him, and he is keenly aware of the importance of standing out. As the chairman of Nice Shopping, which brings together all the economic stakeholders of local retail and crafts, his role is to promote the city's knowhow and skills.

In order to energise the city of Nice, in 2023 and 2034 Nicétoile will be revamping its interior and exterior, so that shoppers may experience the Mediterranean warmth that characterises their city. For Nice's residents (and for tourists, who make up more than 20% of shoppers), the shopping centre is about to spruce itself up and continues bank on local talent. Since the COVID crisis, a number of shops have closed and the largest surface area of the mall (Habitat and its 1500m²) will be vacated in December. What's the strategy? Exclusiveness and dynamism, with a touch of experimenting and retail originality. So, Issa Nicétoile!

Sur une note **FRUITÉE**

Les histoires d'amour ne débutent pas toujours par un coup de foudre… Entre Dorian Lutzelschwab et la pâtisserie, l'idylle est véritablement née après un apprentissage de qualité, vécu auprès de son papa. Elle s'est poursuivie au fil de prestigieuses maisons gourmandes, là où le dessert sait se faire remarquer et laisser une empreinte incomparable sur le palais des amateurs de notes sucrées.

***On a fruity note** - The best romances don't always start with a thunderbolt... Dorian Lutzelschwab's love for pastry only started after an excellent apprenticeship with his father. This love then grew over the years in the most prestigious establishments, where the whole purpose of a dessert it to leave a lasting impression in the minds of diners with a sweet tooth.*

« À 14 ans, j'étais 2e meilleur joueur de tennis français » se souvient Dorian, qui échange des balles à l'époque avec des partenaires comme Benoit Paire… Subissant un peu trop de pression – il jouait intensément depuis l'âge de six ans- le jeune homme finit par mettre un terme à ce début de carrière prometteur… Et un peu par dépit, accepte de faire un essai et d'aider son père dans les boutiques de pâtisserie familiales, à Antibes et Juan-les-Pins, les bien nommés « Palais de la friandise »…

« Pourtant, j'étais plutôt salé ! » s'amuse Dorian, mais la recette commence à fonctionner, au fil d'un rigoureux apprentissage maison et d'une première affectation exceptionnelle à la Bastide de Moustiers, du chef Alain Ducasse. En quelques mois, Dorian devient chef pâtissier de la table étoilée. Deux saisons plus tard, parce qu'il ressent une forte envie de voyager, Alain Ducasse l'envoie à Londres, au Dorchester, Palace qu'il intègre comme Second de pâtisserie. « C'était une énorme machinerie, avec 200 cuisiniers, plusieurs restaurants… ». Et une très belle expérience pour Dorian, qui accepte pourtant de participer l'année suivante à l'ouverture du Champeaux, établissement de Châtelet-les-Halles, toujours pour Alain Ducasse.

Un peu moins de sucre, plus de fruit

Le jeune homme décide alors de parfaire son expérience du travail en boutique en entrant chez Fauchon comme chef de laboratoire. Avec 25 personnes sous sa responsabilité, c'est l'école de la grande quantité, toute en qualité : « après cela, en ayant acquis une bonne connaissance de la matière, vous pouvez tout faire » confesse-t-il.
Il revient en 2017 sur la Côte d'Azur et cède aux sirènes monégasques de l'Hôtel de Paris, chez Omer by Alain Ducasse. Dès lors, il ne quittera plus la région, avec un passage au Mas de Pierre, avant de s'installer comme Pâtissier au restaurant Les Pêcheurs, un macaron au Guide Michelin, sur le Cap d'Antibes. Avec sa plage et son restaurant gastronomique, les plaisirs pâtissiers sont variés, depuis les assiettes de fruits frais jusqu'aux compositions les plus recherchées, que Dorian exécute avec minimalisme, dans le souci de la perfection : « Il faut trouver de la cohérence, ne pas forcément vouloir aller trop loin… C'est un défi permanent car le client finit son repas sur votre prestation... Il faut viser l'excellence ».
Son secret pour séduire le palais de ses hôtes ? « J'aime bien travailler sur un fruit, une épice et une herbe, mais il faut toujours au moins un fruit, voire deux et surtout trois saveurs au maximum pour un dessert harmonieux ».

"At 14, I was the second-best tennis player in France" Dorian remembers. Back then, he could be seen on court with the likes of Benoit Paire and others… But the pressure began to take its toll - he had been playing intensely since the age of six - and he decided to put an end to this budding career... With some frustration, he agreed to help his father in the family-run pastry shops, aptly named the "Palais de la friandise", in Antibes and Juan-les-Pins…

"Funnily enough, I didn't have much of a sweet tooth!" Dorian tells us laughingly. Nevertheless, he was hooked, after a long and rigorous apprenticeship and a first exceptional job at the Bastide de Moustiers, under chef Alain Ducasse. In just a few months, Dorian became the pastry chef of this Michelin-starred establishment. Two seasons later, giving in to a strong desire to see the world, he was sent to by Alain Ducasse to London, where he was asked to report at the Dorchester as second pastry chef. "It was a huge machinery, with 200 cooks, several restaurants…". It was also a very positive experience for Dorian. The following year, he agreed to take part in the opening of Champeaux, an establishment in Châtelet-les-Halles, again working under Alain Ducasse.

A little less sugar, a little more fruit

The young man decided to perfect his experience in pastry shops and joined Fauchon as its laboratory manager. With 25 people working under him, it was a school of quantity, and of quality. "Once you have acquired a good understanding of the ingredients, you can do just about anything" he confides.

In 2017 he returned to the French Riviera, answering the call of the sirens of Hôtel Paris in Monaco, at Omer by Alain Ducasse. He hasn't left the region since, working briefly at the Mas de Pierre, before becoming pastry chef at Les Pêcheurs in Cap d'Antibes, another Michelin-starred restaurant. With its gastronomic offering and its beach, its diners enjoy a variety of delicious pastries, from plates of fresh fruit to more complex creations. Dorian's work is minimalist and tends towards perfection: "It is important to find consistency, and avoid going over the top... It's a constant challenge, because diners end their culinary experience on your creation... You must try to achieve excellence".

What is his secret to delight diners? "I enjoy working on a specific fruit, spice, or herb; I feel you always should have one fruit, maybe two, and three flavours at the most to create a harmonious dessert".

> « Au Restaurant Les Pêcheurs, les plaisirs pâtissiers sont variés, depuis les assiettes de fruits frais jusqu'aux compositions les plus recherchées, que Dorian exécute avec minimalisme, dans le souci de la perfection »

Cap d'Antibes beach hotel

Restaurant Les Pêcheurs
Cap d'Antibes Beach Hôtel Guide MICHELIN
10 boulevard du Maréchal Juin - Antibes
04 92 93 13 30 - www.ca-beachhotel.fr

» PARENTHÈSE

Gourmet - Hors saison, il aime sillonner la région, en quête de bonnes tables. Dernières découvertes ? Les agitateurs, à Nice et Chez Bruno, dans le Var. Avec une attention toute particulière pour les petites douceurs de fin de repas…

***Gourmet** - In between seasons, he enjoys travelling the region, looking for the best restaurants. So, any recent discoveries worth mentioning? Les Agitateurs, in Nice, and Chez Bruno, in the Var department. He pays special attention to the end of the meal, when dessert is served...*

DORIAN LUTZELSCHWAB

RESTAURANT LES PÊCHEURS
CAP D'ANTIBES BEACH HÔTEL

« J'aime bien travailler sur un fruit, une épice et une herbe, mais il faut toujours au moins un fruit, voire deux et surtout trois saveurs au maximum pour un dessert harmonieux »

MANON & MARIE-CHRISTINE COUETTE

MADE IN CÔTE D'AZUR

Esprit de FAMILLE !

Existe-t-il une bonne recette pour travailler en famille ? En duo, Marie-Christine et Manon Couette, mère et fille, nous livrent leurs impressions...

Family spirit! *- Is there a perfect formula to work with family? As a pair, Marie-Christine and Manon Couette, a mother and daughter, tell us how they feel about it...*

Ancienne directrice commerciale dans l'hôtellerie, cela fera bientôt 15 ans que Marie-Christine Couette a fondé Made In Côte d'Azur. L'agence organise Team buildings, soirées événementielles et réceptif sur la région PACA, pour une clientèle professionnelle en provenance de la France entière comme de l'international.

En 2016, Manon, sa fille, rejoint l'entreprise en alternance pour y préparer un BTS Management des Unités Commerciales.
« Ce n'est pas systématiquement évident de travailler en famille » sourit malicieusement Manon, à l'évocation de débuts parfois électriques où leurs deux forts tempéraments avaient pu se confronter sur des sujets variés… Avant de tempérer : « C'est difficile mais c'est formateur : nous avons appris à travailler ensemble. La situation inédite de la crise sanitaire aura testé notre résilience. J'ai découvert chez Marie une volonté de survie hors du commun ! Notre relation a été mise à l'épreuve : elle en est ressortie renforcée » analyse la jeune femme.

Réunion de famille

Mais à y regarder de plus près, la notion de famille, chez Made In Côte d'Azur, a toujours marqué l'ensemble des troupes…
Adepte d'un management participatif et collégial, Marie-Christine l'est un peu avec toute son équipe : « Nous travaillons en toute transparence, sur tous les sujets. Chacun est amené à s'exprimer puisque l'on discute toujours de tout entre nous » observe -t-elle. Une notion de partage et d'échange qui amène assurément une ouverture d'esprit et un regard neuf à l'ensemble de l'offre proposée par l'agence.
Pour Manon, il existe un combo idéal : « Il y a les anciennes méthodes, issues de l'expérience et qui ont fait leurs preuves. Et il y a de nouvelles façons de procéder, plus modernes : en combinant les deux, nous parvenons toujours à optimiser les solutions que nous proposons à notre clientèle ».

En 2022, cet esprit de famille soudée aura permis de conquérir une plus large clientèle et d'affiner l'organisation de l'entreprise, désormais en capacité d'accueillir des événements beaucoup plus importants. Et de voir progressivement s'agrandir la famille…

> « C'est difficile mais c'est formateur : nous avons appris à travailler ensemble. La situation inédite de la crise sanitaire aura testé notre résilience. J'ai découvert chez Marie une volonté de survie hors du commun ! Notre relation a été mise à l'épreuve : elle en est ressortie renforcée » analyse Manon »

» PARENTHÈSE

La famille Made In.. va accueillir un nouveau membre ce premier trimestre : Manon attend un heureux événement !

The Made In family... *is ready to welcome a new member at the beginning of the year: Manon is expecting a happy event!*

MADE IN CÔTE D'AZUR

Voie C, 75 Parc de l'Argile
06370 Mouans-Sartoux
04 93 129 705
contact@madeincotedazur.com
www.madeincotedazur.com

A former business manager working in the hotel industry, Marie-Christine Couette founded Made In Côte d'Azur some 15 years ago. The agency organises team building activities, events, parties and receptions in the PACA region, for professional clients from all over France and abroad.

In 2016, her daughter Manon joined the company as an intern as she was studying towards a degree in business unit management.
"It isn't always easy to work with family members" Manon tells us with a mischievous smile, remembering a somewhat rocky start, when the pair would clash on a variety of subjects... but she is quick to add: "It's difficult but it's a great lesson: we have learnt to work together. The unexpected health crisis did test our resilience. I discovered that Marie had unparalleled survival instincts! Our relationship was tested to the limit, but it came out stronger at the other end" she reckons.

Family reunion

If you take a closer look, you realise that the idea of family has long been a trademark of Made In Côte d'Azur.
Marie-Christine favours a participative and collegial style of management, an attitude she extends to her team: "We work in a completely transparent manner, on all subjects. Everyone can express their opinion, and everything is discussed openly" she tells us. This notion of sharing instils an openness of mind and a new way of seeing things to the team, which is reflected in the agency's offering.

For Manon, there is no ideal combination: "There are the ancient methods, born from experience, had that have proved their worth. And then there are new ways of proceeding, which are more modern: by combining the two, we can optimise the solutions we bring to our clients".

In 2022, this united family spirit has enabled to win over more clients are refine the company's organisation, which is now in a position to organise much bigger events. And thus, the family grows...

Do it YOURSELF

Il a fait de sa quête du beau un véritable artisanat d'art ; Gregory Berben travaille sans relâche ses techniques plastiques depuis maintenant 13 ans qu'il a choisi de répondre à l'appel de sa vocation d'artiste.

He has turned his quest for beauty into a true artform; Gregory Berben has been working tirelessly on his artistic technique for 13 years, ever since he chose to follow his true calling.

Une première carrière d'enseignement dans le tennis, une passion pour plein de sports dont le snowboard et en parallèle, une recherche plastique qu'il développe depuis son plus jeune âge.
Son passage au statut « d'artiste à plein temps » a été favorisé par un important travail car Gregory Berben ambitionnait surtout dans un premier temps de se perfectionner dans les techniques picturales, avec abnégation et en toute humilité.

Dès lors, son style va s'affirmer, au fil de ses expérimentations : peinture, collage, traçage, Gregory peint aussi avec tout ce qu'il trouve, du pinceau à la carte de visite, et travaille la matière comme un chercheur en quête de la bonne formule. Naissent alors des séries : « tranches de vies » avec ses lambeaux de vieilles affiches, « brainstorming » et ses traits de peinture qui coulent à la manière d'une surdose d'informations... Une actualité qu'il interprète dans une nouvelle série qui reprend le thème de l'affichage libre, dont le papier est en partie brûlé, évoquant les derniers incendies estivaux.

Tout faire soi-même

S'il fête déjà en 2022, 13 ans de carrière professionnelle, dans son atelier cannois du Suquet des Artistes, Gregory Berben se révèle toujours autant « artiste qu'artisan... comme un menuisier qui réaliserait son meuble à la main, je fais tout moi-même, sauf les vernis que je réalise avec un ami carrossier ». Il le sait bien : si son exposition médiatique se développait, notamment à l'étranger par le biais de galeries partenaires, il ne pourrait donner suite aux sollicitations dont il serait l'objet : « En moyenne, je suis capable de produire 40 à 60 tableaux chaque année et je ne suis pas du tout prêt à faire appel à des « petites mains » pour réaliser une œuvre ».
Un parti pris engagé quand on sait qu'un certain nombre d'artistes cotés ne touchent même pas à l'œuvre qu'ils font intégralement réaliser par leurs équipes !

Cette notion d'artisanat, en proximité avec son public, Gregory aime la pousser lorsqu'on lui propose un travail de commande : « j'aime rencontrer la personne qui désire un tableau, j'aime comprendre ce qu'il aime, ce qu'il attend, ce qui le stimule, le passionne ». En gérant sa carrière de manière indépendante, c'est assurément toujours plus de liberté que Gregory s'offre et qu'il peut ainsi transmettre dans son travail artistique et... artisanal.

> « Gregory Berben se révèle toujours autant « artiste qu'artisan... comme un menuisier qui réaliserait son meuble à la main, je fais tout moi-même, sauf les vernis que je réalise avec un ami carrossier ». »

He is a former tennis instructor with a passion for many sports, including snowboarding. In parallel, he has been honing his plastic arts skills, something that he has been passionate about since his childhood.
His transition to "fulltime artist" is supported by an important body of work, as Gregory Berben's overriding ambition is to perfect his pictorial techniques, something he does with abnegation and total humility.

His style has evolved and become more asserted, over the course many artistic experimentations: painting, collage, drawing. Gregory paints with anything he can find, from paintbrushes to business cards. His work on matter and texture reminds us of a researcher trying to perfect a formula. And then came the series: "tranches de vies" (life stories), which uses shreds of old posters, or "brainstorming", in which streaks of paint drip down the canvas, much like an overdose of information... On the topic of information, in another series based on free display, he interprets the news in his very own manner, on partially burnt paper, symbolising the spate of forest fires last summer.

Doing it all on his own

In 2022, he celebrated his 13th anniversary as an artist, in his workshop located in Le Suquet des Artistes, a residence for artists in Cannes. Gregory Berben is "as much as an artist as he is a craftsman... Like a carpenter who builds pieces of furniture by hand, I do everything on my own, except for the varnish, which I do with a friend how is an automotive bodyworker". He knows one thing, though. If his media exposure were to increase, in particular abroad through partner galleries, he would no longer be able to respond to the many requests he gets: "On average, I can produce 40 to 60 paintings every year, and I am not at all prepared to surround myself with a team of assistants to create a work of art on my behalf".
This shows a great level of commitment to his art, especially nowadays, when many renowned artists don't even touch the canvas, relying instead on their teams to create their art!

The notion of craftwork and proximity to his public is something Gregory loves pushing to its limits, especially for his commissioned work: "I want to meet the person who orders a painting, to understand what they love, what they expect, what drives them, what they're passionate about". By managing his career independently, he is afforded a great deal of freedom, which Gregory can then communicate through his art... and crafts.

PARENTHÈSE

Gregory s'oxygène... « ...dans le sport : en VTT du côté de Valberg ou au padel, que j'essaie de pratiquer régulièrement. J'oppose ce côté minutieux, concentré, précis dans mon travail en atelier, à l'exutoire que procure l'activité sportive »

Gregory replenishes his batteries... *" ...in sports: mountain biking in the Valberg area or playing padel, which I practice as regularly as possible. I enjoy the contrast between the meticulous, concentrated and precise work in my workshop and the escape that exercise provides".*

gregoryberben.com

GREGORY BERBEN

> “Peinture, collage, traçage, Gregory peint aussi avec tout ce qu'il trouve, du pinceau à la carte de visite, et travaille la matière comme un chercheur en quête de la bonne formule.”

TERENCE DEWAELE

ULTIMA STUDIO

Contre PLONGÉE

Vivre ses passions et vivre de ses passions : le combo idéal ! Terence Dewaele le réalise aujourd'hui. Avec Ultima Studio, sa société située à Sophia Antipolis, le photographe dont les clichés illustrent l'essentiel du magazine que vous tenez entre les mains, vit de son art et ses thèmes de prédilection sont bien souvent -à l'image de la plongée sous-marine, des sujets qu'il connait, qu'il pratique ou qui le passionnent…

Diving into the shot - When your passions are your livelihood, it's a dream, and Terence Dewaele is living that dream. With Ultima Studio, his company based in Sophia Antipolis, he is able to live off his art. In fact, his photos feature largely in the magazine you are currently reading. His favourite photographic themes often have to do with his favourite hobbies, and chief among them is scuba diving.

Pour Terence, tout a commencé avec une photo… « Je me suis pris de passion pour la plongée sous-marine en feuilletant les pages d'un catalogue de matériel de plongée… C'était splendide, les fonds marins, les paysages paradisiaques… ! » Ni une ni deux, le jeune ado se met en quête du moindre spot où poser ses palmes avec ses copains et nait là le début d'une vraie passion : « on plongeait là où nous déposait le train, tout au long de la côte ! ». Décidé et volontaire, Terence passe ses niveaux et deviendra par la suite plongeur professionnel.
Tout logiquement, il commence à s'essayer à la photo sous-marine puis terrestre. Intéressé par la technique, sa première orientation professionnelle le conduit à travailler dans l'électronique et l'informatique. Mais la photo passion le rattrape vite et le déclic a lieu lorsqu'il est choisi pour réaliser une série de reportages pour l'agence internationale SIPA Presse.

Dans le grand bain de la photo

Terence crée alors sa société, son 1er studio en 2005 et développe sa technique, en travaillant pour la presse (Paris Match, Reuters, AFP…) mais aussi très vite pour plusieurs marques locales ou internationales : DepilTech, Ekoi, Chacock, Carnet de vol, Dow, Rayban, Michael Phelps, Aqualung, Netflix en studio ou en extérieur…
Il finira par réaliser les photos du catalogue qui l'a conduit à la plongée sous-marine !

Triathlète, il est également utilisateur des produits qu'il shoote pour les collections à venir : « je crois que j'ai testé tout le matériel que j'ai photographié ! » s'amuse-t-il. « J'ai la chance de travailler avec des marques que j'aime et auxquelles je crois ». Cette indépendance, il la cultive en investissant aussi dans la technique et le matériel, faisant de lui un professionnel autonome à 100 % sur ses conditions de travail : en studio (un des rares de grande qualité sur le département), en extérieur pour les séances lifestyle ou pour sa grande spécialité, la photo sous-marine, Terence ne vend pas de la photographie, « je propose une solution complète et/ou parfaitement adaptée à mon client. Et avec la technique que je suis capable de déployer, c'est une intéressante plus-value ».
Aujourd'hui, son rythme est intense et couvre des activités diverses toute l'année, en France et à l'étranger.

> « Je propose une solution complète et/ou parfaitement adaptée à mon client. Et avec la technique que je suis capable de déployer, c'est une intéressante plus-value »

PARENTHÈSE

Terence est… intensément sportif ! Une petite semaine d'entrainement lui impose 5 h par semaine, mais quand il prépare des triathlons comme l'Ironman, il peut facilement s'imposer plus de 15 h de pratique hebdomadaire !

Terence is… *an incredible athlete! In the course of an average week, he'll only train for five hours, but when he is preparing for an Ironman competition, he'll easily train for up to 15 hours per week!*

ULTIMA STUDIO

Villantipolis 9, 473 Route des Dolines
Valbonne Sophia Antipolis
04 22 13 25 38
www.ustudio.fr

For Terence, it all started with a single photo… "I became absolutely passionate about diving, and it began as I was leafing through the pages of a diving equipment catalogue... The seascapes were beautiful, an underwater paradise...!" Without a moment's delay, as a teenager he went in search of every spot where he and his friends could go on underwater explorations. It was the start of a lifelong passion: "we would get off at any train stop along the coast to find new places to go diving!". Terence was a determined young man, and in short order, he passed all his diving certificates and became a professional diver.
Quite naturally, the next step was underwater photography, a skill he then brought onto dry land. He was also interested in the technical aspect of things, and he started his career in electronics and IT. But the thirst for photography never really left him, and his big chance came when he was selected to create a series of photographic reports for SIPA Presse, an international agency.

Bathing in photography

Terence created his company and his first studio in 2005, and developed his technical skills, working for the media (Paris Match, Reuters, AFP...) and for several local and international brands: DepilTech, Ekoi, Chacock, Carnet de vol, Dow, Rayban, Michael Phelps, Aqualung, Netflix, both in his studio and outdoors...
After a while, he worked on photos for a diving catalogue, thereby closing the photographic circle. He is also a keen triathlete, and the user of the products he shoots for upcoming collections: "I think I've pretty much tested all the equipment I've photographed!" he is happy to tell us. "I've been fortunate to work for so many brands that I love and believe in". His investments in technique and equipment afford him the highest degree of independence. As a professional photographer, he is totally autonomous in his work. His studio is one of the best in the department. His outdoor work for lifestyle sessions or in underwater photography - his area of specialisation - is simply outstanding. Terence doesn't merely sell his photos. "I offer a full solution that is perfectly suited to my client's needs. With my technical skills, it is an appealing offer with a lot of added value".
He is incredibly busy, working on various projects all year round, in France and abroad.

VOTEZ FLAVY !

On l'adore déjà en Miss Côte d'Azur : et si Flavy Barla accédait au titre tant convoité de Miss France ce 17 décembre ? La belle niçoise ne manque pas d'atouts dans la compétition… Et derrière votre écran, vous avez le pouvoir d'en décider !

Vote for Flavy! *- The French Riviera is already totally enamoured with her. And what if Flavy Barla wins the much-coveted title of Miss France on the 17th of December? This stunning lady from Nice has many assets that might earn her the title, and if you are following the competition on TV, you will have the opportunity of voting for her!*

Souriante, solaire, débordante d'énergie, Flavy Barla a déjà eu l'occasion de montrer toute la ferveur et la motivation qui l'animent de représenter son territoire de cœur à l'élection suprême de Miss France, en s'invitant à nos côtés à une soirée entre chefs d'entreprises en octobre dernier.

Son parcours a jusqu'ici tout du conte de fées… Gagnante de l'élection Miss Mandelieu, elle poursuit cet été en remportant l'élection Miss Côte d'Azur et décroche à cette occasion sa place pour le concours ultime de reine de beauté de l'hexagone. « Me présenter au concours de Miss Mandelieu s'est décidé de manière un peu aléatoire, je m'y suis préparée 5 jours seulement avant la date butoir ! » confie la jeune femme qui n'a pourtant pas pour habitude de laisser le hasard dicter sa conduite… Boulimique de travail, à 19 ans, Flavy vient de débuter sa troisième année en Faculté de médecine à Nice et pour assurer sa préparation du concours Miss France en octobre et novembre, la jeune femme a déjà travaillé sur l'intégralité du programme du premier trimestre…
Mens sana in corpore sano*, la jeune femme tutoie l'excellence depuis plusieurs années. A commencer par sa pratique de la danse en sport-études pendant toute la durée de son enseignement au collège et au lycée (25 h d'entrainement hebdomadaires). Avant cela, elle s'était essayée au même rythme dans le patinage artistique.

« Toujours y croire, travailler »

Mention Très Bien au baccalauréat, elle intègre la faculté de Médecine de Nice et fait partie de celles et ceux -peu nombreux !- à pouvoir poursuivre une deuxième année.
« J'en ai tiré un enseignement fort. C'est mon mantra : le travail paie toujours. Mon premier semestre ne m'avait pas donné satisfaction et il a fallu redoubler d'effort en bossant jusqu'à 15 h par jour pour obtenir mon année. Il faut y croire… et travailler ! »
Forte de ces succès et décidée depuis son plus jeune âge à devenir médecin, elle aimerait s'orienter vers la chirurgie cervico-faciale, spécialité qu'elle a identifiée au fil de ses nombreux stages et rencontres avec des praticiens. Marraine de l'association Flavien, qui lutte contre les cancers pédiatriques et les maladies rares, Flavy compte profiter de son exposition médiatique pour évoquer des combats qui la concernent : « Je veux être là pour parler de santé publique, de ce qui me touche, c'est mon futur métier et les causes à défendre sont à ma portée ».

En attendant, nous avons tous le pouvoir de la soutenir dans cette aventure… La dernière Miss Côte d'Azur à avoir remporté l'élection de Miss France est Sabrina Belleval… il y a tout juste 40 ans !
Votez Flavy !

Her smile is a sight for sore eyes, and she is brimming with energy. Flavy Barla has shown her enthusiasm and motivation to represent her beloved territory at the contest for the title of Miss France. We were able to meet her at a gathering of local CEOs last October.

Her journey is the stuff of fairy tales... The winner of the Miss Mandelieu beauty pageant, she went on to win the election of Miss French Riviera, thereby securing a place at France's ultimate beauty contest. "My decision to participate in the Miss Mandelieu pageant came about a bit randomly, and I only started preparing for it five days before the event!" she tells us. However, she isn't usually one for leaving things to chance... She is a true workaholic; the 19-year-old has just started her third year of medicine in Nice and to give her enough time to prepare for the Miss France pageant, she has already studied the entire programme of the first trimester...
Mens sana in corpore sano, excellence is no stranger to this young woman. At secondary school and college, she was in a sports-academic programme where she honed her dancing skills (25 hours of training per week). Before that, she showed the same commitment to figure skating.*

Believing in it, working for it

With a cum laude mention at her baccalaureate, she was accepted at Nice's faculty of medicine, and was one of the rare students to make it past the first year.

"It was a steep learning curve for me. My philosophy is that dedicated work always pays off. I wasn't totally satisfied with my first semester, and I really had to put in a lot of hard work, swotting for up to 15 hours per day, to pass the year. You must believe in it, and then work hard for it!"

Encouraged by her success, she is inching closer to her childhood dream of becoming a doctor. She would like to specialise in cervicofacial surgery, having completed numerous internships in the field and discussed it at length with various practitioners. She is a patron of the Flavien association fighting cancer and rare diseases, and Flavy would like to use her notoriety in the media to promote this fight that is close to her heart: "I want to speak about public health, a subject that is important to me. It's my future career and there are causes that I feel I am in a position to defend".

In the meantime, we can all support her in this adventure... The last Miss French Riviera to have carried the Miss France trophy was Sabrine Belleval... some four decades ago.
Vote for Flavy!

> « Le travail paie toujours. Mon premier semestre en Médecine ne m'avait pas donné satisfaction et il a fallu redoubler d'effort en bossant jusqu'à 15 h par jour pour obtenir mon année. Il faut y croire… et travailler ! »

» PARENTHÈSE

Elle est consciente… « …de l'impact médiatique d'une telle exposition. Même si je reste naturelle, spontanée, loin d'une image superficielle et que je réponds aux sollicitations, je me dois de veiller au message que je porte »

Ce qui lui plait le plus dans l'élection ? « La scène… Cela me rappelle la danse. J'y suis très épanouie ! J'aime aussi ce contraste entre le monde dans lequel j'évolue, la médecine, très sérieux et celui des Miss, glamour ! »

She is aware… *"…of the media impact that comes with such a level of exposure. I try to remain natural and spontaneous, not giving into superficiality, and I must be mindful of the message I deliver when responding to requests".*

What does she prefer about the election? *"The stage… it reminds me of my dancing days. I find it very fulfilling! I also like the contrast between my professional world, which is medical and very serious, and the world of beauty pageants, which is all about glamour!"*

*un esprit sain dans un corps sain

» FLAVY BARLA

MISS CÔTE D'AZUR

« Je veux être là pour parler de santé publique, de ce qui me touche, c'est mon futur métier et les causes à défendre sont à ma portée »

DOMINIQUE **PERON** & JESSICA **NADAL**

Duo en **BEAUTÉ**

Cela fait déjà plusieurs numéros que nos reines de mises en beauté, Jessica Nadal et Dominique Peron, maquillent et coiffent les nombreuses personnalités qui nous font l'honneur de paraitre dans IN Magazine. Une vocation passionnée…

Duo in beauty - *For several issues now, our beauty queens, Jessica Nadal and Dominique Peron, have been doing make-up and styling for the many personalities who have done us the honor of appearing in IN Magazine. A passionate vocation...*

Pour Jessica et Dominique, la complicité et l'habitude de travailler ensemble se voient facilitées par la même passion pour leur art et leur façon de le pratiquer en équipe.
Au chapitre de l'expérience, Dominique a pratiqué celle de la compétition, depuis ses plus jeunes années, avec l'immense consécration d'avoir entrainé l'équipe de France de coiffure pendant 8 ans ! La coiffure, elle s'en est faite l'ambassadrice, en la pratiquant un peu partout dans ses voyages autour du monde, aux Etats-Unis, à Dubaï ou en Russie… Une aventure internationale qui lui aura forgé l'ouverture d'esprit nécessaire pour intervenir auprès de tout public, en solo ou à plusieurs spécialistes de la beauté capillaire.
Jessica, elle, le travail d'équipe, elle en a fait son métier, en créant une coopérative de professionnelles du maquillage et de la coiffure qui interviennent pour son agence Jess Make Up, sur des événements aussi divers que des shootings, défilés de mode et shows, maquillage de comédiens (théâtre, cinéma) et plus généralement tout événement artistique, sur la Côte d'Azur et dans la capitale.
Avec près de 200 maquilleurs et coiffeurs référencés entre Saint-Tropez et Monaco, 350 mariages et déjà plus de 950 événements assurés depuis la création de Jess Make Up, l'agence de Jessica a bonne mine…
Une belle vocation pour nos deux spécialistes de l'esthétique qui travaillent en duo pour que chacune et chacun puisse donner le plus beau derrière l'objectif de Terence, d'Ultima Studio.

For Jessica and Dominique, the complicity and the habit of working together are facilitated by the same passion for their art and their way of practicing it as a team.

In terms of experience, Dominique has practiced that of competition, since her youngest years, with the immense consecration of having trained the French hairdressing team for 8 years! Hairdressing, she has made herself its ambassador, practicing it almost everywhere in her travels around the world, in the United States, Dubai or Russia...
An international adventure thatwill have forged her open-mindedness necessary to intervene with all audiences, solo or with several hair beauty specialists.
Jessica, teamwork, she has made it her job, by creating a cooperative of make-up and hairdressing professionals who work for her agency Jess Make Up, on events as diverse as photo shoots, fashion shows and shows , make-up for actors (theater, cinema) and more generally any artistic event, on the Côte d'Azur and in the capital.

With nearly 200 make-up artists and hairdressers referenced between Saint-Tropez and Monaco, 350 weddings and already more than 950 events provided since the creation of Jess Make Up, Jessica's agency looks good... For IN Magazine, our two specialists in aesthetics work in duo so that each and everyone can give the most beautiful behind the lens of Terence, from Ultima Studio: thank you for their passionate work!

> « Dans l'univers de la mise en beauté, Dominique et Jessica personnifient parfaitement l'esprit d'équipe en accompagnant la IN Team depuis près de 5 ans ! »

JESS MAKE UP

06 18 93 66 73
contact@jessmakeup.fr
www.jessmakeup.fr

DOMINIQUE PERON

06 09 07 19 84
www.dominique-peron.book.fr

CHÂTEAU DE CRÉMAT LES BELLES NOTES de Crémat

Au Château de Crémat, la musique s'invite toute l'année. Si Noël n'échappe pas à un tourbillon de notes enchantées et magiques, l'année 2023 va réserver de belles surprises musicales et une ouverture à d'autres univers harmoniques.

La magie de Noël s'invite au Château de Crémat, sur les hauteurs de Nice, où vous pourrez découvrir, le 17 décembre, les mondes magiques et féériques des héros qui font rêver petits et grands, à tous les âges… Un voyage au cœur du monde enchanté des sorciers, des moldus, de Cendrillon ou de Blanche-Neige, proposé au piano par **Eric Artz**.
Si ce spectacle de Noël est à mettre entre toutes les oreilles sous la verrière du château, préparez-vous toutefois à vivre 1 h 15 de virtuosité : pianiste concertiste et professeur de piano à l'école normale supérieure de musique de Paris, Eric Artz est titulaire d'un master, d'un diplôme d'artiste (D.A.I) ainsi que du diplôme de concertiste de l'Ecole Normale. Il est également lauréat de plus de 20 Concours Nationaux et Internationaux (Genève, Maria Canals de Barcelone, Epinal…). A noter que si vous venez déguisé avec la tenue du personnage magique de votre choix, le Château de Crémat vous offrira un verre de vin ou une boisson sans alcool !

2023, des notes et des notes

Cela devient une tradition : le Château de Crémat s'ouvre tous les ans à de nouveaux styles de musique, dans une volonté affirmée

> Découvrez le 17 décembre, les mondes magiques et féériques des héros qui font rêver petits et grands, à tous les âges… Un voyage au cœur du monde enchanté des sorciers, des moldus, de Cendrillon ou de Blanche-Neige, proposé au piano par Eric Artz.

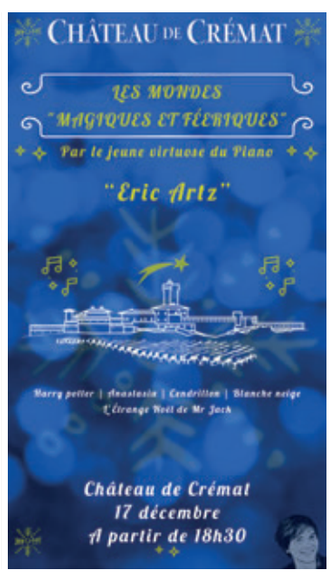
Musical notes and flavours at the Château de Crémat *- Throughout the year, music will be the guest of honour at the Château de Crémat. Christmas will feature a flurry of enchanted music, heralding 2023, which has many other musical surprises in store, opening on to different harmonic universes.*

*The magic of Christmas will be on full display at the Château de Crémat, on the heights of Nice. Come and discover, on the 17th of December, an enchanted world inhabited by heroes that will fuel the dreams of an audience of all ages… It is a journey into a wonderful world of sorcerers, muggles, Cinderella and Snow White, performed by pianist **Eric Artz.***

This year's Christmas show is a delight to the ears. Prepare for 1h15 of pure virtuosity delivered in the château's conservatory: Eric Artz is a concert pianist and professor of piano at the higher school of music in Paris. He also holds a master's degree, an artist's diploma, and a concert pianist's diploma from the Ecole Normale. He is the winner of more than 20 national and international competitions (Geneva, Maria Canals of Barcelona, Epinal…). Remember that if you come dressed as the magical character of your choice, the Château de Crémat will offer you a glass of wine or a non-alcoholic beverage!

2023, more musical notes

It has become a tradition: the Château de Crémat invites every year new styles of music, following its stated ambition to offer an eclectic



de proposer une programmation aussi éclectique que d'une exceptionnelle qualité. Ainsi, après avoir accueilli le Crémat Classic Festival, le château sera un incontournable point d'étape du 11ème Festival **Les Musicales dans les Vignes de Provence**, qui se déroulera du 28 mai au 17 septembre.

Le concept ? 40 prestigieux vignobles accueillent au cœur de leurs domaines 55 concerts exceptionnels, dans une programmation aussi variée qu'exigeante : jazz latin, jazz manouche, blues, musique classique, tzigane, cubaine, flamenco… Le programme, en cours d'élaboration, sera annoncé dès le début du mois de mars. Dans les Alpes-Maritimes, seuls deux vignobles sont retenus pour accueillir le festival. Et dans l'attente de cette nouvelle ode à la musique, le Château de Crémat poursuit l'accueil des entreprises, pour des événements corporate ou privés, concoctés sur mesure par l'équipe événementielle emmenée par Agnès Mengel.

programme of outstanding quality. Indeed, having hosted the Crémat Classic Festival, the château is one of the important venues of the 11th ***Les Musicales dans les Vignes de Provence festival,*** *which is held from the 28th of May to the 17th of September.*

What is the underlying concept? 40 prestigious vineyards welcome in their estates 55 exceptional concerts, featuring a demanding and varied programme: South American jazz, Gipsy jazz, blues, classical music, Romani music, Cuban music, flamenco... The programme, which is currently being prepared, will be announced at the beginning of March. In the Alpes-Maritimes, only two vineyards have been selected to host the festival. As we await this new ode to music, the Château de Crémat continues to welcome companies for corporate or private events, customised by the event-planning team under the leadership of Agnès Mengel.

CHÂTEAU DE CRÉMAT

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

C'est aussi Noël pour vos clients !

A l'approche des fêtes, personnalisez vos cadeaux professionnels ! Le Château de Crémat vous offre cette année la possibilité de confectionner vous-même vos propres coffrets cadeaux de Noël.
Plusieurs suggestions de packages sont également disponibles : coffret 3 couleurs (Blanc Château Crémat 2020, Rouge Château Crémat 2019, Rosé Domaine de Toasc), coffret duo (Blanc Château Crémat 2020, un verre noir, un verre blanc, un anti-goutte), mais aussi des goodies aux couleurs du Château : couteaux de sommelier, Ice bags…
Renseignements sur
www.chateaucremat.com

Christmas for your clients too!
As the festive season is upon us, why not customise your professional gifts? With the Château de Crémat, you have the possibility of offering tailored Christmas gift boxes.
There are several suggested packages: three-colour case (Château de Crémat 2020 white wine, Château de Crémat 2019 red wine, Domaine de Toasc rosé wine), the duo case (Château de Crémat 2020 white wine, a black glass, a white glass, a drop stopper) and other goodies decorated to the Château's colours: sommelier's knife, ice bags...

PROPINO BAR EVENTS

AUTOUR DU BAR, ils font sensation

Propino Bar Events met toute son expérience de la mixologie, du flair et de la qualité de service pour garantir l'excellence de votre événement. Son concept ? La fourniture de service de barmen et barmaids et de tout l'équipement nécessaire à l'animation d'événements haut de gamme autour de la boisson et du bar.

Dans une grande variété de tailles et de matériaux, Propino Bar Events décline un large choix de bars au design incroyable et a su très vite se positionner comme la référence azuréenne en matière d'animation de soirées chics, où la dextérité de ses barmen fait sensation.

Mobiles, éphémères et autonomes (alimentés en eau et électricité), ces bars, fabriqués exclusivement pour Propino Bar Events, se présentent dans une large gamme de configurations et de matières : de formes circulaires, linéaires, en 3D, constitués de marbre, de cuivre et or rosé, avec effet miroir ou lumineux… A vous de faire le choix du modèle qui résonnera immédiatement avec la tonalité de l'événement : ambiance industrielle, chic, bucolique, tout est possible et peut faire l'objet d'une étude d'implantation préalable par Propino Bar Events.

> « Le large choix de bars au design incroyable permettent une infinie variété de combinaisons, suivant la dimension, les contraintes d'espace et les caractéristiques particulières de vos événements »

Around the bar, they create a sensation *- Propino Bar Events puts all its experience in mixology, flair and quality of service to guarantee the excellence of your event. Its concept? The supply of barmen and barmaids services and all the equipment necessary for the animation of high-end events around the drink and the bar.*

In a wide variety of sizes and materials, Propino Bar Events offers a wide choice of bars with incredible design and has very quickly positioned itself as the Côte d'Azur reference in terms of hosting chic evenings, where the dexterity of its bartenders is a sensation.

Mobile, ephemeral and autonomous (powered by water and electricity), these bars, manufactured exclusively for Propino Bar Events, come in a wide range of configurations and materials: circular, linear,

« Les barmen de Propino Bar Events distillent une ambiance incomparable, servie par les équipes professionnelles les plus expérimentées dans les techniques de flair et de service haut de gamme. »

Un bar, une ambiance

Les références disponibles permettent une infinie variété de combinaisons, suivant la dimension, les contraintes d'espace et les caractéristiques particulières de vos événements : le bar à cocktails donne libre cours à la dextérité sans égale des barmen de Propino Bar Events, experts du flair. Axé sur un très large choix d'alcools et spiritueux, **le straight bar** distille une ambiance cosy, tandis que les **bars à vins, à liqueurs,** ou les luxueux **bars à Champagne** offrent autant d'ambiances que de thèmes de soirées.

Tout indiquée pour époustoufler vos invités, ces prestations s'exportent souvent à Paris au sein de prestigieux établissements et savent se faire remarquer dans le déroulé de réceptions haut de gamme, sur la Côte d'Azur et dans la France entière : le spectacle de Propino Bar Events n'a pas de frontière.

3D shapes, made of marble, copper and rose gold, with mirror or luminous effect... It's up to you to choose the model that will immediately resonate with the tone of the event: industrial, chic, bucolic atmosphere, everything is possible and can be the subject of a design study prior implementation by Propino Bar Events.

A bar, an atmosphere

*The available references allow an infinite variety of combinations, depending on the size, the space constraints and the characteristics of your events: the cocktail bar gives free rein to the unparalleled dexterity of the bartenders of Propino Bar Events, experts in flair. Focused on a very wide choice of alcohols and spirits, **the straight bar** distils a cozy atmosphere, while the **wine bars, liqueur bars,** or the luxurious **Champagne bars** offer as many atmospheres as evening themes.*
Ideal to amaze your guests, these services are often exported to Paris in prestigious establishments and know how to stand out in the course of high-end receptions, on the Côte d'Azur and throughout France: the Propino show Bar Events has no borders.

Propino BAR EVENTS

Propino Bar Events SAS
06 52 50 13 56
info@propinobarevents.com
www.propinobarevents.com

2022 : Retour d'expérience avec MADE IN CÔTE D'AZUR

Un super cru 2022, des idées plein les cartons, une équipe renforcée et parée pour 2023 : Marie-Christine Couette, fondatrice de l'agence événementielle Made In Côte d'Azur, fait le bilan en cette fin d'année.

Marie-Christine, parlez-nous de cette année 2022 :
C'est un millésime assez exceptionnel... C'est encore plus marqué lorsqu'on se souvient de la terrible période Covid, où les annulations de réservations tombaient avant même l'annonce du premier confinement ! Depuis, la conjoncture s'est révélée très favorable à l'activité événementielle.

Sur le dernier semestre 2021, grâce à la confiance de nos clients, nous réalisions notre CA de 2019. La vraie reprise a eu lieu en 2022 qui est véritablement un grand cru pour Made In Côte d'Azur.

A quoi le doit-on ?
Nous le devons tout d'abord à nos clients fidèles qui avaient hâte de se retrouver et que nous avions hâte de revoir. Nous avons également conquis de nouveaux prospects et l'ensemble de notre clientèle avait le même leitmotiv, celui de recréer du lien avec leurs équipes : se revoir, se remotiver et fêter ses retrouvailles.
Cette année nous a ainsi confirmé notre capacité à organiser des événements de très grande envergure. Par exemple, un évènement de 1 800 personnes, pour un de nos clients VIP, la Caisse d'Epargne Côte d'Azur ainsi qu'une autre opération de même ampleur, organisée en partenariat avec une agence et l'Allianz Riviera. Nous sommes désormais complètement opérationnels et dimensionnés pour assurer ce type de manifestation.

Pensez-vous que cette embellie ne soit que conjoncturelle ?
Nous constatons que le premier trimestre 2023 s'annonce avec un certain attentisme. Quelques-uns de nos clients semblent prendre un temps de réflexion plus long avant de lancer leurs futures opérations événementielles. Ceci est très certainement lié à la conjoncture : coûts énergétiques, crainte d'une nouvelle vague Covid et incertitudes économiques européennes... Actuellement, la reprise du télétravail s'accentue mais nous espérons que cela incitera nos clients à se retrouver au printemps, autour d'événements d'exception, concoctés par notre équipe ! Nous sommes également dans l'attente d'une reprise plus marquée du business international.

Marie-Christine Couette
fondatrice de l'agence événementielle Made In Côte d'Azur

> Cette année nous a confirmé notre capacité à organiser des événements de très grande envergure. Par exemple, un évènement de 1 800 personnes, pour un de nos clients VIP, la Caisse d'Epargne Côte d'Azur ainsi qu'une autre opération de même ampleur, organisée en partenariat avec une agence et l'Allianz Riviera.

2022: A bit of feedback with Made In Côte d'Azur
2022 was a vintage year, with a plethora of ideas and a reinforced team gearing up for 2023: Marie-Christine Couette, founder of the event-planning agency Made In Côte d'Azur looks back at this past year.

Marie-Christine, what happened in 2022?
It was an outstanding year. Especially bearing in mind the awful COVID period, when bookings were cancelled even before the lockdown was announced! Since those bleak days, there has been a significant upturn in the event industry.

In the last semester of 2021, thanks to the trust placed in us by our clients, we have achieved the same turnover as in 2019. But 2022 was truly a great year and marked a full recovery.

What do we owe it to?
First of all, we owe it to our loyal customers; we were greatly looking forward to seeing them again and they were in a hurry to get back together. We have even won over some new clients; basically, most of our customers have the same leitmotif, which is to bond again with their teams: being able to gather, rekindling motivation, and celebrating their reunion.

This year also confirmed our ability to organise very large-scale events. For instance, we put together an event with 1'800 participants for one of our VIP clients, the Caisse d'Epargne Côte d'Azur, and another one of similar scale, organised in partnership with an agency and Allianz Riviera. We are now fully operational and sized to take on this type of project.

Are you concerned that this recovery will be short-lived?
We do feel that there is a certain wait-and-see attitude with respect to first term of 2023. Some of our clients prefer to take some time off for careful consideration before launching their event planning operations. It is certainly due to the economic situation: energy costs, the fear of a new COVID wave, and economic uncertainty in Europe... At the moment, teleworking is on the rise, but we are hopeful that it will encourage our clients to want to meet again in the spring, for exceptional events prepared by our team! We are also waiting for international business to fully resume.

Dans cette attente, quelle est votre actualité ?

Nous sommes sur un travail de fond : création de nouveautés, activités et nouveaux jeux, en lien avec les futurs grands événements de dimension internationale des mois et années à venir.
Nous amplifions notre commercialisation en participant à des salons : Paris, Lyon et Angleterre…
Nos équipes sont axées sur notre travail de certification RSE ISO20121. Cela a été l'occasion de répondre à l'un des enjeux du développement durable : revoir l'éclairage et le mode de chauffage de nos locaux allégeant ainsi nos dépenses énergétiques.

La période est aussi dédiée à la formation : prise de parole en public, meilleure gestion du temps de travail, référencement naturel, SEO, RSE, formations linguistiques…
Enfin, nous retravaillons nos outils de communication : newsletters bimensuelles, brochures, réseaux sociaux et nous prévoyons une digitalisation plus importante en 2023, qui devrait encore renforcer notre organisation.

Quel message adressez-vous à vos clients ?

Nous sommes prêts, même si vous nous sollicitez en dernière minute… A pied d'œuvre pour vous étonner, vous émouvoir, vous impressionner avec une foule de nouveautés !

> “Nous amplifions notre commercialisation en participant à des salons : Paris, Lyon et Angleterre… Nos équipes sont axées sur notre travail de certification RSE ISO20121.”

MADE IN CÔTE D'AZUR

Voie C, 75 Parc de l'Argile
06370 Mouans-Sartoux
04 93 129 705
contact@madeincotedazur.com
www.madeincotedazur.com

In the meantime, what news?

We are busy with background work: creating a new offering, with new activities and new games, for future large-scale international events in the coming months and years.
We are boosting our promotion by attending various trade shows: Paris, Lyon, England...

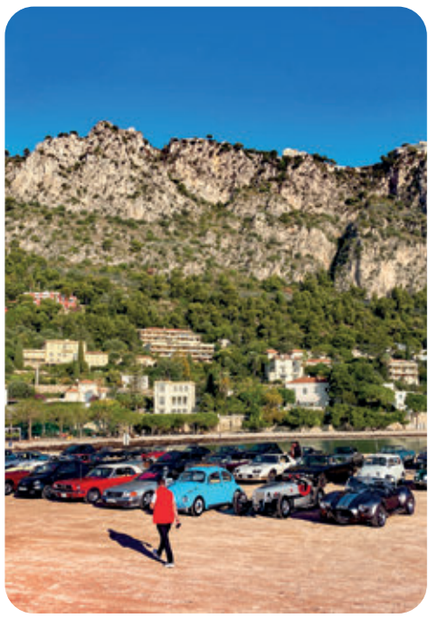
Our teams are also focusing on a CSR ISO 20121 certification process. It has afforded us the opportunity of rising to the challenges of sustainable development: changing the lighting and heating of our facilities and reducing our energy bills.

The period is also perfect for training: public speaking, improved time management, natural referencing, SEO, CSR, linguistic courses...
Finally, we are developing our communication tools: bimonthly newsletters, brochures, social media, and we are increasing our digitalisation in 2023, which should further reinforce our organisation.

What message do you have for your clients?

We are ready, even if you contact us at the last moment... We are eager to surprise, touch or impress you with a plethora of new offerings!

L'équipe Made In Côte d'Azur, enrichie entretemps par l'arrivée de Baptiste Tardivon, Maeva Muller et Ilona Sanchez



Louez la voiture de vos rêves !

Réservez des maintenant,
Incentive, Team-building, Cadeaux entreprise...

En solo ou à plusieurs roulez avec un véhicule de collection.

numaya
FAÎTES LE PLEIN... D'AIR

06 69 63 00 25

numaya.fr

Voir nos véhicules !

PENSEZ À VOTRE SOIRÉE DE
FIN D'ANNÉE !

Marineland®
SPECIAL EVENTS

VOS ÉVÈNEMENTS
dans un cadre exceptionnel

SOIRÉE DE GALA
PREMIUM
à partir de 70 personnes

- Cocktail apéritif dans le tunnel des requins ou face au lagon des dauphins
- Représentation nocturne des orques personnalisée à l'image de votre entreprise
- Restauration par Traiteur Marineland en dîner assis (630 personnes max)
- Cocktail dînatoire (840 personnes max.)
- Option soirée dansante avec un DJ

SOIRÉE HAUT DE GAMME
au tunnel aux requins
à partir de 30 personnes

- Dîner dans la salle panoramique du tunnel des requins
- 30 à 60 personnes en dîner servi à table et jusqu'à 250 en cocktail dînatoire
- Hôtel Marineland : possibilité d'hébergement sur place (95 chambres)

Marineland HÔTEL

SÉMINAIRE
de 7 à 130 personnes

- Accueil café au tunnel des requins
- Séminaire au Lagoon Center
- Salles modulables à la lumière du jour ou complètement occultables
- Déjeuner servi à table avec une vue imprenable sur le lagon des dauphins
- Pause-café face au lagon des dauphins devant la salle
- Accès aux représentations de votre choix

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

HC HUMANE CERTIFIED
A PROGRAM OF AMERICAN HUMANE

A L'AZURARENA ANTIBES CETTE SAISON
RETROUVEZ DU BASKET
MAIS PAS QUE...

SAINT-QUENTIN BASKETBALL AISNE

LILLE MÉTROPOLE BASKET RED GIANTS

MATCHS DE NOEL

20 ET 23

DECEMBRE - 20H30

Informations et réservations
Billetterie.sharks-antibes.com

OFFRES VIP : Sharksbusinessclub.com

VENDREDI 24 FEVRIER
LES PLUS BELLES MUSIQUES DE FILM

PAR L'ORCHESTRE DES SOLISTES DE MONTE CARLO
SOUS LA DIRECTION DE **JEAN-LOUIS DEDIEU**

azurarena
antibes

SAMEDI 25 FEVRIER
AMBIANCE 80

ALAIN LLORCA (GOLD) – ALEC MANSION (LEOPOLD NORD)
BENNY-B – CAROLINE LOEB – JEAN SCHULTHEIS
PAULINE ESTER – SACHA (DÉBUT DE SOIRÉE)
RICHARD SANDERSON

Ils se prêtent au jeu de L'INTERVIEW « T'AS LA REF ? »

Présentez-vous :
Eric : Serge Karamazov, aucun lien
Greg : Hubert Valery Patrick Stanislas, Duc de Montmorency

Sportif ?
Eric : je joue de la trompette, j'essaye d'arrêter de fumer. Je danse un peu… d'ailleurs, sais-tu danser la carioca ?
Greg : l'éclectisme, j'en ai fait un peu quand j'étais jeune…. J'ai arrêté parce que c'est fatigant, l'éclectisme.

Votre film préféré ?
Eric : Red is dead… Adieu Youri !
Greg : ça te barbera

Un regret ?
Eric : Le prince de Moldavie… mais j'étais bourré
Greg : J'aurais bien acheté un frigo, couleur Jaune de damas

Un surnom ?
Eric : L'arme fatale
Greg : On me dit que je ressemble à Alain Deloin

Votre boisson préférée ?
Eric : un whisky d'abord…
Greg : un « Tout à l'égout », mais sans l'orange, ça m'a rendu malade

Un endroit de rêve ?
Eric : Cannes, les marches, le festival, ça vous dit quelque chose ?
Greg : la boite de Nuit La Chounga

La pensée du jour ?
Eric : je crois que nous avons affaire à un serial killer
Greg : la pensée… Richenous !

Votre citation finale :
Eric : on ne peut pas tromper mille fois, enfin si on peut tromper mais mille fois…
Greg : Cela ne nous regarde pas !

LA IN TEAM

ERIC **POTTIER** & GREGORY **PARÉ**

AURÉLIE **SUCHET**

JOËLLE **BERTHET**

MARC **POTTIER**

SHANA **ALEKS**

LES ENTREMETTEURS

Accros à la rencontre et au partage, voici nos chargés de clientèle, l'équipe qui prend soin des membres du club, des partenaires et des annonceurs, qui les fait parler, danser, échanger, avec cette bienveillance et... ce gros grain de folie qui est la patte du IN Club !

Matchmakers - Addicted to meeting and sharing, here are our account managers, the team that takes care of club members, partners, and advertisers, who makes them talk, dance, exchange, with this benevolence and... this big grain of madness who is the leg of the IN Club!

AURELIE

Ce qui l'a attirée chez IN ? En premier lieu, les valeurs humaines, le professionnalisme… avec une grosse dose d'humour et de folie !

Peu de gens savent qu'Aurélie… Est une ancienne collectionneuse de bouchons de Champagne et « qu'adolescente, j'étais une véritable groupie de Pascal Obispo ! J'allais à tous ses concerts pousser la chansonnette ! »

5 ans ? Ce sont des années de bonheur au sein de IN Groupe ! Un vrai plaisir de faire partie de cette Team, constituée de personnes formidables !

Son message ? Je souhaite un joyeux anniversaire et une longue vie à IN ! Toujours plus de belles rencontres, d'événements conviviaux, de messages à transmettre et de sourires inoubliables…

MARC

Ce qui l'a amené chez IN ? Avant tout ça, j'essayais de vendre des vêtements dans un magasin de prêt-à-porter masculin ! J'ai la chance de côtoyer les personnes de cette entreprise depuis longtemps, je sais d'où ils viennent et quel est leur état d'esprit. Je les ai rejoints avec beaucoup d'envie pour les aider à grandir ensemble !

Son meilleur souvenir ? La première soirée des IN Games 2021… dingue ! Et même la formule en visio, pendant le confinement : des recettes de cuisine en live, une incroyable dictée, des blind tests en furie !

Son gri-gri… : Fan de Charles Barkley depuis 35 ans, j'ai acheté une paire de chaussures à son effigie en 1992 que je n'ai jamais pu porter car elles étaient trop petites ! Je les balade avec moi depuis tout ce temps, au fil de mes déménagements : 7 au total, pas mal !

Son message d'annif' ? Un très joyeux anniversaire au IN Groupe, une aventure humaine qui nous permet de nous épanouir dans notre vie, qu'elle soit pro ou perso, merci à tous d'être qui vous êtes !

JOËLLE

Ce qui l'a attirée chez IN ?
Je connaissais la presse car je travaillais pour un magazine d'architecture où j'ai pu faire de très belles rencontres et beaucoup appris. Et c'est ce qui m'attiré chez IN : la relation humaine.

Meilleur souvenir ?
La soirée gastronomique au restaurant du chef Daniel Desavie : j'ai vraiment su que j'étais IN ce soir-là !

Son grand moment de solitude
Le jour où j'accompagnais une amie qui a une conciergerie, pour organiser le déménagement d'un joueur de foot professionnel. Quand il nous a vues, j'ai lu au fond de ses yeux : « c'est quoi cette blague, où sont les vrais déménageurs ? »

Sa chanson ringarde ? La B.O. de Dirty Dancing !

5 ans ? Quand on fait le point sur les cinq dernières années vécues, cela nous ramène logiquement à une époque où… l'on avait 5 ans de moins, et ça… j'aimerais bien !!!

SHANA

Ce qui l'a attirée chez IN ? J'ai été attirée par le monde du magazine que je connaissais et séduite par IN Club qui permet de se faire un réseau de dingue autour d'évènements très sympas et de personnes qui nous ressemblent !

Meilleur souvenir ? Ma première soirée IN Games au Cube Réceptions : j'ai mesuré tout le potentiel de ces moments d'échange et de partage avec des gens simples et humains.

Jusqu'ici, elle l'avait bien caché…
Je suis une Parisienne dans le Sud : Allez PARIS !!!

5 ans ? C'est beaucoup et peu à la fois ! 1825 jours pour créer, expérimenter, tomber, se relever, changer, partager, réussir !

Son message ? Joyeux anniversaire à IN, pour ce qu'il m'apporte au quotidien, un travail sans avoir l'impression de travailler, une évolution constante personnelle et professionnelle ! Et une belle famille qui entretient tous ces liens !

AURÉLIE

What attracted her to IN? *First, human values, professionalism... with a big dose of humor and madness!*

Few people know that Aurélie*... Is a former Champagne cork collector and "as a teenager, I was a real Pascal Obispo groupie! I went to all his concerts to push the song! »*

5 years ? *These are years of happiness within IN Groupe! A real pleasure to be part of this Team, made up of great people!*

His message? *I wish a happy birthday and a long life to IN! Always more beautiful encounters, convivial events, messages to transmit and unforgettable smiles...*

MARC

What brought him to IN? *Before all that, I was trying to sell clothes in a men's ready-to-wear store! I have had the chance to meet the people of this company for a long time, I know where they come from and what their state of mind is. That's why I joined them with great desire to help them develop and grow together!*

His best memory? *The first evening of the IN Games 2021… crazy! And even the formula in video, during confinement, created to keep the link between the people of the club: live cooking recipes, incredible dictation, furious blind tests!*

His lucky charm…: *Fan of Charles Barkley for 35 years, I bought a pair of shoes bearing his image in 1992 that I could never wear because they were too small! I've been carrying them around with me all this time, during my moves: 7 in total, not bad!*

His birthday message? *A very happy birthday to IN Groupe, a human adventure that I joined more than two years ago and which allows us to flourish in our lives, whether professional or personal, thank you all for being who you are !*

JOËLLE

What attracted her to IN? *I knew the press because I worked for an architecture magazine where I was able to meet very good people and learn a lot. And that's what attracted me to IN: the human relationship.*

Best memory ? *The gastronomic evening at the restaurant of chef Daniel Desavie: I really knew that I was IN that evening!*
His great moment of loneliness
The day I accompanied a friend who has a concierge, to organize the move of a professional football player. When he saw us, I read deep in his eyes: "what is this joke, where are the real movers? »

His corny song? *Dirty Dancing Soundtrack!*

5 years ? *When we take stock of the past five years, it logically brings us back to a time when… we were 5 years younger, and that… I would like to!!!*

SHANA

What attracted her to IN?
I was drawn to the world of magazines because I had already worked in that field before.
I was also seduced by the IN Club part which allows you to build a crazy network around very nice events and people who look like us!

Best memory ? *My first IN Games evening at the Cube Receptions: I measured the full potential of these moments of exchange and sharing with simple and human people.*

So far, she had hidden it well… *I am a Parisian in the South: Go PARIS!!!*

5 years ? *It's a lot and a little at the same time! 1825 days to create, experiment, fall, get up, change, share, succeed!*

Her message? *Happy birthday to IN, for what it brings me daily, a job without having the impression of working, a constant personal and professional evolution! And a beautiful family that maintains all these links!*

LES MESSAGERS

Pour eux, c'est le message qui compte : de gauche à droite, Mickaël met en mots, Xavier en pages et en images, Sofien distille en vidéo l'information azuréenne à laquelle participent et que se partagent chefs d'entreprises, décideurs et acteurs économiques de la région.

Messengers - *For them, it's the message that counts: from left to right, Mickaël puts it into words, Xavier into pages and images, Sofien distills on video the information on the Côte d'Azur in which business leaders, decision-makers and economic actors in the region.*

MICKAËL

Ce qui l'a amené chez IN ?

« Une histoire d'amitié et de confiance : je travaillais avec et connaissais la team fondatrice depuis quelques années déjà ! »

5 ans ?

« L'équivalent de 30 magazines, une cinquantaine de stylos, 5475 cafés et des dizaines de rencontres inoubliables ! »

Peu de gens savent que…

« Mes goûts musicaux peuvent facilement me transposer sans aucune gêne de Rammstein à… Pierre Bachelet en passant par Demis Roussos et AC/DC ! »

Son message d'anniversaire ?

« Je nous souhaite de fêter encore quelques anniversaires multiples de 5, dans la bonne humeur qui est la nôtre et sans que notre message ne prenne trop de rides ! »

XAVIER

Ce qui l'a amené chez IN ?

« L'idée de partir de zéro et de monter de toute pièce un projet éditorial qui a bien évolué depuis 5 ans… »

Ce qu'il préfère dans son job ?

« J'ai l'avantage de pouvoir découvrir le magazine avant tout le monde, les anecdotes sur chacun, les histoires d'entreprises… j'aime bien cette exclusivité ! »

5 ans ?

« Mmm… Ça doit correspondre à plus de 15.000 photos traitées et quelques 3000 pages de plus à refeuilleter au coin du feu pour mes vieux jours ! »

Ce qu'on sait peu sur Xavier…

…c'est un marathonien contrarié… Même ultra motivé, avec toute la meilleure volonté du monde, à chaque sortie running un peu intense, il se débrouille pour se blesser, mais garde malgré tout l'objectif de refaire l'UTMB !

SOFIEN

Ce qui l'a amené chez IN ?

« Cela me semblait une belle boîte pour y effectuer mon alternance… »

Son meilleur souvenir ?

« Pour l'instant, mon meilleur souvenir doit être la soirée « Oktober Fest'IN », car c'est à cet instant que j'ai le plus compris l'esprit du Club et des IN Games ! C'est aussi dû au fait que je commençais à connaître un peu plus nos partenaires et clients ».

5 ans ?

« Je suis jeune alors ça m'évoque une longévité assez importante... Ça pourrait me faire penser à un couple qui passe une étape symbolique ! »

Ce qu'il nous cache…

« Je pense que si un jour, un événement « IN Karaoké » était organisé, quelques-uns pourraient être surpris ! »

MICKAEL

What brought him to IN?

"A story of friendship and trust: I had been working with and had known the founding team for a few years already! »

5 years ?

"The equivalent of 30 magazines, fifty pens, 5475 coffees and dozens of unforgettable encounters! »

Few people know that...

"My musical tastes can easily transpose me without any embarrassment from Rammstein to… Pierre Bachelet via Demis Roussos and AC/DC! »

His birthday message?

"I wish us to celebrate a few more anniversaries multiple of 5, in the good mood that is ours and without our message becoming too wrinkled! »

XAVIER

What brought him to IN?

"The idea of starting from scratch and putting together an editorial project that has evolved a lot over the past 5 years…"

What does he like best about his job?

"I have the advantage of being able to discover the magazine before anyone else, the anecdotes about each one, the company stories... I like this exclusivity! »

5 years ?

"Mmm… That must correspond to more than 15,000 processed photos and some 3,000 more pages to flip through by the fire for my old age! »

What we know little about Xavier…

…he is an upset marathon runner… Even ultra-motivated, with all the best will in the world, with each slightly intense running outing, he manages to injure himself, but still keep the goal of redoing the UTMB!

SOFIEN

What brought him to IN?

"It seemed like a good place to do my work-study program..."

His best memory?

"For the moment, my best memory must be the "Oktober Fest'IN" evening, because it was at this moment that I most understood the spirit of the Club and the IN Games! It's also because I was getting to know our partners and customers a little better."

5 years ?

"I'm young so it reminds me of a fairly significant longevity... It could make me think of a couple who pass a symbolic stage! »

What he hides from us...

"I think that if one day an "IN Karaoke" event was organized, some might be surprised! »

» IN MAGAZINE EN CHIFFRES

DEPUIS **5 ANS** C'EST...

30 magazines

3 240 pages

650 000 exemplaires

Distribué dans **+ de 6000** entreprises

Zone de **distribution** étendue, de Fréjus à Monaco

MICKAËL
LARDET

XAVIER
BECK

SOFIEN
CABRÈRE

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**

EN MARS 2023

Grand dossier RSE

> Qualité de vie au travail, les belles boites qui pensent à tout

> ils vous accompagnent dans la démarche

> Au coeur de l'événementiel

Anticiper son déménagement de bureaux

Alternance : les écoles qui la proposent, les entreprises qui recrutent, les organismes de formation

Parution le 1er mars 2023

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

LES MAGAZINES ET KIT MÉDIA EN LIGNE

ÉVÉNEMENT

2E EDITION

IN SALON

BY IN GROUPE

LE PLUS GRAND SALON BTOB DE LA RÉGION

6 AVRIL 2023

PALAIS NIKAIA

« Les entreprises au service du développement de la Région Sud »

- SALON **ENTREPRISES & TERRITOIRES**
- + DE 100 **STANDS**
- PITCHS & **CONFÉRENCES**
- PRISE DE RDV **SUR NOTRE PLATEFORME**
- ANIMATIONS **EXCEPTIONNELLES**

www.in-lesalon.com

PLAN

LE SALON EST DIVISÉ EN 7 SECTEURS D'ACTIVITÉS

RESERVEZ VOTRE EMPLACEMENT*

*Dans la limite des stands disponibles

Services aux entreprises & mobilité
Les entreprises au service du public et en B to B, dans tous les secteurs d'activité

Ecoles, enseignement & formations
Les institutions de la connaissance et du savoir

BTP, artisanat, habitat & immobilier
Avec les entreprises pour construire, rénover, transformer

IT, Industrie pharmaceutique & Sciences du vivant
L'innovation, des sciences et de la transformation digitale

CHR, événementiel & loisirs
Cafés, hôtels & restaurants, les lieux où sortir, se cultiver, faire du sport, le lifestyle Côte d'Azur

Professions libérales, banque, finance, assurances & mutuelles
Les professionnels du droit et du chiffre & du conseil aux entreprises

Villes, intercommunalités & vie des municipalités
Les communes azuréennes (Var & Alpes Maritimes)

Ils étaient présents en 2022

LE CONSERVATEUR · CRÉDIT AGRICOLE · CAISSE D'EPARGNE FIDAL · BFM NICE CÔTE D'AZUR · FW BARBOTTO · AIR FRANCE CCI · CAVALLARI · TRUCKSME · BYMYCAR · MALAGA LINX CONSULTING · GSF · ABE ELECTRICITE · AGS · SMART ENTREPRENEURS · AB COURTAGE · LE CANTEMERLE AG CONSEIL · ENGLISH 4 FRENCH · STUDIO GENTILE DERICHEBOURG · SAMSIC · IP COM · THE NEOSHIELDS SII · TRAVEL PLANET · SNS · EDL · PAAL · CENTURY 21 BNP · TRIDENTT · ALU SERVICES MIROITERIE · ACE CREDIT · SMB · HYGIENE 4D · CUBE RECEPTIONS LE PROVENÇAL GOLF · CHÂTEAU DE CREMAT · CAP EMPLOI · JULY OF ST BARTH · PERNOD RICARD FRANCE · CHEVRON VILLETTE · DELLI RESORT

STANDS

BRONZE

> **ESPACE DE 4 M²** (2 x 2 m)
> **1 Mange-debout + 2 chaises**
> **1 pass** pour déjeuner speed business Meeting
> **1 pass** pour déjeuner stand
> **2 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux
> **7 RDV** via la plateforme

TARIF 3 000 €

ARGENT

> **ESPACE DE 6 M²** (3 x 2 m)
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **2 pass** pour déjeuner speed business Meeting
> **2 pass** pour déjeuner stand
> **4 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux
> **9 RDV** via la plateforme

TARIF 5 000 €

OR

> **ESPACE DE 9 M²** (3 x 3 m)
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **1 canapé + table basse**
> **3 pass** pour déjeuner speed business Meeting
> **3 pass** pour déjeuner stand
> **6 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux
> **Partenaire principal : Mise en avant** sur tous nos supports de communication et Presse
> **11 RDV** via la plateforme

TARIF 7 000 €

DIAMANT

> **ESPACE DE 12 M²** (4 x 3 m)
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **1 canapé + table basse**
> **3 pass** pour déjeuner speed business Meeting
> **3 pass** pour déjeuner stand
> **6 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux
> **Partenaire principal : Mise en avant** sur tous nos supports de communication et Presse
> **13 RDV** via la plateforme

TARIF 9 000 €

PREMIUM

> **ESPACE DE 16 M²** (4 x 4 m)
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **1 canapé + table basse**
> **4 pass** pour déjeuner speed business Meeting
> **4 pass** pour déjeuner stand
> **8 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux
> **Partenaire principal : Mise en avant** sur nos différents supports de communication, Radio, TV, Presse
> **15 RDV** via la plateforme

TARIF 12 000 €

PREMIUM+

> **ESPACE DE 20 M²** (4 x 5 m)
> **1 Mange-debout + 4 chaises**
> **1 canapé + table basse**
> **5 pass** pour déjeuner speed business Meeting
> **5 pass** pour déjeuner stand
> **10 pass** pour la soirée cocktail dînatoire
> **Visibilité** sur tous nos supports réseaux
> **Partenaire principal : Mise en avant** sur nos différents supports de communication, Radio, TV, Presse
> **18 RDV** via la plateforme

TARIF 15 000 €

OFFRE DE PARRAINAGE

1 parrainage > Stand supérieur *(valeur 2000 €)*

2 parrainages > Stand supérieur + 1/2 page dans le magazine IN Salon *(valeur 4800 €)*

3 parrainages > Stand supérieur + 1 page dans le magazine IN Salon *(valeur 6800 €)*

Exemple : *j'ai reservé un* ***stand Argent,*** *je parraine une personne, mon stand s'agrandit et passe en* ***formule OR !***

Offre valable jusqu'au 15 mars 2023

POUR LES EXPOSANTS

ESPACE D'EXPOSITION PRIVILÉGIÉ

ACCÈS PRIVILÈGE pour le déjeuner, speed business meeting et la soirée de clôture

ANNONCES MICRO
toute la journée par le speaker

PRISE DE RENDEZ-VOUS
via la plateforme dédiée

INTERVIEW VIDÉO EN LIVE
relayée sur les réseaux sociaux

PAGE OU 1/2 PAGE DE PUBLICITÉ AVEC PORTRAIT
dans le livret exposant (en option)

RÉCUPÉRATION DES CONTACTS
parmi la liste des participants (ayant accepté le RGPD)

COMMUNICATION

AFIN DE FAVORISER LE VISITORAT,
NOUS METTONS EN PLACE UNE

CAMPAGNE MULTI-SUPPORTS :

- **Affichage urbain**
- Presse régionale et spécialisée
- **Campagnes radio**
- Distribution de **20 000 invitations** aux décideurs économiques de la région
- Distribution de **300 000 Flyers**
- Envois postaux d'invitations à toutes les collectivités locales
- **Réseaux sociaux :** Facebook, Linkedin, Instagram...
- **Emailings** d'invitations
- Envois de **newsletters** d'informations
- Mise en avant dans le 1er magazine économique de la région

DEVENEZ EXPOSANT & CONTACTEZ

Eric Pottier
06 09 86 03 03
09 83 79 29 56
commercial@in-magazines.com

IN SALON
BY IN GROUPE

LES NOUVEAUX MEMBRES

IN CLUB BY IN GROUPE

ILS NOUS RENOUVELLENT LEUR CONFIANCE

alphaprint création & impression

YANNICK AVARGUES
ALPHAPRINT06
04 93 14 91 65
contact@alphaprint06.com
www.alphaprint06.com

21

FRANCK GELÉ
Century 21 Liberté
07 69 22 00 32
franck.gele@century21.fr
www.century21liberte.com

TOLTEKA

FABIENNE ALBIN-ROGGE
TOLTEKA
04 92 92 55 28
contact@tolteka.fr
www.tolteka.fr

CAISSE D'EPARGNE Côte d'Azur

EMILIE GUERIN
CAISSE D'EPARGNE CÔTE D'AZUR
06 70 74 06 90 - 06 71 39 42 61
emilie.guerin@cecaz.caisse-epargne.fr
www.caisse-epargne.fr/cote-d-azur/

CHRONO CLIM

LAURENT BARREYRE
CHRONO CLIM
06 45 27 34 96
laurent.barreyre@chronoclim.com
www.chronoclim.com

3S2i DES HOMMES !

ETIENNE PANIS
3S2I
04 93 14 62 86
panis@3s2i.fr
www.3s2i.fr

iad

KEVIT FRANCOIS LUBIN
IAD FRANCE IMMOBILIER
07 63 52 65 60
francoislubin@gmail.com
www.iadfrance.fr

FREDERIQUE GUIGO
GUIGO FREDERIQUE
06 86 83 73 91
fredericguigo@gmail.com

la petite Garoupe

YANN DUTEIL
& SEBASTIEN TAUPIN
LA PETITE GAROUPE
06 30 71 46 18
contact@lapetitegaroupe.com
www.lapetitegaroupe.com

Hygiène 4D

JULIE DURIEZ
HYGIENE 4D
04 93 74 74 00 - 06 01 13 98 47
julie@hygiene-4d.com
www.hygiene-4d.com

PEOPLE p. by L'atoll

ERIC SCHOUKROUN
PEOPLE BY L'ATOLL
04 93 31 26 15
contact@atollrestaurant.fr
www.atollrestaurant.fr

immoprêt La réponse immédiate à vos projets

PATRICIA PINTO
IMMOPRET PNL COURTAGE
06 48 13 36 99
ppinto@immopret.fr
www.immopret.fr

Dino Baumgarten Business Development

DINO BAUMGARTEN
DG Construction
06 16 11 32 98
dino@dinobaumgarten.fr
www.dinobaumgarten.fr

ILS NOUS REJOIGNENT :

EDOUARD BONNAFOUS
EUROPEA
06 23 21 25 40
edouard@europea.pro

PATRICE COCHET
PC IMMOBILIER
07 77 60 82 00
patricecochet@pcimmobilier.com
www.pcimmobilier.com

VALENTIN GROSSO
VAR TOURISME
06 24 52 79 76
v.grosso@vartourisme.org
www.vartourisme.org

JEREMY FROELIGER
JOHANNA LE FAUCONNIER
UNITE BOX - BELLADRESSE
06 38 55 33 79 - 06 38 55 38 08
contact@belladresse.fr
www.belladresse.fr

INDIA & GERALD BASTIAN
TOUT ET BON
06 09 98 00 37
ibastian@toutetbon.fr
nice@toutetbon.fr
www.toutetbon.fr

KARL SEMAAN
PROPINO
07 49 10 47 38
karl.semaan@propinobarevents.com
www.propinobarevents.com

ERIC FONTAINE
SCP MORAND FONTAINE
06 50 49 12 42
fericfontaine@wanadoo.fr
www.huissier-morand-fontaine.fr

CAROLINE JOLLY-BELLOCCI
MEDIATIS - MCF
06 63 64 59 84
mediatis-mcf@hotmail.com
www.mediatis-mcf.com

YOAN HAZOTTE
SNADEC
06 22 34 10 56
y.hazotte@snadec.fr
www. snadec.fr

GILLES PEREZ
AGECO CANNES
04 93 45 98 98
ageco@ageco-ec.fr
www. ageco-ec.fr

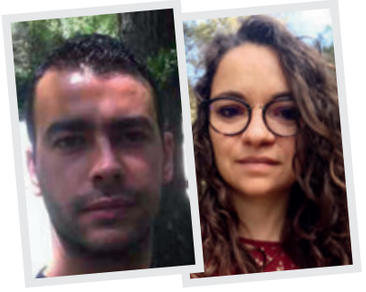
JESUS ESPINO
GROUPE BARRIÈRE SAINTE-MAXIME
04 94 55 07 00
msilberstein@groupebarriere.com
www.casinosbarriere.com/fr/sainte-maxime.html

CARINE TAILLEPIED
AZUR CLEAN PISCINE
06 50 08 12 94 - 09 87 40 12 55
azurcleanpiscine@gmail.com
www.azurcleanpiscine.fr

NELLY MONTANERA
COSMA EXPERTS
06 61 26 46 88
nmontanera@cosma-experts.com
www.cosma-experts.com

JULIEN BARBARA
ATHENA VIGILANCE
06 74 27 28 74
julienb@athenavigilance.com
athenavigilance.com

ARNAUD CARDINAL &
LAURENT VANDEWALLE
CROSSTHINK
04 83 43 47 48
laurent.vandewalle@crossthink.fr
crossthink.fr



CEDRIC SIMO
EMMANUELLE KAMM
FIN'ESS
06 79 91 62 06 / 06 66 41 00 50
cedric@finess-ec.fr
emmanuelle@finess-ec.fr
www.finess-ec.fr

CONVIVIALITÉ BUSINESS PLAISIR

IN CLUB
BY IN GROUPE

REJOIGNEZ *le club le plus fou* DE LA CÔTE D'AZUR !

TARIFS 2023

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**

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

Joëlle Berthet
06 12 51 96 51
joelle@in-magazines.com

Shana Aleks
06 62 77 75 80
shana@in-magazines.com

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

PRINTEMPS

À Noël,
le Printemps fait
son cirque

PRINTEMPS.COM

OUVERT TOUS LES DIMANCHES

POLYGONE RIVIERA, 137 AVENUE DES ALPES, CAGNES-SUR-MER - Tél. 04 83 53 40 00

CAISSE D'EPARGNE
Côte d'Azur

UNE VISION AMBITIEUSE

POUR VOTRE PATRIMOINE PERSONNEL ET PROFESSIONNEL

Vous et votre famille avez forgé une histoire particulière qui se construit sur plusieurs générations. Votre patrimoine en est la signature. Parce que cette histoire est unique, nous avons développé, pour vous, un haut niveau d'expertise au service de votre patrimoine, personnel et professionnel. Notre ambition : vous aider à optimiser votre patrimoine, accompagner l'ensemble de vos projets patrimoniaux, servir au mieux vos intérêts et ceux de votre famille : c'est tout le sens de l'engagement de nos experts à vos côtés.

CENTRES DE GESTION PRIVÉE

Cannes : Tél. : 04 97 06 69 30* **Nice :** Tél. : 04 92 00 78 38*
Saint-Raphaël : Tél. : 04 22 55 04 20* **Saint-Tropez :** Tél. : 04 83 09 50 41*
Toulon : Tél. : 04 94 31 70 50*

BANQUE PRIVÉE ET DU DIRIGEANT

Nice : Tél. : 04 93 18 48 71*

Nos experts patrimoniaux sont également à votre service dans nos 130 agences.

*Prix d'un appel local depuis un poste fixe en France métropolitaine.

Caisse d'Epargne et de Prévoyance Côte d'Azur, société anonyme coopérative à Directoire et Conseil d'Orientation et de Surveillance, régie par les articles L.512-85 et suivants du Code monétaire et financier – Capital social 515.033.520 euros – Siège social 455, promenade des Anglais, 06200 Nice – 384 402 871 RCS NICE – Intermédiaire d'assurance, immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07 002 199. Titulaire de la carte professionnelle Transactions sur immeubles et fonds de commerce, sans perception d'effets ou valeurs, n° CPI 0605 2017 000 019 152 délivrée par la CCI Nice-Côte d'Azur, garantie par la Compagnie Européenne de Garanties et Cautions, 16 rue Hoche, Tour KUPKA B, TSA 39999, 92919 LA DEFENSE Cedex. Adresse postale : CS 3297 06205 Nice Cedex 3.Photos : iStock.

POLECOMPANY.COM