

OCTOBRE / NOVEMBRE 2022 29

IN magazine



LAURENT LE FUR
PDG Maison de Bacon

La table du Cap d'Antibes
MAISON DE BACON
authentique & inspirée



7 AV. MICHEL CHEVALIER 06130 GRASSE
R E C E P T I O N S

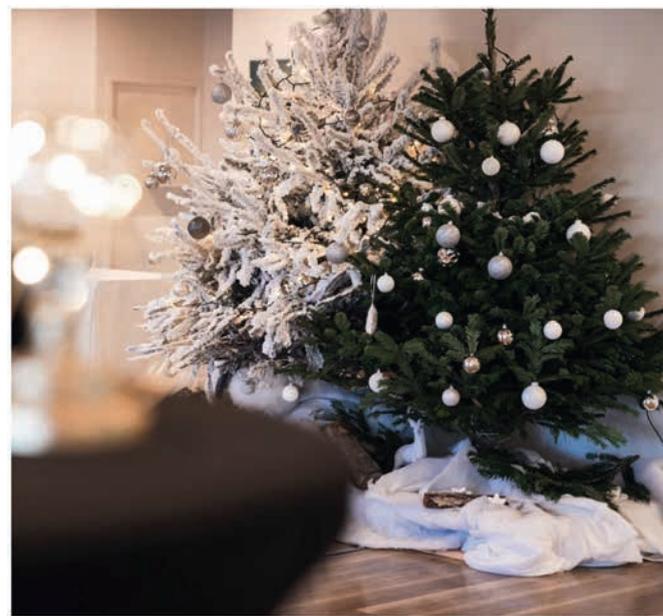
Le lieu de tous vos événements professionnels

AG, SHOWROOM, GALAS...

Situé à Grasse, entre mer et montagne, à 30 minutes de l'aéroport Nice Côte d'Azur et 25 minutes de Cannes, le **Cube Réceptions** est la destination idéale pour l'organisation de tous vos événements.

Nos différents espaces, **entièrement modulables et équipés de mobiliers et de matériels professionnels**, vous permettront de réaliser toutes vos réceptions dans une atmosphère moderne et contemporaine.

Faites de votre événement **un instant d'exception** au cœur de la Côte d'Azur !



RÉUNIONS, FORMATIONS...

Réunissez vos équipes dans le salon de réception Jasmin, de 250 m², **élégant et lumineux**, parfaitement adapté aux réceptions et aux réunions.

Cet espace est prolongé par une terrasse avec **vue panoramique** sur la vallée arborée grasseoise jusqu'à la baie de Cannes.

ÉVÉNEMENTS DE FIN D'ANNÉE

La fin d'année approche, célébrez les fêtes en entreprise en conviant les familles de vos collaborateurs autour d'un **goûter des enfants, d'un arbre de Noël ou encore d'un afterwork convivial et festif.**



CONTACTEZ-NOUS 04 93 36 67 68 - commerce@lecube-receptions.com



Christelle DAIRE
Responsable de site



Marie DESTRUEL
Chargée de communication et d'événementiel



Camille LEFRANÇOIS
Chargée d'événementiel et de développement commercial



Emmie OTMANI
Chargée d'événementiel





ATELIERS BY BAM

► **Thématique**
QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

avec Ecophon Saint Gobain® & Tarkett®

22 NOVEMBRE 2022 à 17 h

Démonstration d'outils
innovants dans notre
NOUVEAU SHOWROOM

80 route des Lucioles - Les Espaces de Sophia
Bâtiment F - 06560 SOPHIA ANTIPOLIS



RESERVATION ►
(PLACES LIMITÉES)



ateliersbybam@buro-amenagement.com



Sobriété

A l'occasion de l'Université d'été du Medef, Elisabeth Borne a lancé l'idée d'accueillir des « Ambassadeurs de la sobriété » au sein de nos entreprises. Soit. Le climat géopolitique s'y prête.

Mais on aurait pu aussi lui opposer l'idée d'y mettre en place un « Ambassadeur du bon sens ». Problème : il est déjà dans la place... C'est le chef d'entreprise.

Car sobriété rime depuis longtemps avec frugalité, dans le lexique 2022 du patron ! Inutile de lui faire un dessin : quand il voit le flux de ses approvisionnements se tarir, ses marges fondre sur l'autel de l'inflation et ses talents s'évaporer dans la nature (c'est à se demander où, d'ailleurs ?), que peut-on lui demander de plus ?

Devra-t-il faire l'économie de sa bonne humeur ? De sa combativité ou de son caractère audacieux ? Non, bien sûr... Alors, oui, restons sobres, d'accord... mais ne cédon pas à l'ivresse des mots et des concepts, pour éviter de faire des économies... de bon sens !

O n the Medef Summer University, Elisabeth Borne launched the idea of welcoming "Ambassadors of sobriety" within our companies. That is. The geopolitical climate lends itself to this.

But we could also have opposed the idea of setting up an "Ambassador of common sense" there. Problem: it is already there... He's the business manager.

Because sobriety has long been synonymous with frugality, in the boss's 2022 lexicon! No need to paint him a picture: when he sees the flow of his supplies dry up, his margins melt on the altar of inflation and his talents evaporate in nature (one wonders where, besides ?), what more can you ask for?

Will he have to save his good humor? Of his combativeness or his daring character? No, of course... So, yes, let's stay sober, okay... but let's not give in to the intoxication of words and concepts, to avoid saving money... common sense!



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

Events & digital marketing : Sofien Cabrière
sofien@in-magazines.com

Chargés de clientèle IN Club / IN Magazine :
Aurélié 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 / ©Studio 619 / ©Adobe Stock

Impression : Imprimerie Trulli - Vence

Les **Entrepreneuriales**

le salon des dirigeants d'entreprise

JEUDI 24 NOVEMBRE 2022 • 9H-18H
ALLIANZ RIVIERA - STADE DE NICE

#ENTREP22

www.entrepreneuriales.com

L'IA
UN ENJEU
POUR L'ENTREPRISE

+ de 100 exposants
Conférences & tables rondes
Speed Business Meetings®
Networking & Animations

ORGANISÉ PAR

UPE06

Mouvement
des Entreprises
de France
Alpes-Maritimes

cpme06
ALPES-MARITIMES

EN PARTENARIAT AVEC

CCI NICE
CÔTE D'AZUR

MÉTROPOLE
NICE CÔTE D'AZUR

DÉPARTEMENT
DES ALPES-MARITIMES

tribune côte
L'AVENIR d'azur

➤ La Maison de Bacon

- 8 La table du Cap d'Antibes, authentique & inspirée

➤ Services aux entreprises & mobilité

- DOSSIER MOBILITÉ**
- 26 **CHOPARD CANNES** - Professionnels, choisissez votre mobilité !
In the versatility race
- 28 **TRANSCAN** - Réinventer la mobilité
Reinventing mobility
- 30 **CARIVIERA** - Mobilité : toutes les solutions disponibles
Mobility: a range of solutions at Cariviera
- 31 **FW BARBOTTO** - Une histoire azurienne de la mobilité
A tradition of mobility in the French Riviera
- 32 **PAYS DE GRASSE** - covoiturage, VAE, Bus Express : la CAPG joue la carte de la multimodalité
E-bikes, carpooling, express bus service: the Agglomeration Community of the Pays de Grasse (CAPG) has its sights set on multimodality.

- 36 Spécialiste du management de proximité, **GSF** développe le Multiservice chez ses clients
GSF, a specialist of proximity management, is developing its multiservice offer for its clients

- 39 **SAMSIC** - Spécialiste des services intégrés aux entreprises
Specialist in integrated business services

➤ IT, Industrie pharmaceutique & Sciences du vivant

- TRANSFORMATION DIGITALE**
- 43 **THE NEOSHIELDS** - Une plateforme pour le RGPD... et plus si affinités
A GDPR platform... and maybe more!
- 44 **SII** - Pour une transformation digitale durable et agile
For an agile and sustainable digital transformation
- 46 **PS README** - Des messages pour après
Messages for after

➤ Professions libérales, banque finance, assurances & mutuelles

- 49 **LE CONSERVATEUR** - « Depuis 1844, nous donnons de la valeur au temps »
"Since 1844, we have valued time"
- 50 **CAISSE D'ÉPARGNE CÔTE D'AZUR** - Clients Premium, la CECAZ accompagne tous vos investissements
CECAZ stands by its Premium customers for all their investments

- 52 **ARAPL2CA** - Constitution de patrimoine : les fondamentaux de l'accompagnement
Building wealth: the fundamentals of support

- 57 **TOLTEKA** - De la sérénité dans votre démarche d'investissement
Invest with peace of mind

➤ Villes, intercommunalités & vie des municipalités

- 59 **GRASSE** - A Bruxelles pour défendre la filière des huiles essentielles
In Brussels to defend the essential oils sector
- 60 **VILLE DE CANNES** - Une plateforme innovante de gestion des risques en test à Cannes
An innovative risk management platform being tested in Cannes
- 62 **CASA** - Jean Leonetti : « L'innovation n'empêche pas le développement durable »
"Innovation does not prevent sustainable development"

➤ BTP, artisanat, habitat & immobilier

- 67 **IMMOBILIER AZUREEN** - Premier semestre convaincant, mais risque de turbulences
Convincing first semester, but risk of turbulence

➤ Ecoles, enseignement & formations

- 71 **ENGLISH 4 FRENCH** - Le sur-mesure de l'enseignement, à Sophia Antipolis, en ligne et dans votre entreprise
Customised teaching, in Sophia Antipolis, delivered online or directly at your company's premises
- 72 **AG CONSEIL** - Sortir la tête du nuage
Peering out from above the clouds

➤ CHR, événementiel & loisirs

- 75 **LE CLOS DES SENTEURS** - Réunions : sortez des sentiers battus
Off the beaten tracks for your meetings
- 76 **CHÂTEAU DE CRÉMAT** - L'art de la fête, célébré toute l'année
The art of festivity celebrated all year round
- 78 **PROPINO BAR EVENTS** - Un bar pour une ambiance
A bar with an atmosphere
- 82 **NOVELTY** - se développe sur l'activité Backline
Novelty develops on the Backline activity
- 84 **MADE IN CÔTE D'AZUR** - Réinventer la RSE dans l'événementiel au cœur des entreprises
Reinventing CSR in the events industry at the heart of the company

➤ IN Salon / IN Club

- 88 **Rendez-vous le 6 avril 2023** pour la 2^e édition du IN Salon **IN Club**, les prochains événements, les nouveaux membres

LES VIGNOBLES CHEVRONVILLETTE

Comte Guillaume de Chevron Villette *Vigneron*



LA SAISON DES AFFAIRES ET DES PLAISIRS PARTAGÉS !



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé



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

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



vignobleschevronvillette.com



MAISON DE BACON

L'ESPRIT MAISON

LAURENT LE FUR

PDG ■ Maison de Bacon

A l'entrée du Cap d'Antibes, la Maison de Bacon revit ses plus belles heures depuis le début de la saison et sa reprise par un trio d'investisseurs, fin connaisseurs du monde de la gastronomie et de l'art de vivre. A la direction de cette société de prise de participation, Laurent Le Fur, riche d'une expérience sans égale du marché de la restauration haut de gamme et du traiteur événementiel et ancien directeur général de la maison Lenôtre, a relevé le défi de mettre en application ses recettes d'excellence à l'iconique institution gastronomique de la mer, tout en lui conservant son authenticité. Retour sur le parcours riche, gourmand et couronné de succès de cet hédoniste de la table.

Standing at the entrance of Cap d'Antibes, la Maison de Bacon has been reliving its finest hours since the start of the season and its acquisition by three investors who are well versed in gastronomy and art de vivre. Laurent Le Fur is at the head of this joint venture. He can rely on his extensive experience in the high-end catering and event planning business, having worked as a manager at the renowned Lenôtre firm. He has risen to this new challenge and is using his recipes for excellence at the iconic seafood restaurant, while preserving its long tradition. Let's take a gander at this hedonistic gastronome's rich, appetising and successful career.

Laurent, vous ne vous destiniez pas à la gastronomie ?

J'ai commencé mes études par la faculté de droit et de Sciences économiques où après quelque temps je me suis vite rendu compte que je ne vibrerais pas beaucoup dans cet environnement. Le sport m'intéressait beaucoup à l'époque : judo, rugby, tennis, athlétisme... mais je nourrissais également une affection particulière pour l'art de vivre au sens large.

Comment en êtes-vous arrivé au métier de traiteur ?

Un peu par hasard mais aussi certainement par atavisme familial avec une grand-mère et une maman qui étaient toujours en situation de recevoir, avec beaucoup de convivialité. Le métier de traiteur événementiel était alors en pleine mutation. J'ai eu la chance de le faire avec passion, ponctué de rencontres exceptionnelles qui m'ont offert de réelles opportunités pour me réaliser. Les années 90 nous ont vu passer du métier de charcutier-traiteur à celui de traiteur événementiel : nous entrions dans une nouvelle ère pour les entreprises, celle de la communication et du développement de l'événementiel.

Laurent, you weren't initially destined for a career in gastronomy, were you?

I started studying law and economics, but quickly realised that I wasn't going to find fulfilment in that environment. I was also into sports back then: judo, rugby, tennis, athletics... but I had a particular fondness for art de vivre, in its broadest sense.

How did you become a caterer?

It was a bit by chance, but also a bit by heredity as my mother and grandmother have always been warm and welcoming hosts. The catering and event planning industry was undergoing profound changes back then.

I was fortunate enough to meet exceptional people who helped me pursue my passion and gave me real opportunities to realise my dream. In the 90s, we transitioned from delicatessen-type catering to an event-oriented business model: the corporate world was stepping into a new era, where communication and events would play a massive role.

“ j’ai toujours été animé par le partage, la passion du produit et je me suis majoritairement toujours comporté comme un intra-entrepreneur : j’ai toujours pris les décisions comme si j’y engageais mes propres fonds. ”





Pourquoi ne pas avoir choisi la cuisine ?

Ma formation universitaire m'a permis d'intégrer directement l'école hôtelière de Thonon-les-Bains où je me suis orienté sur le management en restauration. Cela m'a permis de travailler dès le début de ma carrière pour des chaînes hôtelières, des croisiéristes de luxe, des restaurants étoilés à peu près à tous les postes de management. J'ai donc connu le parcours initiatique des étudiants d'école hôtelière qui ne choisissaient pas la voie de la cuisine et me suis enrichi de ces multiples expériences.

Et en 1989, l'aventure « traiteur » commence...

Oui, quand je reçois le coup de téléphone d'une copine. A peu près en ces termes : « Viens à Paris, je travaille chez un traiteur, nous sommes une petite équipe, on s'amuse comme des fous, ils cherchent un commercial ! » A ce moment, je me dis que je me définissais plutôt comme un technicien de la restauration... Mais... le défi me tente alors je me lance !

Et vous vous découvrez une sensibilité pour le commerce !

Oui, une vraie appétence pour la relation commerciale, et surtout, dans ce rôle, j'ai tout de suite compris que je pourrais exprimer ma créativité dans tous les domaines : travailler avec les chefs, concevoir les menus, avoir une approche créative pour imaginer la cohérence entre les objectifs du client, le produit que nous allions mettre en place et la manière de communiquer.

J'ai appris ce métier au moment de sa grande mutation, chez François Clerc, chef d'une table doublement étoilée à Maisons-Laffitte. Comme traiteur, il était associé à Yves-Georges Henrot, à qui je dois beaucoup, qui avait déjà une approche très novatrice et très marketing du métier. Pour lui, nous n'étions pas là pour vendre à un client un produit clés en mains, mais avant tout pour l'écouter, restituer et créer : la démarche était novatrice. A ses côtés, je me suis ouvert à tout.

J'ai compris les mécanismes de la relation client, ses attentes, qui, mêlées à ma créativité m'ont permis de très vite développer les affaires et prendre de plus en plus de responsabilités avec la direction du développement commercial de l'entreprise.

La période était plus faste ?

Sans conteste et à cette époque la question n'était pas de trouver les clients mais plutôt... de savoir quand



“ *Toute génération confondue, nous avons réussi à fédérer autour d'une nouvelle signature, une nouvelle image, sans renier notre authenticité* ”

nous allions pouvoir traiter le dossier en temps et en heure ! La combinaison de l'explosion de la communication en entreprise, d'une période libérée et de l'arrivée à Paris de sociétés très novatrices, ont encore accéléré la cadence. Mais nous avions l'envie, la force de travail et la créativité.

Ensuite, il y a eu l'aventure Lenôtre...

Nous détonions complètement sur le marché du traiteur... Notre approche était très moderne, on révolutionnait un milieu assez fermé, ampoulé, nous étions des « sales gosses », ... Et petit à petit, en prenant des parts de marché à des institutions comme Lenôtre, ils ont commencé à s'intéresser à nous. C'était un rêve pour moi : en quelque sorte, je passais d'une petite écurie à Ferrari... ! Je deviens alors Directeur commercial en charge de la partie traiteur.

Le défi : conserver ce savoir-faire avec une approche commerciale différente et novatrice. Dès 1997, sous l'impulsion de mon nouveau président nous avons travaillé sur de grands chantiers, qui nécessitaient l'énergie de tout le monde, comme la Coupe du Monde de Football 1998, qui a mobilisé toutes

Why didn't you become a chef?

In the course of my studies, I attended the hotel school at Thonon-les-Bains, where I specialised in management and catering. Right from the beginning of my career, I found interesting jobs at hotel chains, luxury cruises, and Michelin-starred restaurants, working in various managerial positions. As a hotel school student, I did like many others who steered clear from the kitchen, seeking instead other enriching experiences in the industry.

And in 1989, the "catering" adventure began... What can you tell us about that?

Yes, a friend of mine called me. She said something along these lines: "Come to Paris, I'm working for a caterer. It's a small team, we're having loads of fun, and they're looking for a representative!" Back then, I saw myself as more of a catering technician... But the challenge was tempting and so I took a chance!

Is that when you discovered you had a talent for the business side of catering?

Yes, or at least a healthy appetite for business relations. In my new role,

I quickly understood that I could express my creativity in many areas: working with chefs, preparing menus, having a creative approach and ensuring consistency between the client's goals, the product we were preparing, and our communication strategy.

I learnt the ropes of the trade, at a time when the business was undergoing profound changes, under François Clerc, a chef at a two-starred restaurant in Maisons-Laffitte. As a caterer, he had partnered with Yves-Georges Henrot, to whom I owe a lot, and who had a very original and marketing-oriented approach to the business. He felt that our role wasn't to deliver turnkey products to our clients, but that we were there to listen and recreate, which was a novel approach back then. He truly opened my horizons.

I also understood the intricacies of customer relations, and our clients' expectations which, combined with my creativity, allowed me to quickly develop the business and take on increased responsibilities, especially in growing the sales of the company.

It was a prosperous period, wasn't it?

Undoubtedly. Back then the challenge wasn't finding customers, but rather knowing if we'd be able to meet our deadlines! The combination of corporate communications, a certain freedom inherent to that period, and the emergence in Paris of highly innovating companies further accelerated the pace. And we were hungry, energetic, and creative.

Then came the Lenôtre adventure...

We made our mark in the catering market... Our approach was very modern, and we were busy revolutionising a fairly closed industry, where we were considered as "bad boys"... Progressively, by winning over a growing share of the market from institutions such as Lenôtre, they started taking an interest in what we were doing. It was a dream for me: it was like going from a minor formula 1 team to Ferrari! I was hired as sales manager in charge of the catering division.

The challenge was to preserve the know-how but to implement a novel and different business approach. In 1997, at the initiative of my new CEO, we worked on big projects that required everyone to pull energetically in the same direction, such as the 1998

nos forces : nous avons gagné ce projet de plus de 100 millions de francs à l'époque, cela a été très riche en enseignement et très fédérateur.

Par la suite, je deviens directeur général adjoint, membre du directoire puis j'élargis mon périmètre de travail à la production, aux établissements de restauration (le Pavillon de l'Elysée, le Pré Catelan...) et deux ans plus tard, je deviens directeur général et chapeaute l'ensemble des activités du groupe. De 1996 à 2006, ce fut donc 10 ans de collaboration, d'échanges, d'enrichissement professionnel où j'ai occupé tous les postes chez Lenôte, découvert le savoir-faire dans l'industrie agroalimentaire, les licences à l'international en complément de tout ce qu'il m'avait été donné de faire.

Qu'est ce qui est moteur de succès ?

Le travail collectif et la force de l'équipe m'ont toujours porté. J'ai été quelques fois bien inspiré en ayant senti l'engouement fort pour l'événementiel sportif et notamment au niveau international. J'ai donc exploité cette voie en mettant en place une direction des événements sportifs et démarché d'autres disciplines comme

la F1, le golf ou le tennis. Nous avons développé ce succès tous ensemble dans le monde entier, avec les coupes du monde de foot, de rugby, les J.O d'hiver et d'été, etc.

Vous quittez alors Lenôte :

En 2006, je décide de me lancer et je crée une société de prise de participations en commençant une activité de conseil sur du rachat dans la restauration et dans le traiteur pour des fonds d'investissement. J'apportais mon expérience, notamment des contrats internationaux. Cela m'a donné le goût de prendre des participations, d'investir dans des entreprises dans lesquelles je pouvais prendre un rôle plus actif. En 2008, je deviens actionnaire des Yachts de Paris en liant deux de mes passions : les bateaux (j'ai fait mon service militaire sur le croiseur porte-hélicoptères Jeanne d'Arc) et la restauration. J'ai ensuite eu l'opportunité de cumuler la direction générale des restaurants de la Tour Eiffel et de devenir CEO de Lenôte jusqu'en 2019.

football world cup, which mobilised all of our teams: we won the contract for the project, which was worth more than 100 million francs back then. It was a steep learning curve for me, and a federating project for the company.

Later, I was promoted to deputy CEO and member of the board of directors, before broadening my scope of work to include the production side and overseeing restaurants (the Pavillon de l'Elysée, the Pré Catelan...). Two years later, I was named CEO, overseeing all of the group's activities. I remained with Lenôte from 1996 to 2006, occupying a variety of positions, so it was a decade of work, of encounters and of professional experiences. I also discovered the intricacies of agribusiness and international licencing on top of all my other responsibilities.

What drives success?

I have always been driven by teamwork. I also was right in following my instincts, like when I foresaw

the enthusiasm for event-planning in the sports industry, especially internationally. I implemented a department in charge of sporting events, and made inroads into other disciplines, such as F1, golf, or tennis. We all worked together towards this international success and got involved with the football and rugby world cups, the winter and summer Olympic Games, and other events.

Then you left Lenôte. What happened after that?

In 2006 I decided to create an investment firm and started providing consultancy services to various investment funds interested in acquiring restaurants and catering businesses. I contributed my experience, especially in international contracts. After a while, I felt the need to become an investor myself and to put my money in companies where I believed I could take on an active role. In 2008, I became a shareholder of Yachts de Paris, thus combining two of my passions: boating (I did my military service on board the Jeanne d'Arc, a helicopter cruiser) and catering. Then I had the opportunity of becoming the CEO of the Eiffel Tower restaurants and to come back for another stint as head of Lenôte until 2019.

“ Ici, nous assumons notre différence sans perdre de vue notre objectif : faire de Maison de Bacon l'un des plus beaux restaurants de la Côte d'Azur, performant, où il fait bon vivre pour les clients et les collaborateurs. ”





Aujourd'hui, le projet est différent !

C'est avant tout un nouveau projet de vie. Nous nous sommes installés ici, sur la Côte d'Azur. Cela s'est fait naturellement. Il a fallu repréciser mes objectifs personnels et professionnels, tout remettre en perspective. J'ai toujours dit que je n'aurais pas de restaurant parce que c'était un métier trop difficile et ingrat même si au travers de Lenôtre nous avions connu de beaux succès avec le Pré Catelan. Je me suis donc intéressé aux concessions des plages et c'est en intervenant en consultant sur un projet de rachat, qu'avec un ami de longue date devenu depuis associé, j'ai eu la chance de rencontrer notre investisseur principal et associé ici. Bacon est la première pierre de l'édifice. Nous avons une vraie vision, un projet qui devrait complètement basculer à la saison prochaine pour parvenir à ce que nous voulons en faire. J'ai retrouvé le plaisir de créer, de partager dans une période pourtant difficile !

Quelle est votre recette ?

Tout au long de mon parcours, j'ai toujours été animé par le partage, la passion du produit et je me suis majoritairement toujours comporté comme un intra-entrepreneur : j'ai toujours pris les décisions comme si j'y engageais mes propres fonds. Cela m'a fait grandir y compris en faisant des erreurs et cela m'a préservé des stéréotypes du management. Il faut toujours croire en ce que l'on fait... Ici, à la Maison de Bacon, j'ai retrouvé ce plaisir pour moi.

Comment changer une institution comme le Bacon ?

La mutation s'est faite en respectant l'ADN des lieux. Les clients l'ont bien

“ Les clients ont retrouvé un Bacon magnifié et dans son époque, chic, avec des codes d'élégance et ce côté intemporel qui fait l'unanimité. ”

compris. Ils ont retrouvé un Bacon magnifié et dans son époque, chic, avec des codes d'élégance et ce côté intemporel qui fait l'unanimité. C'est pour moi la plus grande réussite : toute génération confondue, nous avons réussi à fédérer autour d'une nouvelle signature, une nouvelle image, sans renier notre authenticité. Nous avons imposé des changements forts, avec l'arrivée de Camille et de Nicolas respectivement à la direction de la salle et de la cuisine. Dans les méthodes de travail, la prise en compte de l'ensemble des habitudes des clients, les briefings etc. Mais l'âme du restaurant est là encore, ne serait-ce qu'avec Martial en salle ou Ludovic en cuisine, les plus anciens, qui sont un peu les garants de l'esprit de la maison. Tout ceci s'est fait en un an, avec une activité très forte : nous avons réalisé d'excellentes performances au-dessus de nos ambitions, tout ceci est très valorisant car je continue toujours à apprendre même si avec mon parcours et le temps qui passe, je suis, avec plaisir aujourd'hui, dans un certain esprit de transmission.

Ici, nous assumons notre différence sans perdre de vue notre objectif : faire de Maison de Bacon l'un des plus beaux restaurants de la Côte d'Azur, performant, où il fait bon vivre pour les clients et les collaborateurs.

Now, you're working on a different project. What can you tell us about that?

It's a new life project. We've moved here, to the French Riviera. It happened quite naturally. I had to think long and hard about my personal life and career objectives and see it all from a new perspective. I've always told myself that I would never own a restaurant, because it's such hard work and a thankless job, even if, with Lenôtre, we had some great results with the Pré Catelan. I therefore took an interest in beach concessions, and as I was consulting on an acquisition project, through an old friend of mine with whom I've since partnered, I had a chance to meet our lead investor and partner here. Bacon was the steppingstone. We had a true vision, and next season we will achieve our ultimate objective with this project. I rekindled with the pleasure of creating and sharing, although it was quite a difficult period.

What is your secret?

Throughout my career I have wanted to share my passion for fine products, and I have always behaved as an intra-entrepreneur. I've always made decisions as if my own money was on the line. It has allowed me to grow, and although I've made my fair share

of mistakes, I've always steered away from managerial stereotypes. You must always believe in what you do... Here, at La Maison de Bacon, I've found renewed pleasure.

How do you change an institution such as Bacon?

The change must not affect the DNA of this establishment. Our clients have understood that. They have returned to a splendid Bacon, true to its chic period, with its codes of elegance and its out-of-time qualities that everyone loves. It's been my greatest success: different generations coming together around a new brand, a new image, while staying true to its roots. We have brought about significant changes, with the arrival of Camille and Nicolas respectively in charge of the dining room and the kitchen. Our work methods are sound, we give full consideration to our patrons' habits, conduct regular briefings, etc. But the soul of the restaurant is still alive: we still have Martial working the dining room and Ludovic in the kitchen. They've been with the establishment the longest and are the custodians of its spirit.

This was all completed in one year, so we've been extraordinarily busy; our results have exceeded our ambitions, which is very rewarding. I am still learning but now, with my career and the passing of time, I am beginning to find pleasure in a certain form of mentorship.

We are proud to stand out, but we keep our eye on our goal: turning La Maison de Bacon into one of the finest restaurants of the French Riviera, where employees are keen to work, and patrons are keen to dine.

“ Nous avons une vraie vision, un projet qui devrait complètement basculer à la saison prochaine pour parvenir à ce que nous voulons en faire. ”



CAMILLE CHOQUART

Directrice ■ Maison de Bacon

RETOUR DE SAISON

Camille Choquart dirige la Maison de Bacon dans l'excellence. Issue de l'école hôtelière de Meaux & Ferrandi Paris, son parcours parisien l'a fait évoluer de l'Atelier de Joël Robuchon sur les Champs-Élysées au Park Hyatt, Palace de la rue de la Paix en passant par le Pavillon de Yannick Alleno et le Pavillon Ledoyen pour partir un temps à l'étranger parfaire sa culture internationale. A la Maison de Bacon, la jeune femme imprime les codes du chic à la française à une institution azurienne en pleine renaissance.

Debriefing the season - Camille Choquart runs La Maison de Bacon with excellence. She graduated from the hotel school of Meaux and Ferrandi Paris and enjoyed a stellar career in Paris, working at the Atelier Joël Robuchon in the Champs-Élysées and at the Park Hyatt, a palace on Rue de la Paix, at The Pavillon of Yannick Alleno and the Pavillon Ledoyen, before going abroad to perfect her international culture. At La Maison de Bacon, the young woman instils her own sense of French chic to this reborn institution of the French Riviera.

Comment s'est déroulée cette première saison ?

Nous avons vécu une très belle première saison. Ce fut pour moi une période de changement intense. Je me suis installée à Antibes, j'ai fait ici ma première vraie ouverture à la tête d'un restaurant... Cela a été tout à la fois très beau mais aussi très difficile, très intense et très joyeux !

La clientèle a très bien accueilli le changement même s'il faut parfois un peu plus de temps pour faire découvrir et faire aimer une table avec une telle histoire. Je mets en pratique mes expériences cumulées tout au long de mon parcours dans les différents établissements pour lesquels j'ai travaillé, avec beaucoup d'exigence. Cela a pu être difficile pour certains de l'appliquer mais l'expérience montre que cela fonctionne !

Ma mission consiste, quand les gens arrivent et se disent « Whoua, c'est beau », à faire en sorte qu'ils disent en partant : « Nous reviendrons, c'était vraiment exceptionnel ! ».

Quels sont vos motifs de satisfaction ?

J'observe que je trouve beaucoup de satisfaction à aider les gens à se réaliser. Devenir plus consciencieux, puis très investi, apporter son ressenti sur le travail, les points que nous pourrions améliorer : tout ceci constitue de vrais motifs d'épanouissement personnel. Et j'ai besoin de sentir que nos collaborateurs se sentent bien dans leur travail, ce qui aide à donner le meilleur d'eux même et qui contribue au bon fonctionnement des services et à la satisfaction de la clientèle, ce qui est une vraie priorité pour moi. Car ouvrir sans connaître une grande partie de l'équipe, c'était un pari difficile !

Je suis très reconnaissante aux propriétaires d'être dans une dynamique

de changement constante. Nous sommes sans cesse sur de nouveaux projets : cela me porte, me garde en éveil. Si je suis tombée amoureuse de ce restaurant, c'est aussi pour ces raisons, pour cette créativité, cette diversité, parce qu'il grandit...

Comment définiriez-vous la Maison de Bacon ?

C'est un « grand restaurant » : grands espaces, grande vue, belle clientèle...

Quels sont vos moments préférés ?

Deux moments : cette pression, satisfaisante qui monte juste avant d'ouvrir, en vérifiant que tout soit en place, que tout soit dressé, que le briefing de l'équipe soit fait... Et ensuite, de pouvoir commencer ! En plein milieu de service, quand tout le monde est affairé, j'ai l'impression d'avoir une pelote dont je dois défaire les nœuds : un casse-tête pour que tous les clients soient satisfaits, que personne ne manque de rien et surtout que ce bon « stress » ne se voie pas !

How did this first season go?

We had a wonderful first season. For me, it was a period of profound change. I moved to Antibes, and this is my very first opening at the head of a restaurant. It's been both beautiful and difficult, both intense and joyful!

Our customers welcomed the change, although it sometimes takes a little while for diners to discover and love a restaurant with so much history. I put into practice my accumulated experiences throughout my career in the different establishments for which I have worked and I am very demanding. At times, it has been hard to get some people on board, but experience shows that it can work!

My mission is simple: when guests arrive, they have to say "Wow! It's beautiful", and when they leave, they have to say "That was wonderful, we'll be back soon!".

What brings you the most satisfaction?

I derive a lot of satisfaction from helping people find fulfilment. I help them become more conscientious, more invested, I want them to give their own feedback on the work accomplished, and provide suggestions for improvement: this is a real source of personal satisfaction. I need to know that my team is happy with the work we're doing, which helps to give the best of themselves and which contributes to the proper functioning of services and customer satisfaction, which is a real priority for me. When we opened, I hardly knew the team, so that was a challenge. I'm very grateful to the owners who are driven by a dynamic of constant change. We are always launching new projects. It is very motivating; it keeps me on my toes. I fell in love with this restaurant precisely for these reasons, for its creativity, its diversity, and its potential for growth...

How do you define La Maison de Bacon?

It is a "grand restaurant": large spaces, a beautiful view, beautiful guests...

What are your favourite moments?

There are two of them: the pressure just before we open, when I check that everything is in order, the tables properly set, the team briefing, it's immensely satisfying. And then when the shift actually begins! During the shift, when everyone is busy, it feels like a bundle that I have to untie: it is a challenge to make sure all the diners are satisfied, that everyone has what they need, but it is the good kind of stress and I'm careful not to let it show!



“ Nous sommes sans cesse sur de nouveaux projets : cela me porte, me garde en éveil. Si je suis tombée amoureuse de ce restaurant, c'est aussi pour ces raisons, pour cette créativité, cette diversité, parce qu'il grandit... ”

NICOLAS DAVOUZE

Chef de cuisine ■ Maison de Bacon

TRADITION, PROGRESSION, PASSION

Son parcours l'a amené à se perfectionner auprès des plus grands chefs de la profession et il imprime désormais sa touche personnelle aux cuisines de la Maison de Bacon : Nicolas Davouze déborde de talent et d'énergie pour sublimer les produits de la mer -la marque de fabrique des lieux- mais ne s'interdit pas d'autres inspirations culinaires.

Tradition, progress, passion - Throughout his career, he has perfected his skills, learning from the world's greatest chefs. Now, he is bringing his personal touch to La Maison de Bacon: Nicolas Davouze is an energetic and talented chef who has a knack for bringing the best out of seafood - the restaurant's specialty. But he does not shy away from other culinary inspirations.

D où tenez-vous votre vocation, Nicolas ?

J'ai grandi en Lozère où j'ai découvert la cuisine très jeune, auprès de mon père cuisinier et de ma maman, qui elle, travaillait en salle. C'est une vraie histoire de famille : mes deux frères sont également dans la restauration ! J'aime le challenge, j'adore continuer à apprendre sur les produits, sur les techniques, ce qui fait que je ne perds pas la passion ! Il y a le métier que j'ai appris auprès de grands professionnels et il y a aussi le compagnonnage, par lequel j'ai débuté mon parcours professionnel à Nîmes : une vraie école de la vie, au travers des valeurs du travail et de l'entraide.

Bocuse, Marcon, Alain Ducasse au Louis XV à Monaco, le Bristol, la Chèvre d'Or... Vous avez travaillé dans les plus grandes maisons auprès de nombreux MOF et étoilés. Comment votre cuisine s'en inspire ?

Je retranscris des techniques traditionnelles de manière contemporaine et modernisée. Je considère qu'il faut passer du temps pour acquérir les bases du métier et se permettre ensuite de pousser plus loin. On oublie de nos jours de cuire ! Je fais tous mes jus, toutes mes sauces, tous mes fonds, tous mes fumets ! La base de ce que je fais est traditionnelle et c'est ce que je transmets aux jeunes qui m'accompagnent. J'ai appris auprès de chaque chef, j'ai volé leur savoir pour en faire une cuisine qui me ressemble, en toute humilité. Le meilleur exemple, je crois, est le loup croûte. Très différent du loup en croûte de sel du Bacon ancienne formule,

c'est pour moi un plat emblématique. J'ai appris à le faire chez Paul Bocuse, je l'ai proposé ensuite avec Franck Ferrigutti et je l'ai perfectionné auprès de Stéphane Raimbaud. D'inspiration Paul Bocuse, avec une sauce Choron revisitée et un travail de la pâte... C'est un best-seller à la Maison de Bacon ! Et c'est un peu une mention spéciale à mon apprentissage culinaire.

Qu'est-ce que vous mijotez aujourd'hui ?

Dans l'esprit de travailler sur le local, je veux continuer d'œuvrer du mieux possible avec les petits producteurs mais aussi pouvoir faire aussi découvrir autre chose à la table de Bacon : même si le poisson est la ligne directrice, je ne veux pas m'empêcher de travailler un gibier, un filet de boeuf ou un agneau des Alpilles, toujours au fil des saisons... Je vous invite à venir découvrir !

N icolas, where did you get your calling?

I grew up in Lozère, where I discovered the culinary arts at a young age; my father was a chef, and my mother was a waitress. It's a family tradition. Both my brothers also work in the food and beverage industry! I enjoy a good challenge, and love getting to know my ingredients and honing different techniques. It helps keep the passion alive! I learned the trade working with great professionals. I also joined a companions' guild, as I started my career in Nîmes. It was true school of life where I was taught the value of hard work and solidarity.

Bocuse, Marcon, Alain Ducasse at the Louis XV in Monaco, the Bristol, the Chèvre d'Or... You have worked in some of the most prestigious Michelin-

starred establishments and with the best of the best. Does this extensive experience inspire you when you are cooking?

I love working with traditional techniques and adding a modern and personal touch. I believe that you have to put in the time to acquire the basic skills, and only then can you start bending the rules. People are forgetting how to cook! I prepare all my gravies, my sauces, my juices, and my fumet! Essentially, my cuisine is traditional, which is what I share with the aspiring chefs who work with me. I have learnt something from each individual chef, and have, most humbly, stolen some of their knowledge to create a type of cuisine that reflects who I am. The best example, I think, is the breaded seabass. It is very different from the salt-baked seabass they used to serve at La Maison De Bacon. It's an emblematic dish for me. I learnt how to cook it with Paul Bocuse, and then I suggested it to Franck Ferrigutti, and perfected it with Stéphane Raimbaud. The inspiration comes from Paul Bocuse, with a choron sauce and special kneading of the paste... it is a bestseller at La Maison de Bacon! It's also a special feature of my culinary apprenticeship.

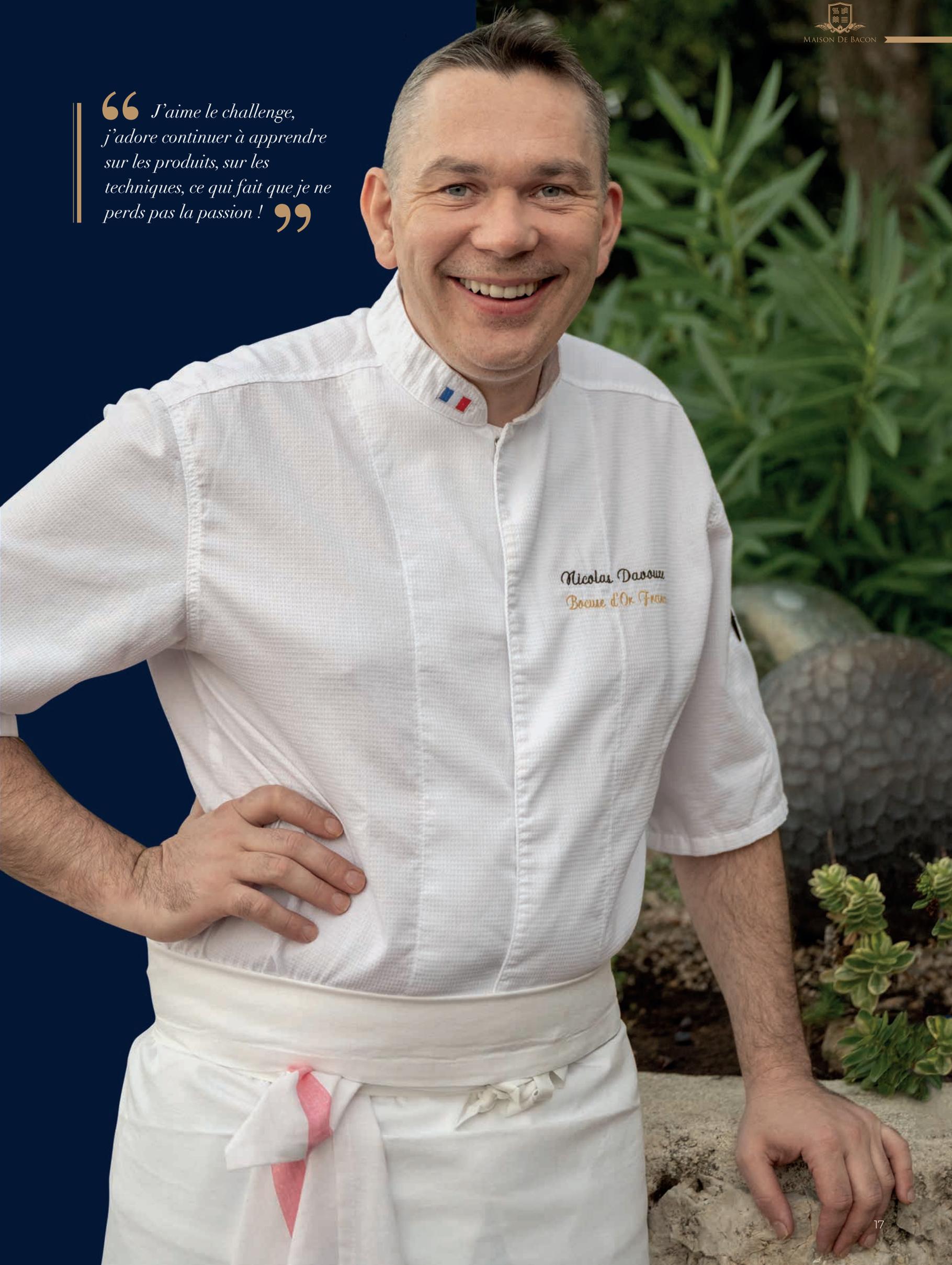
What are you preparing now?

I want to work with local produce, so I'm forging relations with local producers to bring something new to our diners: fish is the main ingredient, for sure, but I have a strong urge to work with game, a fillet of beef, or Alpilles veal, depending on the season of course... I encourage you to come and sample these delicious dishes!



En cuisine avec l'équipe du chef Nicolas Davouze

“ J’aime le challenge,
j’adore continuer à apprendre
sur les produits, sur les
techniques, ce qui fait que je ne
perds pas la passion ! ”



MARTIAL BLERON

Directeur adjoint ■ Maison de Bacon

GARDIEN DU TEMPLE

Martial Bleron est un pilier historique de la Maison de Bacon. Directeur adjoint de l'établissement, il connaît bien les lieux : le restaurant fut le théâtre de son tout premier stage lorsque le jeune homme préparait son Brevet de Technicien Hôtelier à Nice, en 1993... il mesure aujourd'hui le chemin parcouru dans ce temple de la gastronomie de la mer.

Guardian of the temple - Martial Bleron is a long-standing pillar of La Maison de Bacon. As the deputy director of the establishment, he knows the restaurant intimately. He completed his very first internship here, as a young man, when he was studying towards his Hospitality and Catering degree in Nice. That was back in 1993... He tells us about the history of this temple dedicated to seafood.

Martial, quel est votre parcours professionnel ?

Antibois, j'ai découvert le Bacon en 1993, car passant le BTH (Brevet de Technicien Hôtelier) en option cuisine, je devais effectuer un stage dans une autre spécialité que la mienne. J'ai donc été serveur ici, une expérience qui m'a beaucoup plu. Par la suite, j'ai effectué des extras pendant la saison ainsi que pendant mon apprentissage en Pâtisserie chez Christian Cottard à Antibes. Après le service militaire, j'ai travaillé à l'Hôtel du Cap, auprès de Lilian Bonnefoi qui venait d'arriver comme pâtissier. Par la suite, toujours à l'Hôtel du Cap, j'ai travaillé en service cette fois-ci,

pendant près de dix ans. Et toutes ces années, j'ai souvent eu l'occasion de travailler en parallèle au Bacon, pour le service du soir.

Vous êtes un vrai habitué du Cap d'Antibes !

Oui et bien souvent, la clientèle de l'Hôtel du Cap aime venir dîner ici ! En 2006, la proposition m'a été faite de revenir au Bacon comme Maître d'Hôtel. J'ai saisi l'opportunité et cela fait donc 16 ans aujourd'hui.

Quel est votre rôle et comment s'est passée cette transition entre l'ancien et le nouveau Bacon ?

En tant que directeur adjoint, mon rôle

Martial, can you tell us about your career?

As a native of Cap d'Antibes, I discovered La Maison de Bacon in 1993, as I was preparing my degree and specialising in cuisine. I had to complete an internship in a different area than my specialisation. So, I worked as a waiter here, which I thoroughly enjoyed. Later, I was hired as an extra during the high season and when I was doing my apprenticeship as a Pastry Chef with Christian Cottard in Antibes. After my military service, I worked at the Hôtel du Cap, under Lilian Bonnefoi who had just started there as pastry chef. Subsequently, still at the Hôtel du Cap, I worked in service this time, for almost ten years. And during that decade, I

was often called upon to work with La Maison de Bacon, as a waiter for the evening shift.

So you know Cap d'Antibes like the back of your hand!

Yes, and quite often the guests of the Hôtel du Cap come here for dinner. In 2006, I was offered the job of Head Waiter at La Maison de Bacon. I seized the opportunity, and that was 16 years ago.

What is your current role, and how was the transition from the former Maison de Bacon to its revamped version?

As a deputy director, my role requires great versatility, as I have many tasks, including placing orders, welcoming and waiting on diners, bartending...

I needed help, but then Camille was hired as director. For the opening, we had to adapt our respective skills: I contribute my experience of the establishment and my relations with our customers, and she brought her vision of gastronomy and her experience in the Parisian restaurant scene, which has its own methods... We are very complementary.

Although La Maison de Bacon was a renowned establishment, it had become, in the words of Mr Le Fur, "a sleeping beauty"! A renovation was necessary... The customers are delighted with the beauty of the establishment and by the cuisine. Of course, there will always be some clients who prefer the old version, who aren't open to change, but I've taken it upon myself to change the minds of this small minority!

What is your favourite moment?

The evening shift: it requires a lot of concentration and work, with a lot



“ En tant que directeur adjoint, mon rôle réclame beaucoup de polyvalence, car il est très complet : depuis les commandes jusqu’à l’accueil, le service, le bar... ”

réclame beaucoup de polyvalence, car il est très complet : depuis les commandes jusqu’à l’accueil, le service, le bar...

J’avais besoin d’être épaulé avant l’arrivée de Camille comme Directrice. Pour l’ouverture, il a fallu adapter nos compétences respectives : je lui apporte mon expérience des lieux, ma connaissance de la clientèle, elle m’amène sa vision de la gastronomie et de la restauration parisienne, avec ses méthodes, ses attentions... Nous sommes très complémentaires.

Si le Bacon était un établissement renommé, il était surtout, comme M. Le Fur le dit si bien, « une belle endormie ! » Cette rénovation était nécessaire... Les clients sont éblouis, ravis par la beauté des lieux, mais aussi par la cuisine. Evidemment, il y a toujours des irréductibles, certains anciens clients, hermétiques au changement mais c’est un challenge de faire changer d’avis cette toute petite minorité !

Le moment que vous préférez ?

Le service du soir, très intense, qui réclame beaucoup d’attention, de travail, avec plus de découpes, de prestations... C’est un moment particulier où tous les sens sont en éveil, où l’adrénaline monte... C’est très plaisant !

Des projets ?

Je souhaiterais mettre à profit la période de fermeture du restaurant pour m’impliquer dans la sommellerie : nous avons une très belle cave et la chance -par notre réputation et la qualité de notre établissement- d’avoir accès à de très belles références de vins. Je crois qu’il y a de belles choses à développer.

more detail, and the service must be perfect... It is a great moment, as all your senses are stimulated, there's a huge rush of adrenalin. I love it!

Any projects?

I'd like to take advantage of the period when the restaurant is closed to learn more about the work of sommelier: we have an excellent wine cellar and, because of our reputation and the quality of our establishment, we enjoy access to some fantastic wines. I think there a lot of great things to develop.





ANAÏS RIGOL

POLYVALENCE REQUIRE

Un restaurant, c'est aussi une arrière-cuisine où en coulisses s'organise la vie du personnel comme la gestion de l'établissement. Anaïs Rigol en est la cheville ouvrière, le véritable « couteau Suisse » comme aime la surnommer son entourage professionnel !

Versatility required - A restaurant is also a kitchen where the life of the staff and management of the establishment are organised. Anaïs Rigol is the kingpin, the veritable Swiss army knife as her professional entourage likes to call her!

D 'où venez-vous, Anaïs ?

Je suis originaire de la Côte d'Azur, j'ai fait l'EDHEC à Nice en spécialisation communication puis j'ai ouvert mon restaurant à Séville avec mon mari, à l'âge de 22 ans. Nous l'avons revendu pour rentrer en France, juste avant la crise sanitaire : nos familles nous manquaient... J'ai commencé par travailler au Bacon en 2020, à mi-temps, dans l'administratif et la comptabilité et lorsque le restaurant a été repris, on m'a proposé de rester et de m'y investir à plein temps.

W here are you from, Anaïs?

I originate from the Côte d'Azur, I studied at EDHEC in Nice specialising in communications then I opened my restaurant in Seville with my husband, at the age of 22. We sold it to return to France just before the health crisis: we missed our families... I started working at Bacon in 2020, part-time, in administration and accounts and when the restaurant was sold, I was asked to stay and to work full-time.

“ Nous disposons d'un superbe outil pour l'événementiel, activité qui va être renforcée. ”

Quelles sont vos fonctions ?

Cela va de l'administratif aux RH en passant par la comptabilité et l'événementiel. Je gère aussi les désagréments, les petits tracas du quotidien... On me surnomme souvent le « couteau suisse » de la maison !

What are your duties?

From administration to HR, via accounts and events. I also manage everyday problems... I am often nicknamed the resident Swiss army knife!

Vous connaissiez déjà les impératifs de la gestion d'un restaurant, qu'avez-vous découvert ?

Oui, cela constituait une partie de mon quotidien à Séville, mais j'ai beaucoup progressé sur l'événementiel et être au contact de M. Le Fur est un privilège pour apprendre de ce milieu... Nous disposons d'un superbe outil pour l'événementiel, activité qui va être renforcée. A terme, nous gérerons trois lieux : le restaurant, le rooftop ainsi que l'appartement : une autre dimension !

You already knew the essential features of restaurant management, what have you learned?

Yes, that was a part of my everyday life in Seville but I have made much progress on events and working with Mr Le Fur is a privilege in learning about this sector. We have a superb tool for events, a sector of the business which is going to be reinforced. In the long term, we will manage three premises, the restaurant, the rooftop and the apartment: a new dimension!

MAÏNA GUENET

BIENVENUE À LA MAISON

Fraichement revenue des États-Unis où elle a passé 20 ans de sa vie, Maïna Guenet est aujourd'hui le premier contact des clients de la Maison de Bacon, qu'elle accueille tout sourire dès leur arrivée au restaurant antibois.

Welcome to la Maison Newly returned from the United States where she spent 20 years of her life, Maïna Guenet is, to-day, the first contact for customers of Maison de Bacon, who she welcomes with a smile as soon as they arrive at the Antibes restaurant.

Quel est votre parcours, Maïna ?

J'ai grandi sur la Côte d'Azur. Juste après des études de traduction et d'interprétariat, je travaillais en saison dans une boutique à Saint-Tropez, lorsque l'on m'a proposé de partir pour Toronto. Par la suite, j'ai vécu 20 ans aux États-Unis. J'ai commencé par travailler dans la restauration dans plusieurs établissements, dont le groupe Bagatelle, fondé par deux français en 2008 à New York. J'ai appris le métier de barmaid et parfait mon expérience à tous les niveaux : bar, lounge, bottle service (réservation de tables et boissons en club)... Je suis par la suite devenue manager d'une boutique et directrice adjointe de Bagatelle à New York. Nous étions en 2014. Mais la France me manquait et je suis rentrée en 2019.

What has been your career path, Maïna?

I grew up on the Côte d'Azur. Immediately after my studies in translation and interpreting, I worked a season in a boutique in Saint-Tropez, when I was offered the chance to go to Toronto. I then lived in the United States for 20 years. I began by working in catering in various restaurants, including the Bagatelle group, founded by two Frenchmen in 2008 in New York. I learnt the profession of barmaid and perfected my experience at all levels: bar, lounge, bottle service (reservation of tables and drinks in clubs). I then became Boutique manager and assistant director at Bagatelle in New York. This was in 2014. But I missed France, and I came back in 2019.

Quel est votre rôle à la Maison de Bacon ?

Ici, j'ai la responsabilité de la gestion de l'accueil et je travaille en binôme avec Anaïs sur l'événementiel. Cela correspond à ma vision de la prise en charge des clients, telle que je l'ai vécue aux États-Unis où la fidélisation reste très importante. Ici, je gère le flot des réservations, c'est souvent un véritable « Tetris », il faut savoir prendre en compte les desiderata et les habitudes de chacun, être aux petits soins pour nos clients, fidéliser une clientèle à laquelle nous portons toute notre attention, et... je me rends compte que je suis vraiment faite pour ça !

What is your role at Maison de Bacon?

I am responsible for management of reception, and I work in a team with Anaïs on events. This suits my vision of taking care of customers which I experienced in the United States where increasing loyalty remains an important feature. Here, I manage reservations, it is often a real "Tetris", it requires taking into account each person's desires and habits, and taking great care of our customers, increasing the loyalty of our clientele to whom we pay great attention, and... I realise I was really born for this!





PROJETS

ROOFTOP EXCLUSIF, VUE MER ET MONTAGNES IMPRENABLE

Comme une maison de famille accueille toutes les générations d'une lignée qui aiment à s'y retrouver pour des moments uniques, la Maison de Bacon voudrait pouvoir parler à tous les membres d'une même famille. Alors pour que l'on aime s'y sentir bien en toute occasion, Laurent Le Fur et ses associés l'ont repensée suivant plusieurs espaces, que chacun appréciera selon ses attentes.

"Exclusive rooftop, breathtaking sea and mountain views"

Like a family home welcomes all generations of a family which love to get together for unique moments, Maison de Bacon would like to be able to speak to all of the members of the family. In order for people to love to meet their on any occasion, Laurent Le Fur and his partners have re-designed the rooftop in several separate spaces, for everyone to enjoy in accordance with their requirements.

Un seul mot d'ordre, ou plutôt deux, le plaisir et l'exclusivité, qui s'invitent à toutes les étapes du projet de Maison de Bacon. « Nous souffrons tous d'un même mal : le manque de reconnaissance. Alors pour faire la différence, il faut se mettre à la place du client et lui apporter cette considération. Selon ses attentes, son humeur, ses envies, pour qu'il se sente exister à travers des attentions plus exclusives, il faut que l'on puisse l'accueillir dans des atmosphères différentes » analyse Laurent Le Fur.

Après le restaurant qui a bénéficié d'une complète rénovation avant son ouverture cette année (terrasse panoramique et bioclimatique, création de plusieurs espaces dans un esprit Streamline, avec aquarium, lounge, coin table d'hôtes, galerie, cave...), les projets prennent de la hauteur.

« Nous avons toujours plusieurs casseroles sur le feu »

A la saison prochaine, le Rooftop et l'Appartement de Bacon composeront une offre inédite et exceptionnelle sur la Côte d'Azur. Au-dessus du restaurant, surplombant les flots, on vivra une expérience incomparable, en petits groupes intimistes, dans un esprit « table du chef ». Junior suite, cuisine privée : voilà pour le projet d'appartement.



The watchword, or rather watchwords, our pleasure and exclusivity, which form part of all of the stages of the Maison de Bacon project. "We all suffer from the same problem: a lack of appreciation. So to make a difference, one has to put oneself in the client's place and provide them with this consideration. Depending on their expectations, mood, desires, so that they feel appreciated through the most exclusive attention, we need to be able to host them in different atmospheres" analyses Laurent Le Fur.

After the restaurant which benefited from complete renovation before its opening this year (panoramic and bioclimatic terrace, creation of several areas in a Streamline spirit, with aquarium, lounge, dining area, gallery, wine cellar, etc), the projects have taken on a new dimension.

"We always have a number of irons in the fire"

Season, the Rooftop and the Apartment de Bacon will make up a unique and exceptional offer on the French Riviera. Above the restaurant, overlooking the waves, a unique experience is offered in small intimate groups in a "chef's table" style. Jr suite, private kitchen: this is the apartment project.

The Rooftop has a dual purpose: as both an events venue for cocktail parties (of up to 150 people) and

“ Il faut se mettre à la place du client et lui apporter cette considération. Selon ses attentes, son humeur, ses envies, pour qu'il se sente exister à travers des attentions plus exclusives ”

Le Rooftop a une double vocation : à la fois lieu événementiel pour organiser des cocktails (jusqu'à 150 personnes) et déjeuner-dîner jusqu'à 100 personnes, du mois de mars au mois de juin. En juillet-août il se transformera en terrasse chic, très exclusive, accessible sur réservation pour une offre destinée aux hédonistes amateurs de flacons rares et de cigares avant de retrouver sa vocation événementielle à partir de septembre. « Nous travaillons sur le projet d'une cave outdoor de quelques 3.000 cigares, à laquelle j'aimerais associer tous les accords : cafés, spiritueux, etc... » souligne Laurent Le Fur.

Terrasse d'exception, restanques aménagées : l'ensemble portera les marques d'une renaissance audacieuse. « Nous sommes très attachés à la renaissance de cette institution, pour laquelle nous nourrissons encore beaucoup d'idées. Nous avons toujours plusieurs casseroles sur le feu ! Mais une marque forte, il faut d'abord l'installer. Il faut très bien faire ici... pour ne rien s'interdire par la suite ». Rendez-vous est pris au printemps prochain...

“ Nous sommes très attachés à la renaissance de cette institution, pour laquelle nous nourrissons encore beaucoup d'idées. Nous avons toujours plusieurs casseroles sur le feu ! ”

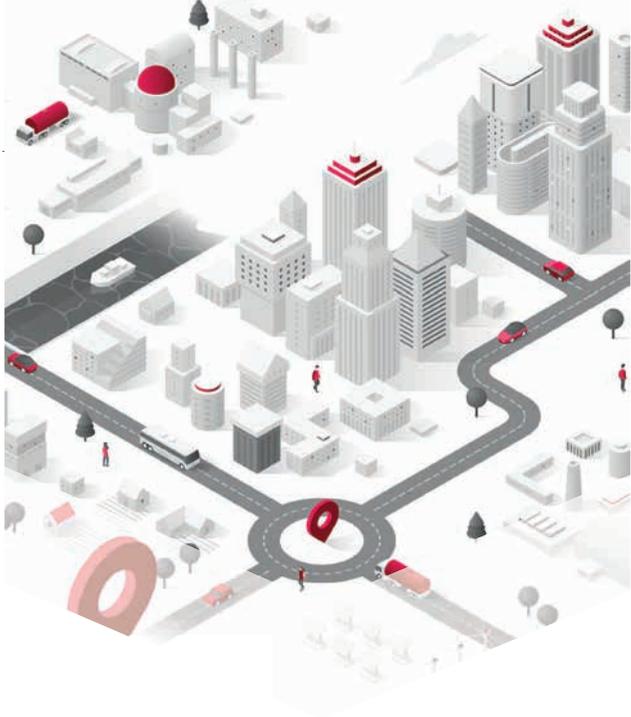
Laurent Le Fur
PDG Maison de Bacon

lunch-dinner for up to 100 people, from March to June. In July and August it will be transformed into a chic, very exclusive terrace available by reservation for head and lists who love rare wine and cigars, before returning to its event-oriented vacation in September. "We are working on the project for an outdoor humidor of some 3,000 cigars, with which I would like to offer all the complementary beverages: coffee, spirits, etc..." says Laurent Le Fur. An exceptional terrace, landscaped embankments; this is a daring renaissance. "We are very attached to the rebirth of this institution and we still have many ideas. We always have a number of irons in the fire! But first a strong brand must be established. We have to do very well here... in order to do everything we have planned for the future." See you next spring...



664 Boulevard de Bacon
Cap d'Antibes - 04 93 61 50 02
reservation@maisondebacoon.fr
www.maisondebacoon.fr





SERVICES AUX ENTREPRISES & MOBILITÉ

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

DOSSIER

» MOBILITÉ : PRATIQUES & SOLUTIONS



ELLE EST DEVENUE UNE RÉFLEXION STRATÉGIQUE

à mener au sein de votre entreprise, quelle que soit sa taille, son secteur d'activité, ou ses enjeux commerciaux.

It has become a strategic reflection to be carried out within your company, whatever its size, its sector of activity, or its commercial challenges.



LA MOBILITÉ IMPACTE TOUS LES ACTEURS DE LA VIE ÉCONOMIQUE :

employés, fournisseurs comme sous-traitants. Se déplacer, se faire approvisionner, optimiser vos livraisons : elle a un coût et un fort impact sur l'environnement !

Mobility impacts all players in economic life: employees, suppliers and subcontractors. Getting around, getting supplies, optimizing your deliveries: it has a cost and a strong impact on the environment!



D'où l'importance de BIEN SE FAIRE CONSEILLER dans

votre politique de mobilité.
Hence the importance of getting good advice in your mobility policy.

» Dans ce dossier, nous aborderons ainsi les problématiques du transport de marchandises, de personnes, les moyens et coûts de déplacement, avec les témoignages et l'expertise de nos partenaires dans leurs domaines de compétence.

La mobilité, c'est aussi une affaire citoyenne et les collectivités s'attellent à la faciliter sur leurs territoires respectifs à l'aide de moyens de plus en plus élaborés, en concertation avec leurs administrés.

Mais pour tout cela, il faut savoir prendre le temps de la réflexion. Ce qui va un peu à contre-courant de la notion de vitesse : prenons le temps pour finalement... aller plus vite !

In this file, we will thus address the problems of the transport of goods, people, the means and costs of travel, with the testimonies and the expertise of our partners in their fields of competence.

Mobility is also a matter for citizens and local authorities are working to facilitate it in their respective territories using increasingly sophisticated means, in consultation with their constituents.

But for all this, you must know how to take the time to reflect. Which goes a little against the grain of the notion of speed let's take the time to finally...go faster!

Leurs solutions DE MOBILITÉ :



Groupe Chopard > P 26



Transcan > P 28



Cariviera > P 30



FW Barbotto > P 31



Pays de Grasse
communauté
d'agglomération

Pays de Grasse > P 32

LE PLAN DE MOBILITÉ EMPLOYEUR, C'EST QUOI ?

Le plan de mobilité Employeur favorise l'usage des modes de déplacements alternatifs à la voiture individuelle et à « l'autosolisme » : lorsque l'on se déplace seul dans sa voiture. L'activité d'une entreprise génère des déplacements qu'il s'agit de rendre plus vertueux.

La Loi d'Orientation des Mobilités du 24 décembre 2019 a créé l'obligation de négocier dans les entreprises dont 50 salariés au moins sont employés sur un même site.

Elle s'insère dans le cadre des négociations annuelles obligatoires (NAO) sur la qualité de vie au travail et porte sur l'amélioration de « la mobilité des salariés entre leur lieu de résidence habituel et leur lieu de travail ».

Idées de mesures d'un plan de mobilité employeur

- Promotion du vélo et du VAE
- Amélioration de l'accès des bâtiments par les piétons
- Incitation au covoiturage
- Encouragement et incitation à habiter près du lieu de travail
- Aménagement des horaires de travail...

Le Forfait mobilités durables, késaco ?

Instauré en 2020 par la loi d'orientation des mobilités, il permet aux employeurs d'être exonérés de cotisations sociales sur un montant maximal de 400 € à rembourser à leurs collaborateurs pour leurs frais de déplacement domicile-travail, que le trajet soit effectué à vélo, en covoiturage, en autopartage ou avec des modes de déplacement tels que le vélopartage, les trottinettes et scooters électriques en libre-service.



What is the employer mobility plan?

The Employer mobility plan promotes the use of alternative modes of travel to the individual car and to "autosolism": when you travel alone in your car. The activity of a company generates travel that needs to be made more virtuous.

The Mobility Orientation Law of December 24, 2019 created the obligation to negotiate in companies with at least 50 employees working on the same site.

It is part of the mandatory annual negotiations (NAO) on the quality of life at work and concerns the improvement of "the mobility of employees between their usual place of residence and their place of work".

Ideas for measures of an employer mobility plan

- Promotion of cycling and VAE
- Improvement of building access by pedestrians
- Incentive to carpooling
- Encouragement and incentive to live near the workplace
- Arranging working hours...

The sustainable mobility package, késaco?

Established in 2020 by the mobility orientation law, it allows employers to be exempt from social security contributions on a maximum amount of €400 to be reimbursed to their employees for their home-work travel expenses, whether the journey is made at bicycle, carpooling, carsharing or with modes of transport such as bikesharing, scooters and self-service electric scooters.



LES CHIFFRES PARLENT

10 

Entreprises de Sophia Antipolis se sont lancées en faisant tester à leurs employés un VAE (Vélo à Assistance Electrique) pendant un mois via le dispositif Goodwatt (voir goodwatt.fr)

Sophia Antipolis companies got started by having their employees test an EAB (electrically assisted bicycle) for a month via the Goodwatt device (see goodwatt.fr)

6 sur 10 

Les gestionnaires de flottes qui déclarent vouloir remplacer tout ou partie de leur flotte par les solutions de forfait de mobilité durable et de crédit mobilité instaurés par la loi d'orientation des mobilités

The proportion of fleet managers who say they want to replace all or part of their fleet with the sustainable mobility package and mobility credit solutions introduced by the mobility orientation law

2,7 Millions 

C'est le nombre de vélos vendus en France en 2021 : plus que de voitures !

This is the number of bicycles sold in France in 2021: more than cars!

44 % 

Des entreprises européennes ont, ou envisagent, au sein de leur flotte, de mettre à disposition de leurs employés des véhicules à énergies alternatives

European companies have, or plan, within their fleet, to provide their employees with alternative energy vehicles

5.500 

Salariés de Sophia Antipolis ont été sensibilisés aux questions de mobilité durable par le Sophia Club Entreprises dans le cadre du Challenge de la mobilité.

Employees of the Sophia Antipolis technology park were made aware of sustainable mobility issues by the Sophia Club Entreprises as part of the Mobility Challenge.

» CHOPARD CANNES PROFESSIONNELS, CHOISISSEZ VOTRE MOBILITÉ !

Les modes de consommation de l'automobile et plus généralement de la mobilité, évoluent. Pour Cyril Le Roux, Directeur des concessions Citroën, DS et Peugeot de Chopard Cannes, on a bien intégré ces nouvelles tendances et la force de vente se doit d'être polyvalente : « On peut assimiler le conseiller commercial automobile d'aujourd'hui à... un athlète de haut niveau ! Il est tout à la fois vendeur, acheteur, fiscaliste, banquier, assureur, spécialiste du SAV...

Pour satisfaire son client, Il doit maîtriser tous les sujets ! Pour aller plus loin, nos offres doivent intégrer à présent les évolutions majeures de la mobilité qui tournent autour des énergies nouvelles, et de l'évolution de la circulation des villes. C'est dans cette optique que dès le mois d'octobre nous compléterons nos offres de mobilité en distribuant la marque des scooters Silence destinée aux clients BtoB et BtoC. »

In the versatility race - The ways in which we use and buy our cars, and more broadly the whole concept of mobility, are rapidly evolving. According to Cyril Le Roux, managing director of the Citroën, DS and Peugeot dealerships of Chopard Cannes, these emerging trends have been well integrated by the sales teams who have fully understood the need for versatility: "One might readily compare modern automotive sales consultants to high-level athletes! They have to be salespersons, buyers, tax specialists, banking experts, and masters of the aftersales service... all of these areas have to be perfectly understood to achieve customer satisfaction! To go further, our offers must now integrate the major mobility developments that revolve around new energies, and the evolution of city traffic. It is with this in mind that from October we will complete our mobility offers by distributing the brand of Silence scooters intended for BtoB and BtoC customers".



Saine concurrence

Louffi Gharsallah et Stéphane Velany, chargés de clientèle professionnelle pour Citroën, DS et Peugeot, analysent avec nous les besoins de leurs clients. Respectivement vendeurs depuis 22 et 21 ans, le tandem composé par Stéphane et Louffi joue la complémentarité. Leur expérience, l'amitié (ils travaillent ensemble depuis de nombreuses années), renforcées par l'offre complémentaire des trois marques qu'ils proposent, leur permettent d'apporter une réponse précise et complète à toutes les problématiques du professionnel en attente d'un véhicule de société en 2022.

» Quels sont les besoins de vos clients aujourd'hui ?

Louffi Gharsallah : « Ils cherchent surtout du service et de la réactivité. Il ne suffit plus de vendre à un professionnel, mais il faut le fidéliser. Cela passe par des réponses rapides et précises à toutes les questions qu'il est en mesure de se poser, qu'elles soient d'ordre fiscal ou concernant l'après-vente comme l'entretien par exemple. Aujourd'hui, plus personne n'a le temps d'attendre et le véhicule est

Healthy competition

Louffi Gharsallah and Stéphane Velany cater to the needs of the professional clients of Citroën, DS and Peugeot. They have agreed to walk us through all the needs expressed by their customers. As salesmen with 22 and 21 years of experience respectively, Stéphane and Louffi rely on their complementary skills. Their experience and, indeed, their friendship (they have been working together for many years), bolstered by the complementarity of the three brands they represent, allow them to come up with full and detailed solutions

to all the issues that face professionals who want company cars in 2022.

What are the current needs of your clients?

Louffi Gharsallah: "They are looking for high-quality service and responsiveness. It is not enough to sell a car to a professional client. We also have to build loyalty. To achieve this, we provide fast and clear answers to all the questions they may have, relating to taxes, aftersales, or maintenance and servicing for instance. Nowadays, no one has the time to wait, and cars are essential working tools: that is the reality of today's economy."

Plusieurs marques, un seul combat : le service client pour Stéphane et Louffi





un outil professionnel incontournable : c'est une réalité économique.

Stéphane Velany : A ce titre, nous avons un excellent taux de renouvellement, avec par exemple certains clients professionnels depuis plus de 20 ans...

➤ Qui sont-ils, d'ailleurs, vos clients ?

Stéphane : Notre clientèle est essentiellement composée de PME, avec des flottes de 5 à 50 véhicules. Ils optent pour la location sur 2 à 4 ans, ou le crédit-bail, entre 3 et 5 ans. Ce qu'apprécient nos clients les plus fidèles, je crois que c'est notre implication : nous sommes souvent considérés comme leurs gestionnaires de parc ! Et je pense que c'est la manière dont nous pouvons faire évoluer la relation client : en allant plus loin encore dans cette implication, ce service auprès d'eux !

Louffi : Cela implique de se former aux changements, d'être réactif. Notre formation est continue, mais elle est facile à acquérir car nous avons à disposition tous les outils nécessaires.

➤ Les professionnels se sentent-ils concernés par l'électrique ?

Cela représente plus de 20 % de l'ensemble des ventes des concessions Chopard Cannes aujourd'hui. Et les avantages pour les professionnels sont nombreux : plus de TVS à s'acquitter, de frais de carte grise (en tout électrique), une prime gouvernementale... Progressivement, toute l'offre s'électrifie : c'est désormais incontournable.

Pascal Bacchi, responsable DS pour Chopard Sud et nouveau président du SRVHB (Hand-Ball à Saint-Raphaël) aux côtés de Cyril Le Roux, nouveau Directeur des concessions Chopard à Cannes.



“ Les véhicules électriques représentent aujourd'hui 20 % de l'ensemble des ventes des concessions Chopard Cannes. Pour les professionnels, les avantages sont nombreux. ”

Stéphane Velany: *We have achieved excellent renewal rates, with some clients who have been with us for more than 20 years...*

So who are your clients?

Stéphane: *We generally cater to small to medium-sized companies that have fleets of around five to 50 vehicles. They generally choose*

two- to four-year rentals, or three- to four-year leasing agreements. I believe that our most loyal customers appreciate our level of involvement; they often see us as fleet managers! And I also feel that this is the direction our customer relations must take: we must get increasingly involved and constantly work on improving the service we provide!

Louffi: *This entails being able to adapt to change and a high degree of responsiveness. We are constantly learning, a process that is made easy by all the essential tools available to us.*



DU NOUVEAU !

La nouvelle DS7 vient tout juste de se dévoiler chez Chopard à Cannes. Peugeot attend de présenter sa **408** mais réalise déjà de belles performances en 2022 avec sa **nouvelle 308** (déclinée également en break hybride). Chez Citroën, c'est la **nouvelle C4** qui a fait une entrée remarquée, avec une esthétique réinventée. Enfin, le Mondial Paris sera l'occasion, dès le 17 octobre, de découvrir la tant Attendue **C4 X**, la nouvelle compacte surélevée de la marque aux chevrons !...

The latest DS7 was recently unveiled at Chopard in Cannes Peugeot is soon to release its 408 model and is already showing excellent results for 2022, with its new 308 model (also available as a hybrid station wagon). With Citroën, the new C4 has recently made its grand entrance, boasting a brand-new design. Finally, the Mondial Paris will be the opportunity, from October 17, to discover the long-awaited C4 X, the new raised compact from the chevron brand!...

How do your professional clients view electric cars?

They represent in excess of 20% of the sales at the Chopard Cannes dealerships. And they offer many advantages to professionals: no more taxes on company cars, no more registration fees (for fully electric vehicles), and a governmental premium... Our entire offering is becoming increasingly electric, and this trend is here to stay.

CHOPARD CANNES EN CHIFFRES



5 MARQUES

Peugeot, Citroën, DS, Aston Martin, Silence (scooters électriques)
+ d'1 véhicule sur 2 est vendu à un professionnel



75
Collaborateurs



+ DE 2700
VN et VO vendus l'an dernier



+ DE 3000 M²
Sur deux niveaux, un site dédié à l'après-vente en construction

GRUPE
CHOPARD
Laissez-vous transporter

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

» TRANSCAN

RÉINVENTER LA MOBILITÉ

Parce qu'il veut aller plus loin que le seul transport de marchandises, le Groupe Transcan innove sans cesse pour offrir des solutions de mobilité optimales, de bout en bout de la chaîne de valeur du transport, à travers sa structuration et ses nombreuses filiales complémentaires.

Plus qu'un simple transporteur de marchandises, en quoi Transcan se positionne comme un acteur de la mobilité globale ?

Franck Cannata : Nous intervenons sur toute la chaîne de valeur du transport, avec des outils innovants qui permettent d'adapter et d'optimiser la mobilité d'un produit, comme les vélos cargos, les véhicules électriques et l'ensemble des solutions « nouvelle génération ».

Les contraintes et les besoins de nos clients changent : nous devons nous adapter à ces changements et proposer de nouvelles manières de transporter, de nouvelles mobilités. Nous révolutionnons un métier ancestral qui n'avait pas connu de changement majeur depuis plusieurs décennies. Hier, un transporteur se contentait d'acheminer un produit d'un point à un autre, sans considération de flux global : avec les nouveaux paradigmes en termes d'écoresponsabilité, nous considérons que cette philosophie de transport est devenue caduque et c'est là que nous apportons une petite révolution avec notre concept de mutualisation des flux. Sur les derniers mètres du transport, nous en faisons aujourd'hui l'une de nos grandes priorités, via notre filiale Eco City.

Toutes vos filiales peuvent être sollicitées ?

FC : Elles peuvent toutes l'être en effet ! Lorsqu'il nous est confié des colis qui doivent être livrés à Nice par exemple, nous les « massifions » via un hub périurbain, au PAL St Isidore et les livrons via notre filiale Eco City. Au cours de la « reverse », où la marchandise doit être collectée et livrée sur tout le département, c'est notre filiale Livraison qui prend le relais. Et lorsque nous



.....
Franck Cannata
Fondateur du Groupe Transcan
.....

“ Nous devons nous adapter à ces changements et proposer de nouvelles manières de transporter, de nouvelles mobilités. Nous révolutionnons un métier ancestral qui n'avait pas connu de changement majeur depuis plusieurs décennies. ”

Reinventing mobility - The goal is now to transcend the mere transport of goods, which is why Transcan is constantly innovating and providing the very best mobility solutions, throughout the whole transport value chain, relying on its own structuration around numerous complementary subsidiaries.

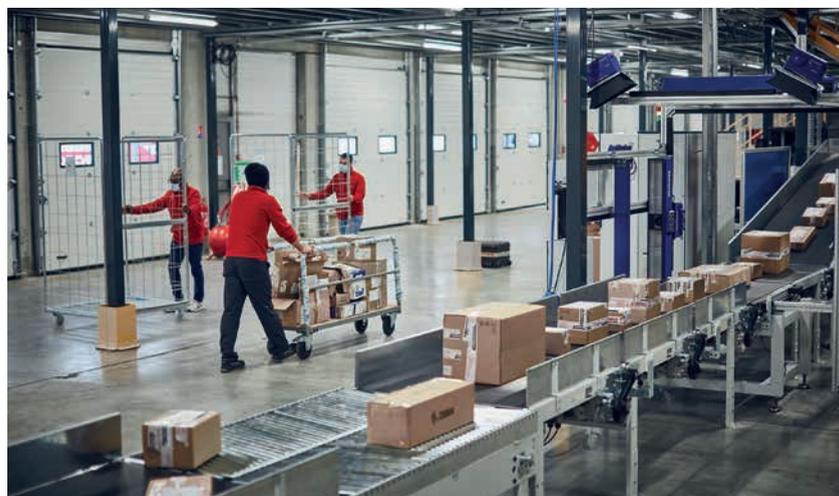
Transcan is more than a simple haulier, so how does it position itself as a stakeholder of global mobility?

Franck Cannata: We intervene throughout the entire transport value chain by implementing innovating tools that allow us to adapt and improve the mobility of a product. Our new tools include cargo bikes, electric vehicles, and a range of "next generation" solutions.

The constraints and needs of our clients are changing and we must be able to adapt to these changes and offer new ways of delivering our carrier services, based on new modes of mobility. This an age-old line of business that has not undergone any major changes in the last decades. It is time for a change! Not that long ago, hauliers were content with simply bringing a product from one point to another, without giving any thought to global flows: now, with new considerations of environmental responsibility, we feel that this transport philosophy has had its day, and we have set in motion a revolution of sorts based on shared traffic flows. This concept has become one of our greatest priorities, especially for the last meters of transport, for which we rely on our Eco City branch.

Can all of your subsidiaries be called upon?

FC: They can indeed! Let's say we are handed parcels to deliver in Nice, for example: we bring them all together in a suburban hub, at the PAL of St Isidore, and then task our Eco City subsidiary with their delivery. Inversely, when goods are to be collected in one place and delivered throughout the department, our Livraison (Delivery) subsidiary





devons livrer au-delà du département voire beaucoup plus loin, ce sont les semi-remorques de notre filiale Route qui prennent le relais.

Notre filiale E-Commerce, elle, nous permet de préparer les commandes de nos clients marchands présents sur le web : la marchandise est stockée dans nos entrepôts, nous la préparons puis elle est acheminée via la filiale adéquate.

Route, livraison, Eco City, affrètement : nous pouvons utiliser chaque maillon de la chaîne. Cette complémentarité peut se traduire jusque sur le volet informatique, où nous pouvons nous connecter sur les ERP de nos clients afin de travailler sur leurs stocks en temps réel. Transcan est en mesure d'offrir une solution intégrale car nous avons pensé notre structure comme un squelette évolutif, basé sur la complémentarité et la réactivité.

Où en êtes-vous sur le déploiement d'Eco City ?

C'est unique sur le territoire national et cela fonctionne très bien techniquement.

On entre de façon vertueuse et optimisée en ville et les véhicules livrent dans un périmètre ultra optimisé, depuis nos hubs interurbains équipés de VAE et vélo cargos. Après ceux du boulevard Gambetta et de la rue Marceau, un 3^e hub est sur le point d'ouvrir rue Beaumont. Très prochainement, nous devrions être présents sur la place Masséna, sans doute en 2023. Nous voulons pratiquer un maillage optimisé de la ville afin de satisfaire les attentes de nos clients tout en garantissant l'ADN de cette nouvelle filiale : le développement d'une logistique urbaine la plus verte et vertueuse possible. Quant au résultat, les chiffres parlent d'eux-mêmes : nous allons passer la barre des 15.000 colis livrés par jour pendant la « peak period », entre novembre et fin décembre 2022.



Où regardez-vous demain ?

Cannes, Antibes, Cagnes-sur-Mer s'intéressent fortement à nos solutions pour optimiser leurs flux de marchandises dans leurs centres villes. Nous nous ouvrons aussi à des réflexions sur d'autres moyens de transport en jouant sur l'intermodalité. S'adapter aux réglementations, aux contraintes topographiques, techniques : cela constitue notre expertise.

“ Transcan est en mesure d'offrir une solution intégrale car nous avons pensé notre structure comme un squelette évolutif, basé sur la complémentarité et la réactivité. ”

steps in. When we have to deliver beyond the department's borders, and even much further, we have the lorries of our Route (Road) department to carry out the work.

Our E-Commerce subsidiary allows us to prepare orders on behalf of our clients who sell their goods over the net: their products are stored at our warehouses, and we prepare the parcels and hand them over to the most suitable subsidiary to deliver them.

Road, delivery, Eco City, freighting: we can use every link in the chain. This complementarity is even reflected in our IT system, as we can connect to our clients' ERP systems and update their stocks in real time. Transcan's ability to provide a comprehensive solution stems from our structure, which is much like an evolving skeleton, based on complementarity and responsiveness.

How far have you come in the deployment of Eco City?

It is quite unique in the country, and it works splendidly on a technical level. We travel the city in an environmentally virtuous manner, our electric and cargo bikes departing from our interurban hubs

to make deliveries within a clearly defined and optimised area. After our Boulevard Gambetta and Rue Marceau hubs, we are about to open a third one in Rue Beaumont. And soon after, by 2023 probably, we should be present in Place Masséna. We want to implement an optimised mesh of the city to meet our clients' expectations, while ensuring the DNA of our new subsidiary is aligned with our ambition to develop the most sustainable and environmentally virtuous urban logistics. In terms of results, we let our figures do the talking: we are about to exceed the threshold of 15'000 parcels delivered per day during the peak period, from November to December 2022.

What are your plans for the future?

Cannes, Antibes, and Cagnes-sur-Mer are expressing a strong interest in our solutions, as they are keen to optimise the flow of goods in their city centres. We are also beginning to think of other transport means that rely on intramodality. Our company is all about adapting to regulations and to geographic and technical constraints.

“ L'une de nos grandes priorités : les derniers mètres du transport, via notre filiale Eco City. ”



> Groupe Transcan

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

» CARIVIERA

MOBILITÉ :

TOUTES LES SOLUTIONS DISPONIBLES CHEZ CARIVIERA



Chez Cariviera, 1 véhicule sur 2 est vendu à un professionnel. Qu'est-ce qui explique ce succès ?

Philippe Didier, Directeur Fleet Région Sud pour Cariviera Volkswagen Group : Ce chiffre est variable selon les marques : chez Audi, par exemple, 7 véhicules sur 10 trouvent preneurs chez les pros, qu'il s'agisse de professions libérales, d'artisans-commerçants ou de multinationales. Les raisons de ce succès sont multiples, à commencer par la constitution d'une équipe **Cariviera Solutions Pros** ; pour répondre aux exigences spécifiques de cette clientèle. De plus nous proposons 8 marques (Audi, Volkswagen, Volkswagen Véhicules Utilitaires, Cupra, Seat, Skoda, Porsche et Bentley) avec un interlocuteur unique, ce qui permet un Benchmark de tous nos produits pour proposer la meilleure offre en fonction des besoins. Nous proposons la plus large gamme de véhicules hybrides et électriques du marché et grâce à cela nous pouvons trouver la meilleure solution en termes de TCO (coût de détention global).

Quelles sont les différentes demandes de location faites par les professionnels ?

Dans cette période de délais de production relativement longs, Seat a été la première marque à développer de la location longue durée sans engagement : on part pour une durée initiale standard mais on peut rendre son véhicule sans frais dès le 10^e mois. Les autres marques du groupe proposent aussi cette prestation et pour des durées plus courtes, VW et Audi proposent aussi des solutions VW Rent et Audi Rent, de 1 jour à plusieurs mois. Enfin, avec Seat MO, la marque a mis en place de nouvelles solutions de mobilité, en proposant des offres de location incluant scooters et trottinettes électriques

“ Au sein du groupe Volkswagen, plusieurs solutions de mobilité innovantes existent comme les packs de location Voiture + scooter électrique + trottinette électrique ”



Philippe Didier, Directeur Fleet Région Sud pour Cariviera Volkswagen Group

Le coût de détention reste le facteur déterminant dans la décision d'achat. A quels autres sujets sont sensibles vos clients professionnels ?

Actuellement, tout le monde s'interroge sur la production d'électricité, le prix du carburant et des problèmes d'approvisionnement industriel. Les professionnels considèrent leur véhicule comme un outil à usage intensif et notre équipe Cariviera est là pour les accompagner et les conseiller sur la meilleure solution du moment.

At Cariviera, one of every two vehicles is sold to a professional client.

What explains this success?

Philippe Didier, Fleet Manager for the Southern Region at Cariviera Volkswagen Group: That figure varies depending on the maker: with Audi, for instance, seven out of 10 vehicles are sold to professional clients working in liberal professions, to craftspeople and tradespeople, or to multinational corporations. There are many reasons explaining this success, chief among which our decision to build a team of specialists who can advise our professional customers and meet the specific requirements of this type of client: **Cariviera Solutions Pros**.

We sell eight brands (Audi, Volkswagen, Volkswagen utility vehicles, Cupra, Seat, Skoda, Porsche and Bentley) through a single contact person. We have therefore set a benchmark for all our products, which allows us to offer the vehicles that are the best suited to our customer's needs. We have the largest range of hybrid and electric vehicles of the market, and Thanks to this we can find the best solution in terms of TCO (total cost of ownership)

What are the different rental requests made by professionals?

In this period of relatively long production times, Seat was the first brand to develop long-term rental without commitment: you leave for an initial standard period but you can return your vehicle free of charge from the 10th month. The other brands of the group also offer this service and for shorter periods, VW and Audi also offer VW Rent and Audi Rent solutions, from 1 day to several months. Finally, with Seat MO, the brand has implemented new mobility solutions, by offering rental offers including scooters and electric scooters

The cost of ownership is still a decisive factor when deciding what car to buy. Are there other factors that your professional clients must consider?

Currently, everyone is wondering about electricity production, fuel prices and industrial supply problems. Professionals consider their vehicle to be a tool for intensive use and our Cariviera team is there to support them and advise them on the best solution at the time.



UNE HISTOIRE AZURÉENNE DE LA MOBILITÉ

La mobilité est le métier premier du groupe FW Barbotto. Il transporte les voyageurs de la Métropole Nice Côte d'Azur et de la Région Sud avec ses sociétés TANP et STVE et répond aussi aux besoins d'opérateurs privés depuis 1929.

A tradition of mobility in the French Riviera - Mobility is the core business of FW Barbotto Group. With its companies TANP and STVE, the Group has been transporting travellers of the Métropole Nice Côte d'Azur and the Southern Region and meeting the needs of privately-owned operators since 1929.

1 929, date de la création de la société « Barbotto Ferreri » par Félix Barbotto, arrière-grand-père de Jessica Barbotto, actuelle directrice Générale du groupe. Après avoir créé la société Transports Automobiles Nice Plan du Var (TANP), Antoine Barbotto (le grand-père de Jessica) développera l'activité en rachetant en 1957 la Société de Transport de la Vallée de l'Estéron (STVE), qui se développe rapidement en créant la Ligne Nice- Entraunes-Guillaumes et met en place le **1^{er} plan de mobilité** en partenariat avec la Région Sud. Elle a également organisé les transports d'équipes cyclistes vers les ascensions les plus mythiques tandis que la TANP, mettait en place, dans les années 1970, le **Ski Bus** pour rejoindre les stations de sports d'hiver de la région en incluant le forfait des remontées mécaniques.

Des développements et des activités qui sont l'âme du Groupe et qui ont perduré, notamment avec la mise en place en 1994, par Thierry Barbotto (père de Jessica), de la **Norme ISO 9002** : un gage de qualité et la reconnaissance de l'expertise et du professionnalisme de la TANP et la STVE.

Mobilité 4^e génération

Puis vient la mobilité vue par Jessica Barbotto. Dans la continuité des évolutions réalisées par les générations précédentes, elle décide que le transport de voyageurs doit anticiper et non subir sa transition énergétique. Le développement durable et l'écoresponsabilité étant au cœur de l'ADN du Groupe, ce sont désormais 17 véhicules (25 d'ici fin 2022) qui roulent désormais au BIOGNC (Gaz Naturel Comprimé). Ils pourront bénéficier de l'installation de la station d'avitaillement du Groupe qui vient d'être inaugurée en septembre, concrétisant le fort investissement réalisé en fonds propres et par l'obtention d'un prêt vert BPI France. Un investissement et une transition qui ne sont pas que financiers. Derrière, on retrouve la mise en place d'un système de management par la qualité : une vraie conduite du changement avec 67 collaborateurs qui ont fait confiance au Groupe et qui se sont investis dans cette démarche pour satisfaire clients, usagers et conducteurs/trices.



Inauguration de la nouvelle station d'avitaillement du Groupe : désormais, ce sont 17 véhicules (25 d'ici fin 2022) qui rouleront au BIOGNC (Gaz Naturel Comprimé).



The "Barbotto Ferreri" company was founded in 1929 by Félix Barbotto, the great-grandfather of Jessica Barbotto, who is the current CEO of the Group.

Later, Antoine Barbotto (Jessica's grandfather) created Transports Automobiles Nice Plan du Var (TANP) and further grew the family business by acquiring, in 1957, the Société de Transport de la Vallée de l'Estéron (STVE), which rapidly developed with the creation of the Nice-Entraunes-Guillaumes line and the implementation of the **1st mobility plan**, in partnership with the Southern Region. It has also been arranging the transport of cycling teams to the most legendary ascents, while TANP launched, back in the 70s, **the Ski Bus** bringing skiers to local ski resorts and offering them a package deal that includes their ski passes.

These developments and activities are at the heart of the Group's business model and have survived to this day thanks to Thierry Barbotto (Jessica's father), who achieved **ISO 9002 certification** for the group's companies, recognising the quality, expertise, and professionalism of TANP and STVE.

Fourth-generation mobility

And then came Jessica Barbotto with her own take on mobility. To uphold the evolutions achieved by previous generations, she foresaw that passenger

transport had to anticipate, rather than suffer, the energy transition. Sustainable development and environmental responsibility are part of the group's DNA, and it now operates 17 vehicles (25 by the end of 2022) that run on compressed natural gas. They will soon be able to refuel at the Group's refuelling station that was inaugurated in September, a result of significant private equity investments and green loans taken out with BPI France. But these investments that drive the Group's energy transition are not solely financial endeavours. They are backed by the implementation of a quality management system: 67 employees are driving these changes through their trust in the Group and their faith in an approach that is designed to bring full satisfaction to their clients, passengers, and drivers.



Racheté en 1957, la Société de Transport de la Vallée de l'Estéron (STVE) se développe rapidement en créant la Ligne Nice - Entraunes - Guillaumes et met en place le **1^{er} plan de mobilité** en partenariat avec la Région Sud.



FW BARBOTTO
132 Boulevard Pasteur
06000 Nice - 04 93 80 94 91
groupefw-barbotto.com



» PAYS
DE GRASSECOVOITURAGE,
VAE, BUS EXPRESS :
LA CAPG JOUE LA CARTE DE
LA MULTIMODALITÉ

En pleine semaine de la mobilité, la Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse a rappelé les efforts consentis pour mailler son vaste territoire et faciliter les déplacements de ses administrés.

La multimodalité (la combinaison de plusieurs modes de transports) joue à plein dans la Communauté d'Agglomération. Du covoiturage aux VAE en passant par les parkings relais et bientôt par la mise en chantier d'un BHNS (Bus à Haut Niveau de Service) reliant Grasse à Mouans-Sartoux, la CAPG met tout en œuvre pour fluidifier et optimiser une offre de transport qu'elle souhaite toujours plus durable.

E-bikes, carpooling, express bus service: the Agglomeration Community of the Pays de Grasse (CAPG) has its sights set on multimodality. During the mobility week, the Agglomeration Community of the Pays de Grasse (CAPG) was keen to remind the public of the efforts made to connect its vast territory and improve the commuting habits of its residents.

Multimodality, which is the combination of several modes of transport, is making great strides in the Agglomeration Community. From carpooling and e-bikes to park-and-ride facilities and an upcoming BHNS (bus with a high level of service) connecting Grasse to Mouans-Sartoux, the CAPG is making every effort to fluidify and optimise a transport offering that is intended to become increasingly sustainable.



Parking relais de Grasse (Pôle Intermodal de Grasse)



Parking relais de Mouans-Sartoux (le parking multimodal du château)

“ Les 2 parcs de stationnement intermodaux du Pays de Grasse (Grasse et à Mouans-Sartoux) permettent de stationner son véhicule gratuitement si on utilise un transport en commun ”

Les solutions sont nombreuses. A commencer par la mise en place de parking-relais : ces parcs de stationnement intermodaux permettent de stationner son véhicule gratuitement si on utilise un transport en commun (bus, train, avec ou sans abonnement). Le Pays de Grasse dispose de 2 parkings relais à Grasse (Pôle Intermodal de Grasse) et à Mouans-Sartoux (le parking multimodal du château).

There are many solutions, starting with the implementation of park-and-ride facilities: commuters park their cars in these intermodal parking lots for free and continue their journey by public transport (bus, train, with or without a transport pass). The Pays de Grasse already has two park-and-ride sites in Grasse (intermodal parking lot of Grasse) and in Mouans-Sartoux (multimodal parking lot of the Château).

Les mobilités durables

La mobilité électrique est encouragée avec toujours plus de bornes de recharge pour véhicules électriques et hybrides WiiiZ en 2022. Le Pays de Grasse dispose désormais d'un réseau de 57 bornes grâce à l'implantation de nouveaux dispositifs au sein des communes de Mouans-Sartoux, La Roquette-sur-Siagne (Saint-Georges), Amirat, Gars, Saint-Auban, Briançonnet, parking Notre-Dame des Fleurs à Grasse et Auribeau-sur-Siagne.

Dans cet esprit, les déplacements à bicyclette sont favorisés et la CAPG renforce sa flotte de Vélos à Assistance Électrique. Un service qui rencontre un véritable succès : « La Bicyclette » compte actuellement 64 VAE disponibles à la location pour un montant de 32 € par mois, pour les habitants ou actifs du Pays de Grasse.



Sustainable mobility

Electric mobility is being encouraged, with a growing number of WiiiZ charging terminals for hybrid and electric vehicles in 2022. Now, the Pays de Grasse can boast a network of 57 charging terminals thanks to the installation of new devices in the communes of Mouans-Sartoux, La Roquette-sur-Siagne (Saint-Georges), Amirat, Gars, Saint-Auban, Briançonnet, the Notre-Dame des Fleurs parking in Grasse, and Auribeau-sur-Siagne.

In the same spirit, cycling is encouraged and the CAPG is reinforcing its fleet of e-bikes. This service has been met with considerable success: "La Bicyclette" now features 64 e-bikes available for rent for €32 per month to residents or people working in the Pays de Grasse.



Pour renforcer l'offre de stationnement, les « Boxyclettes » représentent aujourd'hui 116 places de stationnements sécurisés qui sont disponibles dont 66 à Grasse, à l'intersection des modes de transports complémentaires tels que le train, le bus ou le covoiturage afin d'encourager la multimodalité.

Une future Maison de la mobilité à Grasse

Afin d'offrir un service de qualité et de proximité pour ses usagers, la Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse a ouvert une boutique « La Bicyclette ». Située à proximité des locaux Sillages et de la Gare, elle est un véritable bureau d'information et de conseils pour tous les usagers. L'ambition en 2023 ? Que ce lieu devienne une Maison de la Mobilité.



“ Le covoiturage domicile-travail est offert par la Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse avec l'application Klaxit ! ”

Le covoiturage offert avec la CAPG

Le covoiturage domicile-travail est offert par la Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse avec l'application Klaxit ! Ainsi, depuis le 1^{er} septembre 2020, l'intercommunalité subventionne les trajets en covoiturage sur l'application Klaxit, pour tout le Pays de Grasse et ses habitants. Grâce à ce dispositif, les passagers se voient offrir les trajets quelle que soit la distance parcourue, tandis que les conducteurs peuvent percevoir jusqu'à 120 € par mois en covoiturant régulièrement. Et pour vous aider à faire le premier pas, Klaxit récompense les nouveaux conducteurs qui changent leurs habitudes avec deux autres coups de pouce exclusifs.

To reinforce the parking infrastructure, 116 new "Boxyclettes", which are secure parking places available to cyclists, have been installed, including 66 in Grasse, thereby adding to the existing transport solutions, such as trains, buses, and carpooling. The idea, again, is to encourage multimodality.

Soon, a House of Mobility in Grasse

To provide a high-quality and proximity service to its inhabitants, the Agglomeration Community of the Pays de Grasse has opened a shop called "La Bicyclette". At a short distance from the Sillage facilities and the Station, "La Bicyclette" is a shop and a place where locals can find mobility information and seek advice. The ambitions for 2023 are to turn this shop into a House of Mobility.

Carpooling for free with the CAPG

Carpooling from home to work is provided for free by the Agglomeration Community of the Pays de Grasse with the Klaxit app! Since the 1st of September 2020, the agglomeration of communes subsidises carpooling journeys booked through the Klaxit app for all residents of the Pays de Grasse. Thanks to this system, passengers are offered their daily commutes, regardless of the distance, and drivers can receive up to €120 per month if they carpool on a regular basis. To help take this first step, Klaxit rewards new drivers ready to make a change in their habits with two exclusive measures.



➤ Retrouvez toutes les infos sur www.paysdegrasse.fr



BUS EXPRESS GRASSE - MOUANS-SARTOUX : DÉBUT DE CONCERTATION

➤ Afin de développer une alternative au « tout-voiture », les élus du Pays de Grasse ont choisi de procéder à la réorganisation de l'ensemble du réseau de transports en commun, démarche dans laquelle s'inscrit le projet ambitieux et structurant de Bus à Haut Niveau de Service entre le Pôle intermodal de Grasse et les jardins du Musée International de la Parfumerie à Mouans-Sartoux, le « Bus Express ».

Ainsi, depuis un an, les élus concernés travaillent sur le projet et désormais, la population est invitée à donner son opinion lors de concertations qui dureront jusqu'au 8 décembre avec l'ensemble des habitants de la CAPG et les futurs usagers de ce Bus Express. Deux variantes de tracé sont à l'étude et un large ensemble d'outils de communication doit permettre aux administrés de se prononcer sur le projet : dossier de concertation, expositions (en mairies de Grasse et Mouans Sartoux, au siège de la CAPG...), réunions publiques (6 octobre et 8 décembre), ateliers thématiques, permanences physiques.

Grasse - Mouans-Sartoux express bus: the start of a process

➤ In order to develop alternatives to exclusive car use, elected officials of the Pays de Grasse have decided to reorganise the public transport network. The process involves an ambitious and federating project focusing on buses with a high level of service connecting the park-and-ride facilities of Grasse and the gardens of the International Perfume Museum at Mouans-Sartoux: it will be called the "Express Bus". For the past year, the elected officials in question have been working on this project, and now the public has been invited to share their thoughts during discussions that will be held until the 8th of December with the residents of the CAPG and future users of the Express Bus line. Two possible routes are being examined and a broad range of communication tools has been provided to residents so that they can make informed decisions: a document summarising the project, exhibitions (at the townhalls of Grasse and Mouans-Sartoux, at the headquarters of the CAPG...), public meetings (6th of October and 8th of December), themed workshops, and information desks.

LE BUS EXPRESS EN CHIFFRES



2
Tracés à l'étude



6
Zones d'activités commerciales et économiques sont traversées par le futur Bus Express, concernant 600 entreprises et 15.000 emplois.



8 À 10 KM
De voies majoritairement réservées à la circulation du bus



100 %
Electriques : les bus qui emprunteront le tracé

COLLECTIF MOBILITE

LE MONDE ÉCONOMIQUE AZURÉEN VEUT
OUVRIR LA VOIE

Ils sont onze. Onze acteurs économiques de premier plan sur la Côte d'Azur, qui ont depuis longtemps conscience que les enjeux de mobilité allaient façonner le monde de demain. En se rassemblant au sein du Collectif Mobilités, ils entendent bien peser sur le débat autour de la mobilité au sens large, celle qui va redessiner la vie sociale, économique et environnementale de la Côte d'Azur.

Premier événement autour de la création de ce Collectif Mobilités (avec des accents nissarts, cela donne « Moubilità ») : une table ronde en présence de Karima Delli, Députée Européenne, Alice Bigorne de la métropole NCA, ainsi que de représentants de collectivités territoriales et de l'état. Quatre thématiques ont permis à chacun d'échanger lors de ce premier rendez-vous : la réduction de l'empreinte carbone, l'anticipation de la transition écologique, la co-construction de l'écosystème de demain et l'engagement au service de son territoire.

Intelligence collective

Ces entrepreneurs évoluent dans le domaine du transport, des énergies, de la valorisation des déchets ou de la recherche et leur démarche est unique, porteuse de sens. Leur ambition ? Faire entendre les réflexions et les propositions issues de leur propre expertise, pour une mobilité nouvelle, durable, fruit d'une vraie intelligence collective, à l'échelle d'un territoire qu'ils connaissent bien. Trois mots d'ordre guident leur engagement : proximité, performance et respect de l'environnement. Une dizaine de propositions concrètes ont ainsi été transmises à Karima Delli qui a appelé à de nouvelles réunions avec le Collectif pour faire le point sur l'avancement de ses travaux.



11 acteurs économiques engagés

Groupe Ippolito
Transcan Groupe
Transports Barbero
Sclavo Environnement
Groupe Ragni
Veolia
Courbaisse Transports
TotalEnergies
Vinci Autoroutes
IMREDD
Mobilians Alpes-Maritimes

“ Leur ambition ?

Faire entendre les réflexions et les propositions issues de leur propre expertise, pour une mobilité nouvelle, durable, fruit d'une vraie intelligence collective, à l'échelle d'un territoire qu'ils connaissent bien. ”

The key economic players of the French Riviera want to pave the way - There are 11 of them. 11 first-rate economic stakeholders of the French Riviera who long ago realised that the challenges of mobility were going to shape tomorrow's world. By creating the Mobilities collective, they wanted to steer the conversation towards the issue of mobility, in its broadest term, as they feel it will be critical to the social, economic and environmental fabric of the French Riviera.

The first event resulting from the creation of the Mobilités collective ("Moubilità" in the Niçard dialect) is a roundtable that brought together Karima Delli, a European Deputy, Alice Bigorne, from the NCA metropole, and representatives of territorial and State associations. Four themes were discussed in this first event: reducing the carbon footprint, anticipating the environmental transition, building tomorrow's ecosystem, and the nature of their commitment to the territory's welfare.

Collective intelligence

These entrepreneurs are active in the fields of transport, energy, waste recycling and research, but they have adopted a united and highly relevant approach. So, what are they planning? Sharing their thoughts and proposals stemming from their specific areas of expertise and promoting a new and sustainable mobility born from their collective intelligence, at the scale of the territory they know so well. Three key principles guide their action: proximity, performance, and environmental respect. They have put out around ten tangible proposals and presented them to Karima Delli, who's been invited to a new round of meetings with the Collective to discuss the results achieved thus far.



4.000 ENTREPRISES À CAPITAUX ÉTRANGERS DANS LES ALPES-MARITIMES

L'Observatoire Economique Sirius de la CCI Nice Côte d'Azur vient de publier un panorama des ECE (Entreprises à Capitaux Étrangers) dans le département des Alpes-Maritimes : instructif.

4,000 companies with foreign capital in the Alpes-Maritimes The Sirius Economic Observatory of the CCI Nice Côte d'Azur has just published an overview of ECEs (Foreign Capital Enterprises) in the Alpes-Maritimes department: instructive.

On entend par ECE les entreprises dont les capitaux étrangers représentent plus de 50 % du capital total et/ou les entreprises françaises dont la tête de groupe est basée à l'étranger. Au nombre de **4.000** dans le 06, ce sont plus de **50.000 emplois** qui y sont associés. Le rythme de leur installation est resté soutenu et tout comme 2021 a été une année de relance, l'attractivité azuréenne est restée forte pour les ECE.

Sophia, toujours championne

Jean-Pierre Savarino, Président de la CCI Nice Côte d'Azur remarque que « Plus de 250 Entreprises à Capitaux Étrangers (ECE) ont ainsi été accueillies dans les Alpes-Maritimes en 2021. Malgré un contexte sanitaire anxiogène, le monde économique a maintenu sa confiance dans un territoire international et innovant ». On connaît les points forts du territoire : aéroport international accessible, écosystèmes économiques identifiés et organisés, positionnement géographique favorable... La Métropole Nice Côte d'Azur a accueilli plus de 50 % de ces nouvelles entreprises à capitaux étrangers l'an dernier mais sans surprise, dans son ensemble, c'est la CASA qui compte le plus grand nombre d'entre elles aujourd'hui, avec 763 structures qui génèrent 18.533 emplois pour le département des Alpes-Maritimes. Relevons que si l'Europe avec l'Italie, l'Espagne et le Luxembourg sont à l'origine du tiers des ECE du département, ce sont les Etats-Unis qui se distinguent en nombre d'emplois : plus de 7.000 !

Répartition des Entreprises à capitaux étrangers et les emplois qu'elles génèrent dans les Alpes-Maritimes



3/4

Des ECE sont contrôlées par des investisseurs européens

+ de 80%

Des ECE ont une activité de commerces et de services

106

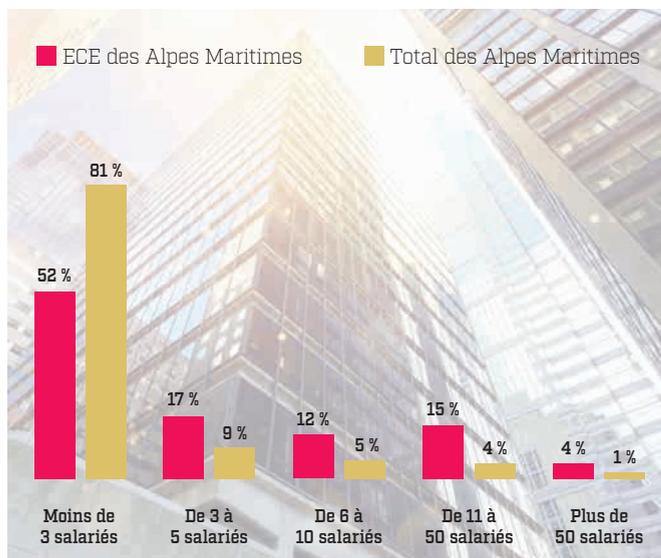
Nationalités différentes

4044

Le nombre d'ECE implantées dans le département

517

L'Italie arrive en tête des ECE installées dans les Alpes-Maritimes avec 517 entreprises



ECE means companies whose foreign capital represents more than 50% of the total capital and/or French companies whose group head is based abroad. Numbering **4,000** in the 06, more than **50,000 jobs** are associated with it. The pace of their installation has remained steady and just as 2021 was a year of recovery, the attractiveness of the Côte d'Azur has remained strong for ECEs.

Sophia, still champion

Jean-Pierre Savarino, President of the Nice Côte d'Azur CCI remarks that "More than 250 Foreign Capital Enterprises (ECE) were thus welcomed in the Alpes-Maritimes in 2021. Despite an anxiety-provoking health context, the economic

world has maintained its confidence in an international and innovative territory". We know the strong points of the territory: accessible international airport, identified and organized economic ecosystems, favorable geographical positioning... The Nice Côte d'Azur Metropolis welcomed more than 50% of these new companies with foreign capital last year, but not surprisingly it is the CASA which has the greatest number of them today, with 763 structures which generate 18,533 jobs for the Alpes-Maritimes department. It should be noted that if Europe with Italy, Spain and Luxembourg are at the origin of a third of the SCEs of the department, it is the United States which stand out in number of jobs: more than 7,000!



PROPRETE & SERVICES

SPÉCIALISTE DU MANAGEMENT DE PROXIMITÉ, GSF DÉVELOPPE LE MULTISERVICE CHEZ SES CLIENTS

Dans cinq ans, la part de l'activité du groupe GSF dévolue au Multiservice (hors propreté) devrait croître pour atteindre 15 % de son chiffre d'affaires global, qui avoisine aujourd'hui 1,104 Mds €. Un accroissement significatif stratégique qui correspond à une évolution de la demande de ses entreprises clientes, dans un contexte marqué par deux années de crise sanitaire et de restructuration du travail.

A quoi correspond cette orientation vers un accroissement de votre activité dans le multiservice, en rapport avec votre activité historique, la propreté ?

Laurent Prulière, Directeur du service R&D : Notre offre a toujours été diversifiée, dès la création de GSF, en 1963 : l'acronyme GSF signifiait d'ailleurs « Groupe Services France »... Aujourd'hui, GSF est très bien placé grâce à son organisation et ses structures de proximité pour répondre à une demande de plus en plus importante de cette activité. Notre offre, complète et opérationnelle, couvre près de 50 expertises qui vont de la gestion déléguée des déchets à l'entretien d'espaces verts en passant par la logistique, la conciergerie d'entreprise, l'hospitality ou la petite maintenance.

Expliquez-nous la différence entre « multiservice » et « multi technique » :

Laurent Prulière : Le multi technique recouvre les tâches liées à la gestion technique du bâtiment : énergie, flux, entretien technique. Le multiservice englobe toutes les activités



.....
Laurent Prulière
Directeur du service R&D
.....

GSF, a specialist of proximity management, is developing its multiservice offer for its clients - Over the next five years, the share of multiservice activities (i.e. that exclude cleaning services) provided by GSF Group should grow to reach 15% of the group's overall earnings, which currently stand at about 1.104 billion euros. This significant strategic increase is intended to meet the demand of its corporate clients, in a post-health crisis context marked by profound work restructuring.

Why did you choose to boost your multiservice activities and is it a departure from your core line of business, which traditionally focused on cleaning services?

Laurent Prulière, Head of the Research and Development Department: Our offering has historically been very diversified, ever since the creation of GSF, back in 1963; in fact, the acronym GSF stood for "Groupe Services France". Now, our competitors are increasingly adopting a multiservice approach, and GSF, thanks to the way we are organized, is extremely well positioned to meet a growing demand for this type of activity. Our offering is both complete and fully operational, and covers some 50 activities ranging from outsourced waste management and the maintenance of green spaces to logistics, corporate conciergerie, hospitality services and maintenance.

Can you explain the difference between "multiservice" and "multi-technical"?

Laurent Prulière: Multi-technical encompasses all tasks relating to the technical management



“ Notre offre, complète et opérationnelle, couvre près de 50 expertises qui vont de la gestion déléguée des déchets à l'entretien d'espaces verts en passant par la logistique, la conciergerie d'entreprise, l'hospitality ou la petite maintenance. ”





annexes qui peuvent faire l'objet d'une délégation de service, comme la propreté, la gestion des déchets, l'accueil, la gestion du courrier, la conciergerie ou le déménagement de locaux...

Dans quel contexte vous orientez-vous vers ce développement du multiservice ?

Laurent Prulière : Avec la crise sanitaire, le développement et les négociations sur le télétravail, l'occupation des locaux n'est plus la même, aussi nos clients améliorent la QVT (Qualité de Vie au Travail, NDLR), afin de travailler sur leur marque employeur et fidéliser leurs équipes.

Notre rôle est alors de lui proposer des services contributifs à la qualité de vie au travail de ses collaborateurs, lui supprimer tous ces « irritants » du quotidien, ces tâches qui ne relèvent pas de son activité principale pour qu'il puisse se concentrer sur son cœur de métier, quel qu'il soit.

Aujourd'hui, le multiservice représente 8,5 % de votre activité et cette part devrait atteindre 15 % dans cinq ans : comment y parvenir ?

Fabien Ferrero, Responsable du développement de l'offre Multiservice : Assez logiquement et le plus souvent, nous sommes -par nos prestations d'hygiène et de propreté- les fournisseurs qui passons le plus de temps dans les locaux de nos clients. Cela fait de nous les prestataires les plus à même de proposer du pilotage de prestations. Il nous est alors plus facile et naturel de leur apporter des services périphériques.

Mais nous y parviendrons surtout parce que nous nous sommes entourés d'experts métiers et que le groupe GSF est un spécialiste du management de proximité : nous sommes au plus près de nos équipes. Le capital humain est l'une des clés de la gestion du multiservice en entreprise, qui prend de plus en plus d'importance aujourd'hui, surtout depuis la disparition progressive des départements de Services Généraux en entreprise.

“ Notre structuration fait du groupe GSF le spécialiste du management de proximité : nous sommes au plus près de nos équipes. ”

Fabien Ferrero
Responsable du développement de l'offre Multiservice



of a building: energy, networks, and technical maintenance. Multiservice has more to do with the other activities that can be outsourced, such a cleaning, waste management, hospitality, mail management, conciergerie, or moving to other facilities...

Can you tell us about the context driving this reorientation towards multiservice activities?

Laurent Prulière: Because of the health crisis, along with the development of teleworking and related negotiations, corporate facilities are no longer occupied in the same manner. On top of that, our clients are keen to improve quality of life at work, so as to boost their employer image and build loyalty among their teams. Our role is to offer services that contribute to the quality of life at work of their employees, to eliminate daily sources of frustration, namely tasks that are not part of the job, so that they can focus on their core activities, whatever these may be.

Nowadays, multiservice represents 8.5% of your activity, a portion that is set to grow to 15% in the next five years: how are you going to achieve that goal?

Fabien Ferrero, in charge of developing the multiservice offering: As is often the case, as providers of cleaning services, we are naturally those who spend the most time in our clients' facilities. This puts us in the best position to manage all kinds of other services. It is quite easy and natural for us to offer a range of peripheral services. But we are also able to do this because we are surrounded by business experts and that the GSF group is a specialist of proximity management: we are as close as can be to our teams. Human capital is the key to corporate multiservice management, an area that is undergoing significant growth at the moment, especially since the progressive disappearance of General Services departments in the corporate world.



> www.gsf.fr

Hygiène 4D

Désinfection ... Désinsectisation
Dératisation ... Désourisation



Assainissement des Espaces Depuis 1976

Sale temps pour les nuisibles, Hygiène 4D est sur leur piste !

Diagnostiquer
Débusquer
Détruire
Durablement

C'est ça l'action Hygiène 4D !

-  Diagnostic & Conseil
-  Équipe d'experts dédiés
-  Proximité
-  Rapidité d'intervention
-  Entreprise familiale

Nos domaines d'interventions



Location de machine
anti-moustique

- Désinsectisation
- Désinfection
- Dépigeonnisation
- Démoustication
- Dératisation & Désourisation
- Assainissement EU/EV/EP
- Inspection caméra des canalisations EU/EV/EP
- Débouchage canalisations hydromécanique et mécanique
- Curage réseaux biologique hydro-mécanique et mécanique
- Pompage fosses septiques & bacs à graisse
- Service débarras



AGENCE CÔTE D'AZUR

31 ch. des Tuilières
06220 VALLAURIS
04 93 74 74 00

Hygiène 4D

Désinfection ... Désinsectisation
Dératisation ... Désourisation



Assainissement des Espaces Depuis 1976

www.hygiene-4d.com



AGENCE ÎLE DE FRANCE

6 Rue Pascal
92120 MONTROUGE
01 46 56 04 44

» **SAMSI**

SPÉCIALISTE DES SERVICES INTÉGRÉS AUX ENTREPRISES

A l'origine créé en Bretagne en 1986 dans le milieu de la propreté, le groupe familial Samsic opère aujourd'hui dans 27 pays pour un chiffre d'affaires de 2.8 Milliards d'euros. Sa branche « Facility » se développe dans toute la France pour accompagner les organisations dans la gestion de leur environnement de travail. Pour la région Sud-Est, Andréa Dunas, Directrice Commerciale, évoque avec nous l'activité de Samsic Facility.

Comment êtes-vous organisés ?

Andrea Dunas : En France, la branche Samsic Facility est divisée en secteurs géographiques. Elle couvre la propreté, la sécurité, l'accueil, le Facility Management et la maintenance multi technique. Sur la direction régionale Sud Est, on compte une dizaine d'établissements sur Auvergne/Rhône-Alpes et PACA, dont Nice, qui couvre le 06, l'Est du Var, ainsi que la Corse (avec de la sous-traitance). Chaque chef d'établissement dirige, en plus des fonctions supports locales, plusieurs animateurs de secteurs, qui rayonnent sur une zone qui leur est dédiée pour assurer une proximité et réactivité auprès de nos clients.

Qu'est-ce qui différencie vos prestations ?

Nous opérons dans plusieurs dizaines d'activités sur lesquelles nous nous sommes spécialisés : il est important de souligner que Samsic a organisé ses différents métiers en leur associant un centre d'expertise qui lui permet aussi d'accompagner la formation de ses équipes. Notre leitmotiv est simple : contribuer à la performance des entreprises en leur permettant de se concentrer sur leur cœur de métier.

Quelle est la tendance chez vos clients Samsic Facility ?

Nos grands comptes ont tendance à privilégier l'externalisation de tâches et à limiter le nombre de leurs interlocuteurs. Bien souvent, ils sont clients de plusieurs métiers (propreté, maintenance, gestion des déchets...) et quand ils sont implantés sur plusieurs sites, ils ont bien compris tout l'intérêt de nous choisir pour externaliser leur maintenance multi technique par exemple. Notre expertise leur permet de réaliser des économies significatives. Nous répondons aussi aux ETI, PME et TPE qui nous choisissent souvent pour un seul métier (propreté, sécurité, accueil, RH, formation..., mais à qui nous pouvons apporter nos services sur de nombreuses autres tâches.



“ Notre leitmotiv est simple : contribuer à la performance des entreprises en leur permettant de se concentrer sur leur cœur de métier. ”

Andréa Dunas, Directrice Commerciale Samsic Facility pour la région Sud-Est



70.000
Salariés



1,6 Milliard d'€
De CA



Specialist in integrated business services - Originally created in Bretagne in 1986 in the cleaning sector, the Samsic family group now operates in 27 countries for a turnover of 2.8 billion euros. Its "Facility" branch is developing throughout France to support organizations in managing their work environment. For the South-East region, Andréa Dunas, Sales Director, talks to us about the activity of Samsic Facility.

How are you organized?

Andrea Dunas: In France, the Samsic Facility branch is divided into geographical sectors. It covers cleanliness, security, reception, facility management and multi-technical maintenance. In the South-East regional department, there are around ten establishments in Auvergne/Rhône-Alpes and PACA, including Nice, which covers the 06, the east of Var, as well as Corsica (with subcontracting). Each head of establishment manages, in addition to local support functions, several sector facilitators, who radiate over an area dedicated to them to ensure proximity and responsiveness to our customers.

What sets your services apart?

We operate in several dozen activities in which we specialize: it is important to emphasize that Samsic has organized its various businesses by associating them with a center of expertise which also allows it to support the training of its teams. Our leitmotif is simple: contribute to the performance of companies by allowing them to focus on their core business.

What is the trend among your Samsic Facility customers?

Our large accounts tend to favor the outsourcing of tasks and limit the number of their interlocutors. Very often, they are customers of several trades (cleaning, maintenance, waste management, etc.) and when they are established on several sites, they have understood the interest of choosing us to outsource their multi-technical maintenance, for example. Our expertise enables them to achieve significant savings. We also respond to ETIs, SMEs and VSEs who often choose us for a single business (cleaning, security, reception, HR, training, etc.), but to whom we can provide our services for many other tasks.



» SAMSI NICE

37 Ch. de Puissanton
Bâtiment A - Entrée B
06220 Vallauris
04 92 96 91 00
www.samsic.fr



IT, INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE & SCIENCES DU VIVANT

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

NEWS IT

NICE : LA CCI carbure au soleil

➤ 54 panneaux solaires (l'équivalent de 90 m²) ont été installés sur le toit de cet édifice centenaire, classé « patrimoine sauvegardé », et situé en plein cœur de ville. L'objectif : en faire le premier lieu classé à recevoir une évaluation « SGR - Smart Grids Ready », synonyme de bâtiment intelligent sur les aspects énergétiques. Les nouvelles installations vont permettre une production photovoltaïque en autoconsommation à hauteur de 26 000 kWh / an, contribuant à une économie annuelle d'énergie de 6 %.



➤ *Nice: the CCI runs on the sun - 54 solar panels (the equivalent of 90 m²) have been installed on the roof of this century-old building, classified as a "preserved heritage", and located in the heart of the city. The objective: to make it the first classified place to receive an "SGR - Smart Grids Ready" assessment, synonymous with smart building on energy aspects. The new installations will enable self-consumption photovoltaic production of up to 26,000 kWh / year, contributing to an annual energy saving of 6%.*

➤ www.cote-azur.cci.fr



EZAKO MET DE L'IA dans le contrôle des bagages



➤ Basée à Sophia Antipolis, la startup Ezako, spécialisée dans l'intelligence artificielle, a créé Upalgo Anomaly Detection, un logiciel basé sur le Deep Learning pour détecter les comportements anormaux. Cette technologie sert la nouvelle solution de l'entreprise, « Vascreen », applicable au contrôle des bagages et qui présente un taux de détection élevé de plus de 90 %, un taux de fausses alertes faible et la capacité de détecter des substances inconnues ou nouvelles. Le programme Européen SecurIT, qui aide et soutient financièrement les projets IT de pointe dans le domaine de la sécurité, a sélectionné Vascreen.

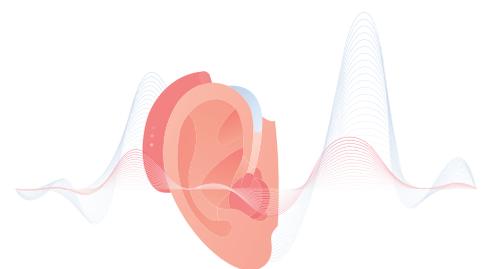
➤ *Ezako puts AI in baggage control - Based in Sophia Antipolis, the startup Ezako, specialized in artificial intelligence, has created Upalgo Anomaly Detection, a software based on Deep Learning to detect abnormal behavior. This technology serves the company's new solution, "Vascreen", applicable to baggage screening and which has a high detection rate of more than 90%, a low false alarm rate and the ability to detect unknown or new substances. The European program SecurIT, which helps and financially supports advanced IT projects in the field of security, has selected Vascreen.*

➤ ezako.com



NEOCUSTIC se fait entendre outre-Rhin

➤ Accompagnée dans son implantation à Sophia Antipolis par l'agence de développement économique Team Côte d'Azur, la MedTech Neocustic vient d'annoncer la conclusion d'une première commande de 250 K€ auprès du groupe Allemand Audifon. Neocustic développe des solutions basées sur l'intelligence artificielle appliquées à l'audiologie : aides auditives connectées, applications pour smartphone et applications professionnelles.



➤ *Neocustic makes itself heard in Germany* Accompanied in its establishment in Sophia Antipolis by the economic development agency Team Côte d'Azur, the MedTech Neocustic has just announced the conclusion of a first order of 250,000 € with the German group Audifon. Neocustic develops solutions based on artificial intelligence applied to audiology: connected hearing aids, smartphone applications and professional applications.

➤ neocustic.com



SOPH.I.A SUMMIT

23 AU 25 NOVEMBRE

I.A. : DERNIÈRES AVANCÉES MONDIALES

Organisé par Université Côte d'Azur, la Communauté d'Agglomération de Sophia Antipolis et le Sophia Club Entreprises avec le soutien du département des Alpes Maritimes, le Soph.I.A Summit revient pour sa 5^{ème} édition du 23 au 25 novembre à Sophia Antipolis.

A.I.: latest global advances - Organized by Université Côte d'Azur, the Community of Agglomeration of Sophia Antipolis and the Sophia Club Entreprises with the support of the Alpes Maritimes department, the Soph.I.A Summit returns for its 5th edition from November 23 to 25 in Sophia Antipolis.

Ce rendez-vous de référence dans la recherche en intelligence artificielle dévoilera les dernières avancées mondiales dans ce domaine et ses nombreuses applications. Comme chaque année, l'événement réunira les acteurs français et internationaux de l'Intelligence Artificielle issus des univers académiques, institutionnels et privés. Nouveauté pour cette cinquième édition : les meilleurs projets et travaux présentés se verront attribuer un prix financier.

Un programme complet en six thématiques

Les chercheurs, universitaires, institutionnels, et entreprises privées du monde entier auront cette année encore, de nombreuses opportunités de rencontres et d'échanges à la fois en direct à Sophia Antipolis et en ligne autour des six thèmes suivants :

- > **AI Fundamentals** : fondamentaux de l'intelligence artificielle
- > **AI & Health** : intelligence artificielle appliquée à la santé
- > **AI & Biology** : intelligence artificielle appliquée à la biologie
- > **AI & Smart Territories** : intelligence artificielle appliquée aux territoires intelligents
- > **Sustainable AI** : intelligence artificielle appliquée au développement durable
- > **AI & management** : relations entre intelligence artificielle et management

Créé il y a cinq ans, le Soph.I.A Summit s'est rapidement imposé comme un rendez-vous incontournable de la recherche internationale en intelligence artificielle. Une occasion unique d'entrer de plain-pied dans cette technologie désormais incontournable de la transformation digitale du monde.



© Université Côte d'Azur

This benchmark event in artificial intelligence research will unveil the latest global advances in this field and its many applications. As every year, the event will bring together French and international players in Artificial Intelligence from the academic, institutional and private worlds. New for this fifth edition: the best projects and works presented will be awarded a financial prize.

A complete program in six themes

This year again, researchers, academics, institutions and private companies from all over the world will have many opportunities for meetings and exchanges both live in Sophia Antipolis and online around the following six themes:

- > **AI Fundamentals**: fundamentals of artificial intelligence
 - > **AI & Health**: artificial intelligence applied to health
 - > **AI & Biology**: artificial intelligence applied to biology
 - > **AI & Smart Territories**: artificial intelligence applied to smart territories
 - > **Sustainable AI**: artificial intelligence applied to sustainable development
 - > **AI & management**: relationship between artificial intelligence and management
- Created five years ago, the Soph.I.A Summit quickly established itself as an unmissable event for international research in artificial intelligence. A unique opportunity to enter fully into this now essential technology for the digital transformation of the world.

SOPHIA

DU 23 AU 25 NOVEMBRE

424
Participants
l'an dernier

17
Pays
représentés

S'inscrire à l'événement :
> <https://univ-cotedazur.eu/events/sophia-summit/registrations>

DOSSIER RÉUSSIR SA TRANSFORMATION DIGITALE

➤ Le pari de la transformation digitale des entreprises se retrouve lancé dans toutes les sphères professionnelles, quelles que soient les activités et le périmètre d'influence des entreprises d'aujourd'hui.

Car chacun sait que le changement est la composante essentielle de la stratégie de l'entreprise 3.0. Si les parcours ne sont pas les mêmes et que tous n'ont pas la même appétence pour la transformation, dès que la décision est prise, découvrez comment nos partenaires les accompagnent dans leur démarche, prenant en compte leur écosystème et leurs singularités, pour leur assurer une évolution équilibrée et durable.



THE NEOSHIELDS
DATA RISK MANAGEMENT & COMPLIANCE

The Neoshields ➤ P 43



SII ➤ P 44



PS Read me ➤ P 46

➤ Succeed in your digital transformation - The bet on the digital transformation of companies is launched in all professional spheres, regardless of the activities and scope of influence of today's companies.

Because everyone knows that change is the essential component of the company 3.0 strategy. If the paths are not the same and not everyone has the same appetite for transformation, as soon as the decision is made, find out how our partners support them in their approach, considering their ecosystem and their singularities, for them ensure a balanced and sustainable development.



63 %

Des dirigeants français interrogés dans le cadre d'une étude INSEE d'avril 2022, perçoivent la digitalisation comme une contrainte.

French leaders interviewed as part of an INSEE study of April 2022 perceive digitalization as a constraint.

14 %

Des PME françaises s'estiment « correctement numérisées », selon une étude Fabernovel

French SMEs consider themselves "correctly digitized", according to a Fabernovel study

78 %

De leurs dirigeants pensent que le numérique est un bénéfice réel pour eux

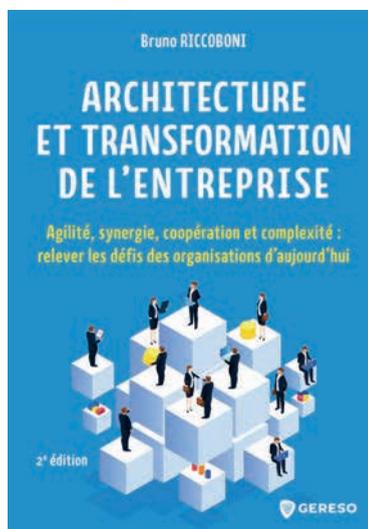
Of their leaders think that digital is a real benefit for them

➤ A LIRE

ARCHITECTURE ET TRANSFORMATION DE L'ENTREPRISE

➤ Dans un contexte d'innovation permanente, et face à des enjeux qui paraissent contradictoires (agilité, maîtrise de la complexité, recherche de synergie...), les acteurs de l'entreprise ont besoin d'une compréhension claire et opérationnelle des mécanismes de transformation.

Ce livre présente une nouvelle façon d'appréhender les organisations, inspirée de la pensée systémique et de l'architecture d'entreprise, qui privilégie la vision globale, la transversalité, l'interconnexion des concepts, la cartographie et la mise en relation des acteurs.



➤ In a context of constant innovation, and faced with challenges that seem contradictory (agility, mastery of complexity, search for synergy, etc.), the actors of the company need a clear and operational understanding of the mechanisms of transformation.

This book presents a new way of understanding organizations, inspired by systemic thinking and enterprise architecture, which favors global vision, transversality, interconnection of concepts, mapping and linking of actors.

Architecture et transformation de l'entreprise - Par Bruno Riccoboni - Gereso Edition - 345 pages - 32 €

» THE NEOSHIELDS

UNE PLATEFORME POUR LE RGPD... ET PLUS SI AFFINITÉS

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) constitue, au même titre que la cyber-sécurité ou la conformité, le cœur des nouveaux enjeux liés à la digitalisation des entreprises. Chez The Neoshields, spécialiste de la conformité RGPD, on met au point des solutions de pilotage sur ces questions qui permettent de passer le cap de la transformation digitale en toute quiétude.

A GDPR platform... and maybe more! - The general data protection regulation (GDPR) lies, as much as cybersecurity and compliance, at the very heart of the new challenges facing companies undergoing digital transformation. At The Neoshields, a specialist of GDPR compliance, new solutions are being implemented relating to these questions, allowing companies to skilfully navigate the intricacies of digital transformation.

Q u'est-ce que la nouvelle version de votre produit, Privashield ?

Xavier Leclerc, fondateur de The Neoshields : L'entreprise d'aujourd'hui est confrontée à un ensemble de données à gérer, qui relèvent de la sécurité, de la conformité comme du fameux RGPD. Toute cette panoplie de risques et d'informations, il faut pouvoir les maîtriser. C'est dans ce sens que nous avons voulu créer une plateforme de pilotage, de management des données : « Privashield », dont la V10 sort ce mois-ci. Elle permet de gérer le RGPD et les risques associés : gestion des alertes professionnelles, conformité, monitoring des cookies ou pilotage des données structurées et non structurées. On pourra y retrouver des acteurs de la cybersécurité, mais aussi des spécialistes de la GED (Gestion Electronique de Documents), ou encore des acteurs de la compliance, l'ensemble des processus destinés à assurer qu'une entreprise respecte les normes juridiques et éthiques qui lui sont applicables.



» **Xavier Leclerc**, fondateur de The Neoshields, spécialiste de la conformité RGPD

W hat can you tell us about the latest version of your product, Privashield?

Xavier Leclerc, founder of The Neoshields: Modern companies are currently confronted with different types of data they need to handle, relating to security or compliance, as is the case with the well-known GDPR. It is essential to be in perfect control of this wide range of risks and information. This is why we wanted to create a platform for data control and management: "Privashield", of which the 10th version is being released this month. It helps manage GDPR and associated risks, such as the management of professional notifications, compliance, cookies monitoring, or control of structured and unstructured data. It provides access to cybersecurity stakeholders, as well as specialists of document management systems, compliance experts, and to all the processes designed to ensure that a company complies with the legal and ethical standards applicable to them.

How do you manage to implement all these tools on a single platform?

Although we specialise in GDPR, we also work with several partners. For instance, from now on Privashield will communicate with Clarisse, the software tool developed by Accecia for data organisation, classification and security. Ours is a modular platform that communicates with other specialised software tools based on our clients' needs and is not too heavy for its users.

Don't all companies have the same needs?

Of course not. Obligations under anticorruption laws only concern companies that have more than 50 employees. Therefore, we adapt Privashield to our clients' expectations. Broadly speaking, that is our main purpose, we are the shield that our clients need!

Comment facilitez-vous la mise en œuvre de toutes ces fonctionnalités sur la plateforme ?

Nous sommes des spécialistes du RGPD mais nous travaillons avec plusieurs partenaires. Ainsi, Privashield communiquera désormais avec Clarisse, la solution d'organisation, de classement et de sécurisation des données développée par Accecia. La plateforme est modulable et communicante avec d'autres solutions expertes en fonction des besoins clients, pour ne pas être trop lourde en gestion pour ses utilisateurs.

Toutes les entreprises n'ont pas les mêmes besoins ?

Non, bien sûr. L'obligation vis-à-vis de la lutte anticorruption ne concerne par exemple que les entreprises de plus de 50 employés. Nous adaptons donc Privashield aux attentes de nos clients. D'une manière générale, et c'est bien là toute notre raison d'être (« Shield » signifiant « bouclier », NDLR) nous sommes les protecteurs de nos clients !

» La plateforme

Privashield permet de gérer le RGPD et les risques associés : gestion des alertes professionnelles, conformité, monitoring des cookies ou pilotage des données structurées et non structurées.



» THE NEOSHIELDS

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

POUR UNE TRANSFORMATION DIGITALE DURABLE ET AGILE

Julien Hutin est Directeur des opérations Sud-Est pour SII. L'ESN de dimension internationale aide ses clients à intégrer les nouvelles technologies et les méthodes de management de l'innovation. Du grand groupe à la PME, ils abordent la transformation digitale de leurs activités avec plusieurs attentes : agilité, sécurité, réduction des coûts... Portée par un contexte de transformation profonde de l'entreprise, l'ESN de Sophia Antipolis y répond avec une démarche agile et durable.

Comment s'articule l'accompagnement de vos clients dans leur transformation digitale ?

Julien Hutin, Directeur des opérations SII Sud-Est : La première étape consiste à identifier leur besoin. Nous avons chez nos clients un certain nombre d'interlocuteurs : responsables de départements, personnels très opérationnels sur des projets techniques, DSI (Directeur de Service Informatique) aussi bien que tous les services supports du groupe. L'un des acteurs que nous adressons est bien souvent le DSI. Car il a pour mission de mettre à disposition des équipes toutes les infrastructures techniques pour qu'elles puissent travailler dans les meilleures conditions.

Dans certains cas, les contours du projet sont bien définis, alors nous prenons en charge le sujet que nous réalisons de manière autonome avec nos équipes sous la gouvernance de la Direction des Opérations. Dans d'autres cas, notre client a simplement besoin d'une compétence ponctuelle comme un ingénieur DevOps par exemple, que nous sommes en mesure de pouvoir lui apporter. Ceci constitue notre activité d'accompagnement purement orienté « technique ».

Y-a-t-il plusieurs façons d'aborder la transformation digitale ?

Plusieurs approches sont possibles. Les clients étudient leur écosystème, leurs concurrents, plus agiles et pour qui le changement semble porter ses fruits. Ils font donc le constat qu'ils doivent changer et nous consultent pour cela. Autre approche : ils viennent nous voir pour un projet technique sur lequel nous travaillons et nous constatons qu'il y a des freins dans leur organisation que nous leur proposons de transformer. Mais tous n'ont pas la même appétence au changement. Ensuite, nos



.....
Julien Hutin
Directeur des opérations
Sud-Est pour SII
.....

“ Nous utilisons l'analogie du train, pour bien comprendre que chaque wagon a ses fonctionnalités propres, mais que tous doivent rouler à la même vitesse ! ”

experts de la transformation digitale réalisent un audit, une préconisation avant d'entrer dans la démarche de réalisation.

Qu'est ce qui est commun dans la démarche ?

L'agilité. Il faut de l'agilité « à l'échelle » : nous intégrons tous les maillons de la chaîne (marketing, commerce, RH...) qui vont s'aligner avec la technique pour fonctionner sur des cycles plus courts et synchrones. Nous utilisons l'analogie du train, pour bien comprendre que chaque wagon a ses fonctionnalités propres, mais que tous doivent rouler à la même vitesse !

For an agile and sustainable digital transformation

Julien Hutin is Operational Manager at SII, overseeing the south-eastern region. SII is a digital consultancy firm with an international presence. It helps its clients integrate new technologies and innovation management methods. Large corporations to small and medium-sized companies all have several expectations as they approach the digital transformation of their activities: agility, safety, cost reduction... In a context of in-depth corporate transformation, the Sophia Antipolis-based digital consultancy firm wants to meet these expectations in an agile and sustainable manner.

How are you organised to help your clients navigate the intricacies of digital transformation?

Julien Hutin, SII manager overseeing operations in the South-East: The first step is to identify their needs. There are many parties involved working for our clients: department heads, employees who are highly proficient in specific technical projects, IT managers, along with different support services that are active within the group.

More often than not, we are called upon to work closely with IT managers. They are tasked with providing their teams with all the technical infrastructures that allow them to work in the best possible conditions.

Sometimes, the outline of the project is well defined, in which case we take over and complete the work autonomously with our own teams, under the supervision of the company's Operational Managers. In other cases, our clients need people with very specific skillsets like, for instance, DevOps engineers, and we are in a position to provide the best specialists. This, in essence, forms the bulk of our purely "technical" support activity.

Are there several ways of approaching digital transformation?

Yes, there are. Some of our clients have analysed their ecosystem and have studied their more agile competitors for whom change has been beneficial. They have come to the realisation that change is necessary, and they turn to us for help. Another approach is possible: some of our clients come to see us for a technical project that is being hindered by identified organisational obstacles that we propose to overcome. But not all our clients have the same appetite for change. Our digital transformation consultants conduct an audit and make certain recommendations. Only then can we start implementing our solutions.

Lorsque nous venons transformer l'organisation d'une entreprise, nous fonctionnons nous-même en mode agile suivant l'un de ses fondamentaux qui consiste à raisonner en cycles courts et viser des avancées concrètes et rapides. Cela permet de travailler en petites étapes pour rapidement réunir les parties prenantes, vérifier que nous prenons les bonnes directions dans l'avancement du projet et repartir sur une nouvelle étape. Il n'y a plus d'effet « tunnel » où l'on se revoit tous les trois ou six mois... !

Qu'est-ce qu'attendent vos clients de votre accompagnement ?

Nous travaillons avec eux sur le développement d'une offre digitale étendue. Ils ont souvent un portefeuille de produits qui nécessitent d'être développés ou mis à jour. Leur attente principale ? Apporter une meilleure expérience à leurs clients ou utilisateurs en interne. Nos clients ont un autre besoin : ils souhaitent réduire le TTM (Time To Market), la mise sur le marché de leurs produits ou solutions digitales. Parce que tout va très vite et que leurs compétiteurs sont nombreux dans le monde informatique, il est nécessaire que nous leur apportions les bonnes compétences et s'il le faut, d'intervenir sur l'organisation de l'entreprise pour ne pas rater le créneau de mise sur le marché.

Vos clients cherchent aussi la sécurité :

Oui, c'est une attente forte et toutes nos activités fonctionnent sur des règles et des principes qui régissent la SSI (Sécurité des Systèmes d'Information), comme la norme ISO 27001, qui fait référence sur le sujet. Elles nous donnent les standards pour travailler dans les meilleures conditions.

Enfin, la finalité de notre intervention est souvent la réduction des coûts pour l'entreprise. On y travaille avec la digitalisation des process comme avec l'automatisation. L'ensemble de ces adaptations permet d'optimiser le travail des équipes.

Pour nous, l'enjeu est fort : nous attirons des talents en travaillant sur de beaux projets de transformation digitale, maîtrisés de bout en bout. C'est un levier pour recruter et cela constitue un cercle vertueux pour notre activité.

“ Nous attirons des talents en travaillant sur de beaux projets de transformation digitale, maîtrisés de bout en bout. C'est un levier pour recruter et cela constitue un cercle vertueux pour notre activité. ”

What do all these approaches have in common?

Agility. Agility must be "to scale": we work on every link of the chain (marketing, sales, HR...) and align them with the latest technical innovations. Our main goal is to operate on shorter and more synchronous cycles. We use the train metaphor, to show that each car has its own functionalities, but they all have to travel at the same speed!

When we want to transform a company's structure, we implement agile work methods according to a basic principle that requires us to think in short cycles and aim at achieving tangible and rapid progress. It allows us to proceed in small steps, to quickly bring

together all the relevant stakeholders, and to confirm that we are pulling in the right direction in terms of the project's progress, before undertaking a new step. The idea is to rid ourselves of the "tunnel" effect, where we meet every three or six months!

What do your clients expect from the support you provide?

We work with them to develop a broad digital offering. They often have a portfolio of products that need to be developed or updated. As to their main expectation? Offering an improved experience to their clients or internal users.

Our clients also express another need: they often want to reduce the time to market of their products or digital solutions. Nowadays, everything evolves so quickly, and the competition is fierce in the IT industry, which is why we have to offer the right skills and, where necessary, work on the corporate structure of the client company and not miss the opportunity of bringing their solutions to the market.

Your clients also seek increased security, don't they?

Yes, this is indeed a widespread expectation, and our activities are geared around the rules and principles that govern computer security, such as standard ISO 27001, which is the reference in this matter. These rules provide the framework that allows us to work in the best possible conditions.

Finally, the purpose of our interventions is often to reduce costs for the client company. We achieve this by digitalising and automating certain processes. All of these adaptations lead to optimised work processes and teams.

For us it is a massive challenge: we attract talent by working on great digital transformation projects, which we oversee from start to finish. It's a recruitment tool, and in turn, it constitutes a virtuous cycle for our activity.

EN CHIFFRES



18
Pays



100
Sites dans le monde



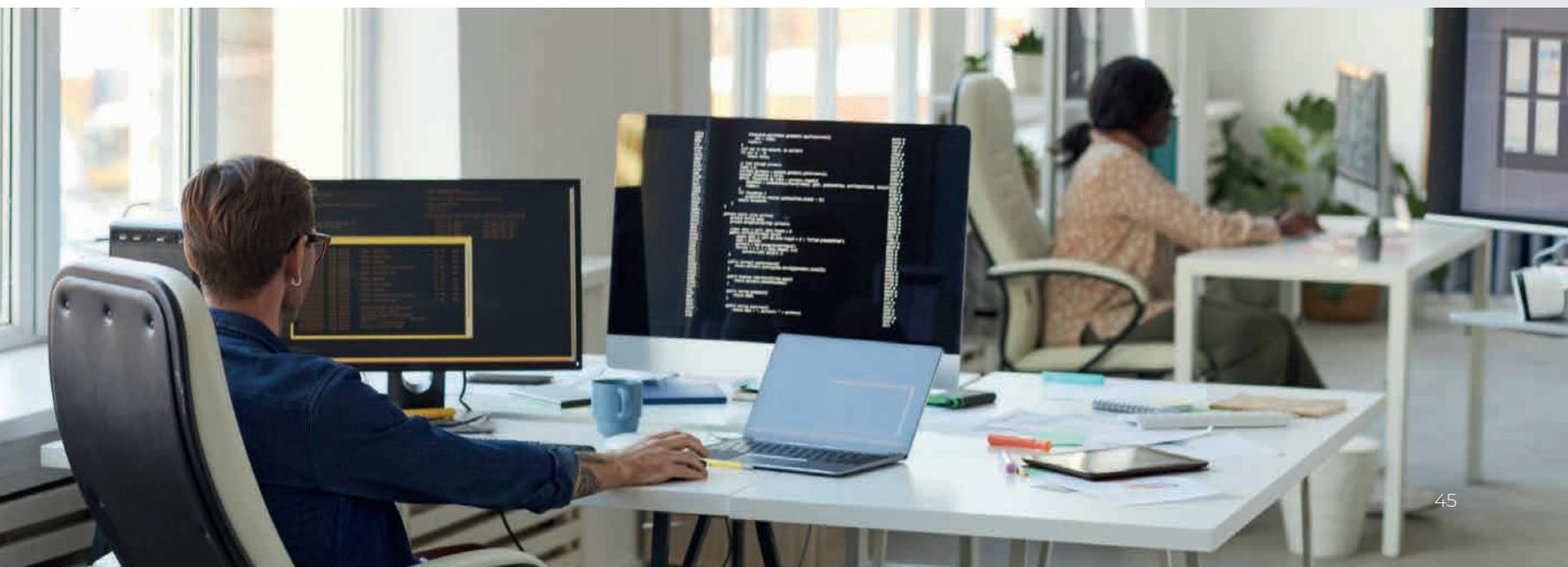
13.000
Collaborateurs



828.9 M€
De chiffre d'affaires pour
SII sur 2021-2022



➤ www.sii-group.com



» PS
README

DES MESSAGES POUR APRÈS

Si le digital est le règne de l'immédiateté et de l'éphémère, il peut aussi être le lieu de notre Héritage Sentimental, un endroit où l'on choisit d'archiver ses informations, ses secrets les plus intimes. C'est en réfléchissant à tout cela et à la notion du souvenir et de sa transmission que Nicolas Duran a imaginé la plateforme numérique PS Read Me.

Messages for after - If digital is the reign of immediacy and the ephemeral, it can also be the place of our Sentimental Heritage, a place where we choose to archive our information, our most intimate secrets. It is by reflecting on all this and on the notion of memory and its transmission that Nicolas Duran imagined the PS Read Me digital platform.

Sa réflexion est issue d'une carrière de 13 années, dans l'urgence, terminée à la brigade de sapeurs pompiers de Paris. Spectateur de ce que nous réserve la vie, il souhaite œuvrer afin qu'aucun enfant ne soit plus en carence de la connaissance d'un de ses parents parti trop tôt, de sa voix, sa gestuelle, de qui il était.

Précurseur de l'héritage sentimental, PS Read me, voit alors le jour en 2018 en vue de sauvegarder des moments forts de notre quotidien en vue de les transmettre, un jour : " Pour vous donner un exemple, l'utilisateur identifie 3 proches à qui il souhaite transmettre un message de bienveillance. Chaque message créé peut être différent, écrit, audio et vidéo. Aucun des proches n'est informé de la démarche tout au long de l'existence de l'utilisateur. Aucun destinataire ne saura qui d'autre a reçu un message, le moment venu." Chaque message est donc transmis confidentiellement à ses destinataires, après le décès de l'utilisateur.

L'héritage sentimental devient donc unique, intemporel et à portée de main, pour ses utilisateurs comme pour ses destinataires.

Le service d'héritage sentimental est décliné sous la forme d'une formule gratuite et payante (290 €) variant en fonction de ce que l'utilisateur souhaite transmettre.



His thinking comes from a career of 13 years, in an emergency, ended at the Paris fire brigade. Spectator of what life has in store for us, he wishes to work so that no child is no longer lacking in the knowledge of one of his parents who left too soon, of his voice, his gestures, of who he was.

Precursor of the sentimental heritage, PS Read me, was born in 2018 to save highlights of our daily life in order to transmit them, one day: " To give you an example, the user identifies 3 relatives to whom he wishes to transmit a

message of benevolence. Each message created can be different, written, audio and video. None of the relatives is informed of the process throughout the existence of the user. No recipient will know who else has received a message when the time comes." Each message is therefore transmitted confidentially to its recipients, after the death of the user.

The sentimental heritage therefore becomes unique, timeless and within reach, for its users as well as for its recipients.

The sentimental inheritance service is available in the form of a free and paid formula (290 €) varying according to what the user wishes to transmit.



» 2 Formules

"Jardin Secret" disponibles

» Des messages

Photos, audios et vidéos entièrement personnalisables

PS Read me

» ps-readme.com



VILLAGE DES SCIENCES & DE L'INNOVATION

PALAIS DES CONGRÈS DE JUAN-LES-PINS

20 ANS
de la
CASA

CHANGEMENT CLIMATIQUE

ATTÉNUATION & ADAPTATION
ENTRÉE GRATUITE

SAMEDI 13H À 19H
DIMANCHE 10H À 18H

15 & 16
OCTOBRE 2022

PLUS D'INFOS
AGGLO-SOPHIAANTIPOLIS.FR





PROFESSIONS LIBERALES, BANQUE, FINANCE, ASSURANCES & MUTUELLES

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

» L'INFO FISCALE

LE DROIT À L'ERREUR : prudence !



The right to error: be careful! - If both companies and individuals can benefit from the "right to error", it is important to recall the context and explain the limits of this measure.

450,000

In 2018, the law "for a State at the service of a society of trust" came into force. Since then, 450,000 "error rights" have been granted.

What is the right to error?

This measure makes it possible to regularize an error made in a declaration to the administration without being sanctioned. It is based on a priori good faith: it is up to the administration to demonstrate the bad faith of the taxpayer, because the burden of proof is reversed.

3 conditions to benefit from it

- *it must be a material error and a first breach;*
- *you must regularize your situation on your own initiative or at the request of the administration, and of course within the time limit indicated;*
- *you must be in good faith.*

Cases of exclusions

Certain errors can never fall within the scope of the right to error: in the event of bad faith or fraud, gross negligence, criminal sanction; in the event of harm to public health, the environment, the safety of persons or property; or when the sanction is provided for by European Union law. Remember that the right to make mistakes is not a systematic possibility of making a mistake: it does not apply to repeat offenders or fraudsters. It is also not a right to delay! The list of the most frequent errors can be consulted on the site [oups.gov.fr](https://www.ups.gov.fr). If in doubt, do not hesitate to seek professional advice!

Si les entreprises comme les particuliers, peuvent bénéficier du « droit à l'erreur », il est important d'en rappeler le contexte et d'expliquer les limites de cette mesure.

450.000

En 2018, la loi « pour un Etat au service d'une société de confiance » est entrée en vigueur. Depuis lors, 450.000 « droits à l'erreur » ont été accordés.

Le droit à l'erreur, c'est quoi ?

Cette mesure permet de régulariser une erreur commise dans une déclaration à l'administration sans être sanctionné. Elle repose sur un a priori de bonne foi : c'est à l'administration de démontrer la mauvaise foi du contribuable, car la charge de la preuve est inversée.

3 conditions pour en bénéficier

- il doit s'agir d'une erreur matérielle et d'un premier manquement ;

- il faut régulariser sa situation de sa propre initiative ou à la demande de l'administration, et bien évidemment dans le délai indiqué ;
- il faut être de bonne foi.

Cas d'exclusions

Certaines erreurs ne pourront jamais rentrer dans le cadre du droit à l'erreur : en cas de mauvaise foi ou de fraude, de négligence grave, de sanction pénale ; en cas d'atteinte à la santé publique, à l'environnement, à la sécurité des personnes ou des biens ; ou encore lorsque la sanction est prévue par le droit de l'Union européenne.

N'oubliez pas que le droit à l'erreur n'est pas une possibilité systématique de se tromper : il ne s'applique ni aux récidivistes, ni aux fraudeurs. Ce n'est pas non plus un droit au retard ! La liste des erreurs les plus fréquentes peut être consultée sur le site [oups.gov.fr](https://www.ups.gov.fr).

En cas de doute, n'hésitez pas à vous faire conseiller par des professionnels !

» LE CONSERVATEUR

« DEPUIS 1844, NOUS DONNONS DE LA VALEUR AU TEMPS »

L'un des acteurs majeurs du marché français de l'épargne et de la gestion patrimoniale s'appuie sur un réseau de plus de 650 Agents généraux d'Assurance, dont Amélie Angard fait partie pour le territoire Var-Alpes-Maritimes. Elle nous explique le fonctionnement et les vertus du Groupe Le Conservateur, dont la philosophie s'attache à donner de la valeur au temps, en évitant les pièges du court terme et des effets de mode.

A mémie, présentez-nous Le Conservateur ainsi que votre parcours :

Depuis 1844, Le Conservateur est une Maison mutualiste indépendante au service de la stratégie patrimoniale. Pour mesurer son influence, au 1^{er} janvier 2022, cet acteur majeur du marché patrimonial français gère près de 9,9 Milliards d'euros d'actifs avec 263 000 Sociétaires ! Convaincue par son modèle, j'ai souhaité rejoindre le réseau après un Master en Gestion de Patrimoine et une carrière bancaire de près de 15 ans auprès des professionnels et des entreprises.

Qu'avez-vous trouvé au Conservateur ?

Je voulais remettre le client au cœur de mon métier de conseiller : l'expertise, la discrétion et l'écoute dans la construction d'une relation personnalisée et dans le long terme sont les bases du modèle du Conservateur.

Qu'attendent vos clients ?

Ils ont besoin d'un regard neuf sur leur patrimoine. Ainsi, nous engageons avec eux une réflexion globale qui dépasse le cadre purement financier pour analyser leur situation et les aider à diversifier leur épargne, au-delà des seuls produits liés à l'immobilier.

Que leur proposez-vous ?

Suivant la personnalité de mon client, ses attentes, son appétence au risque, ses objectifs, ses contraintes, je lui propose une stratégie patrimoniale sur mesure composée de solutions les mieux adaptées à sa situation : assurance-vie, épargne, retraite et prévoyance, placements financiers... Nous proposons également un accompagnement aux chefs d'entreprise pour la trésorerie d'entreprise et le bon équilibre entre patrimoine privé et professionnel. Assureur mutualiste, nous ne sommes pas soumis aux contraintes de l'actionariat et pouvons leur offrir



Amélie Angard, Agent Général pour le territoire Var-Alpes-Maritimes - Le Conservateur

“ L'expertise, la discrétion et l'écoute dans la construction d'une relation personnalisée et dans le long terme sont les bases du modèle du Conservateur ”

une liberté dans le choix des produits financiers. Nous gérons ainsi intégralement la diversification de portefeuille de nos clients.

Parlez-nous de votre produit 'signature', la Tontine :

Association collective d'épargne viagère, la Tontine réunit des épargnants qui investissent des fonds en commun pour une durée de 10 à 25 ans. Pendant la durée du placement, l'épargne, indisponible, est confiée aux gestionnaires du Conservateur. Libérés de toute contrainte de liquidités, ils font évoluer l'allocation financière de la Tontine en fonction du temps restant avant l'année de la répartition, ce qui permet de diversifier vos placements vers les marchés les plus porteurs à long terme et d'opter pour une gestion en différentiel d'inflation. À l'échéance, vous bénéficiez alors d'une épargne qui participera à réaliser vos projets.

"Since 1844, we have valued time" - One of the major players in the French savings and wealth management market relies on a network of more than 650 General Insurance Agents, of which Amélie Angard is a member for the Var-Alpes-Maritimes territory. She explains to us the operation and the virtues of the Le Conservateur Group, whose philosophy is to give value to time, avoiding the pitfalls of the short term and fashion effects.

A mémie, tell us about Le Conservateur and your background:

Since 1844, Le Conservateur has been an independent mutual fund at the service of wealth strategy. To measure its influence, on January 1, 2022, this major player in the French wealth market managed nearly 9.9 billion euros in assets with 263,000 members!

Convinced by its model, I wanted to join the network after a Master's degree in Wealth Management and a banking career of nearly 15 years with professionals and companies.

What did you find at Le Conservateur?

I wanted to put the client back at the heart of my job as an adviser: expertise, discretion and listening in the construction of a personalized and long-term relationship are the bases of Le Conservateur's model.

What are your customers expecting?

They need a fresh look at their heritage. Thus, we engage with them in a global reflection that goes beyond the purely financial framework to analyze their situation and help them diversify their savings, beyond only products related to real estate.

What do you offer them?

Depending on the personality of my client, his expectations, his appetite for risk, his objectives, his constraints, I offer him a tailor-made wealth strategy composed of solutions best suited to his situation: life insurance, savings, retirement and provident insurance, investments financial... We also offer support to business leaders for business cash flow and the right balance between private and professional assets. As a mutual insurer, we are not subject to the constraints of shareholding and can offer them freedom in the choice of financial products. We thus fully manage the diversification of our clients' portfolios.

Tell us about your 'signature' product, the Tontine:

A collective life savings association, the Tontine brings together savers who invest funds in common for a period of 10 to 25 years. During the investment period, the savings, which are not available, are entrusted to the managers of Le Conservateur. Freed from any liquidity constraint, they change the financial allocation of the Tontine according to the time remaining before the year of the distribution, which allows you to diversify your investments towards the most buoyant markets in the long term and to opt for inflation differential management. At maturity, you then benefit from savings that will contribute to carrying out your projects.

» CAISSE
D'EPARGNE
COTE D'AZUR

CLIENTS PREMIUM, LA CECAZ ACCOMPAGNE TOUS VOS INVESTISSEMENTS

Thomas Thouillez dirige le département Premium de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur. La banque coopérative régionale ne manque pas d'atouts pour séduire ses clients désireux d'expertises et de conseils sur la gestion de leur patrimoine, qu'ils relèvent de la sphère privée ou de leur activité professionnelle lorsqu'ils dirigent une entreprise. Sur la Banque et la Gestion Privée, la CECAZ vient de muscler significativement ses effectifs afin de renforcer le maillage de son territoire et rester le partenaire de proximité de tous vos investissements à visée patrimoniale.

Q uelles sont les attentes d'un client « Premium » ?

Thomas Thouillez : Sur la gestion patrimoniale, les clients ont deux grandes attentes : ils ont besoin d'expertises et d'une relation bancaire au quotidien. Sur l'expertise, la CECAZ a plusieurs ambitions : valoriser et accompagner le client dans la constitution de son patrimoine en contribuant à faire croître sa surface financière par des investissements. Nous les aidons à anticiper les revenus pour la retraite afin qu'ils restent à la hauteur du niveau de vie actuel. Nous proposons également des stratégies d'épargne défiscalisées à nos clients. Enfin, nous accompagnons nos clients dans la transmission de leur patrimoine. Sur la relation bancaire au quotidien recherchée par nos clients, nous sommes constamment disponibles, avec des experts et conseillers-assistants qui leurs sont dédiés.

Comment informez-vous cette clientèle Premium ?

Nous avons créé une série d'événements, pour les renseigner et leur fournir de l'information financière et fiscale, accompagnés de nos experts (Ingénieur patrimonial, avocat fiscaliste...). Ainsi, tables rondes, rencontres, newsletters, les thématiques retenues concernent majoritairement la fiscalité du particulier, les opportunités d'investissement immobilier (locatif, SCPI...) ainsi que des points d'actualité, qui est riche en ce moment, avec l'inflation, la hausse des taux d'intérêts, le choc énergétique, les difficultés d'approvisionnement... Cette information nourrit leur propre culture et leur donne les moyens d'être aguerris sur ces questions. Nous réalisons également des rapports fréquents sur l'actualité des marchés financiers, car bien souvent, une partie de leur patrimoine y est investie. Ces points réguliers sont ponctués de grands événements trimestriels, autour de conférences ou de prises de parole d'experts reconnus.



.....
Thomas Thouillez
dirige le département
Premium de la Caisse
d'Epargne Côte d'Azur.
.....

“ Nos clients ont un banquier privé ou un chargé d'affaires en gestion privée, et ont constamment accès à un collaborateur qui leur est affecté pour répondre à toutes les problématiques du quotidien. ”

Quelles sont vos forces ?

Nous sommes une banque régionale dont le centre de décision est sur le territoire. La Caisse d'Epargne Côte d'Azur est une banque coopérative qui appartient à ses clients sociétaires. Nous avons le désir de faire adopter à nos clients le modèle coopératif en rejoignant la Caisse d'Epargne Côte d'Azur. Nous avons mis en place un circuit court et privilégié avec des canaux d'information et une relation « premium ».

CECAZ stands by its Premium customers for all their investments - Thomas Thouillez manages the Premium service of Caisse d'Epargne Côte d'Azur. The regional cooperative bank is pulling out all the stops to appeal to its customers who want expert wealth management advice relating to their private or corporate assets. When it comes to its private banking and wealth management activities, CECAZ has significantly increased its workforce throughout the territory and is eager to remain your closest investment partner.

W hat expectations do your Premium customers express the most?

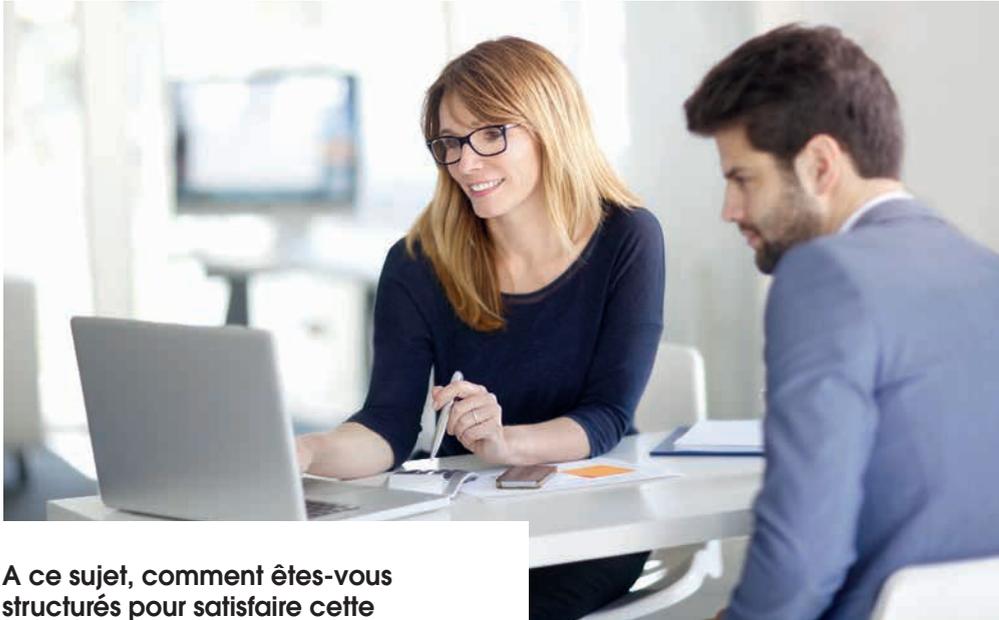
Thomas Thouillez: In terms of wealth management, our customers have two main expectations: they want expert advice and a day-to-day relationship with their bank. In terms of expertise, CECAZ is harbouring several ambitions: we want to help our customers accumulate capital by growing their financial standing through a sound investment strategy. We want to help them prepare their retirement income and ensure they can continue enjoying their current living standards. We also propose tax-free savings strategies to our customers. Finally, we provide help to our clients in all matters relating to their succession and inheritance. In terms of the day-to-day relationship our clients expect from their bank, we make sure our teams of dedicated experts and advisors are always available.

How do you ensure your Premium customers receive the right information?

We are holding a series of events to inform our clients and to provide them with the relevant financial and tax-related information delivered by our team of experts (wealth management specialists, tax lawyers...). We also hold round tables and meetings and send out newsletters focusing on chosen themes: personal income taxes, real estate investment opportunities (rental properties, REIT...), along with other news items. On that last point there is much to say, with soaring inflation and interest rates, the energy crisis, supply issues... The information we give fuels their own culture and provides them with a deeper understanding of these questions. We also prepare frequent reports detailing the latest developments impacting various financial markets in which they have invested a portion of their wealth. In addition to these regular updates, important events are held every three months, featuring conferences and speeches by renowned experts.

What are your main strengths?

We are a regional bank that makes decisions on the scale of our territory. The Caisse d'Epargne Côte d'Azur is a cooperative bank whose clients are its shareholders. We want to bring potential clients to adopt our cooperative model by joining Caisse d'Epargne Côte d'Azur. We



A ce sujet, comment êtes-vous structurés pour satisfaire cette clientèle premium ?

Nos clients sont répartis sur tout le territoire de la Côte d'Azur. Nous n'avons donc pas centralisé tous nos banquiers privés à Nice ! Si nous avons des Banques Privées à Nice, Cannes, Saint-Raphaël, ou Toulon, ce sont une quarantaine de collaborateurs qui se répartissent sur tout le territoire, de Menton à Bandol, sur la zone littorale en remontant jusqu'à Draguignan à l'ouest et jusqu'aux confins du Mercantour. Nos clients ont un banquier privé ou un chargé d'affaires en gestion privée, et ont constamment accès à un collaborateur qui leur est affecté pour répondre à toutes les problématiques du quotidien. Les besoins sont digitaux et notre application qui rencontre un énorme succès, permet le self-care de 95 % des actions (à ce sujet, la Caisse d'Épargne a été désignée « Great Performer » par l'agence de notation D-Rating pour sa performance digitale).

Présentez-nous votre offre :

Nous faisons partie du Groupe BPCE et nous bénéficions donc de l'ensemble de l'écosystème de nos gestionnaires d'actifs. Pour la gestion diversifiée, nous travaillons avec Vega, DNCA ou Mirova pour l'investissement à impact sociétal. Nous pouvons donc nous appuyer sur notre groupe lorsque nous en avons besoin, afin de mutualiser certaines compétences liées à l'épargne. Si l'un de nos clients souhaite faire un pilotage sur-mesure de son épargne financière, nous lui dédions un gérant attitré.

Notre offre liée à la préparation de la retraite passe soit par des solutions défiscalisées (PER, investissements en Pinel ou Girardin...), soit par des investissements en direct (locatif, SCPI...). Rappelons bien que notre travail est d'accompagner nos clients dans les moments-clés de sa vie.

Et à ce titre, 25 personnes ont été recrutées et formées cette année au sein de la CECAZ pour renforcer le maillage territorial et faciliter ce nouvel état d'esprit qui nous amène vers le client, pour le rencontrer sur son lieu de travail ou son lieu de vie, plutôt que de le faire venir dans nos locaux.

“ Au sein de ses 5 centres d'affaires, la CECAZ accueille les décideurs pour leur stratégie de développement et leurs besoins quotidiens ”

Vos clients Premium sont aussi des chefs d'entreprise. Parlez-nous de la structure qui leur est dédiée, la Banque Privée du dirigeant :

Assez majoritairement, le patrimoine du dirigeant se compose de deux actifs : sa résidence principale et son entreprise. Nous l'accompagnons dans sa vie privée et professionnelle. Au sein de ses 5 centres d'affaires, la CECAZ accueille les décideurs pour leur stratégie de développement et leurs besoins quotidiens. Le banquier du dirigeant va l'accompagner dans un premier temps dans ses besoins de banque au quotidien puis dans un second temps dans les trois moments clés que sont la constitution d'un patrimoine à titre privé, la préparation à la transmission (accompagnement fiscal et juridique) et la gestion de son patrimoine après la transmission.

Un conseil à retenir actuellement en matière de gestion de patrimoine ?

Nous vivons actuellement une période économique compliquée avec une inflation importante. Pour autant, cette période regorge d'opportunités. Le message est clair pour nos clients : nous sommes prêts à accompagner le placement de votre épargne, il faut l'investir et à la CECAZ, nous vous accompagnerons pour assurer votre gestion patrimoniale.

have developed and work in short circuits with dedicated information channels and a premium relationship.

Speaking of which, how are you structured to meet the demands of your premium customers?

Our clients are present throughout the French Riviera, so we have chosen not to centralise our private banking service in Nice! In fact, our private banks are present in Nice, Cannes, Saint-Raphaël, or Toulon, and we have around 40 employees deployed throughout the entire territory, from Menton to Bandol, along the coast, all the way to Draguignan to the West and even in the far reaches of the Mercantour. Our clients enjoy the services of a private banker or of a wealth management expert and can reach out at any moment to their dedicated contact person who will answer any question they may have. Many of their expressed needs are digital in nature and our app has been met with tremendous success: 95% of actions can be completed in self-care mode (in that respect, the Caisse d'Épargne has been awarded the title of "Great Performer" by the D-Rating agency for its digital performance).

What more can you tell us about your offering?

We are part of the BPCE group and, as such, we have access to an entire ecosystem of asset managers. In terms of diversified management, we work with Vega, DNCA, or Mirova to identify investments that have a positive impact on society. We are therefore able to rely on our group when circumstances require it, which allows us to bring together different skillsets relating to savings strategies. If one of our clients wants a customised management of their savings, we can assign a dedicated manager to their account. Our offering relating to retirement preparation relies either on tax-free solutions (retirement savings plan, investments under Pinel or Girardin laws...) or on direct investments (rental properties, REIT...). We want to be clear about one thing: our job is to stand by our clients during the key moments of their lives.

For this purpose, 25 new employees were recruited and trained this year by CECAZ to reinforce our presence throughout the territory and to drive this state of mind that brings us closer to our customers, to meet them at their workplace or in their homes, rather than having them come to our premises.

Some of your Premium clients are also CEOs. What can you tell us about the CEO's private bank, the structure you have in place for them?

Broadly speaking, CEOs hold two types of assets: their main residence and their company. Our role is to support them in both their private life and their corporate life. CECAZ welcomes corporate leaders in its five business centres to discuss their development strategies and their day-to-day needs. Our bankers help them navigate their daily banking needs and accompany business leaders through three key moments: the creation of private capital, the preparation of succession (legal and fiscal support), and the management of their post-succession wealth.

Is there any wealth management advice you would like to share?

We are currently going through difficult economic times marked by soaring inflation. However, the period is also rife with opportunity. Our message to our clients is clear: our role is to help you invest your savings, as these have to be invested. At CECAZ we stand ready to ensure your wealth is managed as well as it can be.



www.cecaz.fr

» ARAPL2CA

CONSTITUTION DE PATRIMOINE

LES FONDAMENTAUX DE L'ACCOMPAGNEMENT

L'ARAPL2CA, Association Régionale Agréée des Professions Libérales, des Artisans et Commerçants est un centre de prévention fiscale et une plateforme pluri-services d'accompagnement entrepreneurial. Pour cet organisme de gestion agréé, la gestion patrimoniale est un sujet phare qui pose beaucoup de questions et qui alimente de nombreux sujets.

Conférences-débats, ateliers pratiques, réunions dédiées, soirées thématiques et permanences individualisées... Tout a été mis en œuvre pour permettre au professionnel libéral d'aborder cette thématique, via une problématique de cohérence d'ensemble, dans une logique systémique. H-Michel Dau, Directeur Général, nous rappelle les fondamentaux de l'accompagnement proposé sur ces questions à l'ARAPL2CA.



Building wealth: the fundamentals of support - The ARAPL2CA, Approved Regional Association of Liberal Professions, Craftsmen and Tradesmen is a tax prevention center and a multi-service platform for entrepreneurial support. For this accredited management organization, asset management is a key subject that raises many questions and fuels many topics. Conferences-debates, practical workshops, dedicated meetings, thematic evenings and individualized hotlines... Everything has been done to allow the liberal professional to approach this theme, via a problem of overall coherence, in a systemic logic. H-Michel Dau, Managing Director, reminds us of the basics of the support offered on these issues at ARAPL2CA.

Quel rôle jouez-vous auprès de vos adhérents sur la question patrimoniale ?

H-Michel Dau, Directeur Général de l'ARAPL2CA : Notre rôle n'est pas d'apporter des solutions toutes faites, bien qu'elles soient présentées pour en cerner les contours, mais bien d'offrir à nos adhérents les bonnes pratiques d'une gestion patrimoniale en adéquation avec leurs besoins. Nous souhaitons sensibiliser, démystifier, attirer l'attention sur certains mécanismes, ouvrir des portes pour amener chacun à réfléchir, à se projeter dans une optique de constitution tangible d'un patrimoine équilibré, réactualisable tout au long de la vie, et cadrant avec les objectifs temporels du professionnel.

Se constituer un patrimoine commence souvent par la volonté d'optimiser sa fiscalité...

H-M. Dau : Oui, bien sûr et nous n'occultons aucunement la dynamique d'optimisation mais nous transmettons des notions qui nous semblent évidentes et de bon

.....
H-Michel Dau
Directeur Général
de l'ARAPL2CA
.....

“ Il est dans notre ADN d'accompagnateur-coach du professionnel libéral d'apporter à nos adhérents les bases pour bâtir un certain nombre de stratégies répondant à tous les critères ”

What role do you play with your members on the issue of building up assets?

H-Michel Dau, General Manager of ARAPL2CA: Our role is not to provide ready-made solutions, although they are presented to define the outlines, but to offer our members good practices in asset management in line with their needs. We want to raise awareness, demystify, draw attention to certain mechanisms, open doors to get everyone to think, to project themselves in a perspective

sens, en insistant sur cette idée qu'un patrimoine s'organise autour d'axes précis et non au travers d'une seule volonté de défiscalisation. Le support permettant d'éviter l'impôt, et de générer des économies permettant le financement du patrimoine sans effort d'épargne, au travers d'une opération blanche, n'existe pas, et il nous paraît important de le souligner pour éviter toute dérive.

Parallèlement, et notamment dans des investissements locatifs, nous rappelons également que la rentabilité immédiate n'est pas le seul critère à prendre en compte. L'emplacement, la qualité de construction, la valorisation de la plus-value en cas de revente, le coût du marché, la valeur locative, la réutilisation à titre privé... sont autant de facteurs à étudier pour réaliser des projections pertinentes. Il est donc dans notre ADN d'accompagnateur-coach du professionnel libéral d'apporter à nos adhérents les bases pour bâtir un certain nombre de stratégies répondant à tous les critères, dans une optique multiple de constitution d'un patrimoine équilibré, d'accroissement de ressources et de complément dans une logique de retraite et de succession.



“ Nous souhaitons sensibiliser, démystifier, attirer l'attention sur certains mécanismes, ouvrir des portes pour amener chacun à réfléchir, à se projeter dans une optique de constitution tangible d'un patrimoine équilibré ”

of tangible constitution of a balanced asset, re-updated throughout life, and framing with the time objectives of the professional.

Building up a wealth often starts with the desire to optimize your taxation...

H-M. Dau: Yes, of course, and we in no way hide the dynamics of optimization, but we pass on notions that seem obvious and common sense to us, insisting on this idea that a patrimony is organized around precise axes and not through a single desire for tax exemption. The support allowing to evade the tax, and to generate savings allowing the financing of the patrimony without effort of savings, through a white operation, does not exist, and it seems important to us to underline it to avoid any derivative.

At the same time, and particularly in rental investments, we also remind you that immediate profitability is not the only criterion to be considered. The location, the quality of construction, the valuation of the capital gain in the event of resale, the market cost, the rental value, the reuse for private purposes... are all factors to be studied to make relevant projections. It is therefore in our DNA as guide-coach of the liberal professional to provide





» CONSTITUTION DE PATRIMOINE : les recommandations de l'ARAPL2CA

Cela nécessite de la pédagogie...

Abattement, amortissement, avoir fiscal, réduction et/ou crédit d'impôt, taux marginal d'imposition... sont des notions à maîtriser pour éviter toute méprise ultérieure. La plupart des « produits patrimoniaux » sont effectivement assortis de différents dispositifs fiscaux donc certains offrent une réduction d'imposition, mais à la condition sine qua non d'être toujours imposable, au risque de perdre le bénéfice de l'avantage fiscal. Postulat justifiant cette posture de ne pas rechercher uniquement et systématiquement la suppression de l'impôt.

Il ne faut pas vouloir aller trop vite !

On ne le répètera jamais assez, le temps est l'allié du patrimoine : il faut attendre pour bénéficier des abattements sur des plus-values ; il faut 15 ans entre deux donations pour retrouver les abattements et la progressivité totale du barème des droits ; il faut 2 ans d'existence pour une holding et bénéficier de la fiscalité avantageuse sur les titres-participations ; il faut 6 ans pour bénéficier de l'abattement de 75 % de réduction sur la valeur d'une activité professionnelle dans un pacte Dutreil...

Il n'est pas besoin d'en rajouter pour comprendre qu'une organisation patrimoniale bien préparée passe par une réflexion avec de bons conseils pour combiner dans le temps les meilleures solutions.

Par où commencer ?

Il ne peut y avoir d'optimisation sans audit patrimonial ! Construire autour de choix de vie, avec des objectifs patrimoniaux clairement définis, constitue une étape qui doit être actualisée régulièrement : la vie et les hommes changent et il est important de vérifier l'adéquation des stratégies avec les besoins que doit servir son patrimoine. La

- » **Accédez à votre espace en ligne** AWS (ARAPL Web Serveur), et prenez rendez-vous avec l'un de nos spécialistes
- » Sachez **optimiser** votre statut d'adhérent et capitaliser sur ces permanences efficaces
- » **Analysez** tranquillement votre organisation patrimoniale et votre environnement d'investissement avec le consultant patrimonial
- » **Élaborez** clairement un "patrimoine cible personnalisé"
- » **Prenez votre temps** et mettez progressivement en place vos investissements, sur 6 à 24 mois
- » **Offrez-vous le confort** d'avoir un outil de pilotage dans le temps de votre patrimoine

Asset building: ARAPL2CA recommendations

- » **Access your AWS online space** (ARAPL Web Server), and make an appointment with one of our specialists
- » Know how to **optimize** your membership status and capitalize on these efficient hotlines
- » Quietly **analyze** your wealth organization and your investment environment with the wealth consultant
- » **Clearly** develop a "personalized target portfolio"
- » **Take your time** and gradually implement your investments, over 6 to 24 months
- » **Give yourself the comfort** of having a management tool over time for your assets

our members with the basics to build a certain number of strategies that meet all the criteria, with a multiple perspective of building up a balanced patrimony, increasing resources and supplements in a logic of retirement and succession.

It takes education...

Abatement, depreciation, tax credit, tax reduction and/or credit, marginal tax rate, etc. are concepts to be mastered to avoid any subsequent misunderstandings. Most "patrimony products" are effectively accompanied by different tax systems, so some offer a tax reduction, but on the sine qua non condition of still being taxable, at the risk of losing the benefit of the tax advantage. Postulate justifying this posture of not seeking solely and systematically the abolition of tax.

Don't want to go too fast!

We can never repeat it enough, time is the ally of patrimony; you have to wait to benefit from deductions on capital gains; it takes 15 years between two donations to find the reductions and the total progressiveness of the fee schedule; it takes 2 years of existence for a holding company and to benefit from the advantageous taxation on equity securities; it takes 6 years to benefit from the abatement of 75% reduction on the value of a professional activity in a Dutreil pact... There is no need to add more to understand that a well-prepared asset organization requires reflection with good advice to combine the best solutions over time.

Where to start ?

There can be no optimization without a patrimony audit! Building around lifestyle choices, with clearly defined objectives, is a step that must be updated

cohérence d'une organisation patrimoniale limite les erreurs dans les solutions et les placements choisis. Avec ces quelques clés succinctement présentées, une bonne combinaison des différents « outils » patrimoniaux et une équipe de conseils de qualité, la préservation, la valorisation et la transmission d'un patrimoine peuvent se réussir dans de bonnes conditions ».

Parlez-nous des « vendredis du patrimoine » :

Dans cette logique, l'ARAPL2CA a initié un rapprochement partenarial avec certains cabinets de gestion patrimoniale, triés sur le volet car partageant nos valeurs et notre dynamique, pour accompagner, dans la confiance, les adhérents. Au-delà des réunions thématiques, nous avons mis en place, gratuitement, un principe de permanences, « les vendredis du patrimoine », sous forme de rendez-vous individuels, en présentiel ou distanciel. Un bon moyen d'instaurer le dialogue et les conditions d'une relation optimisée !

Ainsi, depuis 2021, nous proposons à nos adhérents, une véritable approche patrimoniale au travers de permanences individuelles et de moments ciblés de rencontres où l'information qualitative et l'échange constructif sont de mise !

Notre démarche n'a aucune vocation mercantile et nous ne « vendons » aucun produit. Notre objectif s'inscrit dans cette nécessité d'apporter du conseil. Nos adhérents doivent pouvoir comprendre les tenants et aboutissants, et les enjeux d'une gestion patrimoniale, de connaître les différents mécanismes existants et leurs écueils aux fins de choisir en connaissance de cause l'articulation qui correspondra le mieux à leurs attentes.

➤ ARAPL2CA

22 av Georges Clemenceau
CS 51573 - 06010 Nice Cedex 1

04 93 82 26 51

araplca@araplca.org
www.araplca.org

» VENDREDIS DU PATRIMOINE

Nous avons mis en place, gratuitement, un principe de permanences, « les vendredis du patrimoine », sous forme de rendez-vous individuels, en présentiel ou distanciel. Un bon moyen d'instaurer le dialogue et les conditions d'une relation optimisée ! Pour bénéficier d'un rendez-vous personnalisé, contactez l'ARAPL2CA au 04 93 82 26 51 et visitez le site araplca.org

We have set up, free of charge, a principle of permanence, "Patrimony Fridays", in the form of individual meetings, face-to-face or remotely. A good way to establish dialogue and the conditions for an optimized relationship! To benefit from a personalized appointment, contact the ARAPL2CA on 04 93 82 26 51 and visit the website araplca.org



“ Notre rôle n'est pas d'apporter des solutions toutes faites, bien qu'elles soient présentées pour en cerner les contours, mais bien d'offrir à nos adhérents les bonnes pratiques d'une gestion patrimoniale en adéquation avec leurs besoins. ”

regularly: life and people change and it is important to check the adequacy of strategies with the needs that our patrimony must serve. The consistency of an asset organization limits errors in the solutions and investments chosen.

With these few keys succinctly presented, a good combination of different "patrimony tools" and a team of quality advisers, the preservation, enhancement and transmission of heritage can be successful in good conditions".

Tell us about "Patrimony Fridays":

In this logic, the ARAPL2CA has initiated a partnership with certain wealth management firms, handpicked because they share our values and our dynamic, to support, in confidence, the members. Beyond the thematic meetings, we have set up, free of charge, a principle of permanence, "Patrimony Fridays", in the form of individual meetings, face-to-face or remotely. A good way to establish dialogue and the conditions for an optimized relationship!

Thus, since 2021, we have been offering our members a real patrimony approach through individual sessions and targeted moments of meetings where qualitative information and constructive exchange are essential!

Our approach has no mercantile vocation and we do not "sell" any product. Our objective is part of this need to provide advice. Our members must be able to understand the ins and outs, and the challenges of asset management, to know the various existing mechanisms and their pitfalls to make an informed choice of the arrangement that will best meet their expectations.



COURTIERS, optimisez les contrats assurances de vos clients

➤ Depuis le 1^{er} septembre, la loi Lemoine permet à tous les emprunteurs de résilier leur contrat d'assurance à tout moment sans frais ni pénalités. Nevidis, expert en prévoyance patrimoniale individuelle, profite de cette occasion pour proposer une assurance emprunteur sur mesure et clés en main dédiée aux courtiers, « **mprunteur + by Nevidis** ».

Pour qu'ils puissent répondre favorablement aux demandes croissantes d'optimisation d'assurance de prêt immobilier, ce service inédit en France se présente sur la base d'une offre comprenant plus de 50 contrats, issus des 20 plus grandes sociétés d'assurance spécialisées du marché.



Résilier son contrat d'assurance à tout moment sans frais ni pénalités.

➤ **Brokers, optimize your clients' insurance contracts** - Since September 1, the Lemoine law has allowed all borrowers to terminate their insurance contract at any time without charge or penalty. Nevidis, an expert in individual wealth planning, is taking this opportunity to offer tailor-made, turnkey borrower insurance dedicated to brokers, "**Emprunteur + by Nevidis**".

So that they can respond favorably to the growing demands for optimization of home loan insurance, this unique service in France is presented based on an offer comprising more than 50 contracts, from the 20 largest specialized insurance companies of the market.

TENDANCE : les fintechs en pointe

➤ On estime qu'en France, les fintechs (entreprises innovantes qui améliorent l'accessibilité ou le fonctionnement des activités financières) sont passées de **350 en 2018 à 700 en 2022** (recensées par l'association France Fintech). Dans ce contexte, plusieurs startups se lancent dans le conseil en investissement, à l'image de Meyon, qui propose un service entièrement digitalisé, associé à un accompagnement humain. Notons que dans le top 3 des catégories de Fintech les plus porteuses en 2021* figurent les **Assurtechs** (services innovants dans les assurances), les **Paytechs** (moyens de paiement) et les **Investment Solutions Tech** (solutions d'investissement).

*Etude Fintech100, initiée par Truffle Capital et Finance Innovation



➤ **Trend: fintechs at the forefront** - It is estimated that in France, fintechs (innovative companies that improve the accessibility or operation of financial activities) have increased from **350 in 2018 to 700 in 2022** (listed by the France Fintech association). In this context, several startups are embarking on investment advice, like Meyon, which offers a fully digital service, combined with human support. Note that the top 3 most promising Fintech categories in 2021* include **Assurtechs** (innovative insurance services), **Paytechs** (means of payment) and **Investment Solutions Tech** (investment solutions).

Mieux connaître LA FINANCE RESPONSABLE

➤ Au vu de la pression réglementaire et sociétale forte en faveur d'investissements plus responsables, **les critères ESG** (Environnementaux, Sociaux et de bonne Gouvernance) des entreprises sont scrutés à la loupe. Mais les épargnants ne connaissent pas toujours l'**ISR**, ce label qui caractérise un investissement comme socialement responsable : selon un sondage réalisé pour le Forum pour l'Investissement Responsable, seuls **41 % des Français** en avaient déjà entendu parler. Cela devrait changer : à partir de **janvier 2023**, pour les conseillers en investissements financiers, la révision de certaines directives leur imposera d'interroger leurs clients de manière très précise sur leurs attentes en matière de durabilité.



➤ **Learn about responsible finance** - In view of the strong regulatory and societal pressure in favor of more responsible investments, the **ESG** (Environmental, Social and Good Governance) criteria of companies are scrutinized. But savers do not always know about **SRI**, this label which characterizes an investment as socially responsible: according to a survey carried out for the Forum for Responsible Investment, only **41% of French people** had already heard of it. This should change: from **January 2023**, for financial investment advisers, the revision of certain directives will require them to ask their clients very precisely about their expectations in terms of sustainability.

» **TOLTEKA**

DE LA SÉRÉNITÉ DANS VOTRE DÉMARCHÉ D'INVESTISSEMENT

Tolteka vous propose un accompagnement patrimonial « humanisé » par une équipe de professionnels passionnés. Dirigé par Fabienne Albin, le nom de Tolteka, s'inspire des 4 accords Toltèques, du nom du livre culte de Don Miguel Ruiz : il s'agit des quatre règles de vie qui doivent vous amener à l'épanouissement personnel. Parce que la constitution de votre patrimoine se doit d'être sereine.

Invest with peace of mind - Tolteka offers wealth management solutions with a human dimension, delivered by a team of consummate professionals. Under the leadership of Fabienne Albin, Tolteka is inspired from the four agreements of the Toltec culture, which form the basis of Don Miguel Ruiz's bestseller: four rules of life that will guide you towards personal fulfilment. After all, wealth management should all be about peace of mind.

Chez Tolteka, qu'est ce qui fait la particularité de votre approche ?

L'activité de gestion patrimoniale est de plus en plus digitalisée, comme beaucoup d'autres activités d'ailleurs. Chez Tolteka, notre fil rouge c'est le rapport humain. Chez nous, pas de plateforme, pas de cellule téléphonique décentralisée, nos clients bénéficient de notre disponibilité et proximité que ce soit lors de la mise en place de solutions ou de leur suivi régulier.

Avec 25 années d'expérience, notre objectif est de parfaitement connaître nos clients afin de leur apporter de la sérénité dans chacune de leurs démarches patrimoniales.

Quelles solutions privilégiez-vous ?

Nous sommes dans une situation économique particulière. Depuis ce fort phénomène inflationniste, les investisseurs ne peuvent plus se contenter de rendements de 1 ou 2 % pour leur épargne, cela reviendrait à les appauvrir avec une inflation à plus de 5 points. Chez Tolteka, nous accompagnons ces investisseurs de A à Z sur des classes d'actifs qui offrent un potentiel de rendement optimisé.

Nous travaillons sur l'immobilier locatif classique, les EPHAD ou les résidences étudiantes. Et comme on ne le dira jamais assez ! La diversification de votre investissement est primordiale, nous proposons une sélection de produits financiers : SCPI, épargne retraite, produits fiscaux (Lodeom, FIP FCPI), placements de diversification (groupement forestiers, viticoles...) : toute la gamme est certifiée par un comité d'agrément et de référencement et conçue pour optimiser le couple rendement-risque et évoluer au fil des tendances de marché et des évolutions fiscales.

A quelles difficultés faites-vous face dans le contexte actuel ?

Le grand défi en ce moment, pour notre équipe, consiste à monter des dossiers solides pour favoriser l'accès au crédit de nos clients. Nous sommes régulièrement amenés à trouver des solutions innovantes pour défendre ces dossiers auprès des banques et permettre aux investisseurs de bénéficier de l'effet de levier bancaire.



“ Chez Tolteka, nous accompagnons ces investisseurs de A à Z sur des classes d'actifs qui offrent un potentiel de rendement optimisé. ”

Fabienne Albin, dirigeante de Tolteka

TOLTEKA

775 avenue de la Plaine - 06250 Mougins
04 92 92 55 28 - 06 42 92 19 87 - tolteka.fr



What makes Tolteka's approach unique?

Wealth management has become increasingly digitalised, as have many other areas of activity. But at Tolteka, we are all about the human relationship. We don't rely on digital platforms and outsourced call centres; our clients enjoy our availability and proximity, both when implementing our solutions and as we keep a watchful eye on their investments.

With 25 years of experience, we strive to know our clients intimately, so that we can provide them with peace of mind as we manage their assets.

What are your preferred investment solutions?

We are currently in the throes of a very particular economic situation. With a five-point increase in inflation rates, investors are no longer in a position to accept 1 or 2% returns on their investments, as this would simply have the effect of decreasing their wealth. At Tolteka, we accompany our investors every step of the way, with asset classes that offer optimised yields. We are currently working on traditional rental properties, nursing homes, or student residences. And we cannot stress enough the importance of investment diversification. We offer a wide range of financial instruments: REIT, retirement savings, tax revenues (Lodeom, local investment funds, French innovation funds), along with diversification investments (in forestry and winemaking groups, etc.) Our range of instruments is certified and approved by an accreditation and referencing committee and is designed to optimise the risk-return ratio based on market trends and the evolution of tax laws.

What difficulties are you facing in the current context?

The great challenge at the moment, for our team, is to prepare solid files so that our clients enjoy easy access to loans. We are frequently tasked with finding innovating solutions to get banking institutions to accept these files, thereby allowing our investors to enjoy the leverage effect of the banking system.



VILLES, INTERCOMMUNALITÉS & VIE DES MUNICIPALITÉS

L'actualité des communes azuréennes

JUSQU'AU 17 OCTOBRE

FÊTE DE LA SCIENCE : zoom sur le climat



► Pour cette nouvelle édition, sur le mode du « Réveil climatique », la fête de la science titillera la curiosité de chacun, un peu partout dans les Alpes-Maritimes.

A Juan-les-Pins, place au Village des sciences et de l'innovation, au Palais des Congrès, les **15 et 16 octobre** avec, au programme, expériences scientifiques et ludiques, ateliers, initiation à la programmation, Intelligence Artificielle, sciences du numérique, escape game, expositions, conférences... **A Sophia Antipolis**, on fête l'IA à la Maison de l'Intelligence Artificielle, **mercredi 12 octobre, de 9 h à 17 h** : l'idée est de comprendre, découvrir et expérimenter les Intelligences Artificielles via une exposition, des ateliers ludiques, ou encore lors d'une mission qui vous sera confiée au travers d'un « Escape Game » sur le thème de l'IA. **A Mouans-Sartoux**, c'est « Faites des sciences ! » en différents endroits, **du 12 au 16 octobre** : ateliers ludiques et interactifs, découverte du ciel, escape game scientifique, balade géologique, spectacle CinéSciences, scientothèque... **Jusqu'au 16 octobre**, le Musée de la Préhistoire de Menton présentera l'exposition « La Terre et ses climats. Et si nous étions en 20 000 avant le présent ? ».

► En savoir plus sur fetedelascience06.fr.

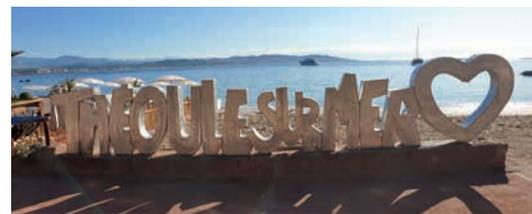
► *Science Fair: zoom on the climate - For this edition, in the style of the "Climate Awakening", the science festival will tickle everyone's curiosity, almost everywhere in the Alpes-Maritimes.*

*In Juan-les-Pins, place at the Science and Innovation Village, at the Palais des Congrès, on **October 15 and 16** with, on the program, scientific and fun experiments, workshops, introduction to programming, Artificial Intelligence, science of digital, escape game, exhibitions, conferences... In Sophia Antipolis, we celebrate AI at the Maison de l'Intelligence Artificielle, **Wednesday October 12, from 9 a.m. to 5 p.m.**: the idea is to understand, discover and experiment with Intelligences Artificial via an exhibition, fun workshops, or even during a mission that will be entrusted to you through an "Escape Game" on the theme of AI. In Mouans-Sartoux, it's "Do science!" in different places, **from October 12 to 16**: fun and interactive workshops, discovery of the sky, scientific escape game, geological walk, CinéSciences show, science library... **Until October 16**, the Museum of Prehistory in Menton will present the exhibition « The Earth and its climates. What if we were in 20,000 before the present? ».*

JUSQU'AU 31 OCTOBRE

UN AUTOMNE GOURMAND

à Théoule-sur-mer



► Comme chaque année, les restaurateurs de Théoule-sur-Mer s'approprient la saison en célébrant « L'Automne à Théoule », **jusqu'au 31 octobre**, avec une carte qui proposera plusieurs menus gourmands. Quatre établissements jouent le jeu cette année : Chez Philippe, Le bistrot de Lérins, Comme à la maison et Le coup d'fourchette.

► *A gourmet autumn in Théoule-sur-mer - Like every year, the restaurateurs of Théoule-sur-Mer are making the season their own by celebrating "Autumn in Théoule", **until October 31**, with a menu that will offer several gourmet menus. Four establishments are playing the game this year: Chez Philippe, Le bistrot de Lérins, Comme à la maison and Le coup d'fourchette.*



► Renseignements sur theoule-sur-mer.org

GRASSE

A BRUXELLES POUR DÉFENDRE la filière des huiles essentielles

Michèle Tabarot, députée de la 9^e circonscription et Jérôme Viaud, maire de Grasse, vice-président du Conseil départemental ont été invités par le député européen LR et président de la délégation française du premier groupe politique au Parlement européen, François-Xavier Bellamy, à défendre les producteurs d'huile essentielle.

In Brussels to defend the essential oils sector - Michèle Tabarot, MP for the 9^e constituency and Jérôme Viaud, Mayor of Grasse, Vice-President of the Departmental Council were invited by the LR MEP and President of the French delegation of the first political group in the European Parliament, François-Xavier Bellamy, to defend essential oil producers.

Motifs d'inquiétude ? Les propositions de révision de la réglementation européenne sur la chimie, qui pourraient pénaliser ces produits naturels face à leurs équivalents synthétiques.

A cette occasion, une délégation de professionnels de la filière des huiles essentielles a pu présenter positions et propositions dans les institutions européennes et auprès de la Représentation permanente de la France auprès de l'UE. En point d'orgue de ces rencontres, celle avec le Commissaire européen à l'Environnement, Virginijus Sinkevicius, qui a permis à la filière d'avancer ses pistes pour améliorer les propositions de la Commission européenne.

« Notre engagement est total »

« Notre engagement est total pour préserver l'avenir de ces industries et protéger les emplois qu'elles pourvoient » a souligné Michèle Tabarot, satisfaite du dialogue constructif engagé entre les professionnels et les services de la Commission européenne.

« On peut concilier sécurité et respect de la naturalité. Après la sécheresse catastrophique de cet été, il faut soutenir nos producteurs d'huiles essentielles et non les étouffer avec de nouvelles règles dont le coût viendra s'ajouter au reste. Avec nos échanges, le Commissaire Sinkevicius a pris conscience du poids économique de la filière, dont les emplois et les entreprises sont clés pour les territoires qui, comme à Grasse, veulent préserver et développer une production traditionnelle de qualité » a souligné Jérôme Viaud. La Commission européenne devrait présenter le 26 octobre prochain la révision du règlement CLP et début 2023 celle de REACH.



Jérôme Viaud, le commissaire européen Virginijus Sinkevicius, Jean-François Bellamy et Michèle Tabarot

Reasons for concern? Proposals to revise European regulations on chemicals, which could penalize these natural products compared to their synthetic equivalents. On this occasion, a delegation of professionals from the essential oils sector was able to present positions and proposals to the European institutions and to the Permanent Representation of France to the EU. The highlight of these meetings was the meeting with the European Commissioner for the Environment, Virginijus Sinkevicius, which enabled the sector to put forward its ideas for improving the European Commission's proposals.

“Our commitment is total”

“We are totally committed to preserving the future of these industries and protecting the jobs they provide,” underlined Michèle Tabarot, satisfied with the constructive dialogue initiated between professionals and the services of the European Commission.

“We can reconcile safety and respect for naturalness. After the catastrophic drought this summer, we must support our essential oil producers and not suffocate them with new rules whose cost will be added to the rest. With our exchanges, Commissioner Sinkevicius became aware of the economic weight of the sector, whose jobs and companies are key for the

territories which, like in Grasse, want to preserve and develop a traditional quality production” underlined Jérôme Viaud. The European Commission is expected to present the revision of the CLP regulation on October 26 and the revision of REACH in early 2023.

“ Avec nos échanges, le Commissaire Sinkevicius a pris conscience du poids économique de la filière, dont les emplois et les entreprises sont clés pour les territoires ”

Jérôme Viaud, maire de Grasse, vice-président du Conseil départemental



VILLE DE CANNES

UNE PLATEFORME INNOVANTE

de gestion des risques en test à Cannes

Puma-X, plateforme innovante de gestion des risques majeurs et des crises, va être expérimentée par la ville de Cannes, au titre de commune pilote. Depuis avril 2014, la municipalité dirigée par David Lisnard a fait de l'anticipation et de la gestion du risque une priorité d'action.

An innovative risk management platform being tested in Cannes Puma-X, an innovative platform for managing major risks and crises, will be tested by the city of Cannes, as a pilot municipality. Since April 2014, the municipality headed by David Lisnard has made risk anticipation and management a priority for action.



« D epuis 8 ans, nous avons mis en place une délégation municipale aux risques majeurs : inondations, incendies, submersions marines, tremblements de terre, attentats terroristes, etc. Le choix de Cannes comme commune pilote de la solution Puma-X, par un consortium de sept opérateurs public et privés spécialisés dans ce domaine, témoigne de la reconnaissance de la stratégie municipale dans la protection des biens et des personnes » se félicite David Lisnard.

Sa mairie, sélectionnée par ce consortium va ainsi tester Puma-X, une plateforme qui permet de regrouper différents systèmes d'alerte sur une seule interface et ainsi traiter des données en temps réel afin de prévenir efficacement la population et favoriser la prise de décision rapide quelle que soit la nature du risque rencontré (inondation, attentat terroriste, cyberattaque, tsunami, épidémie, etc.). Facile à déployer (grâce au mode Saas), accessible partout depuis le cloud, elle deviendrait le référentiel unique des données partagées pour tous les acteurs en charge d'une crise et présenterait une interface simple et adaptée à tous ses utilisateurs.

Ce projet, démarré mi 2021, sera pleinement opérationnel début 2024. Acteurs privés et publics se sont donc accordés pour cofinancer à part égales, les 3,8 M€ d'investissements R&D nécessaires.

Puma-X est ainsi soutenu dans un cadre conjoint entre l'État, au titre du Programme d'investissements d'avenir et les Régions PACA et Occitanie ainsi que par la Métropole Aix-Marseille Provence, et labellisé par les pôles Safe Cluster, France Water Team et Aqua-Valley.

« Le choix de Cannes comme commune pilote de la solution Puma-X, par un consortium de sept opérateurs public et privés spécialisés dans ce domaine, témoigne de la reconnaissance de la stratégie municipale dans la protection des biens et des personnes »

David Lisnard, maire de Cannes



» La plateforme Puma-X permet de traiter des données en temps réel afin de prévenir efficacement la population et favoriser la prise de décision rapide quelle que soit la nature du risque rencontré

3.8 M€
Le financement de Puma-X

30 mois
La durée du projet R&D Puma-X

7
Acteurs publics et privés associés au projet climatique

15^e
La France est le 15^e pays du monde le plus exposé au changement climatique

VILLE DE VALBONNE SOPHIA ANTIPOLIS



AFTER WORK DE SARTOUX

CHAQUE DERNIER JEUDI DU MOIS

16h30 à 21h30

PRODUCTEURS ET ARTISANS LOCAUX, ANIMATION MUSICALE,
OUVERTURE DES RESTAURANTS DE LA PLACE

» CASA 2040

» Jean Leonetti, Maire d'Antibes et Président de la communauté d'agglomération Sophia Antipolis



© Communication CASA

JEAN LEONETTI :

« L'innovation n'empêche pas le développement durable »

L'aménagement de la technopole de Sophia Antipolis a connu de grandes avancées, notamment ces 10 à 12 dernières années : équipements structurants, création du Campus SophiaTech et du Business Pôle pour les start ups, émergence de nouveaux quartiers comme Saint-Philippe... Aujourd'hui, les enjeux de développement ont changé et près de 40.000 salariés évoluent quotidiennement dans le parc technologique. Dans cette optique, la Communauté d'Agglomération Sophia Antipolis (CASA) a lancé son nouveau Schéma de Cohérence Territoriale qui vaudra Plan Climat Energie Territorial, ainsi que son Plan de Mobilité. Cette démarche, « CASA 2040 », préfigure l'avenir du territoire à horizon 2040. Jean Leonetti, Président de la CASA et maire d'Antibes, revient sur le travail accompli et les nouveaux défis à relever pour améliorer encore le cadre de vie et de travail des sophilopolitains.

P ourquoi avoir entamé cette démarche CASA 2040 ?

Jean Leonetti : De nouveaux enjeux sont apparus au fil des années comme le développement durable, la pénurie d'eau, d'énergie : ces éléments doivent être pris en compte dans notre démarche d'aménagement de la CASA. Dans ce cadre, nous devons réaliser un

plan de mobilité et un PCAET (Plan Climat Air Energie Territorial). Tout ceci constitue la démarche CASA 2040, concertée avec l'ensemble des maires concernés et pour laquelle un calendrier est validé : en 24, le Scot doit être prêt, à l'issue de débats en conseil communautaire, puis dans chaque ville et à la suite d'un ensemble de consultations citoyennes. Nous allons envoyer

"Innovation does not prevent sustainable development" - The development of the technopole of Sophia Antipolis has been making great strides, in particular in the last 10 to 12 years: new infrastructures, the creation of the SophiaTech campus and the Business Centre dedicated to start-up companies, the development of new neighbourhoods such as Saint-Philippe... In a context of new development challenges, some 40'000 people work every day in the technopole. The CASA (agglomeration community of Sophia Antipolis) has therefore launched a new Comprehensive Zoning and Development Plan, which includes a Territorial Energy and Climate Programme and a Mobility Plan. These programmes have been combined under the name "CASA 2040" and are scheduled for completion by the year 2040. Jean Leonetti, Chairman of CASA and Mayor of Antibes, looks back at the work completed thus far and at the new challenges Sophia Antipolis is facing if it wants to further improve the quality of life and work of its residents.

W hy did you initiate the CASA 2040 programmes?

Jean Leonetti: New challenges have emerged over the years, relating to sustainable development, water shortages, or the energy crisis: these issues must be integrated in our plan to develop the CASA. In this context, we must prepare a Mobility Plan and a Territorial Energy, Air, and

Climate Plan (PCAET). These initiatives are all included in the CASA 2040 programme and approved by all the mayors, and a schedule has been set for their completion: by 2024, the Comprehensive Zoning and Development Plan will have been debated by the city councils, and put to public debates in each town, city and village. We are sending out a question form relating to the great

-c'est complètement inédit à ce jour - un questionnaire sur les grands enjeux de demain aux 180.000 habitants de la CASA. Aménagement du territoire, déplacement, habitat... Nous solliciterons leur avis sur tous les sujets liés au cadre de vie dans la CASA. Nous devons boucler cette première phase de CASA 2040 en décembre 2022.

Beaucoup d'aménagements ont été réalisés dans la technopole depuis une dizaine d'années :

Oui et nous faisons le bilan. Le territoire, à l'époque, manquait d'équipements structurants. Il y a désormais un théâtre, un réseau de médiathèques, des équipements sportifs se sont mis en place, il n'y avait pas de transports en commun structurés comme le BHNS (Bus à Haut Niveau de Service)... En décembre, celui-ci traversera toute la ville et dans deux ans, ralliera Sophia.

En 2009, nous n'avions pas de plan général d'organisation de Sophia Antipolis et sous l'impulsion de Jean-Louis Borloo, les services de l'Etat avaient mis en place une organisation d'aménagement du territoire. A cette époque, nous ne pensions pas être à 40.000 actifs dans la technopole. Il y a encore des sujets à traiter et des nouveaux, comme ceux relevant de la problématique énergétique. CASA 2040 représente un enjeu territorial pour les 20 ans à venir sur lequel nous voulons fortement associer les citoyens.

Quelle est la philosophie de la CASA sur ces orientations de développement ?

Nous pensons que l'innovation est un objectif majeur à soutenir et à atteindre. Cela nous permet d'envisager l'avenir sous l'angle du progrès technique et de l'amélioration de la qualité de vie. Il faut aussi -et ce n'est pas antinomique à nos yeux- préserver l'espace et la qualité de vie de nos concitoyens. Certains se plaisent à opposer l'innovation et le développement de projets à un développement durable qui imposerait que l'on fige les choses.

La construction de Sophia continue cependant...

Nous en sommes conscients mais il existe de nouvelles façons de construire. Souvent, on enlève des dalles de béton et on imperméabilise moins qu'auparavant. On conserve

toujours l'objectif qui était au départ de ne pas construire plus du tiers de la surface de la technopole. Aujourd'hui, nous n'atteignons pas ces 10 % et je le répète, nous ne ferons pas plus que ces 10 %.

Jusqu'en 2007-2008, on se demandait comment relancer Sophia. Il faut se souvenir que dans le premier Plan Borloo, il était prévu de construire 150.000 m² de bâti dans la zone du Fugueiret ! On est passés de 150.000 m² à... zéro ! Le Fugueiret est resté une forêt... Puis il a été décidé 80.000 m² pour Open Sky, qui sont passés à 60.000 puis réduits à 40.000 m² de surface commerciale. Alors on ne pourra pas dire que nous ne prenons pas en compte la question environnementale. D'autres solutions sont envisageables : on peut par exemple gagner de l'espace naturel avec des constructions qui pourraient aussi s'élever quelque peu en ayant moins d'emprise au sol. Une nouvelle organisation spatiale



“ CASA 2040 représente un enjeu territorial pour les 20 ans à venir sur lequel nous voulons fortement associer les citoyens. ”

challenges of tomorrow to the 180'000 residents of the CASA - something that has never been done before. Territorial development, mobility, housing...

We are seeking their opinions on all subjects relating to the living standards in the CASA. We must complete this first phase of CASA 2040 by December 2022.

Numerous development projects have seen the day in the technopole in the last decade...

Yes, and let's go over them. Back then, our territory was significantly lacking in infrastructures. Now we have a theatre and a network of libraries, and new sporting facilities have been built. With the new BHNS we now have a structured public transport network... In December, the BHNS will take passengers to every corner of the city, and in two years' time it will connect Sophia Antipolis.

In 2009, we didn't have a development

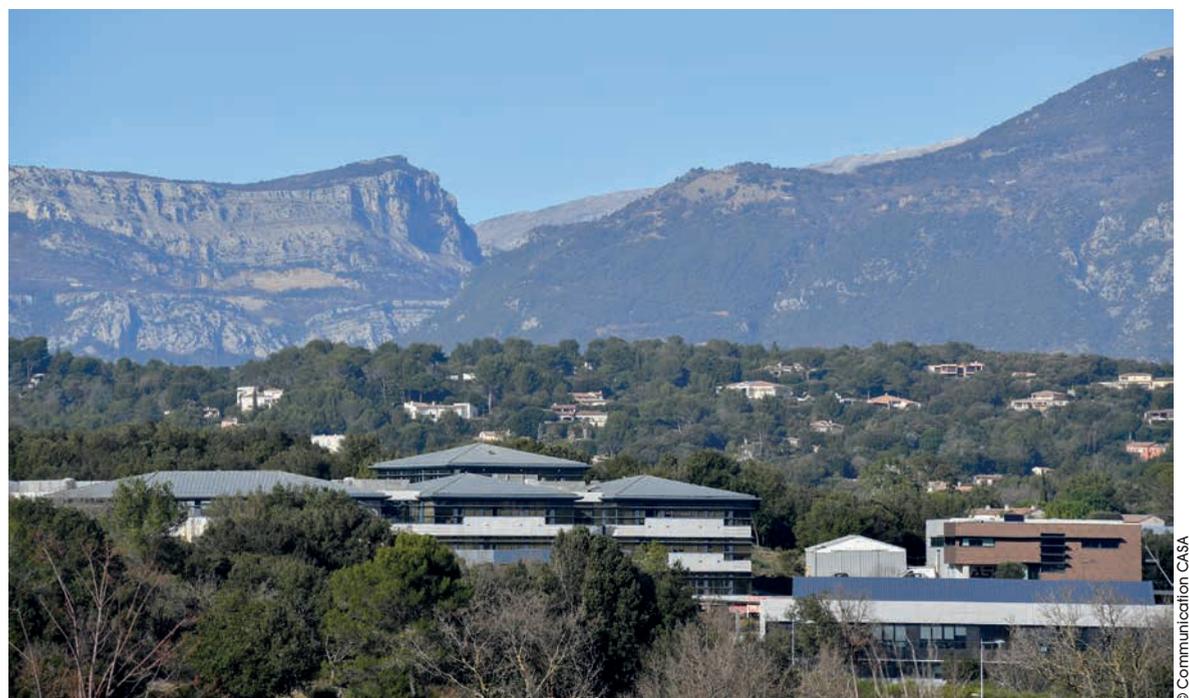
plan for Sophia Antipolis, but under the initiative of Jean-Louis Borloo, State services implemented a territorial development plan. Back then we didn't imagine that 40'000 people would be working in the technopole. We still have old issues to solve and new projects to work on, especially in terms of the energy crisis. CASA 2040 is an important territorial project for the next 20 years, one in which we want to involve the entire population.

What is CASA's philosophy regarding these development projects?

We believe that innovation is a major goal that we have to support. It allows us to consider the future from the perspective of technical development and improved living conditions. We must also protect the environment and our citizens' quality of life, which to us is not a contradiction. Some people pit innovation against sustainable development projects, believing that the latter impose that things stay as they are.

And yet, construction projects continue in Sophia Antipolis...

We are aware of this, but there are new ways of building. Often, concrete slabs are removed, and waterproofing works are less frequent than before. We have maintained our initial objective of not building on more than a third of the technopole's surface area. Currently, we haven't even reached 10% of this surface area, and I insist on the fact that we will not go beyond the 10% threshold.





© Communication CASA

de l'habitat, des équipements, de l'activité professionnelle est en marche et aujourd'hui, l'écosystème sophilopolitain s'est organisé tout autour.

La rénovation d'anciens bâtiments et la construction de quelques nouveaux sont prévus, comme, en face du Campus SophiaTech, le futur pôle d'innovation ou Ecotone à l'entrée de Sophia -un projet très environnemental puisque près des deux tiers de l'espace seront végétalisés.

Le Village de Sophia (ex-Open Sky) a été modifié par le maire de Valbonne, Joseph Cesaro, pour être beaucoup moins minéralisé, diminué en volume. Il sera lui aussi dans la boucle desservie par le Bus-Tram.

Quel diagnostic faites-vous des modalités de déplacement ?

Il ressort que le Bus-Tram, nous devons absolument le faire. Il y a aussi une demande très forte de piétonnisation des villes et villages comme de déplacements doux avec le vélo, qui rencontre un très grand succès. On peut encore améliorer le dernier kilomètre du tour de Sophia : il reste quelques centaines de mètres à boucler.

“ Nous pensons que l'innovation est un objectif majeur à soutenir et à atteindre. Cela nous permet d'envisager l'avenir sous l'angle du progrès technique et de l'amélioration de la qualité de vie. ”

Et sur les flux ? Habite-t-on facilement à Sophia ? N'est-il pas nécessaire, pour les actifs qui y travaillent, de construire dans la technopole ?

Nous avons construit autour, à Saint-Philippe, à Vallauris, comme dans à peu près tous les villages et l'on constate qu'il y a toujours des embouteillages. Forcément, avec 40.000 salariés... Paradoxalement, c'est moins embouteillé qu'auparavant. Le Bus-Tram qui doit convoier une grande partie des étudiants de SophiaTech et le phénomène de la stimulation du télétravail n'y sont pas étrangers. Je me souviens qu'à une certaine époque, sur l'ensemble des effectifs de la mairie d'Antibes et de la CASA, nous n'avions pas 10 personnes en télétravail quand c'est plutôt de l'ordre de la centaine aujourd'hui ! On ne pense pas et on ne vit plus sur le territoire comme il y a 20 ans. Aujourd'hui, on sait aussi que le télétravail à 100 % tuerait l'innovation, car l'innovation, c'est

Back in 2007 or 2008 we had no idea how to reenergise the Sophia Antipolis project. It is worth remembering that under the first Borloo plan, the idea was to build over 150'000 m² in the Fugueiret area! We've gone from 150'000 m² to... nothing! The Fugueiret has remained a forest...

Then it was decided to reserve 80'000 m² for the Open Sky project, which was reduced to 60'000 m², and finally to 40'000 m² of retail space. We cannot be accused of overlooking environmental considerations.

Other solutions can be envisaged: for instance, we can increase the natural surface area with new elevated constructions that would reduce land use. A new way of structuring housing facilities, infrastructures and work activities is emerging, and the Sophia Antipolis ecosystem is organising around these new concepts. The renovation of old buildings and the construction of new ones are in the works. For example, opposite the SophiaTech Campus, an Innovation

Centre, or transition area between two ecosystems, will see the day at the entrance of Sophia. This is an environmentally friendly project as two thirds of the space are to be vegetated. The project for the Sophia village (formerly Open Sky) has been significantly reduced in scale and amended by the mayor of Valbonne, Joseph Cesaro, and will now use a lot less concrete than initially planned. It will also be built on the Bus-Tram line.

What is your diagnosis of current mobility modalities?

The Bus-Tram project was absolutely essential. The demand for pedestrian cities and villages is strong, and soft mobility and cycling constitute a growing trend. And we can still improve the last kilometre of the tour of Sophia: there are only a few hundred metres left to connect.

And traffic flows? Is it easy to live in Sophia? Wouldn't it be advisable, for the people working in Sophia, to build housing units in the technopole?

We have built around it, in Saint-Philippe, in Vallauris, and in nearly all the surrounding villages, and yet there are still traffic jams. We do have 40'000 daily commuters after all... Paradoxically, the traffic is less congested than before. The Bus-Tram line that will carry a large part of the SophiaTech students travelling to-and-fro and renewed enthusiasm for teleworking certainly have something to do with it. I remember that back in the day, of all the people working for the Antibes townhall and CASA, there were only ten people teleworking, and now that number is nearer to 100! We are not living and considering the area like we were 20 years ago.

However, we now understand that a full transition to teleworking would kill innovation, because innovation is driven by encounters, discussions... The health crisis has brought about, in France, a new way of considering work, housing, and leisure. Everyone would like to live in a village... But how are we to build housing for Sophia Antipolis locals? The State will require us to build social housing units, but that is not what the workers of Sophia Antipolis want. It is a contradiction, because the workers of Sophia Antipolis will not have access to social housing. Here's another contradiction: how can we build more without building over natural areas?

aussi la rencontre, le débat... La crise sanitaire a fait émerger en France une nouvelle façon de vivre le travail, l'habitat, les loisirs. Tout le monde voudrait habiter dans un village... Mais comment construire du logement pour les sophilopolitains, à Sophia Antipolis ? L'injonction de l'état de construire des logements sociaux nous sera faite alors que ce n'est pas ce que nous demandent les actifs de Sophia. C'est contradictoire, car les actifs de Sophia n'ont pas droit aux logements sociaux. Autre contradiction : comment construire plus sans artificialiser les sols ?

Pour l'heure, cette inadéquation ne pèse pas encore sur l'attractivité de Sophia Antipolis. Qu'en est-il ?

En 2021, nous avons rattrapé l'année « Covid » en termes d'emplois créés. Nous sommes toujours sur un solde de 1.000 emplois supplémentaires chaque année. Tous n'habitent pas la CASA... La réflexion que nous devons entamer sur les déplacements, à l'Ouest comme sur le littoral, doit donc vraiment s'accélérer, notamment avec Cannes et Grasse. Il faut aussi penser à l'augmentation de la cadence des trains, d'ici 2035.

“ On conserve toujours l'objectif qui était au départ de ne pas construire plus du tiers de la surface de la technopole. Aujourd'hui, nous n'atteignons pas ces 10 % et je le répète, nous ne ferons pas plus que ces 10 %.”

Car le Bus-tram ne règlera pas le problème du niçois qui vient travailler à Sophia : pour lui, il faut que la connexion littorale fonctionne bien, par autoroute ou par le rail. Plutôt que de nous parler de voie nouvelle en 2052, il faudrait commencer par augmenter la cadence des trains !

Comment expliquer cette croissance continue de Sophia Antipolis ?

Les éléments de la croissance sont connus et soutenus : la fertilisation croisée, l'IA, les startups, la recherche académique en lien avec le monde de l'entreprise. Les inconnues du moment sont la crise énergétique et l'inflation. Mais nous sommes confiants. L'innovation est au service du développement durable et dans ce processus, la croissance de Sophia Antipolis est loin d'être un handicap.

For now, these discrepancies do not seem to be affecting Sophia Antipolis's appeal. Why is that?

Last year, we made up for the "COVID year" in terms of new jobs created. We are still at a rate of 1'000 new jobs created every year. Not all new recruits are CASA residents...

We must give the mobility issue a lot of thought, in the West and along the coast, as well as in Cannes and Grasse. We must also increase our train service by 2035. The Bus-Tram will not solve the problems of a Nice resident who works in Sophia: for them, proper coastal commuting solutions must be implemented, by train or motorway for instance. Instead of building a new lane by 2052, why not start by increasing the train frequency?

How do you explain this sustained growth in Sophia Antipolis?

The elements driving growth are well known and sustained: cross-fertilisation, AI, start-up companies, or academic research in the corporate world. The unknowns of our times are inflation and the energy crisis. But we remain confident. Innovation is at the service of sustainable development, and in this process, the growth of Sophia Antipolis is far from being a handicap.



➤ www.agglo-sophiantipolis.fr





BTP, ARTISANAT, HABITAT & IMMOBILIER

Avec les entreprises pour construire, rénover, transformer

ACTU IMMO

investirdanslancien.fr se penche sur Nice

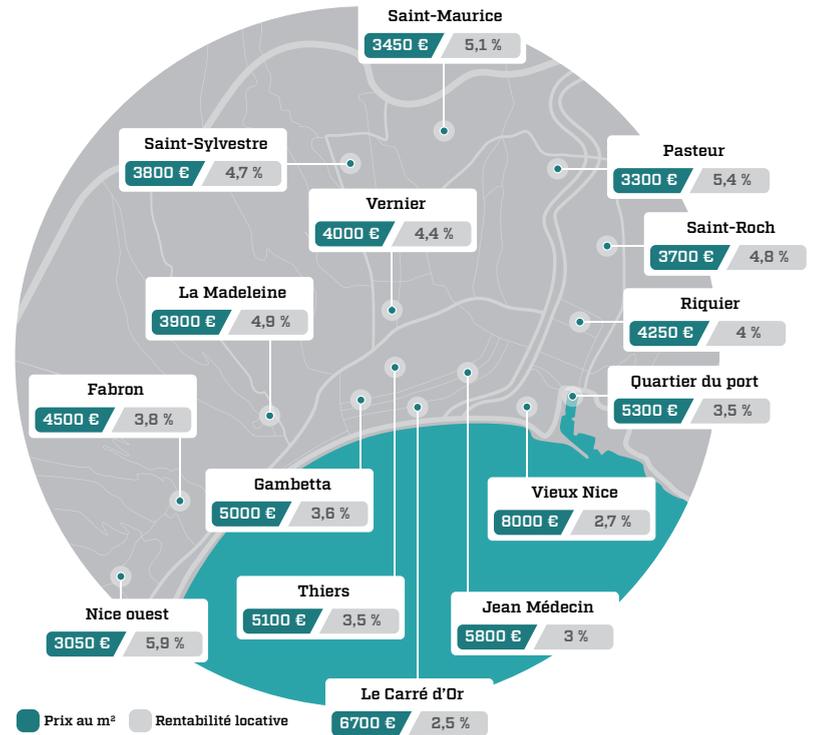
► La PropTech Investir dans l'ancien dévoile quelques chiffres sur l'investissement immobilier à Nice.

Avec un prix moyen au m² de 4650 €, les raisons du succès de Nice sont connues (attractivité de son cadre de vie, économie dynamique...), Investir dans l'ancien note également de se pencher sur le cas des quartiers de Riquier et Saint-Roch, présentant de belles rentabilités locatives : « Le prix au m² y est plus abordable et leur localisation favorable, à proximité du centre-ville. Les quartiers Vernier et de la gare sont également en pleine mutation et conviendront aux investisseurs en quête de rentabilité. Le quartier Californie est aussi très attractif, du fait de sa proximité avec l'aéroport. »

► The PropTech Investir dans l'ancien reveals some figures on real estate investment in Nice.

With an average price per m² of €4,650, the reasons for Nice's success are known (attractiveness of its living environment, dynamic economy, etc.), Investir dans l'ancien also notes the case of the districts of Riquier and Saint-Roch, with good rental returns: "The price per m² is more affordable and their location favorable, close to the city center. The Vernier and station districts are also changing and will suit investors looking for profitability. The California district is also very attractive, due to its proximity to the airport. »

► Investirdanslancien.fr



QUELQUES CHIFFRES

Prix au m² : 4 250 €/m² à Riquier et 3 700 €/m² à Saint-Roch
Rentabilité locative : 4 % à Riquier et 4,8 % à Saint-Roch

Price per m²: €4,250/m² in Riquier and €3,700/m² in Saint-Roch
Rental profitability: 4% in Riquier and 4.8% in Saint-Roch

Nice : les chiffres clés de l'investissement locatif

Prix moyen au m² : 4650 €
Rentabilité locative moyenne : 4,1 %
Augmentation moyenne sur 5 ans : 24 %

Nice: key rental investment figures

Average price per m²: €4650
Average rental yield: 4.1 %
Average increase over 5 years: 24%

AVEC WIZI, louez aux enchères !

► Après la vente aux enchères, voici la location aux enchères !

C'est le pari de la PropTech Wizi (spécialiste des services dans la location immobilière longue durée). Cette nouvelle fonctionnalité vise à ce que les locataires et les propriétaires louent au prix juste. Les candidats à la location peuvent proposer une offre jusqu'à 20 % moins chère et jusqu'à 20 % plus chère que celle qui est libellée dans la petite annonce. Avantages pour le propriétaire bailleur ? Ne pas renoncer à des candidats pour quelques euros... et ne pas perdre d'argent s'il existe des candidats plus offrants !

L'innovation bénéficie également aux locataires en leur permettant de négocier à la baisse le ticket d'entrée dans leur nouveau logement, sous réserve que le propriétaire bailleur accepte leur offre.

► Plus d'infos sur wizi.io



► After the auction, here is the rental auction! This is the bet of PropTech Wizi (specialist in long-term property rental services). This new feature aims for tenants and landlords to rent at the right price. Candidates for rental can offer an offer up to 20% cheaper and up to 20% more expensive than that which is worded in the classified ad. Advantages for the landlord? Do not give up candidates for a few euros... and do not lose money if there are candidates with higher bids! The innovation also benefits tenants by allowing them to negotiate a lower entrance ticket to their new accommodation, provided that the landlord accepts their offer.

IMMOBILIER AZUREEN

PREMIER SEMESTRE CONVAINCANT, mais risque de turbulences

Les chiffres de l'Observatoire Immobilier d'habitat de la CCI Nice Côte d'Azur viennent de tomber. Plutôt satisfaisants sur le plan du dynamisme du secteur, ils pourraient souffrir en cette deuxième partie d'année, d'une dégradation forte liée à plusieurs facteurs bien identifiés par les professionnels.

Convincing first semester, but risk of turbulence - The figures from the Real Estate Observatory of the Nice Côte d'Azur CCI have just been released. Rather satisfactory in terms of the dynamism of the sector, they could suffer in this second part of the year, from a sharp deterioration linked to several factors clearly identified by professionals.



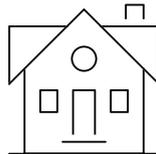
Du côté du logement neuf, l'Observatoire Immobilier d'Habitat de la CCI note que l'offre se révèle toujours insuffisante, malgré une **augmentation de 13 %** de celle-ci sur le premier semestre. Les prix s'en ressentent, avec une **progression de 11 % sur un an**, pour atteindre **6341 € du m²**. Le volume des ventes s'est ainsi accentué de **8 % par rapport à 2021**.

Le marché de l'existant a logiquement profité de ce déficit de l'offre de logements neufs, avec une augmentation des ventes de **+ 15 %** et du volume des transactions qui s'établit à 2310 sur ce premier semestre. Des biens qui s'écoulent en moyenne en 5,7 mois (contre 6,7 sur la même période en 2021). Les prix augmentent ainsi de **10 %** sur l'année, s'établissant en moyenne à **4710 € le m²**.

Risques identifiés

Mais les facteurs de risque de dégradation de ce bon premier semestre sont clairement identifiés par le secteur. A commencer par un stock de produits toujours très insuffisant face à une demande croissante. La forte hausse de l'inflation que connaissent les Français devrait également très logiquement affecter le dynamisme du marché immobilier azuréen. Cyril Messika, Président de l'Observatoire Immobilier d'Habitat de la CCI Nice Côte d'Azur note aussi une « remontée des taux de crédit à l'habitat qui, si elle reste modérée, aura un impact notamment sur les primo-accédants ». Un contexte combiné à un durcissement des conditions d'octroi de crédit, à la problématique du Taux d'usure et à la Loi Climat, dont les effets se mesureront dès janvier 2023 avec une baisse des biens à la location et un impact sur les ventes de logements existants.

DES CHIFFRES QUI PARLENT



82 %

Des logements neufs vendus dans les Alpes-Maritimes au 1^{er} semestre 2022 dépassent les 5.000 € du m²

- 8%

Le pourcentage de baisse du nombre de logements neufs disponibles entre le premier semestre 2021 et le premier semestre 2022



53 %

des logements revendus au premier semestre dans le département le sont à plus de 4500 € du m²

1,92 %

Le taux moyen auquel on pouvait emprunter sur 20 ans en septembre 2022 (source : baromètre des taux du courtier MeilleurTaux.com)

As for new housing, the CCI Housing Observatory notes that supply is still insufficient, despite a **13% increase** in the first half. Prices are affected, with an **increase of 11% over one year**, to reach **€6,341 per m²**. The volume of sales thus increased by **8% compared to 2021**.

The existing market has logically benefited from this deficit in the supply of new homes, with an increase in sales of **+15%** and the volume of transactions which stands at 2,310 over this first half. Goods that sell on average in 5.7 months (compared to 6.7 over the same period in 2021). Prices thus increased by **10% over the year**, averaging **€4,710 per m²**.

Risks identified

But the risk factors for the deterioration of this good first half are clearly identified by the sector. Starting with a still very insufficient stock of products in the face of growing demand. The sharp rise in inflation experienced by the French should also very logically affect the dynamism of the Côte d'Azur real estate market. Cyril Messika, President of the Real Estate Observatory of Habitat of the Nice Côte d'Azur CCI also notes a "rise in housing loan rates which, if it remains moderate, will have an impact in particular on first-time buyers". A context combined with a tightening of the conditions for granting credit, the problem of the wear rate and the Climate Law, the effects of which will be measured from January 2023 with a drop in rental properties and an impact on sales of existing housing.



ÉCOLES, ENSEIGNEMENT & FORMATIONS

Les établissements de la connaissance et du savoir

NEWS

CAMPUS SUD DES MÉTIERS : ouvert !

➤ **2.000 alternants**, du CAP au Bac +5, sont accueillis depuis la rentrée au nouveau Campus Sud des Métiers, installé au cœur de la technopole urbaine Nice Méridia et de l'Écovallée.

Réunissant plus de **50 formations (95 avec ses écoles partenaires)** réparties dans douze filières, le Campus Sud des Métiers prépare les étudiants à une insertion efficace dans de nombreuses filières professionnelles : numérique, commerce, vente, distribution, banque, assurance, tourisme, pharmacie, nautisme, auto, moto, transport routier...

Initié par la CCI Nice Côte d'Azur et Habitat 06, le Campus Sud des Métiers a vu le jour grâce à la Région PACA, la Métropole Nice-Côte d'Azur, le Conseil départemental, la Ville de Nice et de l'Etat via la Banque des Territoires.

➤ www.campussuddesmetiers.com



➤ **2,000 work-study students**, from CAP to Bac +5, have been welcomed since the start of the school year at the new Campus Sud des Métiers, located in the heart of the Nice Méridia urban technology park and the Ecovallée.

Bringing together more than **50 training courses (95 with its partner schools)** spread over twelve sectors, the Campus Sud des Métiers prepares students for effective integration into many professional sectors: digital, commerce, sales, distribution, banking, insurance, tourism, pharmacy, boating, car, motorcycle, road transport...

Initiated by the CCI Nice Côte d'Azur and Habitat 06, the Campus Sud des Métiers was created thanks to the PACA Region, the Nice-Côte d'Azur Metropolis, the Departmental Council, the City of Nice and the State, via the Bank of Territories.



95
Formations disponibles



2000
Alternants






NOUVEAU
FORMATION EN LANGUES



Qualopi
processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

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 "



TRADUCTION
Pour répondre aux exigences légales et réglementaires



INTERPRÉTARIAT
Pour faciliter les échanges

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

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

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



www.studio-gentile.fr

Suivez-nous sur   



Tout savoir sur les RÉSERVES MARINES EN MÉDITERRANÉE

➤ Le laboratoire Ecoseas (Université Côte d'Azur, CNRS), historiquement très impliqué dans les recherches sur la protection de la biodiversité marine littorale, met en ligne une base de données concernant l'ensemble des réserves marines des côtes françaises de la Méditerranée.

Cet observatoire donne aux usagers de la mer toutes les informations détaillées sur la réglementation en vigueur des **77 réserves marines** comprenant 148 zones de réglementation distinctes. Cette base de données donne l'évolution de la protection des espaces marins, elle est sans cesse mise à jour. Elle vient d'être réactualisée avec une présentation améliorée (voir www.medamp.org).

Ecoseas rappelle à ce titre que la situation actuelle de la protection juridique territoriale de la biodiversité marine des côtes françaises de la Méditerranée est extrêmement complexe et mérite d'être simplifiée. Un constat qui impacte le niveau de protection réelle de la biodiversité marine, qui est extrêmement différent selon le statut et la réglementation associée, rendant peu lisibles les efforts de protection.

➤ Ecoseas.unice.fr



➤ All about marine reserves in the Mediterranean
The Ecoseas laboratory (Université Côte d'Azur, CNRS), historically very involved in research on the protection of coastal marine biodiversity, puts online a database concerning all the marine reserves of the French coasts of the Mediterranean.

*This observatory gives users of the sea all the detailed information on the regulations in force for the **77 marine reserves** comprising 148 distinct regulatory zones. This database gives the evolution of the protection of marine areas, it is constantly updated. It has just been updated with an improved presentation (see www.medamp.org).*

Ecoseas recalls in this respect that the current situation of the territorial legal protection of marine biodiversity of the French Mediterranean coasts is extremely complex and deserves to be simplified. A finding that impacts the level of actual protection of marine biodiversity, which is extremely different depending on the status and the associated regulations, making protection efforts difficult to read.



La base de données du laboratoire Ecoseas sur l'évolution de la protection des espaces marins, vient d'être réactualisée avec une présentation améliorée
medam.org et medamp.org

UNIVERSITÉ CÔTE D'AZUR :

des formations uniques

► Université Côte d'Azur, qui dispense près de **300 formations** diplômantes sur **19 sites** dans les Alpes-Maritimes et le Var, vient de faire la rentrée de ses **32.000 étudiants**. L'occasion d'évoquer des formations uniques et notamment une expertise reconnue dans le secteur des industries créatives et culturelles. Une nouvelle licence Arts et métiers de l'image a ainsi été ouverte : l'objectif de cette formation est de former les apprenants à la production d'images innovantes, notamment immersives. De même a été lancé un Diplôme d'Université « Direction et Maîtrise financière de la production audiovisuelle » unique en France.

Le campus Georges Méliès de Cannes, inauguré en octobre 2021, devient le lieu emblématique du label « campus des métiers et des qualifications des industries culturelles et créatives ».



© Ville de Cannes



+1.500

Etudiants en alternance



90 %

D'insertion à 18 mois pour les Masters (82 % pour les Licences)

► Université Côte d'Azur, which provides nearly **300-degree courses** at **19 sites** in the Alpes-Maritimes and Var, has just started the new school year for its **32,000 students**. The opportunity to discuss unique training and in particular recognized expertise in the creative and cultural industries sector. A new Image Arts and Professions license has thus been opened: the objective of this training is to train learners in the

production of innovative images, in particular immersive ones. Similarly, a University Diploma "Direction and financial control of audiovisual production" unique in France has been launched. The Georges Méliès campus in Cannes, inaugurated in October 2021, has become the emblematic place of the "campus for professions and qualifications in the cultural and creative industries" label.

Un agenda chargé

► Alors que vient de se tenir la rentrée universitaire, le mois de septembre a vu se dérouler la Nuit des Chercheurs Nice 2022 et la semaine Creativ' dédiée à la promotion de l'entrepreneuriat étudiant

► As the start of the new academic year has just taken place, the month of September saw the Nuit des Chercheurs Nice 2022 and the Creativ' week dedicated to the promotion of student entrepreneurship take place.

Jusqu'au 16 octobre

Fête de la science

Les événements se poursuivent en octobre pour Université Côte d'Azur. Ainsi sera organisée la **31^e Fête de la science**, jusqu'au 16 octobre dans tout le département : près de 20 événements grand public autour du climat, dont le programme est à découvrir sur fetedelascience06.fr.

The events continue in October for Université Côte d'Azur. Thus will be organized the 31st Fête de la science, until October 17 throughout the department: nearly 20 events for the general public around the climate, the program of which can be discovered on fetedelascience06.fr.

15 et 16 octobre

Nice Village des sciences

invite dans le Jardin Albert 1^{er} les chercheurs pour une rencontre privilégiée avec le public. Les chercheurs et les associations partent à la rencontre du public le temps d'un week-end pour parler recherche de manière ludique : stands, conférences en lien avec le changement climatique et spectacles seront au programme.

Nice Village des sciences invites researchers to the Jardin Albert 1^{er} for a privileged meeting with the public. Researchers and associations meet the public for a weekend to talk about research in a fun way: stands, conferences related to climate change and shows will be on the program.

18 et 19 novembre

Le Salon du lycéen et de l'étudiant

se tiendra les 18 et 19 novembre, à Nice, au Palais Acropolis.

salon-du-lyceen-et-de-l-etudiant-nice.salon.letudiant.fr

The High School and Student Fair will be held on November 18 and 19, in Nice, at the Palais Acropolis.



► univ-cotedazur.fr



» **ENGLISH
4 FRENCH**

LE SUR-MESURE DE L'ENSEIGNEMENT,

à Sophia Antipolis, en ligne et dans votre entreprise

Il n'existe pas qu'une seule manière d'apprendre... En créant English 4 French, Janine Walter a voulu mettre au point une méthode qui s'adresse à tous, pour que chacun trouve du plaisir dans l'apprentissage de l'anglais : du lycéen au cadre commercial, en passant par le débutant qui souhaiterait commencer par apprivoiser les rudiments de la langue à son rythme. Au cœur de la technopole de Sophia Antipolis, on compte plus de 70 nationalités et une langue qui rassemble tout le monde : l'anglais. English 4 French y a implanté sa troisième agence.



Janine Walter, fondatrice d'English 4 French

Customised teaching, in Sophia Antipolis, delivered online or directly at your company's premises - There is no single way of learning... When she created English 4 French in 2013, Janine Walter wanted to develop a method that was open to all, whereby every student derived pleasure from learning English: throughout the Sophia Antipolis technopole, more than 70 nationalities are represented, and they are all united by a single language: English. That is why English 4 French opened its third agency in Sophia Antipolis.

En entreprise, tous vos collaborateurs n'ont pas les mêmes objectifs, c'est pour cette raison qu'English 4 French (E4F) a pensé à développer une formule « **Anglais sur-mesure** ». Et parce que chaque secteur d'activité, chaque métier utilise son propre vocabulaire technique, E4F est en mesure de créer **vos propres modules de formation**, qui tiendront compte des collaborateurs concernés, des objectifs de formation à atteindre et du temps imparti à cet enseignement. Cela passe par l'analyse de l'activité de votre entreprise, suivie de la préparation du profil de chaque employé, son niveau d'anglais et le vocabulaire et niveau de langage requis par l'entreprise. Enfin, un planning d'intervention est mis en place.

En ligne, en centre, ou les deux

La plateforme de classe virtuelle, intuitive et interactive vous permet de suivre votre formation E4F où vous le souhaitez : en ligne, dans votre entreprise ou dans notre centre de Sophia Antipolis : même à distance, vous aurez systématiquement la présence d'un formateur !

En ligne ou en présentiel, l'interaction de groupe et le facteur humain sont 2 critères de réussite importants... Ainsi, chez English 4 French, les formations d'anglais à distance se déroulent toutes en présence d'un formateur dans des classes virtuelles.

A votre rythme ou intensive, spécifique (comme par exemple, le « Business Booster » dédié à la pratique de l'anglais dans les professions immobilières), il existe forcément un module de formation English 4 French qui comblera vos attentes.

english 4 french
JOURNÉES PORTES OUVERTES
CENTRE DE FORMATION D'ANGLAIS PROFESSIONNEL
1360, Route des Dolines - B1 Les Cardoulines

20 OCT
17h à 20h
AFTERWORK COCKTAIL MUSICAL

Inscrivez-vous en scannant le QR code

RENCONTRONS-NOUS !
L'occasion de mieux connaître l'ensemble de nos formations et notre équipe, en présence de Janine Walter, la fondatrice d'English 4 French

In a corporate setting, not everyone has the same goals, and so English 4 French (E4F) has developed a special "customised English" offering. In every area activity or line of business, there is a specific technical jargon, which is why E4F creates your own customised curriculum, taking into account the needs of your employees, and the goals to achieve in the delays imparted for the course. It all starts with an in-depth analysis of your company's activities, based on which individual employee profiles are prepared, taking into consideration their current level of English and the linguistic skills required by the company. Finally, a teaching timetable is implemented.

Online, in learning centres, or both

The virtual, intuitive and interactive classroom platform allows you to follow your E4F training wherever you want: online, in your company or in our center in Sophia Antipolis: even remotely, you will always have the presence of a trainer!

Whether you select the online or in person option, group interactions and the human dimension are two significant drivers of success... Therefore, at English 4 French, distance learning in virtual classrooms systematically involves the presence of an English teacher.

The pace of learning is up to you: courses can be intensive or specific (for instance the "Business Booster", focusing on English in human resources), and you are sure to find an English 4 French training module that will meet your expectations.



» **TESTEZ dès maintenant votre niveau et votre profil d'apprentissage**



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



MON COMPTE FORMATION

4,95/5
★★★★★
moyenne sur Mon compte Formation

Ils nous font confiance :



» AG
CONSEIL

SORTIR LA TÊTE DU NUAGE

Annick Georges est une référence de l'accompagnement à la transition professionnelle. Installée à Nice, son approche fait converger la découverte de soi et la projection dans un quotidien professionnel souhaitable.



L'allégorie de la girafe

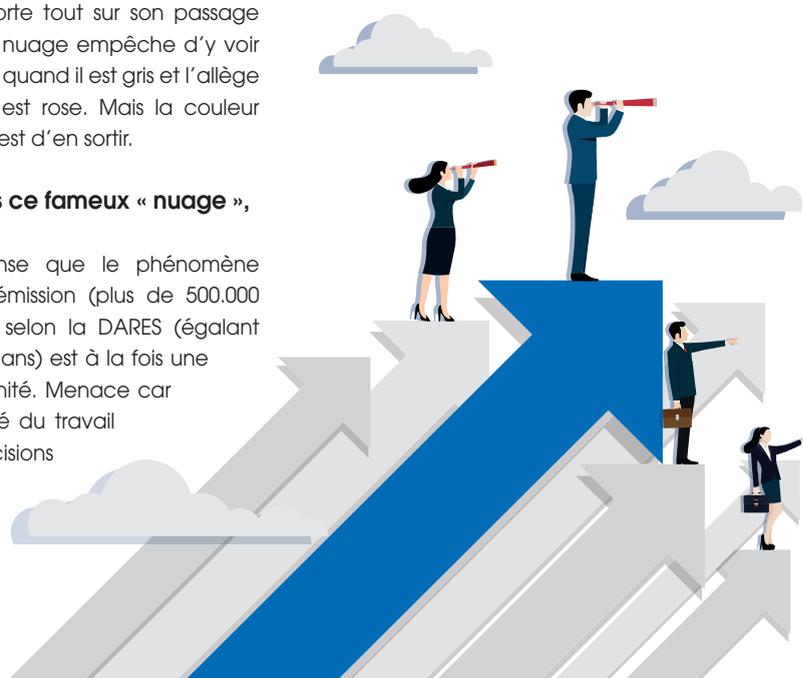
Annick a choisi la girafe pour symboliser la posture d'un candidat à la transition professionnelle. Cet animal peut voir les choses de très haut, embrassant une situation dans son ensemble, mais est aussi capable de scruter des détails au ras du sol grâce à sa grande souplesse. La girafe est aussi un être très doux, aux yeux munis de longs cils portant sur le monde un regard bienveillant, faisant d'elle l'emblème de la communication non violente. Elle a bien sûr des faiblesses, une vulnérabilité certaine lorsqu'elle doit s'abreuver et donc exposer son cou, mais elle sait y remédier en détectant les menaces et en anticipant les moyens de les contrer.

À la fois allégorie de la perte de repères (« être dans les nuages ») et symbole d'une transition technologique qui emporte tout sur son passage (le fameux « cloud »), le nuage empêche d'y voir clair, alourdit le quotidien quand il est gris et l'allège artificiellement quand il est rose. Mais la couleur importe peu, l'important est d'en sortir.

Annick, si l'on est dans ce fameux « nuage », comment s'en sortir ?

Personnellement, je pense que le phénomène actuel de la grande démission (plus de 500.000 démissions par trimestre selon la DARES (égalant un record établi il y a 15 ans) est à la fois une menace et une opportunité. Menace car les tensions sur le marché du travail provoquent des décisions rapides, mal préparées et conduisant à des situations invivables : on sait ce que l'on perd mais on n'a pas eu le temps d'évaluer ce que l'on gagne.

« Identifier et caractériser la situation dans laquelle on se trouve est une des clés de la réussite d'une transition professionnelle »



Peering out from above the clouds - Annick Georges is the go-to person for anyone contemplating a career transition. From her office in Nice, her approach is to bring together self-discovery and the ability to imagine a work environment that one might actually enjoy.

The giraffe allegory

Annick chose the giraffe to symbolise the position of anyone thinking of a career transition. It is an animal that views the world from a great height, considering a situation as a whole, but is also flexible enough to scrutinise details at ground level. The giraffe is also a very thoughtful animal, casting a kindly gaze at the world through its long eyelashes. It is the symbol of non-violent communication. It has, of course, weaknesses too; it is vulnerable when it bends down to drink, exposing its long neck, but it is able to protect itself by identifying and anticipating likely threats.

The cloud is also a fitting allegory, symbolising a loss of bearings ("head in the clouds") and the technological transition that leaves nothing in its wake (in the sense of cloud computing), or the clouding up of ideas. They can come in the form of storm clouds, or they can have a silver lining... The colour of the cloud matters little, what is important is finding a way out of it.

Opportunité car la conjoncture offre en ce moment en effet, des perspectives variées. Selon un récent sondage BVA - Club Média RH, les causes du phénomène sont dans l'ordre : « épuisement et/ou manque de reconnaissance (52 %), volonté d'obtenir un salaire plus élevé (39 %), d'aboutir à un meilleur équilibre vie privée/vie professionnelle (25 %) ou manque de perspectives d'évolution dans leur travail (21 %) ».

Identifier et caractériser la situation dans laquelle on se trouve est une des clés de la réussite d'une transition professionnelle, mais elle n'est pas la seule. Encore faut-il bien se connaître.

Oui mais comment aider ces démissionnaires à sortir du brouillard et à avoir envie de se lever le lundi matin avec le sourire ?

A l'image de notre girafe, les clients ressentent l'envie de sortir de ce brouillard, de relever la tête. Chez AG Conseil, nous nous engageons à aider chacun d'entre eux à reprendre le contrôle sur leur vie professionnelle, notamment grâce à des dispositifs qui ont su faire leurs preuves au fil des années : le bilan de compétence, la VAE (Validation des Acquis de l'Expérience) et l'outplacement, devenus aujourd'hui des **nécessités absolues**. Dans un tel contexte, il est dangereux de se lancer tête baissée dans un nouveau défi seul(e) sans le préparer, l'anticiper, et même le visualiser.

Les personnes qui franchissent le pas de notre porte ont pour objectif de sortir la tête du nuage. Chacune d'entre elle vient avec ses expériences passées et sa problématique sur le dos. Tandis que certaines expriment le souhait de changer de vie professionnelle, d'autres ne demandent qu'à reprendre confiance en leurs compétences.

C'est pour cela qu'aucune séance de Bilan de compétences ou de VAE ne ressemble à une autre... Nous souhaitons aider chaque personne à prendre conscience de son potentiel et de la direction à prendre pour mettre en place un projet réalisable et concret, transformant ainsi leur vie.



“ Nous souhaitons aider chaque personne à prendre conscience de son potentiel et de la direction à prendre pour mettre en place un projet réalisable et concret, transformant ainsi leur vie. ”

Annick Georges, Directrice de l'agence AG Conseil Orientation Nice



AG CONSEIL ORIENTATION NICE
34 rue Gioffredo - Nice
07 81 81 76 78 - annickgeorges-conseil06.fr
annick.georges@orientation-groupe.com



Annick Georges



Orientation Nice

Annick, when you are lost in a cloud, how do you get out?

Personally, I believe that the current wave of resignations (more than 50'000 resignations every term according to DARES, equal to the record set 15 years ago) is both a threat and an opportunity. A threat because a stressed labour market entails hasty decisions that are often ill-prepared and lead to unbearable situations: we realise what is lost without having the time to gage what has been won. On the other hand, opportunities abound in the current situation. According to a recent survey conducted by BVA - Club Média RH, the reasons for this resignation trend are, in the following order: "exhaustion and/or lack of recognition (52 %), dissatisfaction with low wages (39 %), wanting to achieve a better life/work balance (25 %), lack of career perspectives (21 %)".

Identifying and describing one's situation is key to a successful career transition, but there are also other factors at play. For instance, self-knowledge is important.

How do you help people who have resigned find a way out of the fog and make them want to get up on Monday mornings with a smile?

Just like our giraffe, people actually want to lift their heads out of the clouds. At AG Conseils, we are committed to helping all our clients regain control of their career, by using instruments that have proved useful over the years: skills assessment, validation of prior experience, and outplacement, which have now become **absolute necessities**. In such a context, it is dangerous to rush into any challenge alone, without preparing it, anticipating it, or even visualising it.

People who come through our door have this in common: they really want to get their head out of the clouds. Each one of them arrives with their personal experience and baggage. While some want to change careers, others simply what to find renewed confidence in their own skills.

Which is why every skills assessment or validation of prior experience is different... We want to make each individual aware of their potential and help them realise what direction they should take to implement a feasible and tangible project that will transform their lives.

¹ Sondage Les Salariés, les perspectives professionnelles en 2022 et la grande démission, BVA pour Club Média RH



INÈS AJILI, 23 ans et prête à prendre son envol

Après avoir effectué un bilan de compétences, Inès revient sur son expérience chez AG Conseil : « Je me suis sentie accompagnée et non jugée. J'insiste sur non jugée parce que ce n'est pas facile quand on est sur une remise en question. Avec Annick, je me suis sentie à l'aise ! »

Inès Ajili, 23, is ready for lift-off
Having completed her skills assessment, Inès remembers her experience with AG Conseil: "I felt supported rather than judged. And I insist on not judged because it isn't that easy in a context of self-doubt. With Annick I felt comfortable!"

► Découvrez la suite du témoignage d'Inès Ajili sur la page LinkedIn d'Annick Georges.



Learn more of what Inès Ajili has to say on Annick Georges's LinkedIn page.



CHR, ÉVÉNEMENTIEL & LOISIRS

L'actualité des cafés, hôtels & restaurants, les lieux où sortir, se cultiver, faire du sport, le lifestyle Côte d'Azur

DECO SPORT & DESIGN, Made in Nice



➤ Créé en 2020 à Nice, « Sport à l'Affiche » est une startup imaginée par deux frères passionnés de sport, Thomas et Léonard Mercier, qui ont voulu donner vie à leur passion en créant un nouveau produit pour tous les fans de sport. En combinant leurs expertises (e-commerce & marketing pour Thomas et graphisme pour Léonard), ils ont réussi à lancer plusieurs concepts d'affiches artistiques sur la thématique du sport avec succès. « Avec nos affiches design, tous les sportifs et supporters peuvent maintenant afficher leur passion ou exploit avec fierté » précise Thomas Mercier.

➤ Created in 2020 in Nice, "Sport à l'Affiche" is a startup imagined by two sports-loving brothers, Thomas and Léonard Mercier, who wanted to bring their passion to life by creating a new product for all sports fans. By combining their expertise (e-commerce & marketing for Thomas and graphic design for Léonard), they successfully launched several artistic poster concepts on the theme of sport. "With our design posters, all athletes and supporters can now display their passion or achievement with pride," says Thomas Mercier.

➤ sportalaffiche.com

24 AU 26 OCTOBRE SPORTEL, réinventer l'expérience client

➤ Depuis plus de 30 ans, Sportel reste l'événement incontournable pour les leaders de l'industrie des médias sportifs et de la technologie. Dernières tendances en matière de medias sportifs, production automatisée de sports en direct avec l'IA, NFT, Web 3.0... L'heure est venue de réinventer l'expérience client dans le sport ! Plus de 3 000 visiteurs devraient se rendre sur place cette année, du 24 au 26 octobre, au Grimaldi Forum.

➤ For more than 30 years, Sportel has remained the go-to event for industry leaders in sports media and technology. Latest trends in sports media, automated production of live sports with AI, NFT, Web 3.0... The time has come to reinvent the customer experience in sports! More than 3,000 visitors are expected to attend this year, from October 24 to 26, at the Grimaldi Forum.



➤ www.sportelmonaco.com

22 OCTOBRE AU 6 NOVEMBRE 3^E FESTIVAL D'ART URBAIN Coulheures d'Automne

➤ Un évènement unique sur le territoire azuréen qui se donne pour mission de valoriser l'art urbain et l'implication des habitants dans un ensemble de processus créatifs, qui doit apporter une autre vision de l'environnement et de la place de l'art dans l'espace public. Au programme : performances murales d'envergure, installations, ateliers participatifs et rencontres...



➤ A unique event on the Côte d'Azur territory whose mission is to promote urban art and the involvement of inhabitants in a set of creative processes, which should bring another vision of the environment and the place of art in public space. On the program: large-scale mural performances, installations, participatory workshops and meetings...

➤ www.coulheures.fr

» LE CLOS DES SENTEURS

RÉUNIONS : sortez des sentiers battus

L'été joue les prolongations au Clos des senteurs, la belle bastide provençale de Châteauneuf-de-Grasse. En cette rentrée, Lydie et Patrick ont décidé d'ouvrir leurs portes aux entreprises, pour qu'elles assurent leurs réunions en petit format, dans le cadre bucolique et raffiné des lieux.

Depuis la crise sanitaire, le monde du travail a changé et chacun fait plus attention à la qualité de l'environnement de travail. Les salles de réunion à l'atmosphère froide ne sont plus privilégiées par les entreprises qui veulent pouvoir associer travail et plaisir pour être plus performantes », note Lydie, propriétaire du Clos de Senteurs. Ici, la salle de réunion de 50 m² offrant une vue sur le Pays Grassois et la piscine à débordement permettront d'organiser des réunions qualitatives dans un lieu d'exception. Un critère de choix pour votre image et le confort de vos salariés ou de vos clients...

« Travaillez inspiré »

10 personnes peuvent prendre place en salle de réunion, dotée d'un équipement vidéo dernière génération relié à la fibre. Une pause petit-déjeuner peut être organisée, tout comme des plateaux-repas en salle pour les plus pressés ou un lunch en service traiteur devant la piscine. A ces réunions peuvent s'ajouter l'organisation de journées de cohésion de groupe ou des **séances de yoga** en petit comité. Pour « travailler inspiré » et profiter des lieux, le Clos des Senteurs et **ses suites spacieuses et confortables** accueillent si vous le souhaitez les participants de ces réunions, qui tout en prolongeant leur séjour, bénéficieront alors des différentes activités proposées sur le site : **salle de sport, piscine, jacuzzi, SPA et sauna thérapeutique, massages, terrain de boules, tennis de table, billard, babyfoot...** Une invitation au plaisir et à la convivialité, que de nouveaux projets devraient encore enrichir dans un avenir proche : une affaire à suivre auprès de Lydie et Patrick...



Off the beaten tracks for your meetings - Summer is a never-ending affair at the Clos des Senteurs, a beautiful Provencal bastide in Châteauneuf-de-Grasse. As many of us are returning to work, Lydie and Patrick have opened their doors to the corporate world, inviting professionals to hold their smaller meetings in the bucolic and refined setting the site has to offer.

Since the health crisis, the business world has undergone profound changes, and we have all an increased awareness of our work environment. The days of corporate meetings in cold and inhospitable rooms are numbered, and business leaders have become increasingly aware that by combining work and pleasure, they are able to boost performance levels" Lydie, the owner of the Clos des Senteurs, remarks. The site boasts a 50m² meeting room affording a spectacular view of the Pays de Grasse and of a superb infinity pool. You will find that this astounding setting will have a positive effect on your meetings. It is the perfect venue for those who are

keen to work on their image and to provide their employees and clients with an added sense of comfort.

"Inspired work"

The meeting room holds ten people and features the latest in terms of video equipment and fibre broadband. Breakfast can be organised, and you can also order meal trays to be brought into the room if you are pressed for time. If, however, you are not in a hurry, you may enjoy a lunch prepared by caterers around the swimming pool. After a productive meeting, you might feel like a team-building exercise or a **yoga session** for a small group is in order. The Clos des Senteurs and its **comfortable and spacious suites** are conducive to "inspired work" for your team. It is the perfect venue to extend your stay and enjoy the many amenities and activities it has to offer: **fitness centre, swimming pool, jacuzzi, spa and therapeutic sauna, massage parlour, a pétanque ground, table tennis, billiard table, and foosball...** This atmosphere of warmth and pleasure is to be further enriched in the near future with a series of new projects: stay tuned to find out what Lydie and Patrick have in store for you.



Le Clos des Senteurs
Chambres d'Hôtes à Châteauneuf de Grasse

874 Chemin de la Treille - Châteauneuf de Grasse
le-clos-des-senteurs-chateauneuf.fr

+33 (0)6 08 42 99 70
leclodessenteurs06@gmail.com

» CHÂTEAU
DE CRÉMAT

L'ART DE LA FÊTE, célébré toute l'année



En sollicitant l'excellence et l'originalité de l'artisanat azuréen, le Château de Crémat invitait à « L'Art de la fête » les 8 et 9 octobre derniers. Une première édition pour découvrir l'emblématique joyau azuréen, qui accueillait le temps d'un week-end artistes, créateurs, gastronomie ainsi qu'une foule d'animations dédiées à l'art de vivre. Sans oublier que le château vous ouvre ses portes jusqu'à fin décembre, pour célébrer les fêtes de fin d'année dans une ambiance féérique avec vos collaborateurs et partenaires.



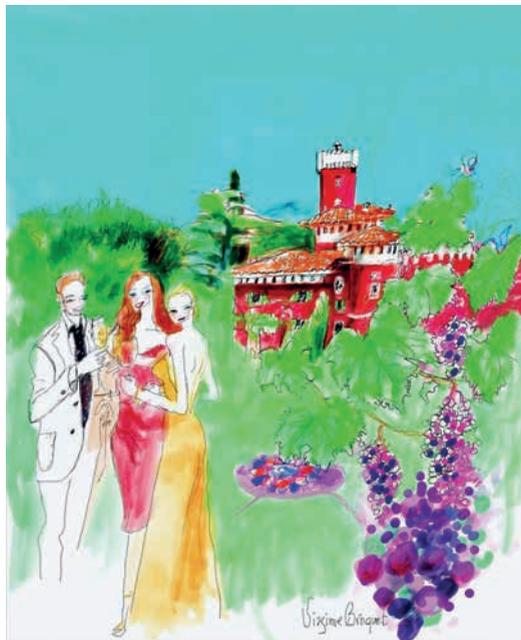
The art of festivity celebrated all year round

Relying on the greatness and originality of local craftspeople, Château de Crémat invited you to its "Art of Festivity" event on the 8th and 9th of October. You could discover, for this first edition of the event, a true gem of the French Riviera, with, over the course of a weekend, artists, creators, culinary chefs, and a plethora of animations focusing on art de vivre. And let's not forget the château itself, which opens its doors till the end of December to celebrate the holiday season in an enchanted setting where you can delight your employees and partners.

L'Art de la fête est un concept lancé par Soraya Bahsoun, entrepreneure passionnée et directrice du Young Nice Artist, premier festival dénicheur de talents imaginé sur le sol azuréen. Au programme de ces deux jours de festivité : une plongée dans l'univers des créateurs, artistes et artisans qui font la fierté et toute l'originalité de la French Riviera. Un événement multisensoriel au cours duquel parfumeurs, créateurs de mode, designers, restaurateurs, pâtisseries... Ont célébré l'esprit festif dans les jardins du château à l'occasion de démonstrations, d'expositions et de dégustations de leurs créations.

Instants privilégiés autour du vin

Mais l'automne au Château de Crémat reste aussi une excellente occasion de vivre l'après-vendanges, et d'imaginer de beaux événements en lien avec la culture œnologique et l'art de vivre azuréen. La préparation de workshops, de



The Art of Festivity event was imagined by Soraya Bahsoun, a committed entrepreneur and the director of Young Nice Artist, the first festival designed to spot budding talent here in the French Riviera. Two days of celebration will feature a full immersion in the universe of creators, artists, and craftspeople whose original creations are the pride of the region. It is a multisensorial event during which perfumers, fashion designers, restaurateurs, pastry chefs, and many others celebrated the spirit of merriment in the château's gardens by providing demonstrations, setting up exhibitions, and organising tastings of their culinary creations.

Special moments around wine

The autumn season at the Château de Crémat is also an excellent opportunity to experience the period after the grape harvest, and to organise beautiful events relating to wine and art de vivre in the French Riviera. Workshops, seminars, and any



séminaires ou de toute autre formule de networking s'accommode parfaitement avec la configuration des lieux qui peuvent recevoir vos clients et partenaires à l'occasion de cocktails et de dégustations. Des instants à vivre dans la vinerie du château, au détour d'une visite guidée des lieux et du chai, tout indiqué pour s'imprégner de l'âme du site.

Les fêtes au Château

Plus proche du mois de décembre, le service Événementiel du Château de Crémât est en mesure de préparer à vos côtés de belles soirées de fin d'année : rappelons sa vocation d'accueil, avec une ouverture aux entreprises du 1^{er} janvier au 23 décembre !

Et parce que l'on approchera de la période féérique de Noël, les jardins du Château s'illumineront à partir du 15 novembre, dispensant un peu plus de magie à ses visiteurs. Une belle occasion de faire plaisir à vos collaborateurs en organisant des visites privées, ainsi qu'à vos partenaires auxquels vous pourrez offrir des coffrets (de 1 à 3 bouteilles), ainsi qu'une sélection de goodies personnalisés aux couleurs du Château de Crémât et du Domaine de Toasc.



other networking event have found the perfect venue with this site, configured to host your clients and partners for cocktail parties and tasting sessions. They are sure to love the château's wine cellar, following a guided tour of the site and of its wine storeroom, where they will enjoy a full immersion into the soul of the estate.

Festivities at the Château

As the month of December draws nearer, the Event Planning Service of Château de Crémât stands ready to help you organise your holiday season parties: the Château's first purpose is, after all, to delight its guests, and it remains open to companies from January the 1st to December the 23rd!

And as the magical Christmas period is close at hand, the gardens of the Château will be lit up starting on the 15th of November, to provide visitors with an added touch of enchantment. It is a perfect opportunity to please your employees by inviting them to private tours, or your partners to whom you can gift boxes (containing one, two or three bottles), along with a selection of customised goodies bearing the colours of the Château de Crémât and the Domaine de Toasc.

CHÂTEAU DE CRÉMAT

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

“ La préparation de workshops, de séminaires ou de toute autre formule de networking s'accommode parfaitement avec la configuration des lieux qui peuvent recevoir vos clients et partenaires à l'occasion de cocktails et de dégustations. ”



➤ Vins biologiques et en conversion : CRÉMAT RÉCOMPENSÉ

Comme chaque année depuis sa création en 1996, le Concours International des Vins Biologiques et en conversion a donné lieu à une des plus grandes dégustations de vins biologiques en France. Pour sa 26^e édition, les vins rouges et blancs millésime 2019 du Château de Crémât (AOP Bellet) ont respectivement remporté des médailles d'or et d'argent.

Organic and conversion wines: Crémât rewarded

Every year since its creation in 1996, the International Competition of Organic and Conversion Wines has hosted one of the largest organic wine tasting sessions in France. For its 26th edition, the 2019 red and white wines of Château de Crémât (AOP Bellet) respectively won the gold and silver medals.

PROPINO BAR EVENTS

UN BAR pour une ambiance

« Dans l'environnement familial, nous avons toujours été dans le milieu du food & beverage. C'est toute une culture pour nous » sourit Marc Semaan, qui avec son frère Karl, est l'instigateur de Propino Bar Events. Après leurs études supérieures de Management, Entrepreneuriat et Restauration de luxe, ils décident de créer leur société événementielle, en s'appuyant sur le concept de fourniture de services de barmans et barmaids ainsi que tout l'équipement nécessaire pour animer des événements haut de gamme autour de la boisson et du bar.

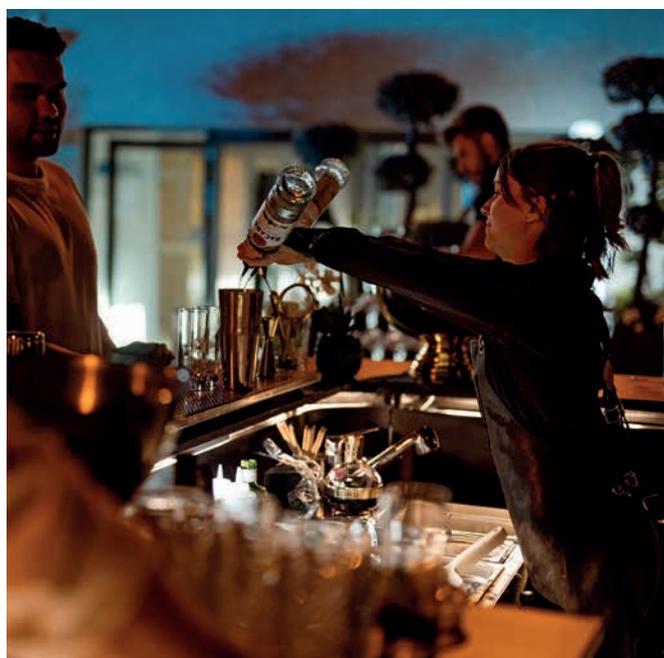
***A bar with an atmosphere** - "In the family, we've always been in the food and beverage business. It's a huge part of our culture" Marc Semaan tell us with a smile. With his brother, Karl, they started Propino Bar Events. Having graduated with a degree in Management, Entrepreneurship, and Luxury Catering, they decided to start their own event-planning business, providing barman and barmaid services, along with the requisite equipment, to clients who want to host high-end events with a focus on fine beverages and mixology.*

A Antibes et sur toute la Côte d'Azur, de même qu'à Paris où ils assurent des prestations au sein de prestigieux établissements, 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.

C'est aussi dans le design incroyable de leur multitude de bars différents que Propino Bar Events crée la différence. Le choix est exceptionnel, avec un très grand nombre de références disponibles. Éphémère, mobile, et toujours complètement autonome (électricité, eau, glace...), chaque ensemble mobilier est customisable et offre une foule de possibilités d'aménagement. Les matières et équipements s'adaptent à l'ambiance voulue : effet miroir, marbre, bois, lumineux, cuivre et or rosé, de forme linéaire ou complexe, ces bars donneront une touche tantôt champêtre et naturelle, tantôt industrielle, luxueuse ou très formelle selon l'événement de votre choix.



“ 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. ”



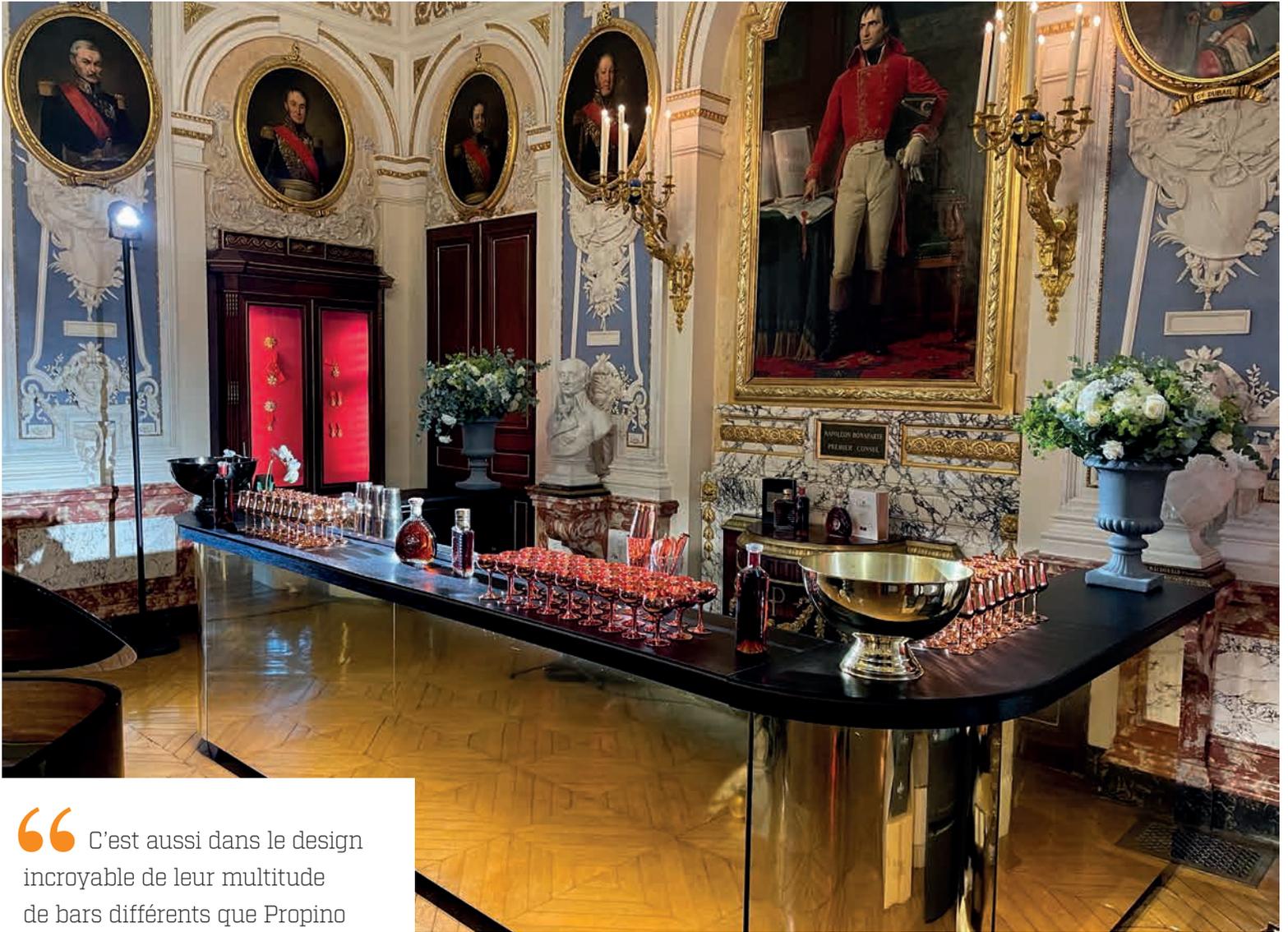
In Antibes and along the French Riviera, and even in Paris, where they are in high demand among the most prestigious establishments, the bartenders of Propino Bar Events bring an incomparable atmosphere to all kinds of events, delivered with flair by teams of professionals who boast an extensive experience and provide high-end services.

Propino Bar Events also stands out for the exceptional design of its many bars and the wide range of styles on offer. The choice of references is, simply put, huge. Ephemeral, mobile, but always fully autonomous (power, water, ice...), each unit can be customised and offers a plethora of arrangements. The equipment and style can be adapted to achieve the desired effect: mirrors, marble, wood, light, copper or pink gold, with linear or complex shapes, these bars range from the pastoral and natural, to the industrial or highly ornate, depending on the event you are planning.

Your party's alchemists

From the spherical bar, two meters in diameter, to the 20-meter long structure, there are numerous solutions at hand, for any type of event. And these installations are fully autonomous and can be set up in just about any location, be it a forest, a mountain top, or even a floating structure.

The offering is customised to your preferences: the cocktail bar features a constant show with Propino's very own juggling mixologists who rely on their extensive cocktail skills to provide the very best atmosphere: they are the alchemists of your parties! The straight bar (large selection of beverages and spirits), the fancy champagne bar, or the wine and liqueur bar: the choice is huge,



“ C’est aussi dans le design incroyable de leur multitude de bars différents que Propino Bar Events crée la différence. Le choix est exceptionnel, avec un très grand nombre de références disponibles. ”

Alchimistes de vos soirées

Du bar en forme de sphère de 2 m de diamètre jusqu’à la structure de 20 m de longueur, les propositions sont nombreuses et couvrent tout type d’événement : l’autonomie permet d’imaginer d’installer un bar à peu près n’importe où, en forêt ou en montagne ou pourquoi pas sur une structure flottante ? L’offre se décline suivant vos envies : le bar à cocktails propose un show permanent avec les barmen jongleurs de Propino, dont l’expérience en mixologie insuffle une ambiance sans égale : ils seront les alchimistes de toutes vos soirées ! Le straight bar (large gamme de boissons et spiritueux), le luxueux bar à champagne, le bar à vins ou à liqueurs : autant de déclinaisons que vous pouvez aussi mixer selon votre envie de surprendre vos invités et marquer ces instants d’une empreinte inoubliable...

Anniversaire en comité restreint, séminaire d’entreprise, mariage ou festival de musique, notez que le nombre de convives n’est pas un critère restrictif : certains événements rassemblent plus de 1.000 personnes lors des prestations réalisées autour des bars de Propino Bar Events !

and you can combine various offerings to suit your preferences and surprise your guests by creating memories that will be cherished for ever...

A birthday for a select few, a corporate seminar, a wedding or a music festival, the number of guests is by no means limited: some events that rely on the services of Propino Bar Events bring together more than 1000 guests.

Propino
B A R E V E N T S

Propino Bar Events SAS
06 52 50 13 56

info@propinobarevents.com
www.propinobarevents.com



LA CÔTE

a toujours la cote



L'HÔTELLERIE A LE SOURIRE

Fait marquant de cette saison : la venue des touristes qui s'est beaucoup mieux étalée entre mi-mai et août, et un début septembre qui devrait avoisiner les plus de 75 % de taux d'occupation

The hotel industry is smiling - Highlight of this season: the arrival of tourists which was much better spread out between mid-May and August, and early September which should be around more than 75% occupancy rate



45 %

Des nuitées en hôtels et résidences sont réservées par des étrangers. Les nord-américains représentent 25 % de cette clientèle.

Nights in hotels and residences are booked by foreigners. North Americans represent 25% of this clientele.



**PARISIENS
EN FORCE**

Avec 25 % de la clientèle française, Paris et l'Île-de-France arrivent en tête des Français qui viennent faire du tourisme sur la Côte d'Azur. Auvergne Rhône-Alpes représente 15 % de la clientèle française.

With 25% of the French clientele, Paris and the Ile-de-France come first in terms of French people who come to do tourism on the Côte d'Azur. Auvergne Rhône-Alpes represents 15% of French customers.



200 €

C'est la recette moyenne par chambre d'hôtel (ou « Revpar hôtelier »), entre mai et juillet 2022, contre 170 € en 2019 sur la même période de référence.

This is the average revenue per hotel room (or "Revpar hotelier"), between May and July 2022, compared to €170 in 2019 over the same reference period.

Territoire singulier & tourisme durable

Pour Alexandra Borchio-Fontimp, Sénatrice des Alpes-Maritimes et Présidente du CRT Côte d'Azur, la mission est réussie : « Après deux années marquées par la crise sanitaire et un contexte international tendu, la fréquentation touristique de cette saison estivale 2022 marque un quasi retour à la normale. Le CRT Côte d'Azur France et l'ensemble de ses partenaires se réjouissent de ces résultats qui viennent consolider une reprise d'activité déjà bien amorcée au printemps ».

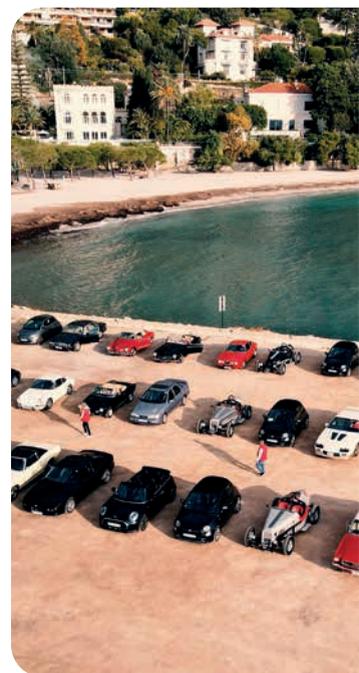
Pour Alexandra Borchio-Fontimp, il faut notamment mettre au crédit de cette réussite le plan d'action mis en place par le CRT et la forte résilience de la destination. A ce titre, « le rôle du Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur France est de continuer à diversifier les origines de nos visiteurs tout au long de l'année en leur faisant découvrir la singularité de notre territoire entre mer et montagne et notre offre touristique tournée vers le tourisme durable. Mission réussie pour cette belle saison ! ».



Singular territory & sustainable tourism

For Alexandra Borchio-Fontimp, Senator of the Alpes-Maritimes and President of the CRT Côte d'Azur, the mission has been successful: "After two years marked by the health crisis and a tense international context, tourist numbers for this summer season 2022 mark a almost back to normal. The CRT Côte d'Azur France and all of its partners are delighted with these results, which consolidate a resumption of activity already well underway in the spring".

For Alexandra Borchio-Fontimp, this success should be credited in particular to the action plan put in place by the CRT and the strong resilience of the destination. As such, "the role of the Regional Committee of Tourism Côte d'Azur France is to continue to diversify the origins of our visitors throughout the year by making them discover the singularity of our territory between sea and mountains and our offer tourism focused on sustainable tourism. Mission accomplished for this beautiful season! "



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.



06 69 63 00 25

numaya.fr

Voir nos véhicules ! 

» NOVELTY

Novelty se développe sur L'ACTIVITÉ BACKLINE

L'activité Backline prend de l'ampleur chez Novelty ! Après l'annonce de l'intégration de la société BBS Backline dans la grande famille Novelty, le Groupe Novelty-Magnum-Dushow est heureux d'annoncer que Backloc rejoint à son tour le Groupe pour devenir BBS Azur.

Novelty develops on the Backline activity - Backline activity is growing at Novelty! After the announcement of the integration of the BBS Backline into the large Novelty family, the Novelty-Magnum-Dushow Group is pleased to announce that Backloc is in turn joining the Group to become BBS Azur.

Créée en 2005 par Gilles Laguionie dans le sud-est de la France, la société Backloc est bien implantée sur la Côte d'Azur pour la location de Backline (instruments de musique) à destination des festivals, prestataires techniques, agences événementielles, producteurs de spectacles... L'équipe Backloc devenue BBS Azur est désormais rattachée à Novelty sous la direction inchangée de Gilles Laguionie, avec Olivier Hagneré, Directeur Général et Jacques de La Guillonnière, Président. Par cette nouvelle croissance externe, le Groupe Novelty-Magnum-Dushow poursuit son développement pour répondre aux attentes des artistes français et internationaux à travers ses agences à Paris, Bordeaux, Caen, Cannes, Lyon, Marseille, Nantes, Nice, Toulouse, Valence, Barcelone, Bruxelles, Dubaï, Dammam, Doha, Londres, Madrid, Marrakech, Monaco et Riyad.

Couverture du Sud-est

« Cette union est pour nous une suite logique dans l'accompagnement de nos clients historiques et de ceux à venir. Nous partageons les mêmes valeurs et sommes heureux de devenir l'antenne BBS pour tout le sud-est de la France » explique Gilles Laguionie, Directeur de BBS Azur.

Pour répondre aux nombreuses demandes dans la région et plus précisément dans le secteur des Bouches-du-Rhône, la société de Backline BBS récemment intégrée dans la famille Novelty a ouvert une agence à Marseille au sein des locaux de Dushow. Une équipe dédiée et intégrée est d'ores et déjà en place avec tout le matériel nécessaire afin de combler tous les besoins en matière de backline.

Déjà, les équipes Novelty Azur et BSS ont œuvré tout l'été sur plusieurs festivals parmi lesquels Jazz à Juan à Antibes, Nice Jazz Festival, les Nuits du Sud à Vence, le Saint Jazz Cap Ferrat ou encore Le Mas des Escaravatières à Puget-sur-Argens.



L'activité Backline : location d'instruments de musique à destination des festivals, prestataires techniques, agences événementielles, producteurs de spectacles...

Created in 2005 by Gilles Laguionie in the south-east of France, the Backloc company is well established on the French Riviera for the rental of Backline (musical instruments) for festivals, technical service providers, event agencies, producers of shows... The Backloc team, now BBS AZUR, is now attached to Novelty under the unchanged management of Gilles Laguionie, with Olivier Hagneré, Managing Director and Jacques de

La Guillonnière, President. Through this new external growth, the Novelty-Magnum-Dushow Group is continuing its development to meet the expectations of French and international artists through its agencies in Paris, Bordeaux, Caen, Cannes, Lyon, Marseille, Nantes, Nice, Toulouse, Valence, Barcelona, Brussels, Dubai, Dammam, Doha, London, Madrid, Marrakech, Monaco and Riyadh.

Southeast coverage

"This union is for us a logical continuation in the support of our historical customers and those to come. We share the same values and are happy to become the BBS branch for the whole south-east of France" explains Gilles Laguionie, Director of BBS Azur.

To meet the many demands in the region and more specifically in the Bouches-du-Rhône sector, the Backline BBS company recently integrated into the Novelty family has opened an agency in Marseille within the premises of Dushow. A dedicated and integrated team is already in place with all the necessary equipment to meet all backline needs. Already, the Novelty Azur and BSS teams have worked all summer on several festivals, including Jazz à Juan in Antibes, Nice Jazz Festival, Nuits du Sud in Vence, Saint Jazz Cap Ferrat and Le Mas des Escaravatières in Puget-sur-Argens.



» www.novelty-group.com



» bbsbackline.com

LES FESTIVALS DE L'ÉTÉ AVEC

novelty

AZUR

&

BBS BACKLINE

AZUR



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

BBS Backline est le partenaire clé pour tous vos besoins de BACKLINE

Know-how and tailor-made support in VIDEO | SOUND | LIGHT | TRUSS | POWER

BBS Backline is the key note for all your BACKLINE needs

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

» **MADE IN
CÔTE
D'AZUR**

RÉINVENTER LA RSE

dans l'événementiel au cœur des entreprises

En près de 15 ans, le spécialiste de l'événementiel a tout fait pour permettre à ses clients de découvrir la Côte d'Azur, en mode corporate, de 20 à 2 000 personnes et issus de tous les domaines. Team building sportifs, séminaires improbables et incentives toujours plus audacieux : rien n'arrête la créativité de cette équipe de passionnés. Dernière implication en date ? « Beaucoup plus qu'une tendance, la RSE est une vraie nécessité de fond qui révolutionne notre façon de penser et de proposer l'événementiel » selon Jérôme Doyet, Responsable Production chez Made In Côte d'Azur. Une réflexion et une démarche vertueuse, appelées à transformer profondément le monde de l'événementiel.

D e quoi ont envie vos clients cette année ?

« Depuis la crise sanitaire -et c'était déjà sensible auparavant- les habitudes de nos entreprises clientes ont évolué, tout spécialement en matière de RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises). Ils nous interpellent sur le sujet ; certains sont simplement regardants sur notre démarche, pour d'autres c'est une priorité absolue. Depuis peu, il devient indispensable que nous soyons détenteurs d'une labellisation, gage de notre conformité sur ces questions ».

Vous allez donc passer à une étape supérieure ?

« Notre équipe est jeune et sensible aux questions environnementales et écologiques. Il y a 4 mois, nous nous sommes engagés dans un processus de certification à la norme ISO 20121, dédiée à la RSE dans le secteur de l'événementiel et du tourisme sous l'égide de LINKEUS et de l'UNIMEV. Etalé sur 3 années, nous bâtissons les fondations de notre démarche. Pour cela, nous questionnons nos collaborateurs, nos prestataires et nos fournisseurs sur leur vision et leurs engagements dans la RSE de même pour nos clients et leurs attentes. Ainsi naîtra notre politique RSE, en tenant compte des aspirations de chacun ».

Comment intégrer cet état d'esprit sans brider votre créativité ?

Question : qu'est-ce qu'un Team Building vertueux, idéal ? « C'est tout d'abord celui qui ne produit pas ou peu de déchets. Ainsi, la plupart de nos jeux possèdent des contenus durables, que nous pouvons réutiliser. Nos bouteilles d'eau, éco-cup et documents de jeux sont en matériaux recyclés et recyclables.



.....
Jérôme Doyet
Responsable Production
chez Made In Côte d'Azur
.....

“ Notre équipe est jeune et sensible aux questions environnementales et écologiques. Il y a 4 mois, nous nous sommes engagés dans un processus de certification à la norme ISO 20121, dédiée à la RSE dans le secteur de l'événementiel et du tourisme ”

Reinventing CSR in the events industry at the heart of the company - For Côte d'Azur, in corporate mode, from 20 to 2,000 people from all sectors. Sporting teambuilding, unusual seminars and ever bolder incentives: nothing stops the creativity of this team of enthusiasts. Their latest involvement? "More than just a trend, CSR is a real fundamental necessity which is revolutionising our way of thinking and offering events", according to Jérôme DOYET, Production Manager at Made In Côte d'Azur. A virtuous way of thinking and an approach profoundly transforming the events world.

W hat do your clients want this year?

“Since the health crisis-and it was already a sensitive subject beforehand - the habits of our clients companies have developed, particularly in respect of CSR (Corporate Social Responsibility). They question us on the subject; some simply seek an overview of our approach, for others it is an absolute priority. Recently, it has become indispensable for us to have approval, showing our compliance on these issues.”

Are you going to the next stage?

“Our team is young and sensitive to environmental and ecological issues. Four months ago, we committed to a certificated process for standard ISO 20121, devoted to CSR in the events and tourism sector under the aegis of LINKEUS and UNIMEV. Over a period of 3 years, we will build the foundations for our approach. In this regard, we are asking our staff, our service providers and our suppliers about their vision and their commitments with regards CSR, as well as our clients and their expectations. This will be the basis for our CSR policy, taking into account the aspirations of all involved.”



Défi "Pipeline"

Et ensuite, les briefs de nos clients nous poussent à innover, mais aussi à revoir notre façon de nous approvisionner, d'appréhender différemment les lieux occupés et d'y apporter un résultat écodurable. Nous sommes sans cesse à la recherche de professionnels qui sont dans la même approche que nous : hôtels, lieux de réception, restaurateurs, traiteurs... C'est un réel défi de sélectionner les circuits courts, les produits de saison... Quelquefois, on piétine un peu avant de trouver la solution idéale mais c'est toujours très constructif ! Autre aspect : la réduction de l'empreinte carbone, qui peut être fortement réduite avec les transports collectifs ou le covoiturage. Nous réfléchissons à compenser cette empreinte carbone suivant plusieurs actions : reforestation, dons à des associations...

Quid de votre offre ?

« Deux de nos nouveaux jeux sont totalement orientés RSE : « Planet Rescue » et « Les ressources de Pandora ». L'idée ? Sensibiliser de manière interactive, à ces enjeux sur un mode 100 % collaboratif. C'est ludique et dans l'air du temps ! Par exemple, dans « Les ressources de Pandora », les participants pensent être en concurrence mais ils évoluent progressivement vers une méthode collaborative et comprennent que seule l'entraide sera la clé. On le constate : nos clients sont à la recherche de jeux où l'on construit ensemble et où la notion de compétition est moins présente ». Nous avons également apporté cette notion dans d'autres de nos activités. »

On ne peut pas être 100 % RSE ?

« Tout n'est pas toujours réalisable mais beaucoup de choses sont adaptables. 1 500 personnes dispersées dans l'Estérel afin d'en assurer le débroussaillage et le nettoyage, nécessitent un certain nombre d'encadrants qualifiés et disponibles, donc une préparation conséquente. Ces événements se généralisent, liés à la politique RSE croissante des entreprises. Notre rôle est de donner envie, et surtout en y apportant un aspect ludique. Il ne faut pas que la notion de RSE soit synonyme d'ennui ou de contrainte... Faites-nous confiance, avec Made In Côte d'Azur, on ne se lasse jamais ! Nous avons toutes les clés en main. Cette nouvelle vision nous oblige simplement à repenser notre offre, à recommencer, à toujours innover, mais cela tombe bien car... c'est déjà notre travail au quotidien ! »



Planet Rescue

« Deux de nos nouveaux jeux sont totalement orientés RSE : « Planet Rescue » et « Les ressources de Pandora ». L'idée ? Sensibiliser de manière interactive, à ces enjeux sur un mode 100 % collaboratif. »

How can you integrate this mindset without curbing your creativity?

Question: what is the ideal virtuous Team Building?
 "Firstly, it produces little or no waste. Thus, the majority of our games have sustainable contents which can be reused. Our water bottles, eco-cups and games documents are made of recycled and recyclable materials. Next, briefs from our clients encourage us to innovate, and to review our method for obtaining supplies, having a different understanding of the premises we occupy and to provide a sustainable result. We are continually seeking professionals who share our approach: hotels, reception rooms, restaurants, caterers, etc. It is a real challenge to select short circuits, seasonal products, et cetera. Occasionally, we take some time to find the ideal solution, but this is always very constructive! Another aspect is the reduction of the carbon footprint which can be significantly reduced with public transport or vehicle sharing. We are considering how to offset this carbon footprint using various actions: reforestation, donations to associations, etc."

How about your offer?

"Two of our new games are totally CSR oriented "Planet Rescue" and "Pandora's resources." The

idea? To raise awareness of these challenges in an interactive, 100% collaborative way. It is fun and timely! For example, in "Pandora's resources", participants think they are in competition but gradually develop towards a collaborative method and understand that only mutual assistance is the key. We have noticed, our clients are seeking games which involve building together and where the notion of competition is less pervasive." We have also included this concept in our other activities."

Is it possible to be 100% CSR?

"Not everything is always possible, but many things can be adapted. 1,500 people dispatched in the Estérel to clear brush and clean up require a number of qualified available supervisors, thus significant preparation is needed. These events are becoming more commonplace, in line with the growing CSR policy of companies. Our role is to encourage this, specifically by making it fun. The concept of CSR must not be synonymous with boredom or restriction. Trust us, with Made In Côte d'Azur, nobody is ever bored! We have all the keys at hand. This new vision simply requires that we review our offer, start afresh, continue to innovate, which is good because... That is our day job!"



Voie C, 75 Parc de l'Argile
 06370 Mouans-Sartoux
 04 93 129 705
 contact@madeincotedazur.com
 www.madeincotedazur.com



Labellisation Norme ISO 20121 en cours d'obtention par notre agence



Planet Rescue



Défi "Les Ba'atisseurs"



VEN 30/09 vs AIX-MAURIENNE

MAR 04/10 vs ST-VALLIER

VEN 14/10 vs LA ROCHELLE

VEN 04/11 vs BOULAZAC

VEN 25/11 vs ST-VALLIER

VEN 02/12 vs QUIMPER

MAR 20/12 vs ST-QUENTIN

VEN 23/12 vs LILLE

VEN 13/01 vs DENAIN

VEN 27/01 vs ANGERS

MAR 31/02 vs ST-CHAMOND

VEN 10/02 vs VICHY-CLERMONT

MAR 07/03 vs AIX-MAURIENNE

VEN 17/03 vs CHALON/SAONE

VEN 31/03 vs EVREUX

VEN 07/04 vs CHALONS-REIMS

VEN 14/04 vs NANTES

DIM 23/04 vs ORLEANS

VEN 12/05 vs GRIES-SOUFFEL



RENDEZ-VOUS POUR UNE NOUVELLE SAISON PALPITANTE

**DÉVELOPPEZ VOTRE BUSINESS EN REJOIGNANT
LE SHARKS BUSINESS CLUB ET SES 150 ENTREPRISES
PARTENAIRES POUR LA SAISON 2022-2023
NOUVEAUTÉ: COMMUNIQUEZ SUR NOTRE CUBE VIDÉO**

**TOUTES LES INFORMATIONS EN
SCANNANT LE QR CODE CI-CONTRE :**



bpifrance



KEOLIS



ÉVÉNEMENT

2^E EDITION



SALON

BY IN GROUPE

LE PLUS GRAND
SALON BTOB
DE LA RÉGION

6 AVRIL
2023

PALAIS NIKAIKA

“ 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*

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

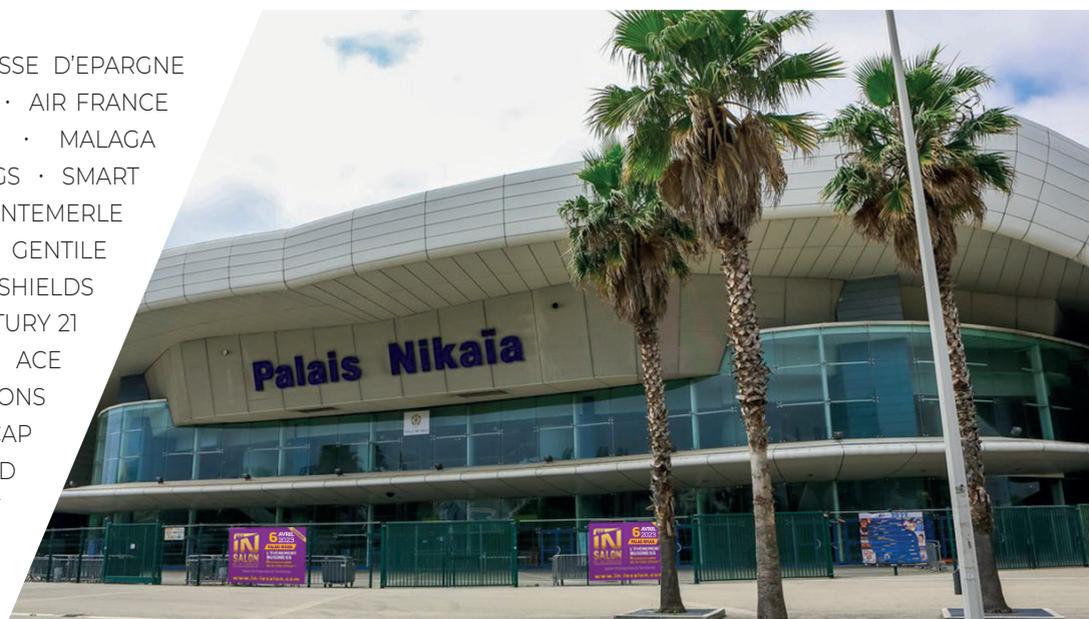
Villes, intercommunalités & vie des municipalités

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 · SAMSI · 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 €

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 €

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 €

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 €

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 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 réservé 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 1^{er} 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

IN MAGAZINE BY IN GROUPE

1^{ER} MAGAZINE ÉCONOMIQUE sur la région PACA

Présent dans plus de
6 000
entreprises

Plus de
65 000
lecteurs

Une zone de
distribution
ÉTENDUE



EN DÉCEMBRE



DOSSIER SPÉCIAL
60 portraits de décideurs

- > Des startups qui détonnent
- > Expertise comptable : quels sont mes besoins ?
- > Fêtes gourmandes et recettes de chefs, domaines viticoles
- > Pays de Lérins : les grands chantiers,
- > Partir étudier à l'étranger : quelles solutions ?

Parution le 5 décembre

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



**LES MAGAZINES
ET LE NOUVEAU
KIT MÉDIA EN LIGNE**



IN CLUB BY IN GROUPE



*à consommer
sans modération !*

CONVIVIALITÉ BUSINESS PLAISIR

TARIFS 2022

➤ **NON PARTENAIRE**
2000 €

➤ **DÉJÀ PARTENAIRE**
1500 €

Engagé avec le magazine
IN Magazine au moment
de l'adhésion

Ce tarif comprend :

➤ **L'accès à nos événements :**
3 à 4 rendez-vous mensuels
à des tarifs préférentiels

- **Des soirées business**, afterwork
et speed business meeting

- **Des événements culturels**,
soirées thématiques,
gastronomiques...

- **Des activités sportives**
golf, karting, ski, tennis...

➤ **L'adhésion à notre**
réseau de partenaires

➤ **Un référencement**
dans IN Magazine
comme nouveau membre
dans la rubrique IN CLUB

➤ **Une mise en avant** sur
les réseaux sociaux

➤ **Votre espace personnalisé** sur
le site www.in-magazines.com
parmi **plus de 160 entreprises**

Rejoignez *le club le plus fou* de la Côte d'Azur !

Pour plus d'informations, contactez vos chargés de clientèle

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

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

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

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



Vendredi 21 octobre à 10 h 30

KART'IN > Un rendez-vous exceptionnel au Karting de Cannes, **1^{er} Karting 100 % Electrique de la Côte d'Azur**. Au programme Speed Business Meeting suivi de votre session Kart de 3 X 10 minutes en mode Grand prix (essais libres, essais chronométrés, 12 tours de course) + remise des trophées

Jeudi 17 novembre à 18 h 30

Un rendez-vous 100 % femme, à la rencontre de Domi et Fred (MOF) et la découverte de leur savoir faire **Au programme : massage, soins, coiffure...**

(sur Rendez-vous et à des tarifs préférentiels IN CLUB)
Speed Business Meet'IN suivi de son cocktail dinatoire dans une ambiance détendue et conviviale



Vendredi 25 novembre à 18 h

Grande soirée **Speed Business Meeting** lors de ce moment de rencontre avec les **SHARKS d'Antibes** qui nous font l'honneur de nous recevoir et de vous faire découvrir ce sport extraordinaire qu'est le Basket

Inscriptions sur www.in-magazines.com

Nos vidéos



Notre agenda



Adhésion



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

LES NOUVEAUX MEMBRES



ILS NOUS RENOUVELLENT LEUR CONFIANCE



meilleurtaux.com
NOS EXPERTS À VOS CÔTÉS

GREGORY LAURENT
06 32 80 84 03
YOANN BELTRAMONE
04 22 13 09 20
MEILLEURTAUX
antibes@meilleurtaux.com
www.meilleurtaux.com



LE **CONSERVATEUR**
EXPERT EN GESTION D'AVENIR DEPUIS 1844

AMÉLIE ANGARD 06 15 07 14 00
aangard@conservateur-conseil.fr
CÉDRIC DEMENGE 07 69 50 66 59
cdemenge@conservateur-conseil.fr
TIPHANIE JUE 06 43 68 55 35
thorusvalor@conservateur-conseil.fr
LE CONSERVATEUR
www.conservateur.fr



STUDIO 619
GREAT ATTENTIF ADDICTIF

GREGORY DUBUC
STUDIO 619
greg@studio619.fr
06 50 56 31 77
www.studio619.fr



AS
Agence Sovimo

WASSIA ALLADE
SOVIMO
wassia@agencesovimo.fr
06 63 63 24 10
www.agencesovimo.fr



CAFÉ
ONDINE
KöpainKöpine

AGNES REGAD
CAFÉ ONDINE
agnes.regad@kopainkopine.com
06 16 59 48 26
www.kopainkopine.com



KISSFM

NICOLAS SELLEM
KISS FM
nicolas@kissfm.fr
04 92 18 61 86
www.kissfm.fr



ABE

BRUNO TOBES
ABE ELECTRICITE
brunotobes@abe-electricite.fr
06 32 51 92 31
www.abe-electricite.fr



ALU
SERVICES
MIROITERIE

SEBASTIEN LUDWIG
ALU SERVICES
MIROITERIE
alu.service.miroiterie@wanadoo.fr
04 93 65 18 00
www.aluservicesmiroiterie06.com

ILS NOUS REJOIGNENT :



ACOGIA
FORMATION

DANIEL BLANQUART
ACOGIA
contact@acogia.com
06 62 67 92 50
www.acogia.com



AZUR OXYGENE

NORBERT BONNAFOUS
AZUR OXYGENE
norbert.bonnafous@azuroxygene.fr
06 74 39 30 01
www.azuroxygene.fr



EPC
CHAMPAGNE

THOMAS FEUILLAT
EPC Champagne
thomas.feullat@epc-champagne.com
06 08 97 98 59
www.epc-champagne.com



GROUPE
CHOPARD
Laissez-vous transporter

CYRIL LE ROUX
GROUPE CHOPARD
cyril.leroux@groupechopard.com
06 89 86 29 37
www.groupechopard.com



MF | FORMAPRO

MELINDA FREMONDIERE FLEURANT
MF FORMAPRO
contact@mf-formapro.com
06 74 81 06 48
www.mf-formapro.com



CROWNE PLAZA
AN IHG HOTEL
NICE - GRAND ARÉNAS

OPHELIE DEYCARD
CROWNE PLAZA
commercial@cp-nice.com
04 12 04 17 60
www.cp-nice.com

OFFRE DE PARRAINAGE*

IN
CLUB
BY IN GROUPE

Parrainer c'est gagner !

2 parrainages

OFFERT : 2 places
pour Marineland



1 parrainage

OFFERT : 1 coffret
Chevron Villette
3 couleurs



LES VIGNOBLES
CHEVRON VILLETTE
Coteaux du Jura
Château
Chevron
Villette
Abbaye
FONTFROIDE
Les Vins

3 parrainages

OFFERT : 1 page dans
IN Magazine (valeur 4800 €)



...Et pour votre
FILLEUL(LE)

OFFERT : 1 coffret
Chevron Villette
3 couleurs





VOS SÉMINAIRES DANS UN CADRE **EXCEPTIONNEL**

**PENSEZ À VOTRE
SOIRÉE DE FIN
D'ANNÉE !**

SÉMINAIRE

De 7 à 130 pax

- Accueil café au tunnel des requins
- Séminaire au Lagoon Center
- Salles modulables à la lumière du jour et 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

SOIRÉE HAUT DE GAMME AU TUNNEL DES REQUINS

à partir de 30 personnes

- Dîner dans la salle panoramique du tunnel des requins : de 30 à 60 personnes en dîner servi à table, et jusqu'à 250 en cocktail dînatoire.
- Possibilité d'hébergement sur place Marineland Hôtel*** 95 chambres

2022

OCTOBRE

STARMANIA - vendredi 7 & samedi 8
LE GRAND BLEU • CINÉ CONCERT - lundi 17
PARANORMAL FESTIVAL - lundi 31

NOVEMBRE

DUTRONC & DUTRONC - vendredi 4
SPYURQ - dimanche 6
 LA CÉLÉBRATION DE L'AMITIÉ FRANCE - ARMÉNIE
JEREMY FERRARI
 ANESTHESIE GENERALE - jeudi 10
N'OUBLIEZ PAS LES PAROLES
 SE DONNE EN SPECTACLE - vendredi 25
VITAA & SLIMANE
 VERSUS TOUR - dimanche 27

DÉCEMBRE

SOLUCOP - jeudi 1er & vendredi 2
MIRACULOUS
 LADYBUG, LE SPECTACLE MUSICAL - dimanche 4
ERA • THE LIVE EXPERIENCE - mardi 13
AMIR - jeudi 15
 -M- • EN RÉVALITÉ TOUR - vendredi 16



2023

JANVIER

DISNEY SUR GLACE
 LA GRANDE AVENTURE - mardi 17 & mercredi 18
ONE NIGHT OF QUEEN - samedi 21
LE PLUS GRAND CABARET DU MONDE • SAISON 2 - dimanche 22
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
JOYAUX - vendredi 26

OCTOBRE

MAXIME GASTEUIL
 RETOUR AUX SOURCES - mardi 3
SOPRANO • CHASSEUR D'ÉTOILES TOUR
 samedi 14 & dimanche 15
BIGFLO & OLI • LE GRAND TOUR
 dimanche 29

DÉCEMBRE

M POKORA • EPICENTRE TOUR - vendredi 1er

ET EN 2024

OCTOBRE

THE RABEATS • TRIBUTE TO THE BEATLES
 samedi 12



ÉVÉNEMENT



SALON

BY IN GROUPE

2^E EDITION

6 AVRIL
2023

PALAIS NIKAIA

- L'ÉVÉNEMENT BTOB
- DE RÉFÉRENCE DE
- LA RÉGION SUD !
-

Salon Entreprises & Territoires



Contact : **Eric Pottier 06 09 86 03 03 - 09 83 79 29 56**

commercial@in-magazines.com

www.in-lesalon.com

