

IN magazine

EVENEMENT BUSINESS PALAIS NIKAIA
 REGION SUD 2^E EDITION **RENDEZ-VOUS** ENTREPRENEURS
 ENTREPRISES & TERRITOIRES **DEJEUNER BUSINESS** GRANDE TOMBOLA
6 AVRIL 2023 **IN SALON** SPEED BUSINESS MEETING
 DECIDEURS **CONFERENCES**
 INCONTOURNABLE **TABLES RONDES** ANIMATIONS EXCEPTIONNELLES

JOB DATING
 EXPOSANTS
SERVICES AUX
 ENTREPRISES & MOBILITE
PROFESSIONS LIBERALES
 STANDS BANQUE
 SECTEURS D'ACTIVITES **FINANCE**
 MUTUELLES
 ASSURANCES
ECOLES
 ENSEIGNEMENT



BTOB
 IT INDUSTRIE
 STANDS PHARMACEUTIQUE
 SCIENCES DU VIVANT
 HABITAT **IMMOBILIER**
BTP ARTISANAT
EVENEMENTIEL
 LOISIRS **CHR**
 DEJEUNER BUSINESS
PROFESSIONNELS
 IN MAGAZINE

FORMATIONS IN CLUB
 BTOB ECHANGES ACTIVITES
IN VILLAGE
TABLES RONDES
 BUSINESS SAVOIR FAIRE
 EVENEMENT **RENDEZ-VOUS**

TELECHARGEZ



VOTRE INVITATION

DEVELOPPEMENT
 STANDS SPEED BUSINESS MEETING
 OFFRES D'EMPLOI SALON
PARTENAIRES
 ETUDIANTS TOMBOLA

RESERVATION SUR **IN-LESALON.COM**

2023
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
DELUXE - samedi 22

MAI

JEFF PANACLOC
JEFF PANACLOC ADVENTURE - vendredi 5
HANS ZIMMER LIVE - samedi 6
LE LAC DES CYGNES - mercredi 10
GLADIATOR LIVE
CINÉ CONCERT - vendredi 12
MICHEL POLNAREFF - mercredi 24
JOYAUX - vendredi 26
GHOST • IMPERATOUR - mardi 30

JUIN

INÈS REG HORS NORMES - vendredi 2

SEPTEMBRE

LOUISE ATTAQUE - mercredi 27

OCTOBRE

MAXIME GASTEUIL
RETOUR AUX SOURCES - mardi 3
SOPRANO • CHASSEUR D'ÉTOILES TOUR
samedi 14 & dimanche 15
BIGFLO & OLI
LE GRAND TOUR - dimanche 29



NOVEMBRE

MICHEL SARDOU
JE ME SOUVIENS D'UN ADIEU - mardi 7
CASSE-NOISETTE - mercredi 29
THE DIRE STRAITS EXPERIENCE
jeudi 30

DÉCEMBRE

M POKORA
EPICENTRE TOUR - vendredi 1er
PASCAL OBISPO
30 ANS DE SUCCÈS - mercredi 6
CHRISTOPHE MAË
CARNET DE VOYAGE - dimanche 10

ET EN 2024

JANVIER

MICHEL JONASZ
DU BLUES, DU BLUES! - dimanche 28

FÉVRIER

SHAKA POKK
THE FINAL F*CKED UP TOUR - jeudi 1er
BERNADETTE DE LOURDES
samedi 10 & dimanche 11
500 VOIX POUR QUEEN - vendredi 16

AVRIL

ALBAN IVANOV • VEDETTE - jeudi 4
SLIMANE • CUPIDON TOUR - samedi 13

OCTOBRE

THE RABEATS
TRIBUTE TO THE BEATLES - samedi 12



BAM SUBLIMER LES ESPACES DES ENTREPRISES DE DEMAIN



buro-amenagement.com
04 97 21 90 42



EDITO

Au menu de cette nouvelle édition de printemps, retrouvez les bonnes pratiques azuréennes en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises. Comment contribuent-elles aux grands enjeux du développement durable ? Quel est l'impact de leur stratégie RSE sur leur activité ? Au sein de leurs équipes de travail ?

Autant d'interrogations qui trouvent des interprétations riches et diversifiées parmi leur témoignage. Des entreprises qui pourront également s'inspirer avec notre dossier Séminaires & Incentive et programmer des moments inoubliables avec leurs équipes en cette saison printanière.

L'arrivée de cette nouvelle saison, c'est aussi le bon moment pour préparer votre visite à IN Salon : d'ores et déjà, vous pouvez prendre rendez-vous avec les exposants et ainsi optimiser votre visite car les animations ne manqueront pas tout au long de cette journée du 6 avril !

Et pour rythmer encore ce moment de business et de rencontres au Palais Nikaïa, une nouveauté cette année : on s'interroge sur les grandes thématiques vécues par le monde de l'entreprise au cours de 7 tables rondes animées par des experts, tout au long de la journée !

Réservez vite votre participation à IN Salon, 2^e édition !

On the menu of this new spring edition, find good practices on the Riviera in terms of Corporate Social Responsibility. How do they contribute to the major challenges of sustainable development? What is the impact of their CSR strategy on their business? Within their work teams?

So many questions that find rich and diversified interpretations among their testimony. Companies that will also be able to draw inspiration from our Seminars & Incentive file and schedule unforgettable moments with their teams in this spring season.

The arrival of this new season is also the right time to prepare for your visit to IN Salon: you can already make an appointment with the exhibitors and thus optimize your visit because there will be plenty of entertainment throughout this day of April 6!

And to further punctuate this day of business and meetings at the Palais Nikaïa, a novelty this year: we wonder about the major themes experienced by the business world during 7 round tables led by experts, throughout of the day!

Book your participation in IN Salon, 2nd edition now!



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 :

Aurélie Suchet : club@in-magazines.com
Marc Pottier : marc@in-magazines.com
Joëlle Berthet : joelle@in-magazines.com
Shana Aleks : shana@in-magazines.com

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

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

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

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

DES AVIONS PLUS LÉGERS, POUR DES VOLS MOINS GOURMANDS EN CARBURANT.

Nous accélérons nos efforts pour construire un transport aérien plus responsable, avec des avions moins polluants, l'utilisation de carburants d'aviation durables et la généralisation de l'éco-pilotage. En 2050, nous aurons atteint zéro émission nette.

S'ENVOLER EN TOUTE ÉLÉGANCE

AIRFRANCE 



 MEMBRE DE
L'ALLIANCE
SKYTEAM

AGISSONS POUR UN
VOYAGE PLUS RESPONSABLE 

Carburant plus durable, nouveaux avions moins polluants, éco-pilotage sur tous nos vols, retrouvez tous nos engagements sur airfranceact.airfrance.com

IN SALON, rendez-vous le 6 avril !

8 Toutes les informations sur le plus grand salon BtoB de la région

DOSSIER RSE Services aux entreprises & mobilité

- 21 **FW BARBOTTO** - Développer la RSE, en passant par la qualité
- 23 **MADE IN CÔTE D'AZUR** - Oui, l'événementiel peut être durable
- 24 **AZUR OXYGÈNE** - Le management bienveillant, un outil RSE de premier ordre
- 26 **NICE SHOPPING** - IKEA, bien installé dans le paysage commercial niçois
- 28 **AIR FRANCE** - Transition environnementale : les grands défis d'Air France
- 30 **TRANSCAN** - RSE : Transcan sur une trajectoire durable
- 34 **TAPIS ROUGE** - Mettre l'objet publicitaire au cœur de la stratégie de communication et de la démarche RSE
- 36 **HÔTEL RESTAURANT & SPA CANTEMERLE** - En route vers un tourisme plus durable
- 37 **B PRESTIGE GROUP** - étend son offre aux entreprises
- 38 **GLOBAL HEART WATCH** - À cœur de sauver des vies
- 40 **FONDATION DES APPRENTIS D'AUTEUIL** - Céleste et puissant, histoire de mode et de confiance
- 42 **BARBERO TRANSPORTS** - Christine Barbero - Transmission automatique
Christelle Meny - La famille, ça compte !
- 47 **SCANDINAVIAN CLEAN** - Disponible et à l'écoute pour l'entretien de votre habitat
- 48 **STUDIO GENTILE** - 25 ans de qualité et d'innovation

DOSSIER RSE IT, Industrie pharmaceutique & Sciences du vivant

- 52 **AVENCOD** - S'adapter pour performer
- 54 **SII** - Numérique responsable : le grand chantier RSE

DOSSIER RSE Professions libérales, banque finance, assurances & mutuelles

- 58 **CAISSE D'EPARGNE CÔTE D'AZUR** - Transition écologique et énergétique, la CECAZ engagée
- 61 **LA MUTUELLE GÉNÉRALE** - Engagée sur la RSE auprès des dirigeants
- 62 **ARAPL2CA** - Des nouveaux services numériques qui facilitent la vie

DOSSIER RSE BTP, artisanat, habitat & immobilier

- 68 **BURO AMENAGEMENT** - Aménagement d'espace de travail : conjuguer bien être et productivité
- 70 **GROUPE ASTRID PROMOTION** - La promotion immobilière avec passion
- 72 **AGIS06** - Faire de l'immobilier et du social, ce n'est pas incompatible
- 75 **MOOD DESIGN** - Envie d'outdoor

Villes, intercommunalités & vie des municipalités

- 78 **METROPOLE NICE CÔTE D'AZUR** - Christian Estrosi, Maire de Nice et Président de la Métropole Nice Côte d'Azur : Les grands chantiers
- 84 **PAYS DE GRASSE** - Grasse Campus - Des étudiants dans l'ancien palais de justice

DOSSIER INCENTIVE CHR, événementiel & loisirs

- 90 **HÔTEL RESTAURANT & SPA CANTEMERLE** - Pour une expérience nature, locale, responsable
- 91 **MADE IN CÔTE D'AZUR** - Pourquoi faire appel aux agences professionnelles ?
- 92 **BONHEUR EN BAR...** et en quantité !
- 94 **FIT IN GOLF** - Golf, sport et bien-être, pour les particuliers et les entreprises
- 96 **DREAM GOLF** - Créez du lien autour du golf !
- 98 **CHÂTEAU DE CRÉMAT** - Événements corporate : célébrez l'art de vivre
- 100 **MAISON DE BACON** - Un printemps de nouveautés
- 102 **NICE SHOPPING** - Franck Martin : « Nice : un grand centre commercial à ciel ouvert »
- 104 **PROPINO** - Bar d'ambiance
- 106 **GROUPE CHOPARD CANNES-MOUGINS / CANNES KARTING** - Nouvelle DS3 E-tense : plus loin, plus vite, plus intense
- 108 **LES SHARKS D'ANTIBES** - Partenaires du IN Club
- 116 **IN CLUB** les nouveaux membres, les prochains événements, les offres de parrainage...

2^E EDITION

ÉVÈNEMENT

IN 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

➤ PITCHS &
CONFÉRENCES

➤ PRISE DE RDV
SUR NOTRE
PLATEFORME

➤ ANIMATIONS
EXCEPTIONNELLES

PLAN DU IN SALON

7 SECTEURS D'ACTIVITÉS

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)



PARMI LES EXPOSANTS

BURO AMENAGEMENT · BRUGUIER ETANCHEITE · CUBE RECEPTIONS
 SMART ENTREPRENEURS PARTNERS · CHÂTEAU DE CREMAT
 ENGLISH FOR FRENCH · AGECO · MADE IN COTE D AZUR · AGIS06
 VAR TOURISME · MF FORMAPRO · TOUT ET BON · LA MUTUELLE
 GENERALE · CROWNE PLAZA · UNITE BOX · MAISON DE BACON
 B PRESTIGE · MAAF · ARAPL · FIDAL · TAPIS ROUGE · MC CAR
 RIVIERA · POP BIKE · AZUR 360 · CHOPARD · EVERIAL · AZUR
 OXYGENE · GREENB · ORANGE · EDEN QARAH · CHOPARD SCP
 DFM · PAYMENT TECHNOLOGY · SII · METROPOLE DE NICE
 COTE D'AZUR · FW BARBOTTO · CROSSTHINK · GLOBAL
 HEART WATCH · OKKO HOTELS · EKLABUL · HETIS · LINKT
 SHARKS · HYGIENE 4D · RUVALOR · AXA PREVOYANCE
 ET PATRIMOINE · NEMATIS · BFM NICE · COTE FACE
 LAVIGNE · WEB&BOX · CLARELIS AVOCATS · INTERIMA

**RESERVEZ VOTRE
EMPLACEMENT***



*Dans la limite des stands disponibles



**GRANDE
TOMBOLA
SPÉCIALE ÉTUDIANTS**



Tu cherches
**UN JOB ?
UN CANAP' ?
OU LES 2 ?**



Fais un tour
au IN Salon,
repars avec

DU BOULOT & TON SALON* !

**TÉLÉCHARGEZ
VOTRE INVITATION**



6 AVRIL
2023
PALAIS NIKAIA

en partenariat avec



www.in-lesalon.com

**ENTRÉE &
PARTICIPATION
GRATUITES**

PROGRAMME

**OUVERTURE
DU SALON**

de 9 h à 18 h
pour les professionnels

de 14 h 30 à 18 h
pour les étudiants

8 h > 9 h

Speed Business Meeting

Boostez votre réseau et enrichissez-vous de l'expérience des différents partenaires présents
(Réservé aux exposants)

11 h > 12 h

Apéro géant

avec notre partenaire Pernod Ricard

12 h > 14 h

Déjeuner Business

Déjeuner en rotation
Au programme, 200 convives
qui changent de tables à chaque étape du repas
Rencontres avec un maximum d'entreprises garanties !

**INSCRIPTION
AU DÉJEUNER**



15 h > 16 h

Animations & goûter gourmand

IN Salon vous réserve de belles surprises

16 h > 18 h

Job dating

18 h

Remise des prix

de la **grande tombola spéciale étudiants** avec IKEA
Fermeture du salon

18 h

Cocktail Dînatoire & grande soirée IN

Grande soirée de clôture du IN SALON
Au programme : cocktail dînatoire, chanteurs, DJ...

**INSCRIPTION
À LA SOIRÉE IN**



TABLES RONDES

Les tables rondes de IN Salon éclairent plusieurs problématiques auxquelles sont confrontées les entreprises aujourd'hui, à travers
l'intervention de plusieurs experts et professionnels.

9 h

**Services aux entreprises
et mobilité**
page 11

11 h

**Finance, banques,
assurances, mutualité
et professions libérales**
page 13

15 h

Écoles & formations
page 15

10 h

**Villes, intercommunalités et
développement économique**
page 12

14 h

CHR, tourisme & loisirs
page 14

16 h

BTP, immobilier & habitat
page 16

17 h

**IT, biotechnologies &
sciences du vivant**
page 17

➤ L'accès aux tables rondes est réservé aux dirigeants
La table ronde Ecoles & Formations est également
ouverte aux étudiants - **Réservation obligatoire**



SECTEUR SERVICES AUX ENTREPRISES ET MOBILITE



À partir de
> 9 h

Durée
> 45 min



**INSCRIPTION
OBLIGATOIRE**
(Réservée aux dirigeants)



Merci de se présenter 15 min avant avec votre invitation téléchargée sur smartphone ou en version papier

➤ Comment les entreprises locales répondent aux nécessaires aménagements qui favorisent la mobilité dans le département ?

Le Plan mobilité 2028 du Conseil Départemental 06 prévoit 500 M€ d'investissements sur 7 ans, dont 376 M€ pour les infrastructures routières. De leur côté, les initiatives prises par les entreprises pour équilibrer le trafic, décarboner les infrastructures de transports sur routes et autoroutes, développer de nouveaux modes de transport doux, de transports de personnes en site propre, voire de livraison en agglomération via des moyens de locomotion décarbonés, montrent qu'une petite révolution multimodale est en cours sur la Côte d'Azur.

LES INTERVENANTS



➤ Blaise Rapior

Directeur Général Adjoint contrats et concessions Vinci Autoroutes, Directeur Général d'Escota

Concessionnaire de l'État et partenaire des collectivités territoriales, VINCI Autoroutes dessert tout le réseau autoroutier de la région Sud, et plus largement en France 10 régions, 45 départements, 14 métropoles, plus d'une centaine de villes de plus de 10 000 habitants et des milliers de communes rurales situées à proximité de son réseau, long de 4 443 km. Face à l'urgence climatique et à l'érosion de la biodiversité, VINCI Autoroutes s'engage en transformant ses infrastructures et ses services pour développer massivement les nouveaux usages de mobilité décarbonée et renforcer l'intégration de l'autoroute dans les milieux naturels.



➤ Franck Cannata

Dirigeant du Groupe Transcan et Transcan Eco City

Transporteur routier régional innovant, le groupe Transcan compte huit filiales et plus de 350 collaborateurs. Il a inauguré l'an dernier Transcan Eco City, son système de mutualisation de livraison de marchandises sur le dernier kilomètre, en agglomération, à l'aide de hubs stratégiquement implantés dans le centre-ville et de véhicules décarbonés de type vélo cargos électrique qui desservent le client final. Une solution déjà présente à Nice et prochainement implantée à Cannes et d'autres communes du littoral.



➤ Pierre Ippolito

Président de l'UPE06 et Dirigeant du Groupe Ippolito

L'UPE06 est l'organisation interprofessionnelle qui rassemble 8 500 entreprises azuréennes et 115 000 salariés. Depuis 50 ans, sa mission est de représenter et défendre les intérêts des entreprises de la Côte d'Azur tout en participant à l'animation du tissu économique local avec une action importante de lobbying au niveau régional et national.

Le Groupe Ippolito fait aujourd'hui travailler plus de 900 collaborateurs dans 4 branches : automobile, industriel, immobilier et tourisme.



➤ Patrick Barbero

Dirigeant des Transports Barbero

Multi spécialiste du transport azuréen depuis 70 ans, Barbero Transports s'est rapidement spécialisé dans le frigorifique et la logistique des produits frais et surgelés (il compte sur une surface de 4500 m² d'entrepôts frigorifiques).

Son implantation stratégique à proximité de Nice, sa nouvelle plateforme logistique et son expertise lui permettent d'interagir avec les transporteurs français et italiens de même qu'avec les acteurs du transport multimodal.

SECTEUR
**VILLES,
INTERCOMMUNALITES
& DEVELOPPEMENT
ECONOMIQUE**



À partir de
> 10 h | Durée
> 45 min



**INSCRIPTION
OBLIGATOIRE**
(Réservée aux dirigeants)



Merci de se présenter 15 min avant avec votre invitation téléchagée sur smartphone ou en version papier

- **Comment la Métropole NCA** conjugue un développement économique raisonné et une ambition forte pour notre territoire ?
- Comment la CCI Nice Côte d'Azur assure-t-elle **le développement des entreprises du 06** face aux difficultés économiques conjoncturelles ?
- **Quel est le rôle du réseau CCI Provence-Alpes-Côte d'Azur** au service des entreprises régionales ?

Les entreprises maralpines peuvent compter sur les collectivités et sur les institutions telles que les chambres consulaires pour les aider à se développer. Dans un contexte économique troublé et face à de nombreuses difficultés (inflation, approvisionnement, recrutement...) comment ces dernières s'y prennent-elles ? Quels sont leurs leviers d'action ?

LES INTERVENANTS



➤ **Magali Altounian**

Adjointe au Maire de Nice, conseillère métropolitaine Nice Côte d'Azur déléguée aux affaires européennes

Dans le but de renforcer les territoires, le statut de métropole a été créé afin d'affirmer le rôle des grandes agglomérations comme moteurs de croissance et d'attractivité. La métropole a pour objectif de valoriser les fonctions économiques métropolitaines et ses réseaux de transport et de développer les ressources universitaires, de recherche et d'innovation. Elle assure également la promotion internationale du territoire. Depuis sa création en 2012, la Métropole Nice Côte d'Azur, 1^{ère} métropole française à avoir été créée, s'est affirmée comme un territoire ambassadeur de l'Europe, grand laboratoire d'innovation, se hissant au rang des grandes Smart cities européennes et mondiales.



© Studio Ioïc Bisoli

➤ **Jean-Pierre Savarino**

Président de la CCI Nice Côte d'Azur

La CCI Nice Côte d'Azur est à la fois : une institution démocratique, un établissement public de l'Etat et une entreprise de services. L'action de la CCI Nice Côte d'Azur s'exerce autour de 5 objectifs stratégiques, mis en œuvre par ses équipes dans différents métiers.

Elle a pour mission d'animer la vie économique, informer les entreprises, faciliter les synergies au bénéfice du territoire, développer des infrastructures performantes et former les salariés de demain.



© François Moura pour CCI Provence-Alpes-Côte d'Azur

➤ **Philippe Renaudi**

Président de la CCI de Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Changer d'échelle pour faire réussir l'économie régionale est l'ambition du réseau CCI Provence-Alpes-Côte d'Azur : une CCI de région et sept CCI territoriales qui renforcent leur action collective et collaborative afin de permettre à plus de 388 200 entreprises de relever les défis actuels et de répondre aux enjeux de demain.

SECTEUR
**FINANCE, BANQUES,
 ASSURANCES, MUTUALITE
 ET PROFESSIONS
 LIBERALES**



À partir de
> 11 h | Durée
> 45 min



**INSCRIPTION
 OBLIGATOIRE**
 (Réservée aux dirigeants)



Merci de se présenter 15 min avant avec votre invitation
 téléchargée sur smartphone ou en version papier



Aides aux entreprises : de quels leviers disposent-elles pour se développer ?



Le développement de la digitalisation des professionnels du droit et du chiffre



Après un rapide état des lieux de la santé financière de l'entrepreneuriat local (évolution du nombre de créations, dissolutions, reprises, endettement, etc.) il sera évoqué les aides à la création, au développement, au rebond, ainsi que l'innovation mises en œuvre par les professionnels du conseil aux entreprises.

LES INTERVENANTS



> Gilles Perez

Dirigeant du cabinet d'expertise comptable Ageco Cannes

Le cabinet d'expertise comptable Ageco Cannes mise sur des outils résolument modernes pour donner du conseil et mettre à la disposition de ses clients son savoir-faire en matière financière, fiscale, sociale, juridique, informatique et de gestion. L'expertise d'Ageco Cannes couvre ainsi plusieurs domaines d'activité comme la comptabilité, le juridique et le fiscal, mais aussi l'organisation, l'accompagnement et le conseil aux créateurs d'entreprises ou encore aux collectivités locales. La digitalisation de son organisation apporte un niveau de conseil et une expérience client remarquables.



> Sandrine Viallaron

Responsable territoriale 06 - MAAF Pro

Créée en 1950 par et pour les artisans, MAAF est le partenaire historique de l'artisanat et du secteur des métiers. MAAF Pro assure aujourd'hui plus de 790.000 professionnels en mettant à leur service ses 7.500 collaborateurs. L'assureur propose des garanties adaptées aux différents secteurs d'activité : les professionnels du BTP ; de l'artisanat et l'industrie ; de l'alimentation (Métiers de bouche, Café, Hôtel, Restaurant) ; de la publicité, du conseil et des services ; les professions paramédicales ; les exploitants d'un commerce ou d'une boutique. Les solutions digitales innovantes mises en place par MAAF Pro facilitent au quotidien la vie de ses adhérents.

SECTEUR

CHR, TOURISME & LOISIRS



À partir de
> 14 h

Durée
> 45 min



INSCRIPTION OBLIGATOIRE
(Réservée aux dirigeants)



Merci de se présenter 15 min avant avec votre invitation téléchargée sur smartphone ou en version papier

- **Comment les entreprises** peuvent rendre attractive l'offre touristique de la région ?
- **Qu'attendent les collectivités** et infrastructures touristiques de la part des entreprises de la région ?
- **Focus sur le trafic aérien** de la destination Nice Côte d'Azur en 2023

Si le marché français représente près de 80 % de la clientèle touristique qui séjourne chaque année en Provence Alpes-Côte d'Azur, les clientèles lointaines prennent une part de plus en plus importante. Des tendances nouvelles se dégagent chez les touristes français (télétravailler sur son lieu de vacances, opter pour un hébergement mobile, réserver en dernière minute...) quand d'autres s'intensifient et se pérennisent (vivre une expérience particulière, voyager « responsable », vivre comme un « local », ...). Comment les entreprises peuvent-elles s'y adapter ? Que peuvent-elles proposer ?

LES INTERVENANTS



➤ Alexandra Borchio Fontimp

Sénatrice et Présidente du Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur France

Venant de souffler ses 80 bougies, le Comité Régional du Tourisme (CRT) Côte d'Azur France est l'organisme institutionnel officiel en charge de la mise en œuvre de la stratégie de promotion de la Destination Côte d'Azur France auprès du marché national et international. Composé de trois pôles marketing opérationnels (Marketing de l'offre, Marketing Content & Digital et Sales Marketing), il met en œuvre chaque année une centaine d'actions de promotion en France et à l'étranger, et a également en charge le développement de la stratégie de marque territoriale Côte d'Azur France ainsi que de son programme de licence www.marque-cotedazurfrance.com



➤ Guillaume Décard

Président de Var Tourisme

L'Agence de Développement Touristique (ADT) Var Tourisme est l'organisme institutionnel en charge de la mise en œuvre de la politique touristique du Département du Var et de la promotion de la destination varoise sur les marchés français et étrangers. Cet outil au service des territoires et de ses professionnels se compose de 3 pôles opérationnels (Développement de l'Offre et des Filières ; Promotion ; Communication, Marketing et Évènementiel), d'un Observatoire du Tourisme et déploie une stratégie avec la récente création du Réseau Destination Var, constitué de professionnels emblématiques et engagés.



➤ Franck Goldnadel

Président du directoire, Aéroports de la Côte d'Azur

L'aéroport Nice Côte d'Azur est le deuxième aéroport de France après Paris. En 2022, il a enregistré un trafic passagers de 12,12 millions, contre 14,5 millions en 2019, année où la plateforme proposait 120 destinations directes opérées par 57 compagnies régulières desservant 44 pays. En dehors de Paris, il est aussi le seul aéroport français à proposer 10 lignes long-courrier en vols réguliers vers Abou Dhabi, Bahreïn, Dubaï, Koweït, New York, Montréal et Riyad, et à accueillir l'A380 en quotidien.

SECTEUR
ÉCOLES & FORMATIONS



À partir de **> 15 h** | Durée **> 45 min**



INSCRIPTION OBLIGATOIRE
(Réservée aux dirigeants)



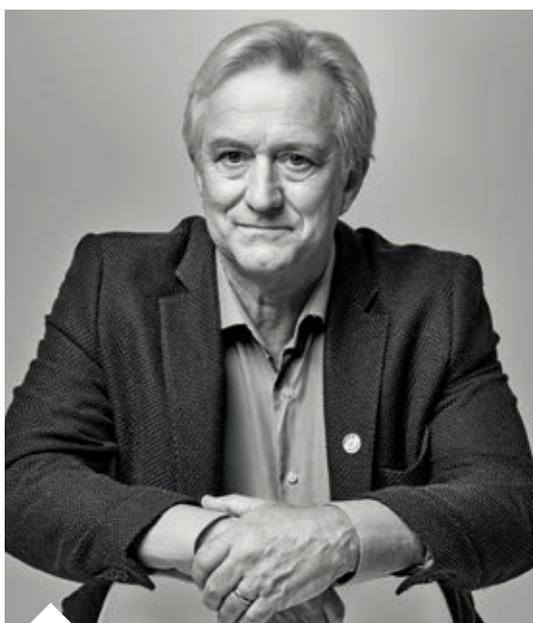
Merci de se présenter 15 min avant avec votre invitation téléchargée sur smartphone ou en version papier

➤ **Comment le monde de l'enseignement adapte-t-il son offre de formation aux besoins de recrutement (métiers d'avenir, métiers en tension) affichés par les entreprises ?**

Vaste débat que de faire coïncider offre et demande, en matière de qualification et d'emploi. Comment le monde de l'entreprise peut-il s'appuyer sur le monde de l'enseignement pour recruter à terme les bons profils ?

En amont, comment identifier les métiers d'avenir et proposer des filières qui recruteront demain, les jeunes en formation ? Comment attirer les jeunes sur des parcours de formation menant à une bonne insertion professionnelle ?

LES INTERVENANTS



➤ **Jeanick Brisswalter**

Président d'Université Côte d'Azur

Avec 12 Campus, 28 structures dispensant 560 formations à près de 35.000 étudiants, Université Côte d'Azur concrétise l'ambition d'un territoire à l'attractivité et au dynamisme reconnus. A l'initiative de sa création en 2015, se trouve la volonté des centres de recherche et des grands établissements d'enseignement de construire ensemble une université au potentiel académique exceptionnel.

Créative autant qu'exigeante, Université Côte d'Azur se classe déjà dans les 3 % de l'élite universitaire mondiale et compte parmi les 10 grandes universités françaises intensives en recherche.



➤ **Sophie Prat Fourcade**

Directrice Commerciale du Campus Sud des Métiers

Inauguré en septembre dernier à Nice, le Campus Sud des Métiers, l'un des pôles de l'apprentissage sur la Côte d'Azur, est un établissement nouvelle génération au service des jeunes, entreprises, salariés et demandeurs d'emploi.

Il propose des parcours de formation personnalisés, basés sur les compétences et métiers d'avenir grâce à un réseau de 1 500 entreprises partenaires. Réunissant 95 parcours de formation avec ses écoles partenaires, le Campus Sud des Métiers propose un large éventail de choix pour une insertion efficace dans le milieu professionnel.

SECTEUR
**BTP, IMMOBILIER
& HABITAT**



À partir de **> 16 h** | Durée **> 45 min**



**INSCRIPTION
OBLIGATOIRE**
(Réservée aux dirigeants)



Merci de se présenter 15 min avant avec votre invitation téléchargée sur smartphone ou en version papier

➤ **Nouveaux enjeux de la construction :** quelles commodités et priorités privilégient les entreprises dans leurs recherches d'implantation ? Quels sont leurs besoins en matière de transition écologique ? D'aménagement d'espaces de travail ?

➤ Alors que les coûts des matériaux continuent de progresser et que les contraintes réglementaires nécessitent des adaptations constantes de la part de la filière du BTP, de quels leviers disposent les professionnels du secteur pour **construire plus durable ?**

LES INTERVENANTS



➤ **Florent Noiray**

Vice-Président de la Fédération du Bâtiment et des TP des Alpes-Maritimes, Directeur Général de Spada Construction

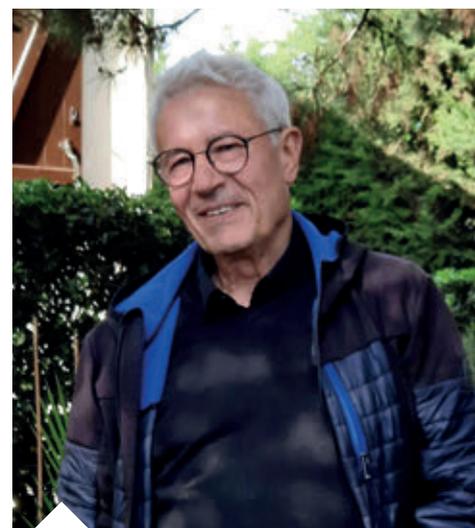
Avec plus de 700 entreprises adhérentes dans les Alpes-Maritimes (artisans et entrepreneurs) représentant 10 000 salariés, la FBTP 06 porte la voix des entreprises du BTP auprès des pouvoirs publics, des administrations, organismes à gestion paritaire, publics et privés. Elle s'attache à promouvoir l'activité du Bâtiment et des Travaux Publics et défendre l'intérêt de ses adhérents.



➤ **Patrick Cazorla**

Directeur de IKEA Nice

Le géant du meuble suédois, implanté à Nice Saint Isidore depuis l'an dernier, emploie 360 personnes sur une surface de vente de 24.000 m², où il propose un large choix de produits et accessoires adaptés à toutes les pièces de la maison, à son extérieur mais aussi des solutions d'aménagements d'environnement de travail, à destination des professionnels.



➤ **André Rosello**

Dirigeant de Côté Face, membre de la commission RGE de la FBTP 06 et Président de la Guilde Sable Vert

La Fédération du Bâtiment et des TP des Alpes-Maritimes défend les intérêts de plus de 700 entreprises adhérentes dans le département. Depuis 1996, la Guilde Sable Vert a pour vocation de valoriser la technologie de la chaux, associée à des matériaux naturels, minéraux et biosourcés, dans le traitement hygrothermique des murs et des façades.

SECTEUR IT, BIOTECHNOLOGIES & SCIENCES DU VIVANT



À partir de **> 17 h** | Durée **> 45 min**



**INSCRIPTION
OBLIGATOIRE**
(Réservée aux dirigeants)



Merci de se présenter 15 min avant avec votre invitation téléchargée sur smartphone ou en version papier

- Comment les grandes entreprises de l'IT s'adaptent-elles aux **nouveaux enjeux de recrutement** ?
- Les atouts et applications de l'**Intelligence Artificielle** dans le secteur social
- **Développer l'humain** à l'aide de la technologie

Comment s'adapter et recruter les meilleurs profils au service de l'IT dans la région ?

L'apport des nouvelles technologies dans la vie de tous les jours reste indéniable. En quoi servent-elles l'humain, l'aident-elles à se développer, à s'améliorer ?

L'intelligence artificielle est-elle compatible avec un modèle social ?

LES INTERVENANTS



➤ **Mélanie Lepont**
Ressource Manager, SII Sophia Antipolis

Fondé en 1979, le Groupe SII est une Entreprise de Services du Numérique à dimension internationale disposant d'une large couverture géographique avec 100 implantations réparties sur 4 continents. L'agence de Sophia Antipolis emploie plus de 300 collaborateurs.



➤ **Albert Marouani**
Président de la Haute Ecole du Travail et de l'Intervention Sociale (HETIS). Professeur émérite des Universités en Sciences économiques et Président honoraire de l'Université Nice-Sophia Antipolis

L'école dispense des formations aux professions du secteur social. HÉTIS est structuré autour de 5 départements de formation : Intervention Sociale, Éducation Spécialisée, Enfance et Famille, Métiers de Proximité, Formation Supérieure, ainsi que d'un laboratoire de recherche, LARIIS (Laboratoire Action-Recherche Interdisciplinaire en Intervention Sociale), dispensant 16 des formations diplômantes et certifiantes du niveau V au niveau I. Elle prépare à de nombreux concours : assistant de service social, éducateur spécialisé, moniteur éducateur...



➤ **Mathieu Merian**
Président de My3D

Spécialisée dans l'impression 3D, le prototype et la vente de machine liée à la fabrication additive, My3D lance le projet Somanity qui a pour objet de créer des exosquelettes à faible coût pour permettre à n'importe quelle personne atteinte de handicap moteur de pouvoir remarquer.

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

IN SALON
BY IN GROUPE



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



SERVICES AUX ENTREPRISES & MOBILITÉ

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

DOSSIER

➤ RSE : QUEL EST L'IMPACT DES ENTREPRENEURS AZURÉENS ?

La RSE, Responsabilité Sociétale des Entreprises, s'invite au menu de la stratégie des entreprises azuréennes dans tous les secteurs d'activité. Elle est leur contribution volontaire aux grands enjeux du Développement Durable. De plus en plus de voix s'accordent à dire que les entreprises peuvent créer de la valeur économique en créant de la valeur sociale. Entrepreneurs et dirigeants de la Côte d'Azur témoignent ainsi dans ce numéro, de leurs avancées en matière sociétale ou environnementale, de leurs bonnes pratiques RSE, afin de proposer des modèles économiques toujours plus durables.



CSR: What is the impact of Côte d'Azur entrepreneurs?

CSR, Corporate Social Responsibility, is on the menu of the strategy of Côte d'Azur companies in all sectors of activity. It is their voluntary contribution to the major challenges of Sustainable Development. More and more voices agree that companies can create economic value by creating social value. Entrepreneurs and leaders of the Côte d'Azur thus testify in this issue, of their progress in societal or environmental matters, of their good CSR practices, in order to offer ever more sustainable economic models.

LA RSE DANS LE TEXTE ➤ LEXIQUE

Ecoconception : Intégration des aspects environnementaux dans la conception ou la reconception de produits : réglementation, image de marque, conséquences environnementales du produit (consommation de ressources, émissions de GES, production de déchets, valorisation du produit en fin de vie).

Ecodesign: Integration of environmental aspects in the design or redesign of products: regulations, brand image, environmental consequences of the product (consumption of resources, GHG emissions, production of waste, recovery of the product at the end of its life).

Economie circulaire : En opposition à l'économie dite linéaire, elle limite le gaspillage des ressources et l'impact environnemental et augmente l'efficacité à tous les stades de l'économie des produits. Elle implique la notion de recyclage et de réutilisation des objets et services.

Circular economy: In contrast to the so-called linear

economy, it limits the waste of resources and the environmental impact and increases efficiency at all stages of the product economy. It involves the notion of recycling and reusing objects and services.

GPEC : (Gestion prévisionnelle de l'emploi et de compétences) Une gestion anticipative et préventive des RH, en fonction des contraintes de l'environnement et des choix stratégiques de l'entreprise.

Forward-looking management of employment and skills (GPEC): Anticipatory and preventive management of HR, depending on the constraints of the environment and the strategic choices of the company.

Global Compact : (Pacte Mondial) : initiative des Nations Unies visant à inciter toutes les entreprises du monde à adopter une attitude socialement responsable s'engageant à intégrer et à promouvoir les principes liés aux Droits de

l'Homme, aux normes internationales du travail et à la lutte contre la corruption. La signature du Pacte est une démarche volontaire de l'entreprise.

Global Compact (Global Pact): United Nations initiative aimed at encouraging all companies in the world to adopt a socially responsible attitude, committing to integrating and promoting the principles related to Human Rights, international labor standards and the fight against corruption. Signing the Pact is a voluntary process by the company.

Norme ISO 26000 : Norme internationale donnant des lignes directrices aux entreprises pour opérer de manière responsable, autrement dit en appliquant les principes du Développement Durable au sein de leurs structures.

ISO 26000 standard: International standard providing guidelines for companies to operate responsibly, in other words by applying the principles of Sustainable Development within their structures.



DÉVELOPPER LA RSE, EN PASSANT PAR LA QUALITÉ

En créant un poste de responsable QHSE (pour Qualité, Hygiène, Sécurité et Environnement), le groupe niçois FW Barbotto entre dans une phase de certification de la qualité de ses activités. Une démarche cohérente avec le développement de sa stratégie RSE, proactive depuis plusieurs années.

Developing CSR, with a focus on quality - By creating the position of EHS manager (EHS is an acronym that stands environment, health and safety), the Nice-based group, FW Barbotto, is working towards certifying the quality of its activities. This latest effort is perfectly aligned with the development of its CSR strategy, in which the group has been proactive for several years.

La qualité ? Le groupe FW Barbotto connaît et cela pour toutes ses entreprises : transport de voyageurs, tourisme, restauration et événementiel. Thierry Barbotto, Président du Groupe, avait été à l'origine de la certification ISO 9001 (Qualité) de l'entreprise il y a une vingtaine d'années. « Il y a donc déjà des procédures opérationnelles : feuilles de route, fiches d'anomalie, cahier d'accueil... » précise Jessica Barbotto, Directrice Générale, qui ajoute que cette orientation et cette thématique sont déjà fortement ancrées au sein de la direction et de l'ensemble des collaborateurs : « tout le monde est très impliqué, c'est un beau challenge ».

En plusieurs étapes, l'ambition du groupe est d'obtenir une certification ISO 9001 (Qualité) et 14001 (Environnement) en 2024 en commençant par les entreprises de transport du groupe. Dans l'immédiat, l'heure est à l'embauche d'un ou une Responsable QHSE qui devra avant tout, procéder à un état des lieux avant la mise en œuvre d'un plan d'action. Il ou elle aura donc la charge de proposer des solutions pertinentes pour améliorer la qualité dans les process du groupe.

Qualité et RSE

« Cette démarche de certification a aussi pour ambition de valoriser le travail collaboratif d'une équipe » explique Jessica Barbotto. Une vision qui s'inscrit dans la démarche RSE, d'un point de vue social, complétée par le volet environnemental, très sensible chez FW Barbotto : « à l'origine, nous sommes dans le transport, donc très préoccupés par ces questions. Nous cherchons toujours en interne à mener des actions pour compenser notre empreinte carbone ». Cela va passer prochainement par une action locale à Nice. Heaven Travel, l'agence de voyages du groupe, va participer à la plantation de nouveaux arbres sur la coulée verte en reversant une partie des recettes générées par chaque séjour vendu à cette action environnementale et y sensibiliser également ses clients. L'an dernier déjà, FW Barbotto inaugurait sa station d'avitaillement en Biogaz GNV, marquant un grand pas vers une accélération de sa transition énergétique.

Désormais, la qualité, l'hygiène et la sécurité viendront compléter cet engagement environnemental, marqueur fort des entreprises d'avenir, pionnières et proactives dans le changement des mentalités.



Jessica Barbotto, Directrice Générale et Thierry Barbotto, Président du Groupe FW Barbotto

“ L'ambition du groupe est d'obtenir une certification ISO 9001 (Qualité) et 14001 (Environnement) en 2024 en commençant par les entreprises de transport du groupe. ”



L'an dernier déjà, FW Barbotto inaugurait sa station d'avitaillement en Biogaz GNV, marquant un grand pas vers une accélération de sa transition énergétique.

Quality is no stranger to the FW Barbotto group and all its companies, which are active in passenger transport, tourism, catering and event-planning. Thierry Barbotto, the Chairman of the Group, was at the origin of the company's ISO 9001 certification (quality) some 20 years ago. "So, we already have operational procedures in place: roadmaps, anomaly sheets, introductory sheets..." Jessica Barbotto adds. She is the Group's General Manager and keen to tell us that this direction and theme are already firmly anchored among managers and employees: "everyone is completely involved, it's a great challenge".

In several phases, the group's ambition is to achieve ISO 9001 (quality) and ISO 14001 (environment) certification by 2024, initially focusing on the group's transport companies. For now, it is time to recruit an EHS manager, whose first task will be to take stock of the situation and implement an action plan. They will therefore be in charge of coming up with relevant solutions to improve the quality of the group's processes.

Quality and CSR

"This certification process also aims at shining a light on our team's collaborative work" Jessica Barbotto explains. This vision is part of the CSR approach. It also includes a social aspect, and of course an environmental one, which is close to everyone's heart at FW Barbotto: "originally, we are a transport company, so we are very aware of these issues. Internally, we are always on the lookout for actions we can undertake to offset our carbon footprint". For instance, there is a local program scheduled in Nice, whereby trees are going to be planted for the greenway. Heaven Travel, the group's travel agency, will participate in it by donating part of the revenue generated by each stay sold to this environmental action. This will also raise awareness among its customers. Last year, FW Barbotto inaugurated its NGV Biogas refuelling station, which marked a significant step towards accelerating its energy transition.

Now, quality, health and safety will be added to the group's environmental commitment. These efforts are a marking feature of tomorrow's companies that are pioneering new solutions and proactive in changing minds.



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

RESPONSABLES ET DURABLES : les lieux événementiels montrent l'exemple

A Cannes, le Palais des festivals devient « Société à Mission » et plus à l'Est, le Grimaldi Forum monégasque crée la direction RSE du centre de congrès et de culture. Deux marqueurs forts de la volonté d'engagement durable qu'affichent ces institutions événementielles azuréennes.

A Cannes, en novembre dernier, la Mairie approuvait l'adoption du statut d'entreprise à mission pour son Palais des Festivals et des Congrès, entériné en décembre 2022. Cette démarche s'inscrit dans le cadre de la loi Pacte (Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises) de 2019 qui introduit la qualité de « **société à mission** » permettant à une entreprise de formaliser sa raison d'être et définir ses objectifs sociaux et environnementaux : un enjeu majeur de compétitivité durable. Le Palais des Festivals est le premier centre de congrès à devenir société à mission et en ce sens, a déjà annoncé des objectifs concrets : lancer et pérenniser de nouveaux salons et festivals internationaux en favorisant l'écoconception et l'exploitation responsable et durable, réduire fortement ses impacts environnementaux ou encore Former l'ensemble du personnel au QSE - DD (qualité sécurité environnement- développement durable).



© Semec - Fabre

Le Palais des Festivals et des Congrès de Cannes est le premier centre de congrès à devenir société à mission

Responsible and sustainable: event venues lead by example

- In Cannes, the Palais des Festivals becomes a "Société à Mission" and further east, the Monegasque Grimaldi Forum creates the CSR department of the convention and culture center. Two strong markers of the desire for lasting commitment displayed by these Riviera event institutions.

Depuis la loi Pacte de mai 2019, 726 entreprises en France ont adopté le statut d'entreprise à mission. Ces sociétés se concentrent davantage sur l'impact social et environnemental de leurs activités.



UN CHIFFRE
726

Since the Pacte law of May 2019, 726 companies in France have adopted the status of company with a mission. These companies focus more on the social and environmental impact of their activities.

Le Grimaldi Forum Monaco voit la direction de son périmètre RSE évoluer. Certifié ISO 14001 depuis 2008, il s'inscrit aujourd'hui sur le chemin de la **certification événementielle ISO 20121**, liée à la RSE. Le critère d'une politique forte en la matière étant un réel atout dans le choix des destinations pour tous les clients, c'est Françoise Rossi, précédemment Directrice Commerciale et du Développement, impliquée dans le projet RSE depuis son origine, qui occupera le poste nouvellement créé de Directrice de la RSE avec pour mission de développer et faire vivre la politique RSE du Grimaldi Forum, récemment publiée dans une charte qui liste l'ensemble de ses progrès et projets environnementaux, sociaux et solidaires. Le centre de congrès et de culture monégasque offre une surface modulaire de 70.000 m² gagnés sur la mer pour des conventions, salons, galas, spectacles ou expositions accueillant en moyenne jusqu'à 3.000 personnes par jour.

Françoise Rossi, Directrice de la RSE du Grimaldi Forum



© GrimaldiForumMonaco

In Cannes, last November, the Town Hall approved the adoption of the status of company with a mission for its Palais des Festivals and Congresses, ratified in December 2022. This approach is part of the Pacte law (Plan of action for the growth and transformation of companies) of 2019 which introduces the quality of "**société à mission**" allowing a company to formalize its purpose and define its social and environmental objectives: a major challenge for sustainable competitiveness. The Palais des Festivals is the first convention center to become a company with a mission and, in this sense, has already announced concrete objectives: to launch and sustain new international fairs and festivals by promoting eco-design and responsible and sustainable operation, to reduce strongly its environmental impacts or Train all staff in QSE - SD (quality safety environment-sustainable development).

The Grimaldi Forum Monaco is seeing the direction of its CSR scope evolve. ISO 14001 certified since 2008, it is now on the way to **ISO 20121 event certification**, linked to CSR. The criterion of a strong policy in this area being a real asset in the choice of destinations for all customers, it is Françoise Rossi, previously Sales and Development Director, involved in the CSR project since its inception, who will hold the position. newly created Director of CSR with the mission of developing and bringing to life the CSR policy of the Grimaldi Forum, recently published in a charter which lists all of its progress and environmental, social and solidarity projects. The Monegasque convention and culture center offers a modular area of 70,000 m² reclaimed from the sea for conventions, fairs, galas, shows or exhibitions welcoming on average up to 3,000 people per day.

» MADE IN
CÔTE
D'AZUROUI, L'ÉVÉNEMENTIEL
PEUT ÊTRE DURABLE

En cours de certification ISO 20121 (L'événementiel pour un développement durable), Made In Côte d'Azur mobilise toute l'entreprise et produit déjà des résultats encourageants, tant pour son équipe que pour ses clients, eux-mêmes de plus en plus engagés sur les questions de Responsabilité Sociétale et Environnementale.

Made In Côte d'Azur vient de rédiger sa charte de politique de développement durable autour de plusieurs principes qu'elle s'applique à respecter : l'inclusion, la vigilance, l'intégrité et la transparence. Ces trois enjeux prévalent dans toute politique RSE : environnemental, social et économique. Une « feuille de route » qui engage fortement toutes les parties prenantes de l'agence événementielle : « Notre équipe est réceptive car jeune et issue d'une génération qui a déjà été éduquée à ces principes. Mais comme dans tout changement, un temps d'adaptation est nécessaire » juge Jérôme Doyet, responsable Production et référent RSE de Made In Côte d'Azur. Marie-Christine Couette, directrice, le reconnaît : « Cette démarche représente un investissement important, c'est un choix qui nous engage ». Cela représente l'équivalent d'une personne mobilisée à mi-temps pendant près de six mois. Au menu, un travail de formalisation particulièrement fourni et complet : tout est libellé et consigné à des fins de contrôle.



“ Notre équipe est réceptive car jeune et issue d'une génération qui a déjà été éduquée à ces principes. ”

Jérôme Doyet, responsable Production et référent RSE de Made In Côte d'Azur



investments; it is a decision that really commits us". It represents one employee working half-time on these issues for close to six months. On the agenda, a thorough and complete formalisation process: everything must be labelled and itemised for inspection purposes.

The French Riviera in the top of the class

Since the last term of 2022, there has been a lot to do: several team games have been rethought to eliminate polluting elements and to increase the reuse of resources and equipment. The agency has implemented a sophisticated waste sorting centre, its consumables have significantly diminished (important reduction of printouts, environmentally-friendly products preferred), its heating system has been revamped, as has its lighting system (full LED)... The certification, when it is achieved, will allow the company to work on these questions with its clients, who are already heavily involved in their own CSR policies. They now want to select partners and suppliers who are pulling in the same direction. The French Riviera is ideal for events and has long been a pioneer in terms of environmental certification. On an estimated basis of 5'000 event-planning agencies in France, only a small portion of them have embarked on a nationally recognised certification process. Locally, 24 hospitality and tourism businesses have entered into a partnership with LINKEUS and UNIMEV in 2022 and 2023, thereby propelling the Southern region to the top of the class! For Made In Côte d'Azur, its certification process should come to fruition in the spring of 2023.

Event-planning, a sustainable business - Made in Côte d'Azur is undergoing ISO 20121 certification (sustainable events) and is getting the whole company involved. The process has produced some encouraging results, both for its team and for its clients, and the latter are becoming increasingly engaged in issues of social and environmental responsibility.

Made In Côte d'Azur has finished drafting its sustainable development charter, which focuses on several principles that the company is abiding by: inclusion, vigilance, integrity and transparency. At the heart of any CSR policy lie three key issues: environment, society, and economy. The event-planning agency's roadmap relies on a significant involvement of all of its stakeholders. "Our team has been very receptive as it is young and of a generation that has been educated about these principles. But as always with change, some time to adapt is needed" Jérôme Doyet reckons. He is the head of production and CSR manager at Made In Côte d'Azur. Marie-Christine Couette, CEO, admits this much: "This process requires significant

La Côte d'Azur, bonne élève

Depuis le dernier trimestre 2022, les actions ne manquent pas : plusieurs jeux d'équipe ont été adaptés afin d'éliminer les éléments polluants et privilégier la réutilisation des ressources et matériels. L'agence a mis en place un centre de tri sélectif poussé, ses consommables ont fortement diminué (volume d'impressions en forte baisse, choix de produits écoresponsables), son mode de chauffage a évolué tout comme ses luminaires (full LED)...

La certification visée permettra aussi de travailler avec des clients eux-mêmes très engagés dans leur politique RSE. Ils souhaitent maintenant choisir des partenaires et fournisseurs œuvrant dans le même sens. La Côte d'Azur, incontournable terre d'accueil d'événements, est précurseur en matière de certification environnementale. En estimant à près de 5.000 le nombre des agences françaises qui y organisent des événements, on notera que seul un faible pourcentage d'entre elles sont entrées dans une démarche de certification au niveau national. 24 structures touristiques de la région Sud, se sont engagées en partenariat avec LINKEUS et UNIMEV entre 2022 et 2023, décidément bonnes élèves en la matière ! Pour Made In Côte d'Azur, l'aboutissement de sa démarche de certification aura lieu au printemps 2023.

MADE IN
CÔTE D'AZUR

Voie C, 75 Parc de l'Argile
06370 Mouans-Sartoux
04 93 129 705
contact@madeincotedazur.com
www.madeincotedazur.com

ISO
20121

Labellisation Norme ISO 20121
en cours d'obtention par
notre agence

» AZUR
OXYGÈNE

LE MANAGEMENT BIENVEILLANT, UN OUTIL RSE DE PREMIER ORDRE

Norbert Bonnafous, bien avant que la RSE ne devienne un marqueur fort de l'identité et de la stratégie, s'est forgé sa propre approche de la Responsabilité Sociétale des Entreprises. Elle passe avant tout par un management bienveillant, qui s'est très vite révélé constructif dans un environnement de travail essentiellement axé sur la relation humaine.

Caring management, a first-rate CSR tool - Well before CSR became one of the defining features of a company's identity and strategy, Norbert Bonnafous was already developing his own approach to Corporate Social Responsibility. It involves a kind and caring style of management, which quickly proved itself to be a constructive component in a work environment that centres on human relations.



Azur Oxygène, l'entreprise que Norbert Bonnafous a fondée en 2004, compte plus de 20 employés, au service du Home Care (soins et services à domicile). Tout d'abord orientée sur le marché du traitement de prise en charge de l'insuffisance respiratoire, la société a progressivement élargi ses domaines d'intervention avec le traitement des apnées du sommeil ou de la BPCO (bronchopneumopathie chronique obstructive). Chaque année, Azur Oxygène prend en charge à domicile près de 4.000 patients, dans le Var et les Alpes-Maritimes. Un développement que Norbert Bonnafous a supervisé en restant à l'écoute de ses salariés :

« Bien avant de penser en termes de RSE, le management bienveillant a toujours fait partie de ma façon de procéder avec mon équipe. Et tout d'abord parce que notre métier nécessite beaucoup d'empathie et d'écoute. Nos recrutements se font à 80 % sur ces qualités car les

“ La RSE, le management bienveillant, Norbert Bonnafous les considère comme des éléments sur lesquels investir à long terme, pour un développement harmonieux et pérenne de l'entreprise mais aussi de ses membres ”

patients que nous suivons nécessitent souvent des traitements lourds. L'humanité dont ils témoignent et la qualité des prestations de nos techniciens sont primordiales ».

Diversifier l'activité

L'image de l'entreprise repose en grande partie sur le ressenti des patients qu'elle traite. Norbert Bonnafous peut juger de l'implication de ses équipes et de la qualité de leur intervention

Azur Oxygène, the company Norbert Bonnafous founded in 2004, has more than 20 employees working in the field of Home Care. Initially focused on the market of respiratory failure treatment, the company progressively broadened its scope of intervention to include the treatment of sleep apnoea and COPD (chronic obstructive pulmonary disease). Every year, Azur Oxygène provides home care to some 4'000 patients in the Var and Alpes-Maritimes departments. Norbert Bonnafous, while he was overseeing this development, remembered to stay attentive to the needs of his employees:

"Before we even began thinking in terms of CSR, a kind and caring management style was always a part of my process with my team. This line of business, specifically, requires a great deal of empathy and attentiveness. When it comes to hiring, 80% of our process rests on these qualities as the patients under our care often require heavy treatments. The humanity

sur un critère : « Cela peut paraître très anodin... mais lorsque les patients se souviennent du prénom du technicien auquel ils ont affaire, alors, nous savons que nous avons fait un grand pas » estime-t-il. Pour humaniser un peu plus le travail de ses techniciens, parfois difficile émotionnellement, Norbert aime diversifier leurs activités. L'accouchement à domicile (Azur Oxygène a équipé 300 sage-femmes et mamans en deux ans) est par exemple en plein développement et constitue un nouveau marché pour l'entreprise : « C'est un créneau porteur sur lequel nous nous spécialisons de plus en plus ». Les équipes de techniciens forment ainsi mamans et sage-femmes à l'utilisation d'équipements notamment prévus pour connaître la saturation en oxygène des futures mamans.



« Bien avant de penser en termes de RSE, le management bienveillant a toujours fait partie de ma façon de procéder avec mon équipe. »

Norbert Bonnafous,
fondateur d'Azur Oxygène

Comment renforcer encore l'adhésion au projet d'entreprise ?

« Notre métier est encore mal connu. Avec les avancées médicales, la technologie en constante évolution, il est important de former continuellement nos équipes. Nous sommes en veille permanente sur ces sujets ». Au-delà de cette montée en compétence, de bonnes conditions financières, les salariés d'Azur Oxygène disposent de certains avantages dispensés pour leur apporter plus de confort au quotidien : « Nos techniciens peuvent utiliser leur voiture d'entreprise le week-end, ceux qui le souhaitent peuvent amener leurs enfants à l'école chaque jour - nous avons pris nos dispositions en matière d'assurances à ce sujet- et les conditions offertes par notre mutuelle d'entreprise sont excellentes ».

La RSE, le management bienveillant, Norbert Bonnafous les considère comme des éléments sur lesquels investir à long terme, pour un développement harmonieux et pérenne de l'entreprise mais aussi de ses membres.

Chez Azur Oxygène, avoir l'esprit d'équipe, c'est aussi savoir s'amuser !



of our technicians and the quality of the services they deliver are therefore of prime importance".

Diversifying activities

The company's image is largely built by the experience of the patients under its care. Norbert Bonnafous is able to judge the level of involvement of his team members and the quality of their interventions on just one criterion: "It may seem rather innocuous, but when our patients remember the first name of the technician who is taking care of them, we know we are doing great work" he reckons. To further humanise the job of his technicians, which can sometimes be quite difficult emotionally, Norbert diversifies their activities. For instance, home births (Azur Oxygène has equipped 300 midwives and mothers in two years) are in full expansion and constitute a new market for the company: "It's a promising area where we are increasing our specialisation". The teams of technicians train mothers and midwives to use equipment that will inform them of the oxygen saturation levels of expecting women.

How can you increase participation in your corporate project?

"Ours is a little known line of business. With medical advances, the technology is constantly evolving, and we have to train our teams on an ongoing basis. We keep a watchful eye on these subjects". In addition to the acquisition of new skills and appealing financial conditions, the employees of Azur Oxygène enjoy certain advantages that afford them added comfort in their day-to-day lives: "Our technicians can use their company cars over the weekend, and those who want can bring their children to school every day - we have made the necessary arrangements with the insurers - and the conditions offered by our corporate health insurance are outstanding". Norbert Bonnafous considers that CSR and his caring managerial style are worth investing in on the long term as they ensure his company develops in harmonious fashion and his employees are happy in the service.

Reconditionnement & écoresponsabilité

Dans sa politique RSE, Azur Oxygène développe avec la société Europea une démarche durable de reconditionnement de matériel médical à prix réduit.

« Nous sommes sensibles à la question environnementale, au cycle de vie des produits et nous travaillons dans ce sens pour renforcer notre écoresponsabilité », justifie Norbert Bonnafous. Les premières machines CPAP (Continuous Positive Airway Pressure, appareil de ventilation en pression positive) reconditionnées connaissent déjà un très grand succès et en 2023, ce sont plusieurs types d'autres appareillages médicaux qui auront une seconde vie grâce à l'intervention d'Europea.



Recycling and environmental responsibility

In terms of its CSR policy, Azur Oxygène has partnered with another company, Europea, to develop a sustainable process for the recycling of medical equipment at a reduced cost. "We are highly sensitive to environmental issues and the lifecycle of our products, and we are working to bolster our environmental responsibility", Norbert Bonnafous explains. Our first recycled CPAP (continuous positive airway pressure) devices have already met with great success and, in 2023, other types of medical devices will be given a second lease of life thanks to Europea's intervention.

➤ euro-cpap.fr



Azur Oxygène
17 Allée des Métaflos
Saint Laurent du Var
04 93 14 18 24
Azuroxygene.fr

IKEA, BIEN INSTALLÉ

dans le paysage commercial niçois

Membre fondateur de l'association Nice Shopping, qui vise à promouvoir l'ensemble du commerce niçois, IKEA apporte autant aux commerçants de proximité qu'il apprend d'eux, du territoire niçois et de ses spécificités. Un partenariat gagnant-gagnant que nous évoque Patrick Cazorla, directeur du spécialiste de l'ameublement suédois à Nice.

IKEA, in place in Nice's retail landscape - A founding member of the Nice Shopping association, an entity that promotes Nice's shopping environment, IKEA has as much to offer to local business owners as it has to learn from them, Nice's territory, and its specificities. It is a win-win partnership, and Patrick Cazorla, director of the Swedish flat-packed furniture specialist, is here to tell us all about it.



©Julien Hoy

For decades, an IKEA store had been expected in the region; it has now opened its doors in the ecodistrict of Nice Saint-Isidore in spring 2022. How have you positioned yourself?

Patrick Cazorla: We are one of the largest IKEA stores in France, occupying a unique site, which is mixed and integrated, covering 55'000m², of which 32'000m² are dedicated to the store, including 24'000m² of retail surface area. Housing units, offices: we've come as close as possible to fulfilling IKEA's ambitions, which were to open a store that was optimally integrated in the Saint-Isidore ecodistrict. With soft modes of transport and the location of this store, we are exploring a format quite different from the one we previously offered, with stores located in the city's periphery.

You adhered to and supported the Nice Shopping federating project since its inception in 2017, as a founding member, at a time when you didn't even have a presence in Nice. Why?

With Nice Shopping, we wanted to be associated with all the economic stakeholders of the territory, regardless of their size or nature. With a lot of humility, we wanted to explain what was behind our brand, whose arrival had been awaited for decades. Finally, no one is anyone's competitor and we realise that, beyond the differences in our types of activity and business, we all pursue the same goals: energising the territory, broadening the current offering, and creating jobs... We are often described as a locomotive, but all the territory's stakeholders are in fact the locomotives: everyone has something to gain with this federating project...

Who are your clients?

Our clients have not disappointed! 40 to 45% of them come from Nice, and most of our clients live within a 60 minute circle drive of the shop. By examining the year 2022 and projecting it as a full year - because we're in an offset financial year - the volume is of around 2.5 million visitors per year, which falls squarely within our expectations. We have clients who visit us today but will complete their shopping from home, and others who initiate their shopping process online, and come here to confirm their choices and to receive advice. Ours is truly an omnichannel approach and our strategy is to adapt to our clients' expectations.

Atendu depuis plusieurs décennies dans la région, IKEA a ouvert ses portes dans l'écoquartier de Nice Saint-Isidore au printemps 2022. Comment vous positionnez-vous aujourd'hui ?

Patrick Cazorla : Nous figurons parmi les plus grands magasins IKEA en France, avec un site unique, mixte et intégré, de 55.000 m², dont 32.000 m² de magasin, comptant lui-même 24.000 m² de surface de vente. Logements, bureaux : nous sommes au plus proche de ce qu'IKEA voulait faire avec un magasin à l'intégration optimale dans l'écoquartier de Saint-Isidore. Avec les transports doux et la localisation de cette implantation, nous sommes dans un format différent de ce qui était jusqu'ici plébiscité, en périphérie de ville.

Vous avez adhéré et soutenu le projet fédérateur de Nice Shopping depuis ses débuts en 2017, comme Membre fondateur, alors que vous n'étiez pas encore ouvert à Nice. Pourquoi ?

Notre intérêt avec Nice Shopping, c'était d'être associés à tous les acteurs économiques du territoire, de toute taille, de toute nature. Avec beaucoup d'humilité, nous voulions expliquer ce qu'il y avait

“ Logements, bureaux : nous sommes au plus proche de ce qu'IKEA voulait faire avec un magasin à l'intégration optimale dans l'écoquartier de Saint-Isidore. ”

derrière notre enseigne, attendue depuis des décennies ! Finalement, personne n'est concurrent de personne et on se rend compte qu'au-delà des activités et des différentes typologies de commerces, nous avons tous les mêmes finalités : dynamiser un territoire, amener une offre complémentaire à celle existante et créer de l'emploi... On dit souvent que nous sommes une « locomotive », mais c'est l'ensemble des acteurs du territoire qui est une locomotive : chacun peut tirer profit de ce projet fédérateur...

Qui sont vos clients ?

Les clients sont au rendez-vous ! 40 à 45 % d'entre eux viennent de Nice et l'ensemble de notre clientèle se situe dans un cercle de 60 minutes en voiture autour du magasin. En prenant 2022 et en se projetant sur une année complète car nous sommes sur un

exercice fiscal décalé, la volumétrie est de 2,5 Millions de visiteurs par an, ce qui correspond pleinement à nos attentes. Nous avons à la fois des clients qui nous visitent aujourd'hui et qui finaliseront leurs achats à la maison et à l'inverse, d'autres qui commencent leur processus d'achat en ligne et viennent confirmer leurs choix ici, notamment avec du conseil. Notre approche est omnicanale et notre stratégie nous amène à nous adapter aux attentes de cette clientèle.

Quelles adaptations envisagez-vous ?

Toutes nos livraisons clients pour les 4 codes postaux de la ville de Nice sont effectuées depuis notre magasin de Nice Saint Isidore par des véhicules électriques. Nous réfléchissons également à la possibilité de livrer nos clients le jour même de la commande. Nous devrions aussi adapter le service « cliquer et emporter » avec des évolutions d'horaires d'ouverture différents en testant le créneau de 20 h à 21 h voire 22 h et nous préparons également la livraison du dimanche matin, très sollicitée par une partie de notre clientèle.

Parlez-nous de votre stratégie RSE :

Face aux enjeux que constitue le changement climatique, le développement durable est et a toujours été au centre de nos préoccupations, c'est dans l'ADN d'IKEA. D'un point de vue environnemental, notre stratégie RSE s'appuie sur trois piliers. Premièrement la technologie : notre bâtiment est certifié BREEAM Very Good (norme environnementale des bâtiments, NDLR), nous avons installé 3100 panneaux photovoltaïques qui produisent plus de 40 % de notre consommation électrique, 10.000 m² de toiture végétale ainsi que 40 bornes de recharge électrique. Ensuite, au travers de notre assortiment : plus de 35 % de nos produits sont estampillés « développement durable » dans leur conception ou leur fonction et 91 % de nos déchets sont recyclés. Enfin, d'un point de vue social, nous avons constitué un groupe « People Planet Positive » avec 7 de nos collaborateurs qui sont ambassadeurs et proactifs sur les sujets RSE à améliorer en interne. Ils ont par exemple initié un système de troc d'objets de seconde main pour l'ensemble de nos 360 collaborateurs. Nous sommes ouverts à leurs propositions et ils disposent, en toute autonomie d'un budget pour les mettre en œuvre.

En magasin, nous avons aussi créé une zone de produits de seconde main et nous réfléchissons à aller plus loin en reprenant tout type de mobilier à des fins de recyclage ou de remise en service.



Patrick Cazorla, directeur de IKEA Nice Saint-Isidore

IKEA NICE EN CHIFFRES



2020

Ouverture d'une première implantation en centre-ville (300 m²) pour réfléchir et affiner les attentes de la clientèle. IKEA Nice Saint-Isidore a ouvert au printemps 2022



2.5 MILLIONS

Des clients ont fréquenté IKEA Nice Saint-Isidore sur un an (en équivalent année pleine)



18 %

Des clients IKEA à Nice sont piétons



24.000 M²

De surface de vente



➤ **IKEA Nice Saint Isidore**
20 Rue Alain Mimoun
06200 Nice
www.ikea.fr

What other adaptations are you considering?

All the deliveries we make to our clients throughout four different postal areas of the city of Nice leave from our Nice Saint Isidore store and are carried out by electric vehicles. We are thinking of ways to get our deliveries to our clients on the same day as the order. We are also improving the "click and collect" service with new working hours. We are testing the 8pm or 9pm to 10pm slot, and we are also preparing to make deliveries on Sunday mornings, which is something some of our clients are very eager for us to do.

What can you tell us about your CSR strategy?

Faced with the challenges of climate change, sustainable development has always been central to our concerns, it is part of IKEA's DNA. In terms of the environment, our CSR strategy rests on three pillars. The first one is technology: our building is BREEAM Very Good-certified (environmental standard governing buildings, editor's note), we have installed 3'100 solar panels that produce more than 40 % of our electricity consumption, 10'000m² of green roof, as well as 40 electric charging terminals. Then, through the ranges of products we sell: more than 35% of our products bear the "sustainable development" stamp in their design or operations, and 91% of our waste is recycled. Finally, from a social perspective, we have started a "People Planet Positive" group that includes seven employees who are proactive ambassadors on CSR issues that can be improved internally. For example, they have initiated a second-hand exchange system for all of our 360 employees. We are open to their proposals, and they are given a budget to manage independently to implement their ideas. In the store, we have also created an area selling second-hand objects and we are thinking of ways of taking this further, by taking back all types of furniture for recycling purposes or for repairs.

“ Notre bâtiment est certifié BREEAM Very Good. Nous avons installé 3100 panneaux photovoltaïques qui produisent plus de 40 % de notre consommation électrique, 10.000 m² de toiture végétale ainsi que 40 bornes de recharge électrique. ”



» AIR FRANCE

TRANSITION ENVIRONNEMENTALE :

les grands défis d'Air France

La transition environnementale du transport aérien est un défi immense pour l'une des industries les plus complexes à décarboner, et dans le même temps une condition à sa pérennité dans une économie mondiale qui doit réussir sa mutation bas-carbone. Air France renforce ses engagements et ses actions concrètes de réduction d'émissions et fait aujourd'hui de la transition écologique une priorité stratégique majeure. Dans ce contexte, le programme Air France ACT lancé en avril 2022 vise à faire connaître ses engagements pour accélérer cette transition auprès d'un public large. Vincent Etchebehere, VP Développement durable et nouvelles mobilités d'Air France, nous en détaille les contours.



Vincent Etchebehere,
VP Développement durable et
nouvelles mobilités d'Air France

Quels sont les objectifs et sur quel horizon de temps avez-vous planifié la stratégie de décarbonation, baptisée Air France ACT ?

Vincent Etchebehere : La part de l'aviation dans les émissions mondiales de CO₂ est aujourd'hui d'environ 2,6 %. Avec un trafic aérien en expansion, elle pourrait augmenter significativement d'ici 2050 si nous ne nous mobilisons pas. La transformation nécessaire pour faire du transport aérien une industrie compatible avec un monde bas-carbone est sans doute le plus grand défi que nous allons devoir relever.

Pour contribuer à l'atteinte des objectifs de l'Accord de Paris visant à limiter le réchauffement climatique en-deçà de +2°C, la trajectoire de réduction des émissions de CO₂ d'Air France repose sur deux piliers : la réduction des émissions directes générées par les opérations d'Air France et la réduction des émissions indirectes, en amont et aval des activités de la compagnie. Air France s'engage à réduire ses émissions de CO₂ de 30 % par passager-kilomètre transporté d'ici 2030 par rapport à 2019 (hors compensation).



“ Air France s'engage à réduire ses émissions de CO₂ de 30 % par passager-kilomètre transporté d'ici 2030 par rapport à 2019 ”

Dans ce contexte, après avoir réduit nos émissions totales de CO₂ de 6 % entre 2005 et 2019, (malgré une hausse du trafic de +32 %) nous nous engageons à les réduire encore de 12 % d'ici 2030. Un objectif validé en décembre 2022 par l'organisme indépendant de référence Science-Based Target Initiative (SBTI), marquant une étape importante dans notre stratégie de décarbonation.

Quels sont les leviers à votre disposition pour accompagner cet objectif de réduction des émissions de CO₂ ?

Air France active tous les leviers de décarbonation à sa disposition, à commencer par le **renouvellement**

de sa flotte avec des avions de nouvelle génération, comme l'Airbus A220 ou l'Airbus A350, émettant jusqu'à 25 % de CO₂ en moins et dont l'empreinte sonore est réduite de 33 % en moyenne par rapport aux appareils qu'ils remplacent. D'ici 2030, ces appareils représenteront 70 % de la flotte grâce à un investissement d'un milliard d'euros par an d'ici 2025. Ensuite, il y a le **recours accru aux Carburants d'Aviation Durables (SAF)** qui vont constituer le levier décisif pour réduire les émissions de CO₂ de

Environmental transition: Air France's great challenges - In the world air of travel, where decarbonisation is a thorny subject, the notion of environmental transition is extremely challenging, and yet it remains crucial if the industry is to survive in a global economy that is increasingly set on reducing its carbon footprint. Air France has been reinforcing its commitments: it is taking concrete action to reduce its emissions and has set ecological transition as a major strategic priority. For instance, the ACT Air France programme launched in April 2022 aims at sharing its commitments to boost its transition with a wider audience. Vincent Etchebehere, VP of Sustainable Development and New Mobilities at Air France, gives us an outline of this new programme.

What are the goals and what is time horizon governing Air France ACT, your decarbonisation strategy?

Vincent Etchebehere: The air travel industry contributes roughly 2.6% of worldwide CO₂ emissions. With an expanding volume of air traffic, this portion is set to increase significantly by 2050 if we fail to act meaningfully. The necessary transformation that will turn air travel into an industry that has a rightful place in a low-carbon society is undoubtedly the greatest challenge lying ahead of us.

To help achieve the objectives of the Paris Agreement aimed at limiting global warming to below +2°C, the strategy to reduce Air France's CO₂ emissions rests on two key elements: the first concerns the reduction of direct emissions generated by Air France activities, and the second has to do with indirect emissions, upstream and downstream from the company's activities. Air France is committed to reducing its CO₂ emissions by 30% per passenger-kilometre by 2030 from 2019 (excluding compensation).

In this context, having reduced our total CO₂ emissions by 6% from 2005 to 2019, (despite an increase in traffic of +32%) we commit to reducing them further by 12% by 2030. This objective was approved in December 2022 by our reference independent body, Science-Based Target Initiative (SBTI), which marks an important step in our decarbonisation strategy.

What levers are at your disposal as you work towards this goal of reducing CO₂ emissions?

Air France is using all the decarbonisation means at its disposal, starting with the renewal of its fleet and the acquisition of new-generation aircraft, such as the Airbus A220 or the Airbus A350, with CO₂ emissions reduced by 25% and with a noise footprint reduced by 33% on average compared to the aircraft they



replace. By 2030, these aircraft will account for 70% of our fleet, thanks to an investment of one billion euros by 2025. Then, there's the increased reliance on sustainable aviation fuel (SAF), which will constitute a decisive lever to reduce CO₂ emissions throughout the air transport industry. By 2030, the company hopes to have integrated at least 10% of SAF for the flights it operates. The practice of eco-piloting: using one engine when taxiing, AI-optimised flight routes... All these operational measures made possible by the action of Air France pilots, who are trained to these new practices, allow an immediate reduction of our fuel consumption and of our CO₂ emissions by 4 or 5%, without any impact on safety. There is also the development of intermodal transport, in particular combined air/train travel, which will offer transport alternatives with a reduced carbon footprint for short-distance travel, in particular through a strengthened Air France - SNCF partnership.

Sustainable aviation fuel is set to become the greatest lever to significantly reduce CO₂ emissions in the air travel industry. How does Air France want to position itself to secure supplies and play a role in the development a SAF industry here in France?

It's worth remembering that there are several types of sustainable aviation fuel, in particular two categories, including 2nd generation biofuels that have no impact on food crops. They are already available, albeit in low quantities. Synthetic fuels, also called power-to-liquid or e-fuels are still in the R&D phase.

Thanks to a procurement policy based on strict environmental criteria, the SAFs purchased by Air France reduce CO₂ emissions by at least 75% over their life cycle compared to kerosene. Air France is particularly demanding when it comes to the sustainability qualities of the SAF we buy: no palm oil, no process that could affect the food chain or lead to deforestation. This is guaranteed by our sustainability certificates issued by independent bodies such as RSB or ISCC+.*

The Air France - KLM Group has made strong commitments in terms of developing production industries here in France, when it signed, last year, its two first contracts for the acquisition of 1.6 million tons of sustainable aviation fuel from Neste et DG Fuels by 2036, along with an agreement protocol with TotalEnergies for another 800'000 tons. To achieve its goal of integrating 10% of SAF by 2030 and securing additional supplies, the Group is currently in talks with several other suppliers, both in France and in Europe.

Sustainable aviation fuel is therefore a crucial lever in Air France's decarbonisation strategy. In fact, you have created a product for companies called "SAF Corporate Programme": what can you tell us about it?

Corporate clients of Air France - KLM, based on the company's reports of CO₂ emissions associated with their air travel, can decide whether they want to contribute the amount of their choice to the Corporate SAF programme. All such contributions to Air France and KLM are invested in the supply and concrete use of SAF. They will stimulate the development of SAF production industries and allow the client company to reduce the CO₂ emissions associated with their employees' air travel (calculated in their scope 3, which lists their indirect emissions of greenhouse gases).

l'industrie aéronautique. D'ici 2030, la compagnie vise au moins 10 % d'incorporation de SAF sur ses vols. **La pratique de l'éco-pilotage** : roulage sur un moteur au sol, trajectoires de vol optimisées grâce à l'IA... Toutes ces mesures opérationnelles, rendues possibles par l'action des pilotes d'Air France formés à ces pratiques, permettent une réduction immédiate de la consommation de carburant et de 4 à 5 % des émissions de CO₂, sans impact sur la sécurité. **Le développement de l'intermodalité**, en particulier train / air, permettra de proposer des alternatives de transport à faible empreinte carbone pour les trajets de courte distance, notamment dans le cadre du renforcement du partenariat entre Air France et la SNCF.

Les carburants d'aviation durables sont amenés à devenir le principal levier pour réduire significativement les émissions de CO₂ de l'aérien. Comment Air France cherche-t-il à se positionner pour s'approvisionner et jouer un rôle dans le développement d'une filière SAF en France ?

Rappelons qu'il existe plusieurs types de carburants d'aviation durables, notamment deux catégories dont les biocarburants de 2^e génération ne concurrençant pas les cultures alimentaires. Ils sont disponibles dès maintenant, en faible quantité. Les carburants de synthèse, appelés également « Power-to-liquid » ou « e-fuels », sont encore au stade de R&D. Grâce à une politique d'approvisionnement basés sur des critères environnementaux stricts les SAF achetés par Air France réduisent d'au moins 75 % les émissions de CO₂ sur leur cycle de vie par rapport au kérosène.

Air France est particulièrement exigeante quant aux critères de durabilité des SAFs qu'elle achète : pas d'huile de palme, aucun procédé qui puisse entrer en concurrence avec la chaîne alimentaire ou engendrer de la déforestation. Cela est garanti par les certificats de durabilité émis par des organismes indépendants comme le RSB ou ISCC+*.

Le Groupe Air France-KLM a pris des engagements forts pour le développement de filières de production en particulier en France, en signant, l'an passé, ses deux premiers contrats fermes pour l'acquisition d'1,6 million de tonnes de carburants d'aviation durables avec Nestlé et DG Fuels d'ici à 2036, ainsi qu'un protocole d'accord avec TotalEnergies pour

“ Les carburants d'Aviation Durables (SAF) vont constituer un levier décisif pour réduire les émissions de CO₂ de l'industrie aéronautique. D'ici 2030, la compagnie vise au moins 10 % d'incorporation de SAF sur ses vols. ”

800 000T supplémentaires. Afin d'atteindre son objectif de 10 % d'incorporation de SAF d'ici 2030 et sécuriser des approvisionnements supplémentaires, le Groupe est en discussion avec plusieurs autres fournisseurs aussi bien en France qu'en Europe notamment.

Les carburants d'aviation durables sont donc un levier essentiel de la stratégie de décarbonation d'Air France. Vous avez notamment créé un produit pour les entreprises baptisé « Programme SAF Corporate » : en quoi consiste-t-il ?

Les clients Corporate d'Air France - KLM, se basant sur le reporting d'émissions de CO₂ liées à leurs déplacements fournis par la compagnie, peuvent déterminer une contribution annuelle qu'ils souhaitent consacrer au programme SAF Corporate. Toutes les contributions d'Air France et de KLM sont investies dans l'approvisionnement et l'utilisation concrète de SAF. Elles permettent de stimuler le développement de filières de production de SAF, et à l'entreprise cliente de réduire les émissions de CO₂ liées aux déplacements aériens de ses collaborateurs (comptabilisées dans ce que l'on appelle leur scope 3, inventoriant leurs émissions de gaz à effet de serre indirectes).



*RSB (Roundtable on Sustainable Biomaterials) et ISCC+ (International Sustainability & Carbon Certification)

» TRANSCAN
GROUPERSE : TRANSCAN
sur une trajectoire durable

Le groupe de transport régional connaît une importante phase de développement depuis plusieurs années. Celle-ci se traduit notamment par la croissance des effectifs de ses 9 filiales (plus de 350 personnes) et de sa surface foncière d'exploitation avec en 2023, 14 dépôts dans les Alpes-Maritimes. Une stratégie ambitieuse qui s'appuie aujourd'hui sur la prise en compte d'éléments extra-financiers, en lien avec la RSE qui fait l'objet d'une attention toute particulière chez Transcan depuis le début de l'année. Entretien.

CSR: Transcan on a sustainable journey - For a number of years now, the regional transport group has been undergoing a significant development phase. It can be seen in the growing number of employees working out of its nine subsidiaries (more than 350 employees) and in its operating facilities which boast, in 2023, 14 warehouses in the Alpes-Maritimes department. This ambitious strategy now relies on the assessment of extra-financial elements, which, associated with CSR, constitute a point of particular attention at Transcan since the beginning of the year. Interview.

En quoi la RSE revêt une importance forte dans une entreprise de transport comme Transcan ?

Pierre-Alexandre Inwiller

Directeur du développement :

Aujourd'hui, peut-on concevoir le développement d'une entreprise sans prendre en compte la RSE : la réponse est clairement non ! Nous y avons donc réfléchi d'une manière globale chez Transcan. Le développement doit être économique, mais aussi humain -et ce, de différentes manières, mais pour cela, il faut travailler une approche homogène. Dans chacune de nos 9 filiales, il y avait des initiatives mais nous manquions de coordination, d'homogénéité à l'échelle du groupe. Avec l'arrivée de Cécile, nous allons rapidement être en mesure de corriger cela.

Mickaël Remaggi,

Directeur Administratif et Financier :

« La RSE, ce sont des objectifs mais c'est aussi un coût qu'il nous faut pouvoir évaluer. La prise en compte d'éléments extra-financiers procède

“ Aujourd'hui, peut-on concevoir le développement d'une entreprise sans prendre en compte la RSE : la réponse est clairement non ! ”

d'un important travail de recherche à mener et va nous permettre de produire un bilan d'ici à trois ans. Nous suivons de près ces nouveaux indicateurs. Je supervise le travail de Cécile Frémaux, qui aide la direction financière à mener ces recherches dans l'entreprise.

Cécile Frémaux :

Formée au contrôle de gestion financier et extra-financier, je prépare une thèse sur les systèmes de mesure de la performance environnementale et sociale, au sein de Transcan. Le but est de concilier tout à la fois les objectifs financiers,

Why is CSR so important for a transport company such as Transcan?

Pierre-Alexandre Inwiller,

Head of Development:

Nowadays, can we still consider the development of a company without taking CSR into account? The answer is a resounding 'no'! We have been trying to adopt a global approach to the issue at Transcan. Our development must be economic, but also human - in a multitude of manners - and to achieve our goals we have to approach them in a homogeneous way. In each of our nine subsidiaries, there were different initiatives, but they were poorly coordinated and lacked group-wide homogeneity. With the arrival of Cécile, we will soon be able to correct this.

Mickaël Remaggi, Financial and

Administrative Manager:

"CSR has its own goals, but it also comes at a cost that we must be able to assess. In order to properly integrate extra-financial elements, we must conduct significant research, which will allow us to produce a report in three years' time. We are closely monitoring these new indicators. I oversee the work done by Cécile Frémaux, who is helping the financial department to conduct its research within the company.

Cécile Frémaux:

I was trained in financial and extra-financial management auditing, and I am preparing a thesis on systems to measure social and environmental performance at Transcan. The idea is ultimately to bring together our financial, social, and environmental goals. I have several indicators to guide my research: waste recycling at Transcan, the decarbonisation of our transport activities, and raising awareness of work-related musculoskeletal disorders. Having immersed myself in the company since September, I am preparing a roadmap that will outline the strategic directions of my work.



MICKAËL REMAGGI

Directeur Administratif et Financier

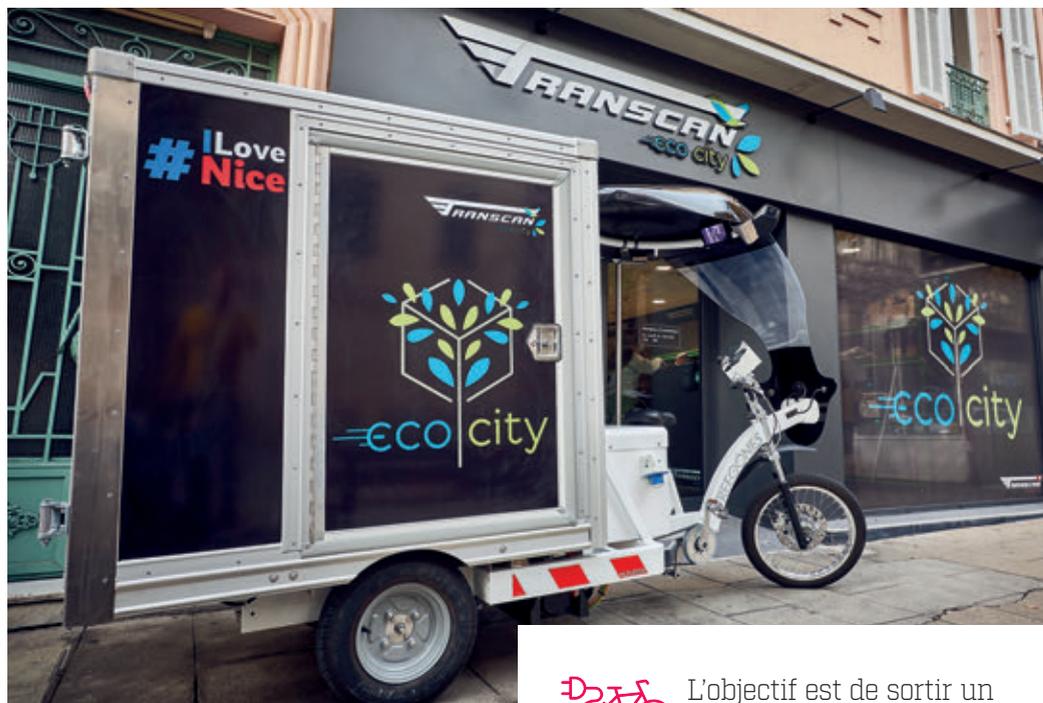
CÉCILE FRÉMAUX

Contrôle de gestion financier
et extra-financier

PIERRE-ALEXANDRE INWILLER

Directeur du développement





CSR relates to two areas. What have you been doing in the environmental area for example?

Pierre-Alexandre Inwiller: we have made significant efforts in terms of the energy transition which our entire industry is now facing. We have already measured that 50% of our transport vehicle fleet runs on B100, a biofuel for which we have ensured our autonomy by installing a specific tank. We are following with keen interest what is being done in the field of heavy-duty vehicles running on electricity, and we have just ordered two fully electric lorries, which represents a significant investment. In that area, we are taking a leap into the unknown as this technology is yet to be fully tested, and we have to familiarise ourselves with it; we will have to organise our rounds differently, we have to adapt... And yet, we feel this investment is essential as it is today the most likely to bring satisfaction on the very short term, meeting the urgent need for energy transition in the transport industry.

Our new subsidiary, Transcan Ecocity, specialises in carbon-free transport over the last mile. It is based on a fully eco-friendly model that is in everyone's interest. Our flow of goods is consolidated and pooled at our sorting line located at the PAL. Our goal is to relieve the centre of the city of as many delivery trucks as possible, replacing them with electric cargo

sociaux et environnementaux. Plusieurs indicateurs aident mon travail de recherche : la valorisation des déchets chez Transcan, la décarbonisation du transport et la formation aux risques de TMS (troubles musculosquelettiques). En immersion dans l'entreprise depuis septembre, je prépare une feuille de route avec les grands axes stratégiques de mon travail.



L'objectif est de sortir un maximum de camions de livraison de l'hypercentre ville au profit de vélos cargo à assistance électrique et lutter ainsi contre les pollutions atmosphériques, sonores, visuelles et les problématiques liées à la circulation et au stationnement

La RSE porte sur deux axes. Que faites-vous déjà en matière environnementale, par exemple ?

Pierre-Alexandre Inwiller : nos efforts sont importants sur la transition énergétique que vit l'ensemble de notre secteur d'activité. Ainsi, nous avons mesuré que 50 % de notre parc de véhicules de transport roulait déjà au B100, un biocarburant pour lequel nous avons organisé notre autonomie avec l'installation d'une cuve spécifique. Nous regardons avec intérêt ce qui se fait en matière de véhicule lourd fonctionnant à l'électricité et venons de passer commande de deux camions 100 % électriques, ce qui représente un très lourd investissement. Là-dessus, nous faisons un saut dans l'inconnu car c'est une technologie encore à éprouver, avec laquelle nous devons nous familiariser ; nous devons calibrer nos tournées différemment, nous adapter... mais c'est un investissement indispensable à nos yeux car il est à ce jour le plus à même de nous apporter satisfaction à très court terme en répondant à l'urgence de la transition énergétique du secteur du transport.

Notre nouvelle filiale Transcan Ecocity, spécialisée dans la gestion du dernier kilomètre décarboné, est basée sur un modèle 100 % écoresponsable qui va dans le sens de l'intérêt général. Notre flux de marchandises est massifié et mutualisé au départ de notre chaîne de tri située au PAL. L'objectif est de sortir un maximum de camions de livraison de l'hypercentre ville au profit de vélos cargo à assistance électrique et lutter ainsi contre les pollutions atmosphériques,



La transition énergétique est un défi très stimulant qui nous anime au quotidien et qui nous impose la plus grande rigueur et la plus grande efficacité dans la maîtrise des coûts : « vertueux » ne doit pas et ne devra jamais signifier « plus cher » chez Transcan.

Pierre-Alexandre Inwiller



sonores, visuelles et les problématiques liées à la circulation et au stationnement : c'est un apport essentiel pour instaurer une logistique urbaine vertueuse sur notre territoire. En ce sens, les outils de mesure mis en place par Cécile permettront d'entrevoir la pleine mesure du travail d'écoresponsabilité que nous « produisons » dans toutes nos filiales. Nous sentons bien que nous sommes aux prémices de cette prise de conscience et des efforts fournis pour participer le plus activement et efficacement possible à la nécessaire transition énergétique de notre territoire. C'est un défi très stimulant qui nous anime au quotidien et qui nous impose la plus grande rigueur et la plus grande efficacité dans la maîtrise des coûts : « vertueux » ne doit pas et ne devra jamais signifier « plus cher » chez Transcan.

bicycles, which will help us fight atmospheric, sound and visual pollution, and eliminate problems stemming from traffic and parking; this constitutes an essential contribution if we are to implement virtuous urban logistics throughout our territory. In this respect, the measurement indicators implemented by Cécile will help us to better gauge the environmental sustainability work we are 'producing' in all our subsidiaries. We understand that we are at the early stages of a new awareness and that the efforts we make to participate actively and efficiently in the very essential energy transition of our territory are of the utmost importance. It is a highly stimulating challenge that drives us every day, and that imposes the greatest discipline and efficiency in the way we control costs: 'virtuous' can never be taken to mean 'more expensive' at Transcan.

TRANSITION ÉNERGÉTIQUE :

le modèle Transcan

Depuis plus de 20 ans, la question énergétique participe activement au développement du transporteur azuréen. Franck Cannata, pour des raisons tant économiques qu'écologiques, sensibilise ses équipes à ces questions depuis l'origine de la création de Transcan.

Energy transition: the Transcan model - For more than two decades, energy transition has been playing an active role in the development of the French Riviera-based haulier. Franck Cannata, for both economic and environmental reasons, has been raising awareness among his teams of this issue ever since the creation of Transcan.



Si sa filiale Eco City est emblématique de la question de la transition énergétique en déployant chez Transcan (système de mutualisation de colis livrés en ville avec véhicules propres et vélos cargo à assistance électrique), la principale évolution dans l'activité de transport concerne la flotte de camions de l'entreprise, en partie convertie à un carburant propre. A ce jour, 50 % de l'ensemble du parc roule au B100 : une énergie compatible avec les motorisations diesel. Ce carburant végétal, destiné aux flottes captives de poids lourds (camions, cars, bus, engins de chantiers...), présente l'avantage d'être issue à 100 % de biomasse, et de se substituer au gazole. D'ici fin 2026, Transcan estime que 100 % de sa flotte de camions super lourds roulera au B100. Un pourcentage qui sera bien sûr minoré au profit de l'électrique si des solutions viables voient le jour pour ce type de véhicule...

Valoriser, réutiliser

Sur l'ensemble de ses 14 dépôts, Transcan traite ses déchets en tri CSR : la production de CSR cherche à transformer des déchets qui ne peuvent pas être aujourd'hui recyclés, de façon à permettre une valorisation énergétique performante en chaleur et/ou en électricité, en substitution de l'énergie fossile. Dans cette logique d'économie circulaire, les pneus de camions sont également recrusés et rechapés : une pratique qui permet de réduire efficacement l'impact environnemental mais également les coûts d'exploitation. Transcan utilise également des équipements aérodynamiques sur ses camions, des boîtes robotisées, pratique un suivi de la conduite grâce à la télématique embarquée... et mise sur l'humain, via des formations à l'écoconduite orchestrées par un chauffeur-formateur en interne.

Autant d'initiatives qui préparent Transcan à l'avenir du transport, annoncé comme de plus en plus décarboné, vert et durable.

 A ce jour, 50 % de l'ensemble du parc roule au B100 : Ce carburant végétal, destiné aux flottes captives de poids lourds présente l'avantage d'être issue à 100 % de biomasse, et de se substituer au gazole.

 Sur l'ensemble de ses 14 dépôts, Transcan traite ses déchets en tri CSR

La production de CSR cherche à transformer des déchets qui ne peuvent pas être aujourd'hui recyclés, de façon à permettre une valorisation énergétique performante en chaleur et/ou en électricité, en substitution de l'énergie fossile.

Ecocity symbolises the deployment of energy transition at Transcan (parcels are pooled and delivered in the city by clean vehicles and electric cargo bicycles), but the main evolution in terms of the transport activity concerns the company's fleet of lorries, which is being converted to vehicles that run on clean fuel. Today, 50% of the fleet runs on B100: this source of energy is compatible with diesel engines. It is a plant fuel, intended for a captive fleet of heavy-duty vehicles (lorries, coaches, worksite machinery...) and has the advantage of being fully extracted from the biomass and providing an excellent substitute to diesel. By the end of 2026, Transcan reckons that 100% of its fleet of mega lorries will be running on B100. This percentage will of course be reduced by electric lorries, if sustainable solutions see the day for that type of vehicle.

Recycling, reusing

Throughout its 14 warehouses, Transcan recycles its waste in full compliance with CSR precepts: CSR production aims at transforming waste that cannot be currently recycled, to enable high-performance energy recycling into heat and/or electricity, thereby providing a substitute to fossil fuels. In this logic of a circular economy, the truck tyres are being reshaped and retreaded: this practice has a good impact on reducing environmental impact and operating costs. Transcan also uses aerodynamic equipment on its lorries, along with robotised gearboxes, and monitors driving through embedded vehicle telematics... and is also banking on its human asset, with ecodriving lessons being given internally by a driving instructor. All these initiatives are preparing Transcan for the future of transport, which will be more decarbonated, greener, and more sustainable.



➤ Groupe Transcan

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

» AGENCE
TAPIS
ROUGE

METTRE L'OBJET PUBLICITAIRE

au cœur de la stratégie de communication et de la démarche RSE



L a multi-spécialisation responsable

L'Agence Tapis Rouge œuvre depuis quinze ans dans le vaste domaine de l'objet publicitaire.

Basée à Mouans-Sartoux, elle est aussi présente à Paris et Monaco.

Multi-spécialiste, elle couvre toutes les facettes du prisme de l'objet média en partant de produits en stock à personnaliser dans des délais très rapides, jusqu'à la fabrication sur-mesure, que ce soit en Asie, en fabrication Europe et particulièrement en « Made in France ».

Consciente des enjeux environnementaux de notre siècle et désireuse d'apporter sa pierre à l'édifice, l'Agence Tapis Rouge a depuis toujours placé la conscience au cœur de sa mission.

Son engagement prioritaire concernant sa démarche RSE vient d'ailleurs d'être récompensé par l'obtention du label Ecovadis Or en 2022.

.....
Alexandra Moissette
 Gérante de l'Agence
 Tapis Rouge

“ La recherche permanente d'efficacité, d'impact et de retour sur investissement permet aux équipes de l'Agence Tapis Rouge de travailler dans la durée avec leurs clients. ”

Sustainable specialisation in multiple areas

For the past 15 years, the Tapis Rouge agency has been hard at work producing promotional objects. Based in Mouans-Sartoux, the agency is also present in Monaco and Paris.

It specialises in several fields, covering every aspect of the multi-faceted advertising object, working on items they have in stock and customising them under extremely tight deadlines, or selling tailor-made objects that are produced in Asia, in Europe, and preferably, in France.

Aware of the environmental challenges of our times and hoping to make its own meaningful contribution, the Tapis Rouge agency has always conducted its missions with a great deal of awareness.

Its strong commitment to the CSR process has earned it a golden Ecovadis certification in 2022.

The advertising object at the heart of the communication strategy

The quality of the product and its price remain the most important criteria for a majority of Tapis Rouge's clients, but the agency is doing all it can to ensure that advertising objects are central to any meaningful communication strategy.

Its teams are constantly searching for efficiency, impact, and strong returns on investment, which is why they are able to build a sustainable collaborative relationship with their clients. These healthy relations allow them to provide analyses and sound strategic advice to their customers, and ultimately to build loyalty among them over the years. The agency is involved in real partnerships, that go well beyond simple business relations.

A pioneering soul

The market of advertising objects is a fast-evolving one, boosted by rising global awareness of the impact of production and consumption behaviours on the environment, and ultimately on our quality of life.

The Tapis Rouge agency has always been active in promoting eco-friendly products that favour short supply chains, and it even issued its 1st catalogue of entirely French products in 2016.

This specific awareness drives the agency's teams to approach the market of advertising objects from a specific point of view and to come up with value-adding strategies that are aligned with the environmental challenges and strategic positioning of their clients.



L'objet au cœur de la stratégie de communication

Si la qualité du produit et le prix restent des critères primordiaux pour la plupart de ses clients, l'Agence Tapis Rouge se bat pour placer l'objet publicitaire au centre de la stratégie de communication de ces derniers.

La recherche permanente d'efficacité, d'impact et de retour sur investissement permet à ses équipes de travailler dans la durée avec leurs clients. Ces relations privilégiées leur permettent de fournir analyses et conseils stratégiques pointus et renforcent leur fidélité au fil du temps. L'Agence s'inscrit ainsi dans un véritable partenariat, bien au-delà de la simple relation commerciale.

Une âme de précurseur

Le marché de l'objet publicitaire évolue très rapidement, boosté par la prise de conscience globale de l'impact des comportements de production et de consommation sur l'environnement et par conséquent, sur la qualité de vie de chacun.

L'Agence Tapis Rouge a depuis toujours œuvré à la promotion de produits écoresponsables, privilégiant les circuits courts et allant même jusqu'à présenter son 1^{er} catalogue de produits 100% français dès 2016.

Cette conscience particulière pousse ses équipes à aborder le domaine de l'objet publicitaire sous un angle particulier et à proposer des stratégies différenciantes, en harmonie avec les défis écologiques et les positionnements stratégiques de ses clients.

Qu'il s'agisse d'objets promotionnels, technologiques, de textile, d'équipements des personnels, de PLV ou encore de cadeaux d'affaires, chaque objet publicitaire doit s'inscrire dans une histoire précise, qui de par sa cohérence, fera le succès d'une stratégie de communication.

Each advertising object, be it a promotional or technological item, a garment or piece of staff equipment, a point-of-sale display or a corporate gift, must reflect a specific story and a consistent message to ensure the success of a marketing strategy.

“ L'Agence Tapis Rouge a depuis toujours œuvré à la promotion de produits écoresponsables, privilégiant les circuits courts et allant même jusqu'à présenter son 1^{er} catalogue de produits 100% français dès 2016. ”

L'Agence Tapis Rouge EN QUELQUES CHIFFRES

- > 15 ans d'expérience
- > Une forte implantation locale avec son siège à Mouans-Sartoux et son agence de Monaco
- > 18 collaborateurs
- > 3 adresses à Mouans Sartoux, Paris et Monaco
- > + de 30 000 références en stock

A G E N C E
Tapis Rouge
COMMUNICATION PAR L'OBJET

> Agence Tapis Rouge

Parc d'activité de l'Argile
Voie K, Lot 119 - 06370 Mouans Sartoux
+33 (0)4 97 97 33 33
contact@agencetapisrouge.com
www.agencetapisrouge.com



HOTEL SPA & RESTAURANT CANTEMERLE

Le Cantemerle, en route vers un
TOURISME PLUS DURABLE

La Responsabilité Sociétale des Entreprises se décline dans tout type d'activité. En témoigne la démarche de l'Hôtel Spa restaurant Cantemerle, à Vence, déterminé à valoriser ses efforts en matière de RSE, à travers la labellisation Clef Verte, en cours d'obtention.

L'Hôtel Spa restaurant de charme a entamé une démarche de labellisation « Clef verte » (Green Key dans 60 autres pays), le premier écolabel des établissements touristiques en France par le nombre (411) et l'antériorité (1998). L'idée est de donner le choix aux touristes de pouvoir réduire leur impact environnemental et affirmer leur responsabilité sociale en s'orientant vers un hébergement labellisé. En quoi cela consiste ? L'hébergement touristique doit s'engager à travailler sur 7 thématiques : la sensibilisation à l'environnement (informations aux hôtes, activités nature...), la gestion de l'eau, celle des déchets (tri, réduction des volumes), de l'énergie et des achats responsables et le cadre de vie (environnement intérieur comme extérieur).

Déjà de bonnes habitudes

Au Cantemerle, l'environnement est soigné et le jardin aux herbes du restaurant inspire déjà la cuisine locavore du chef Benjamin Bourgoin et son équipe, imaginée autour de produits de saison sélectionnés auprès de producteurs locaux. D'une manière générale, c'est tout un état d'esprit qui a encouragé nombre d'actions RSE qui se pratiquent déjà depuis plusieurs années (tri sélectif, mise en place d'infrastructures moins énergivores, de toiture



végétalisée, etc...). En 2022, le Cantemerle a décidé de formaliser son engagement en matière de transition écologique au travers d'une charte d'engagement qu'elle partage avec ses équipes internes, ses clients, ses fournisseurs et partenaires : un gage d'actions et d'améliorations continues qui anime les équipes pour continuer d'offrir au cadre du Cantemerle, un environnement soucieux de son impact écologique sur le long terme. Avec toutes ces conditions favorables, nul doute que la labellisation se profile à grands pas pour l'établissement Vençois...

Le Cantemerle, on the way to more sustainable tourism

Corporate Social Responsibility applies to all types of activity. Evidenced by the approach of the Hotel Spa restaurant Cantemerle, in Vence, determined to promote its efforts in terms of CSR, through the Clef Verte label, in the process of being obtained.

The charming Hotel Spa restaurant has begun a process of obtaining the "Clef Verte" label (Green Key in 60 other countries), the first eco-label for tourist establishments in France in terms of number (411) and precedence (1998). The idea is to give tourists the choice to be able to reduce their environmental impact and affirm their social responsibility by moving towards labeled accommodation. What does it consist of ? Tourist accommodation must commit to working on 7 themes: environmental awareness (information to guests, nature activities, etc.), water management, waste management (sorting, reduction of volumes), energy and responsible purchasing and the living environment (indoor and outdoor environment).

Already good habits

At Le Cantemerle, the environment is neat and the restaurant's herb garden already inspires the locavore cuisine of chef Benjamin Bourgoin and his team, imagined around seasonal products selected from local producers. In general, it is a whole state of mind that has encouraged many CSR actions that have already been practiced for several years (selective sorting, establishment of less energy-consuming infrastructures, green roofs, etc.) . In 2022, Le Cantemerle decided to formalize its commitment to ecological transition through a commitment charter that it shares with its internal teams, customers, suppliers and partners: a guarantee of actions and continuous improvement that motivates the teams to continue to offer the Cantemerle setting an environment that cares about its long-term ecological impact. With all these favorable conditions, there is no doubt that labeling is fast approaching for the Vence establishment...



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



HAUTE CONCIERGERIE

B. PRESTIGE GROUP

étend son offre aux entreprises

Spécialiste de la Haute Conciergerie, B. Prestige Group développe aujourd'hui ses services en B to B, dans les Alpes-Maritimes et le Var. Pourquoi faire appel à ce type d'entreprise dans le cadre de la sécurisation ou de l'entretien de vos locaux, ou encore pour leur gestion immobilière ? Ivan, fondateur et Michaël, directeur général adjoint de B. Prestige Group, nous éclairent sur le sujet :



.....
Ivan, fondateur et Michaël,
directeur général adjoint de
B. Prestige Group,

B. Prestige Group is extending its offer to companies B. Prestige Group specialises in high-end conciergerie services, which it is now developing in B-to-B mode in the Alpes-Maritimes and Var departments. Why call upon this type of company for the security and maintenance of your facilities, or even for property management services? Ivan, the founder of B. Prestige Group, and Michaël, its deputy CEO, shed some light on the matter:

En premier lieu, il convient de faire la différence entre une société de services et une société spécialisée en haute conciergerie. « Ce ne sont pas que les contacts, les moyens déployés, ni même la capacité à prendre en charge une demande dans les plus brefs délais qui la rendent exceptionnelle. C'est la promesse de réaliser toute demande et d'accomplir l'impossible. Dans l'univers de la Haute Conciergerie, il convient de délivrer un service d'excellence, entièrement personnalisé et où la satisfaction de nos clients ne peut qu'être totale et leurs attentes devancées... » résumant Ivan et Michaël, respectivement fondateur et directeur général adjoint de B. Prestige Group.

First of all, it is important to distinguish a service provider from a company specialising in haute conciergerie. "It isn't the contacts, the means deployed, or even the capacity to handle any kind of request in record time that make us exceptional. Rather, it is our guarantee that we can meet any type of demand, and achieve the impossible. In the world of haute conciergerie, we are called upon to deliver a fully customised and top quality service, where the full satisfaction of our clients is guaranteed and all their demands are met before they've even voiced them..." Ivan and Michaël, respectively the founder and the deputy CEO of B. Prestige Group, tell us. They are going from strength to strength, serving high-end clients and providing



“ Dans l'univers de la Haute Conciergerie, il convient de délivrer un service d'excellence, entièrement personnalisé et où la satisfaction de nos clients ne peut qu'être totale et leurs attentes devancées... ”



Ils travaillent avec succès auprès d'une clientèle haut de gamme sur des services de gestion immobilière, de sécurité, de transport et de gestion du mode de vie. « La qualité de nos prestations nous a naturellement conduits à développer notre expertise auprès des entreprises et des collectivités : notre offre conviendra parfaitement à leurs attentes. Notre équipe de professionnels les guidera à travers une longue liste de services de Conciergerie, adaptés à leurs besoins, à disposition 24 h sur 24 et 7 jours sur 7 ».

de nos clients pour la saison estivale, près de 40 personnes que nous recrutons en interne », explique Michaël. Autre intérêt majeur de travailler avec la haute conciergerie B. Prestige Group : elle devient votre interlocuteur unique parce que de confiance, apportant ce sentiment de sérénité indispensable au bon développement de vos activités.

them with property management, security, transport, and lifestyle management services. "The quality of our services naturally led us to extend our expertise to companies and communities: our model is designed to perfectly meet their expectations. Our teams of professionals will help them navigate through a long list of conciergerie services, tailored to their needs, and available 24/7".

Un interlocuteur unique et... indépendant

L'une des clés du succès de B. Prestige Group : « L'essentiel de nos prestations est réalisé par nos équipes en interne, en limitant au strict minimum la sous-traitance. En interne, nous délégons des sujets sensibles, aussi notre recrutement est irréprochable et notre indépendance totale ». En ce sens, B. Prestige peut aussi assurer le recrutement d'équipes dédiées à des services de conciergerie ponctuels : « Nous mettons par exemple à disposition de l'un

A single and independent contact person

One of the keys of B. Prestige Group: "Most of our services are provided by our internal teams, and we keep subcontracting down to a bare minimum. Internally, we delegate sensitive tasks; our recruitment process is beyond reproach and our independence is absolute". Therefore, B. Prestige Group is also in a position to recruit special teams for one-off conciergerie services: "During the summer season, we make available to our clients some 40 employees whom we recruit internally" Michaël explains. Another great advantage in relying on the haute conciergerie services provided by B. Prestige Group: you interact with a single and trusted contact person, providing the peace of mind you need to successfully develop your activities.



B. PRESTIGE GROUP
 155 av Francis Tonner - Cannes
+33 6 76 48 34 48
www.bprestigegroup.com

» GLOBAL HEART WATCH

À CŒUR DE SAUVER DES VIES

C'est parce qu'ils ont eux-mêmes été touchés par un drame personnel que Tina et Gilbert Blaise ont créé l'association Global Heart Watch, pour sauver des vies en luttant contre la mort subite de l'adulte par arrêt cardiaque.

Cadre puis dirigeant de filiales comme de grandes entreprises françaises, la carrière professionnelle de Gilbert Blaise est à son apogée lorsqu'en 2012, son fils aîné, Pierre, décède d'un arrêt cardiaque à quelques centaines de mètres de l'arrivée d'une course de 10 km, à l'âge de 31 ans. « Pierre était un sportif accompli. Avec mon épouse, nous avons cherché à comprendre, puis nous avons décidé de faire quelque chose face à ce fléau qui est considérable : près de 50.000 décès sont constatés chaque année en France, près de dix fois le nombre de tués sur les routes ». Leur réponse : créer l'association Global Heart Watch (GHW, pour surveillance globale du cœur) qui est aujourd'hui reconnue d'intérêt général et vise à sauver des vies en travaillant à faire diminuer le nombre de ces morts subites.

Car en interrogeant les principaux acteurs de la chaîne de survie (pompiers, urgentistes, cardiologues...) sur l'intérêt de créer GHW, Gilbert et Tina comprennent vite que ces vies perdues ne sont pas une fatalité : en 2013, le taux de survie en France était de 3 % en cas d'arrêt cardiaque. « Alors que l'on estime qu'il pourrait passer à 30 % si les témoins connaissaient les gestes qui sauvent et les pratiquaient dans l'intervalle d'arrivée des secours ! ». Car dans 95 % des cas, il y a un témoin : au bureau, dans la rue, à la maison... Aujourd'hui, le taux de survie est passé à 7 %.

96 000 personnes formées aux gestes qui sauvent grâce à GHW

L'un des principaux objectifs de GHW est donc aujourd'hui de sensibiliser aux gestes qui sauvent. En chef d'entreprise habitué à mener des projets d'envergure, Gilbert a organisé GHW suivant un modèle économique et de gouvernance et s'est vite fixé **des objectifs** à long terme.

Le premier : former 100.000 personnes en 10 ans. « En 9 ans, 96 000 personnes ont déjà bénéficié d'une sensibilisation aux gestes qui sauvent », relève-t-il. Lieux publics, entreprises, gares, aéroports, milieux scolaires... GHW déploie ses bénévoles partout où chacun peut prendre quelques minutes de son temps pour apprendre à potentiellement sauver une vie.



.....
Gilbert Blaise
 cofondateur de l'association
 Global Heart Watch

“ On estime que le taux de survie en France pourrait passer de 7 à 30 % si les témoins connaissaient les gestes qui sauvent et les pratiquaient dans l'intervalle d'arrivée des secours ! ”

Hearts set on saving lives - In the wake of a personal tragedy, Tina and Gilbert Blaise created Global Heart Watch, an association that saves lives by fighting to reduce sudden death by cardiac arrest among adults.

As a senior manager and CEO of subsidiaries and large French companies, Gilbert Blaise's career was at an all-time high when, in 2012, his eldest son, Pierre, died of cardiac arrest a few hundred meters before the finishing line of a 10-km race, aged only 31. "Pierre was an accomplished athlete. My wife and I tried to understand, and then we decided to do something about this considerable scourge: indeed, it kills close to 50'000 people every year in France, ten times more than the number of people who die in road accidents". Their idea was to create the Global Heart Watch (GHW) association, which is a public utility organisation that aims at saving lives by reducing the number of sudden deaths.

When questioning the people involved in the survival chain (fire rescue teams, first aid workers, emergency doctors, cardiologists...) about the relevance of GHW, Gilbert and Tina quickly understood that these lost lives don't have to be a foregone conclusion: in 2013, the survival rate in France in case of cardiac arrest was of 3%. "But we reckon it could grow to 30% and beyond if witnesses knew the right techniques and practiced them before the arrival of first responders!". In 95% of cases, there is a witness: at the office, on the street, at home... Today, the survival rate has gone up to 7%.

96'000 people have learned life-saving techniques thanks to GHW

One of GHW chief goals is to raise awareness of these life-saving techniques. As a CEO accustomed to managing large-scale projects, Gilbert organised GHW according to a proven economic and governance model and quickly set himself long-term **goals**.

The first: training 100'000 people in ten years. "In nine years, 96'000 people have already been trained to use life-saving techniques" he tells us. Public places, companies, train stations, airports, schools... GHW sends volunteers to places where people can take a few minutes off their schedule and learn how to potentially save a life.

Deuxième objectif : soutenir la recherche en cardiologie à hauteur de 1 M€ en 10 ans. Depuis 2013, 826.500 € ont déjà été versés à des projets de recherche cardiologique prometteurs, identifiés par le Comité Scientifique de GHW, piloté par le Professeur Xavier Jouven, l'un des spécialistes internationaux de la mort subite.

Autre volonté : créer des centres d'accueil pour soutenir les proches endeuillés. A Paris et maintenant à Sophia Antipolis, deux centres permettent d'amener réconfort et bienveillance mais aussi de s'engager pour la cause soutenue par GHW : « Nous y témoignons de ce que nous avons vécu. Notre message est de dire : ne restez pas seuls avec votre souffrance et aidez-nous aussi à sauver des vies. Tout le monde peut devenir ambassadeur de l'association ».

Son action a même contribué à faire émerger des textes de lois, comme celui obligeant certains ERP (Établissements Recevant du Public) à s'équiper en défibrillateurs.

Et déjà, près de 100 mécènes soutiennent GHW qui depuis l'installation de son centre à Sophia Antipolis, compte sur plusieurs nouveaux mécènes locaux : GSF, Agyca, l'Aéroport Nice Côte d'Azur, Buro Aménagement...

Prochaine étape : déployer sa marque, « Territoire remarquable en gestes qui sauvent » et ainsi piloter tous organismes et institutions qui souhaitent s'investir pour promouvoir cette cause solidaire, altruiste et généreuse.

DES OBJECTIFS À LONG TERME



former **100.000**
personnes en 10 ans.



soutenir la recherche
en cardiologie à hauteur
de **1 M€** en 10 ans.



créer des **CENTRES
D'ACCUEIL** pour
soutenir les proches
endeuillés.

The second: contributing 1M€ to cardiology research in 10 years. Since 2013, 826'500€ have been put towards promising heart-research projects, identified by GHW's scientific committee, which is chaired by Professor Xavier Jouven, an internationally leading specialist of sudden death.

Another ambition: creating support centres to help the close relatives of the deceased. In Paris and more recently in Sophia Antipolis, two centres provide comfort and kindness to those who have suffered a loss and promote GHW's cause: "We are witnesses to something we have already experienced. Our message is: don't stay alone with your grief but help us instead save lives. Anyone can become an ambassador of the association".

His campaign has even led to the drafting of new laws, such as the one forcing certain public-access buildings to have defibrillators present on site.

Close to 100 patrons have offered their support to GHW, and since the opening of its centre in Sophia Antipolis, it can rely on some new local sponsors: GSF, Agyca, the Nice Côte d'Azur airport, Buro Aménagement...

Next step: deploying its brand, "Territory recognised for its life-saving procedures", and steering any body and institution that wishes to invest in the promotion of this altruistic and generous cause.



➤ www.globalheartwatch.org



» **FONDATION
DES APPRENTIS
D'AUTEUIL**

CÉLESTE ET PUISSANT,

HISTOIRE DE MODE ET DE CONFIANCE

Antony Féraud a pu développer sa propre marque de vêtements streetwear, « Céleste et Puissant », grâce au concours de l'Ouvre-Boîte, le dispositif d'insertion professionnelle par l'entrepreneuriat porté par la Fondation des Apprentis d'Auteuil. Avec en filigrane, un message : tout est possible avec de la confiance en soi...

Comment vous est venue l'idée de créer votre marque de vêtements, Céleste & Puissant ?

Antony Féraud : Je voulais apporter ma pierre à l'édifice dans le cadre de la recherche sur la maladie rare et dégénérative dont je suis atteint, l'Ataxie de Friedreich. En créant ma propre marque, sur chaque produit vendu, je peux reverser 1 € à l'Institut Imagine de l'Hôpital Necker à Paris, qui fait de la recherche sur ce sujet.

Pourquoi dans le textile ?

Pour moi, c'était l'idée la plus simple et qui pouvait toucher le plus de clients. Pour cela, je voulais des vêtements que tout le monde puisse porter afin que chacun -même sans le savoir- puisse contribuer à faire avancer la recherche sur la maladie.

Comment avez-vous intégré le dispositif d'aide à la création d'entreprise, l'Ouvre-boîte, piloté par la Fondation des Apprentis d'Auteuil ?

En 2018, pendant ma 2^e année de BTS, je réfléchissais à créer une entreprise. J'ai entendu parler du dispositif Skola dans mon entourage. Je venais tout juste de créer la marque et j'ai pu intégrer le dispositif de l'Ouvre Boîte pendant que je suivais les cours de l'Edhec pour me professionnaliser.

Qu'est ce que vous avez découvert de la vie d'un chef d'entreprise ?

J'ai appris à gérer un budget, la comptabilité, les achats, le calcul des marges, les quantités à prévoir, la gestion des stocks, l'anticipation des collections... mais j'ai aussi découvert d'autres apprentissages, comme celui de la prise de parole en public, par exemple.



.....
Antony Féraud
créateur de la marque de vêtements
streetwear, « Céleste et Puissant »
.....

“ Sur chaque produit vendu, je peux reverser 1 € à l'Institut Imagine de l'Hôpital Necker à Paris, qui fait de la recherche sur la maladie rare et dégénérative dont je suis atteint, l'Ataxie de Friedreich ”

Céleste and Puissant, a story of fashion and of confidence - Antony Féraud developed his own streetwear brand, "Céleste et Puissant", with the help of Ouvre-Boîte, a professional integration through entrepreneurship instrument managed by the Fondation des Apprentis d'Auteuil (Auteuil Apprentices Foundation). The Foundation's underlying message is that anything is possible with self-confidence...

How did you get the idea of creating your own brand of clothing, Céleste et Puissant?

Antony Féraud: I wanted to contribute to the research on Friedreich's ataxia, a rare and degenerative disorder that I suffer from. By creating my own brand, for each item sold, I am able to pay €1 to the Imagine Institute of the Necker Hospital in Paris, where research on this specific disorder is being conducted.

Why clothing?

For me, it was the simplest way to reach the largest number of customers. I wanted clothes that everyone could wear so that everyone - without even knowing it - can contribute to and advance research on this illness.

What made you join Ouvre-Boîte, the organisation that supports business creation managed by the Fondation des Apprentis d'Auteuil?

In 2018, during my second year studying towards a BTS, I was already thinking of creating my own company. Some people around me mentioned the Skola organisation. I had just created my own brand, and so I joined Ouvre-Boîte while I was following Edhec professional courses.

What have you discovered about the life of a CEO?

I have learnt to manage a budget, accounting, purchasing, margin calculations, quantities to keep in stock, stock management, anticipating collections... but I also learned other skills, such as public speaking for instance.

Why did you choose the name "Céleste et Puissant"?

I was looking for a name that reflects a state of mind that I feel is important when one is suffering from any disorder, regardless of its nature. My gem is my logo. The eagle is a



Pourquoi avoir choisi le nom de « Céleste et Puissant » ?

Je voulais un nom qui reflétait l'état d'esprit que je pense qu'il est important d'avoir lorsque l'on est atteint d'une maladie, quelle qu'elle soit... Ma pépite c'est mon logo. L'aigle fait référence à ma ville de naissance, Nice, il est libre et « céleste » tandis que le taureau est « puissant » au sol, ces animaux se débrouillent seuls, ils ont la force et l'intelligence... Tout ceci était évident pour moi !

L'assemblage de ces deux animaux est symbole de fierté, de puissance, à tout égard et d'une certaine force. Alors, au lieu de porter une marque avec une virgule sur la tête, sans message, sans but ni action sociale, portez ma marque, qui vous apportera puissance et vous donnera des ailes, sans forcément boire une certaine boisson (!)

Qu'est-ce que vous voulez faire évoluer chez Céleste et Puissant ?

Certains produits se vendent très bien comme les ensembles joggings et pulls ainsi que les doudounes. La qualité des produits est saluée par la clientèle. Je travaille en local, avec Per Tougiou, atelier de sérigraphie de la Zone industrielle de Saint-Laurent du Var. L'objectif serait, plus tard, de pouvoir ouvrir ma boutique en propre et donc d'avoir un peu plus de liberté. Ici, chez Skola, Benjamin Darras, responsable du magasin, m'aide beaucoup sur le merchandising et la communication autour de la marque.

Quel message voudriez-vous faire passer aux jeunes qui voudraient se lancer dans l'aventure entrepreneuriale ?

Si moi, en fauteuil roulant, j'ai réussi à me lancer, c'est que tout le monde peut y arriver : il ne faut pas avoir de honte, de gêne, se sentir inférieur... Ce qui m'aide, c'est que je suis d'une nature optimiste : j'ai confiance en moi. Alors je leur dis : osez ! Mais je n'oublie pas qu'il faut aussi parfois tomber sur les bonnes personnes, comme pour moi avec l'Ouvre-boîte !



celesteetpuissant.fr



Fondation des
Apprentis d'Auteuil
Apprentis-auteuil.org
Ouvreboite.org

reference to my city of birth, Nice. It is free and "celestial", whereas the bull is grounded and "powerful". Both animals are independent, strong and smart. It all made a lot of sense to me!

The combination of these two animals symbolises pride, power, and strength. So instead of wearing a swoosh-adorned cap, devoid of any meaningful messaging or social purpose, wear my brand, it will give you the power to soar, it will give you wings, without having to resort to the well-known energy drink (!).

What future avenues do you want to pursue with your brand, Céleste et Puissant?

Some of our garments are great sellers, such as tracksuits, sweaters and anoraks. My clients praise the quality of my products. I work locally, with Per Tougiou, a screen printer who operates out of his workshop in the Saint-Laurent du Var industrial area. In the future, I would like to open my own boutique and enjoy greater freedom. Here, at Skola, Benjamin Darras who manages the shop gives me a lot of help in terms of merchandising and communicating about the brand.

What message can you share with youths who want to embark on an entrepreneurial adventure?

If I, who am in a wheelchair, have managed to start a company, then anyone can succeed. You mustn't be encumbered by shame, embarrassment, or an inferiority complex... What helps me is that I am an optimist by nature: I have self-confidence. My message is: dare! But I should also mention that it's important to meet the right people, such as Ouvre-Boîte in my case!

Skola, des programmes d'insertion co-construits avec les entreprises

Tout comme l'Ouvre-boîte, Skola est un programme créé par la Fondation des Apprentis d'Auteuil. Il doit permettre à des jeunes en difficulté d'insertion d'accéder à des formations courtes, en environnement réel, sur des métiers d'avenir ou en tension. Co-construit avec les entreprises, il répond à des problématiques clairement identifiées : difficultés de recrutement, manque de qualification des jeunes, etc.

Dans les Alpes-Maritimes, Julie-Anne Lisecki est responsable du programme qui se décline en trois dispositifs : **Skola Vente** (formation aux métiers de la vente), **Skola Fibre** (installation de réseaux de télécommunication) et bientôt **Skola BTP** avec la découverte de ces métiers par des jeunes qui seront accompagnés par des agences d'intérim spécialisées en public d'insertion.

Au centre commercial Polygone Riviera de Cagnes-sur-Mer, Skola Vente propose chaque année à 40 jeunes de se former en réel à la vente, sur une surface commerciale de près de 400 m² qui commercialise des produits issus d'entreprises locales, d'origine française et/ou équitables, à l'image de la marque d'Antony Féraud, Céleste et Puissant.

« Nous formons là où il y a un besoin de recrutement. Ici, une trentaine de marques sont disponibles. Certaines marques locales sont connues, d'autres beaucoup moins, mais toutes sont en contrat de dépôt-vente avec Skola et nous reversent une partie du produit de leurs ventes, pour participer au financement du dispositif », explique Julie-Anne Lisecki.

Like Ouvre-Boîte, Skola is a programme created by the Fondation des Apprentis d'Auteuil. It allows youths who are struggling to integrate to access short training courses, in real-life environments, on jobs of the future or in areas facing labour shortages. It was developed with the help of companies to meet clearly identified problems: recruitment difficulties, lack of qualifications, etc.

In the Alpes-Maritimes, Julie-Anne Lisecki is in charge of the programme, which includes three instruments: **Skola Vente** (training for a career in sales), **Skola Fibre** (installation of telecommunication networks), and soon **Skola BTP**, introducing youths to these careers with the help of temporary employment agencies specialising in professional integration.

Every year at the Polygone Riviera shopping centre of Cagnes-sur-Mer, **Skola Vente** provides the opportunity to some 40 youths to train in sales, in a 400m² retail area where they sell items produced by local business, made-in France creations or fairtrade products, much like Antony Féraud's brand, Céleste et Puissant.

"We train participants in areas where we feel there are recruitment needs. Here, some 30 brands are available. Some of them are local and well-known, some much less so, but all are sold under a sale on commission contract with Skola, whereby we collect a portion of the proceeds of their sales to fund our system", Julie-Anne Lisecki explains.

» TRANSPORTS
BARBERO

CHRISTINE BARBERO

TRANSMISSION

automatique

Ce n'est pas parce qu'elle vient de faire valoir ses droits à la retraite qu'on ne la croiera plus dans les couloirs de l'entreprise : Christine Barbero est « comme à la maison » lorsqu'elle passe la porte de la société de transports qui porte son nom, créée par son grand-père Jean il y a un peu plus de 70 ans : toute une histoire de transmission !

Automatic transmission - She has recently become eligible for her pension, but that does not mean we won't be seeing any more of her roaming the company's corridors: Christine Barbero feels "just like she's at home" when she walks through the doors of the transport company that bears her name, having been cre-ated by her grandfather Jean a little over 70 years ago: it is a story of successful transmission!

Dans toute entreprise familiale se pose un jour la question de la succession. La longévité des sagas entrepreneuriales n'est assurée qu'en cas de transmission bien vécue entre ancienne et nouvelle génération...

Pour Christine, il était de toute façon impossible d'imaginer une autre alternative que de travailler dans l'entreprise de transports Barbero, dirigée par son père et son oncle. « Je suis née dans le transport, je ne me voyais absolument pas ailleurs... ». Même si à tout juste 18 ans, la jeune femme aurait bien poursuivi ses études « quelques années d'insouciance de plus », c'est tout juste titulaire de son baccalauréat G2 que son père Jean-Pierre l'appelle à la rescousse : « il m'a dit : « j'ai besoin de toi, ici, en comptabilité ». Six mois après, le responsable comptable partait et je prenais les rênes ! »

Avec le recul, Christine se rend compte que le défi n'était pas évident à relever et surtout qu'elle en prendrait la mesure bien des années plus tard : « j'étais très jeune et inconsciemment, je n'avais qu'une idée en tête : faire plaisir à mon père ! » Une responsabilité qu'elle prend à bras le corps...

Passage de témoin

Dès 1978, date de son arrivée dans l'entreprise, la jeune femme saisit toute l'importance de la révolution informatique qui se prépare et essuie les plâtres en se laissant convaincre d'utiliser un premier logiciel -à l'époque très en pointe mais peu adapté aux spécificités de l'activité de transport de denrées alimentaires... « Tout était nouveau, nous n'y connaissions rien et on a peut-être été mal conseillés au départ ! » s'excuse-t-elle... plus de 40 après ! Quelques nuits blanches passent et un nouveau système est choisi puis l'activité se développe. Le service comptable peut compter sur l'arrivée d'une facturière, puis d'une secrétaire et au fil des années, l'équipe s'étoffe, jusqu'à la venue de Christelle, fille de Christine, il y a 7 ans, comme le signe à venir d'un futur passage de témoin...

Que va faire Christine désormais ? « Voyager un peu plus, continuer avec assiduité la salsa et le yoga, m'occuper de mes petits-enfants... Mais bon, j'ai encore à faire ici ! » sourit-elle, dans un même élan de conscience professionnelle qu'à l'âge de ses 18 ans...

« J'étais très jeune et inconsciemment, je n'avais qu'une idée en tête : faire plaisir à mon père ! »

ELLE LE DIT

Sur l'histoire de l'entreprise :

« Quand je croise des camions Barbero sur la route, je pense à mon grand-père : il verrait ça, je crois qu'il serait très fier aujourd'hui... »

"When I see Barbero lorries on the road, I think of my grandfather: he would be so proud to see that today..."

Sur la famille :

« Avec mon frère, nous sommes fusionnels ! »

"My brother and I have an intensely close relationship!"

Sur le travail :

« Je peux tout à fait concevoir que les jeunes aient envie de bouger un peu, voyager au sortir de leurs études. Mais la valeur du travail est importante. C'était la seule objection que mon père pouvait faire : peu importe qui nous entourait, car pour lui, il -ou elle- devait avant tout être capable de s'épanouir dans le travail ».

"I completely understand that young people want to see a bit of the world and travel once they have finished their studies. But the value of work is equally important. It was my father's only objection: regardless of the people around us, he felt that the most important was to find professional fulfilment."

In any family-owned company, the question of succession is bound to arise. The longevity of entre-preneurial adventures can only be guaranteed if the succession between old and young generations is a smooth one...

For Christine, it was impossible to fathom any other alternative than working for the Barbero transport company, which was managed by her father and her uncle. "I was born into the transport business; I couldn't imagine myself doing anything else...". Although it could be said that, at the age of 18, the young woman would've enjoyed pursuing her studies a little longer, "a few more years of carefree existence", but as soon as she graduated with her G2 Baccalaureate, her father Jean-Pierre called her for help: "he said to me: 'we need you in accounting'. Six months later, the head of ac-counting left the company and I had to step into their shoes!"

Looking back, Christine now realises what a tough challenge that was, something she would only properly understand several years later: "I was very young, and without knowing it, I had but one idea: making my father happy!" She fully embraced this responsibility.

Handover

In 1978, the year she joined the company, the young woman understood the importance of the upcoming computer revolution. She faced the technology's teething problems when she was talked into using a very early form of software; it was very high-tech back in the day, but ill adapted to the transport of foodstuffs... "It was all brand new, we knew nothing about anything, and we were probably not very well advised to begin with!" she explains, apologetically, more than 40 years after the fact! After a few sleepless nights, a new system was chosen, and the activity was allowed to grow. The accounting department recruited a new employee in charge of invoicing, then a secre-tary, and over the years, the team expanded until the arrival of Christelle, Christine's daughter, some seven years ago, heralding another handover...

What will Christine be doing now? "I will travel more, continue working assiduously on my salsa and yoga, look after my grandchildren... But I still have a lot to do here!" she says with a smile, displaying the same professional enthusiasm as when she was 18...

BARBERO

» 04 93 31 61 29

www.barbero-transports.fr

1486 Route des Pugets

06700 - Saint-Laurent-du-Var



“ Je suis née dans le transport, je ne me voyais absolument pas ailleurs ”

Christine Barbero,
Directrice administrative et
financière des Transports
Barbero, jeune retraitée

CHRISTELLE MENY

LA FAMILLE, ça compte !

Passage de relais réussi : à 36 ans, Christelle prend la suite de Christine, à la tête du département comptable des Transports Barbero. Avec l'avantage d'être le témoin privilégié d'une saga familiale qui perdure, sans oublier de s'inscrire dans son époque, faite de transitions et de constantes évolutions.

Family matters! - *The transition has been a successful one: at the age of 36, Christelle takes over from Christine at the head of the accounting department of Transports Barbero. She has the advantage of having been a first-hand witness to a lasting family saga. She is now tasked with bringing the company into her generation, which is made of constant changes and evolutions.*

Cristelle Meny, tout comme sa maman Christine Barbero, a tôt fait le choix des chiffres et des comptes : « Je venais ici, dans l'entreprise, depuis toute petite, j'aidais ma maman... J'y ai fait des stages, j'y ai ensuite travaillé pendant les vacances scolaires... ».

Pour la jeune fille, la voie est toute tracée : elle travaillera en comptabilité et suivra la voie consacrée pour s'y épanouir. En l'occurrence, un DUT GEA (Gestion des Entreprises et des Administrations) puis une année de Licence et un premier emploi dans le transport, mais... à Monaco ! L'émancipation s'est faite très tôt : « je voulais voir un peu ailleurs, il fallait que je fasse mes armes ». S'en suivra un autre poste, auprès d'un agent maritime, qui permet à Christelle de se former - outre à la comptabilité et au bilan - à la paie, une fonction qu'elle dirige aujourd'hui pour les 170 à 180 collaborateurs de l'entreprise. Un pan de l'activité administrative et comptable qui lui plaît beaucoup car il a trait à l'humain : « Même si ce n'est pas toujours évident, c'est très plaisant. (...) Dans cette conjoncture, au-delà du recrutement qui n'est pas toujours simple et même si les perspectives sont intéressantes pour eux, c'est un beau défi à relever que de fidéliser nos collaborateurs... mais nous y parvenons ! »

Transmission et transition

Comme un oiseau retrouve toujours le chemin de son nid, Christelle, après avoir passé plusieurs années à se former, a naturellement rejoint l'entreprise familiale à la surprise générale, il y a un peu plus de 7 ans. « Une personne seulement était au courant, puisque c'est lui qui m'avait convoquée pour en parler en tête à tête : mon grand-père...

Inconsciemment, je savais que j'allais finir par travailler ici, en famille ! ». Cette année, avec le départ en retraite de sa maman, Christelle pilote désormais le département comptable et s'apprête à écrire une nouvelle page de l'histoire familiale, autour de son cousin, sa cousine et avec son oncle Patrick, dirigeant de l'entreprise de transports.

Au-delà de perpétuer l'histoire du clan familial, elle mesure aujourd'hui le chemin parcouru depuis toutes ces années : « C'est très valorisant de travailler dans une telle structure. L'entreprise est en constante évolution. Depuis 3 à 4 ans, celle-ci est surtout technique, liée à notre transition énergétique : un enjeu important, tant pour l'entreprise que pour nos clients qui y sont très sensibles. Souvent, ce sont les contraintes législatives qui nous poussent à accélérer sur ces questions, mais peu importe : la finalité est vertueuse et c'est tout ce qui compte ».

Cristelle Meny, much like her mother, Christine Barbero, opted for figures and accounts at a young age: "Already as a child, I'd come to the company to help my mum... When I was a little older, I interned and had summer jobs here...".

It was a relatively straightforward career plan for her: she was drawn to the world of accounting, and followed the academic cursus that would ultimately give her professional fulfilment. She graduated with a DUT GEA (Corporate and Administrative Management), and then studied for one year towards a bachelor's degree, before landing her first job in the transport industry... but in Monaco! At a young age, she had a taste for emancipation: "I wanted to see other horizons, learn the ropes of my trade". She went on to work in another job, with a maritime agent, where Christelle was able to learn the intricacies of payroll management, thereby adding to her accounting and financial reporting

skills. Her talents are now being put to use for the benefit of the company's 170 to 180 employees. This aspect of the administrative and accounting activity appeals to her greatly because it has to do with people: "It's not always easy, but I love it. (...) In the current economic situation, beyond the issue of recruitment, which is tough despite the exciting opportunities we offer, the challenge is to build loyalty among our staff... not easy, but I think we're doing a pretty good job of it!"

Succession and transition

Just like a bird that always finds its way back to its nest, Christelle, having spent several years training, naturally headed back to the family company, to everyone's surprise, a little more than seven years ago. "Only one person knew of the plan, the person who summoned me for a private interview: that was my grandfather... Subconsciously, I always knew that I would end up working here, with my family!". This year, with her mum retiring, Christelle is now in charge of the accounting department and is getting ready to write a new page of the family history, surrounded by her cousins and her uncle Patrick, who manages the transport company.

It is about more than just perpetuating the family's history, and she is now looking back on the road she has travelled over the years. "It is very fulfilling to work in this type of structure. The company is constantly evolving. For the past three or four years, this evolution has been technical in nature, driven by our energy transition: it is an important challenge, both for the company and for our clients who are sensitive to the issue. Often, legal constraints force us to power on with these issues, but it matters little: the end goal is virtuous, and that's all that counts".

ELLE LE DIT

Sur l'histoire de l'entreprise :

« La diversité de l'activité est très plaisante, tout me plaît ici, car tout est lié, c'est ce qui en fait l'intérêt »

"The diverse nature of our activities is very pleasant, I love everything about the company, every-thing is interconnected, and that's what makes it so interesting".

Sur la famille :

« J'ai toujours été très proche de mes grands-parents, ils m'ont toujours gardé, se sont occupés de moi... Je crois que c'est aussi cela, un clan ! »

"I have always been very close to my grandparents, they looked after me, cared for me... I believe that's also part of forming a clan!"

Sur le travail :

« Travailler en famille, oui, mais il faut éviter de ramener le travail à la maison ! »

"Working with my family is great, but I never bring my work back home!"

BARBERO

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



“ C’est très valorisant de travailler dans une telle structure. L’entreprise est en constante évolution. Depuis 3 à 4 ans, celle-ci est surtout technique, liée à notre transition énergétique ”

Christelle Meny,
à la tête du département
administratif et financier
des Transports Barbero

Attractivité azuréenne : LES NEWS

111 DESTINATIONS à l'Aéroport Nice Côte d'Azur

► **L'aéroport Nice Côte d'Azur, deuxième aéroport Français, a annoncé la mise en place de son programme de vols pour la saison estivale.**

Avec un total de 111 destinations, vers 42 pays, dont un nombre record de 10 vols long-courriers, dont 6 vers l'Amérique du Nord, Nice Côte d'Azur offre une large gamme de destinations pour satisfaire les besoins des voyageurs locaux et internationaux.

Le programme est composé de 21 nouvelles destinations, dont 9 entièrement nouvelles, telles que Atlanta (Delta Airlines), Bari (easyJet), Birmingham (Jet2.com), Bruxelles-Charleroi (Volotea), Constantine (Air Algérie), La Valette (Air Malta), Paris-Beauvais (easyJet), Riyad (Saudia) et Tampere (Air Baltic).

Ce programme inclut également 3 annualisations de lignes : Tunis avec Transavia France, Bordeaux et Venise avec Volotea, représentant un véritable atout pour la région azuréenne.

► **111 destinations at Nice Côte d'Azur Airport - Nice Côte d'Azur airport, the second largest airport in France, has announced the implementation of its flight program for the summer season.**

With a total of 111 destinations, to 42 countries, including a record number of 10 long-haul flights, including 6 to North America, Nice Côte d'Azur offers a wide range of destinations to meet the needs of local travelers and international.

The program is made up of 21 new destinations, including 9 entirely new ones, such as Atlanta (Delta Airlines), Bari (easyJet), Birmingham (Jet2.com), Brussels-Charleroi (Volotea), Constantine (Air Algérie), Valletta (Air Malta), Paris-Beauvais (easyJet), Riyadh (Saudia) and Tampere (Air Baltic). This program also includes 3 line annualisations: Tunis with Transavia France, Bordeaux and Venice with Volotea, representing a real asset for the Côte d'Azur region.



Nice accueillera LA CONFÉRENCE DES NATIONS UNIES SUR LES OCÉANS

► **En juin 2025, Nice sera le centre de l'attention mondiale en accueillant la Conférence des Nations Unies sur les Océans : UNOC 2025. Le Président de la République française et les Nations unies ont fait le choix de la ville de Nice pour ce sommet d'envergure mondiale.**

Une première en France : ce sommet international rassemblera les dirigeants et gouvernements du monde entier durant une semaine de débats et de décisions pour le futur de la planète.

La conférence réunira des délégués des États membres de l'ONU, ainsi que des représentants de la société civile, de l'industrie et de la science. Les délégués seront amenés à échanger sur des thématiques telles que la protection des écosystèmes marins, la prévention de la pollution marine, la lutte contre le changement climatique et ses impacts sur les océans, ainsi que la conservation des ressources marines.



► **Nice will host the United Nations Conference on the Oceans**

In June 2025, Nice will be the center of world attention by hosting the United Nations Conference on the Oceans: UNOC 2025. The President of the French Republic and the United Nations have chosen the city of Nice for this summit.

A first in France: this international summit will bring together leaders and governments from around the world for a week of debates and decisions for the future of the planet.

The conference will bring together delegates from UN Member States, as well as representatives from civil society, industry and science. Delegates will discuss topics such as the protection of marine ecosystems, the prevention of marine pollution, the fight against climate change and its impacts on the oceans, as well as the conservation of marine resources.

» **SCANDINAVIAN
CLEAN**

DISPONIBLE ET À L'ÉCOUTE

pour l'entretien de votre habitat

Fiabilité, disponibilité, convivialité :
opter pour Scandinavian Clean, c'est
choisir la sérénité pour entretenir
votre habitation, régulièrement,
occasionnellement ou toute l'année.

A l'origine de la création de
Scandinavian Clean : la communauté
suédoise, qui possède près de 15.000
résidences principales ou secondaires sur la Côte
d'Azur, en attente de services tels que le ménage,
le jardinage et le petit bricolage de leur
habitation. L'entreprise dirigée par Juliette Hanin,
Laura Maulun et Romane Badin, propose de
prendre en charge tout ou partie de ces tâches,
selon quelques principes simples : fiabilité,
disponibilité, réactivité et convivialité ! Alors, si le
personnel que vous embauchez n'est pas toujours à la
hauteur de vos exigences, choisissez la sérénité en faisant
appel à Scandinavian Clean.



Available and attentive for the maintenance of your home - Reliability, availability, user-friendliness: opting for Scandinavian Clean means choosing serenity to maintain your home, regularly, occasionally or all year round.

Auprès de Juliette, Laura ou Romane, tout est facile, intuitif,
avec une équipe à l'écoute et aux petits soins pour votre
habitat. Suivant les codes de l'hôtellerie de luxe, l'ensemble
des services proposés sont à la carte et évolutifs : vous
pouvez choisir des prestations de ménage toute l'année
ou pendant quelques semaines, faire entretenir votre
jardin ou du petit bricolage dans votre appartement. Vous
êtes absent ? Les équipes de Scandinavian Clean sont
habituées à recevoir leurs instructions par téléphone ou en
visioconférence. Vous êtes loin ? Des prestations de Property
Management peuvent aussi vous tranquilliser : visites
régulières, aération des pièces, réception de vos livraisons,
relève du courrier, contacts avec le syndic de l'immeuble...
Même tranquillité d'esprit avec le service de gestion des
arrivées et des départs si vous louez votre bien.
Grand ménage de printemps, nettoyage avant em-
ménagement, après déménagement : déterminez avec
précision les prestations que Scandinavian Clean sera en
mesure de programmer pour vous.

At the origin of the creation of
Scandinavian Clean: the Swedish
community, which owns nearly 15,000
main or secondary residences on the Côte d'Azur,
waiting for services such as cleaning, gardening
and small DIY for their homes. The company run
by Juliette Hanin, Laura Maulun and Romane
Badin, offers to take on all or part of these tasks,
according to a few simple principles: reliability,
availability, responsiveness and friendliness! So, if
the staff you hire is not always up to your
expectations, choose peace of mind by calling
on Scandinavian Clean.

offered are à la carte and scalable: you can
choose cleaning services all year round or for
a few weeks, have your garden maintained or
small DIY in your apartment. . You are absent ?
The Scandinavian Clean teams are used to
receiving their instructions by telephone or
videoconference. You are far away ? Property
Management services can also give you peace
of mind: regular visits, ventilation of rooms, receipt
of your deliveries, mail collection, contact with the
building's trustee... Same peace of mind with the
arrivals and departures management service if
you rent your property.

*With Juliette, Laura or Romane, everything
is easy, intuitive, with a team that listens and
takes great care of your home. Following the
codes of the luxury hotel industry, all the services*

*Spring cleaning, cleaning before moving in,
after moving out: precisely determine the services
that Scandinavian Clean will be able to schedule
for you.*

CRÉDIT D'IMPÔT :

Bénéficiez de l'avance immédiate

» Avouez-le : qui n'a jamais été tenté
« d'oublier » de déclarer quelques heures de
ménage, par souci de facilité ou d'économie ?
Oubliez cette idée ! Il est si simple de bénéficier
de l'avance immédiate sur toutes vos prestations
d'entretien, petits travaux ou jardinage : avec
Scandinavian Clean, le montant de votre crédit
d'impôt de 50 % est immédiatement déduit
de votre facture, pour une prestation en toute
transparence, au prix juste. Consultez les tarifs
selon la prestation choisie, au 06 76 38 18 18.

» Tax credit: benefit from the immediate advance
Admit it: who has never been tempted to "forget"
to declare a few hours of cleaning, for the sake
of convenience or economy? Forget this idea! It
is so easy to benefit from an immediate advance
on all your maintenance, small work or gardening
services: with Scandinavian Clean, the amount
of your 50% tax credit is immediately deducted
from your invoice, for a service in complete
transparency, at a fair price. Consult the rates
according to the service chosen, on 06 76 38 18 18.

**Scandinavian
Clean** By 

1360 Routes des Dolines
Les Cardoulines - Bâtiment B2
06560 Valbonne Sophia Antipolis
+33 (0)6 76 38 18 18 / +46 (0)7 33 99 15 80
www.scandinavianclean.com

» **STUDIO GENTILE**

25 ans de QUALITÉ & D'INNOVATION

Depuis 25 ans, Studio Gentile propose ses services de traduction et d'interprétariat, au sein de ses 3 agences de Nice, Sophia Antipolis et Monaco. En cette année anniversaire, son offre se digitalise un peu plus encore et la qualité de son travail lui permet de renouveler ses certifications.

Fondé par Nicola Gentile, Studio Gentile a su évoluer et se développer au gré d'une demande croissante, en se distinguant notamment dans le domaine de la traduction assermentée, l'une des spécialités de l'agence de traduction et d'interprétariat reconnue dans toute la région et même au-delà des frontières azuréennes.

Amoureux des mots et de la littérature, Nicola Gentile n'a de cesse, depuis 1998, de satisfaire une clientèle en croissance en lui garantissant la meilleure qualité de traduction pour tous ses projets. Pour s'en assurer, Studio Gentile fait aujourd'hui officier près de 300 traducteurs dans le monde entier, pour la plupart de langue maternelle et assermentés (des experts judiciaires ayant prêté serment auprès d'une Cour d'Appel française). Leurs domaines d'expertise sont nombreux : droit, justice, affaires, banque, finance, assurances, communication, marketing, enseignement...

Certifications renouvelées sur la qualité et la formation

Studio Gentile réalise également des traductions libres, des traductions assermentées, (documents traduits par un expert judiciaire dont la signature est authentifiée), des travaux de révisions, de relecture ou encore le sous-titrage et les voix off pour des contenus audio.



.....
Nicola Gentile
Fondateur de Studio Gentile
.....

“ Studio Gentile fait aujourd'hui officier près de 300 traducteurs dans le monde entier, pour la plupart de langue maternelle et assermentés ”

*25 years of quality and innovation
For the past 25 years, Studio Gentile has been offering translation and interpreting services in its three agencies, located in Nice, Sophia Antipolis, and Monaco. For this anniversary year, its services are increasingly relying on the digitalisation of its processes, and, thanks to the quality of its work, the agency is renewing its certifications.*

Founded by Nicola Gentile, Studio Gentile evolved and grew steadily to meet an increasing demand. In particular, this translation and interpreting agency recognised throughout the region and beyond the French Riviera stands out in the field of sworn translations, which is one of its specialties.

A lover of words and literature, Nicola Gentile has been working hard since 1998 to bring full satisfaction to a growing number of clients, delivering the very best translation quality for all the projects the agency undertakes. In fact, Studio Gentile relies on around 300 translators worldwide, most of whom are sworn translators (legal experts who have been sworn in by the French Court of Appeals) who work in their mother tongue. The agency delivers its services in a wide range of fields of expertise: law, business, banking, finance, insurance, communication, marketing, teaching...

Quality and training certifications renewed

Studio Gentile also provides the following services: free translations, sworn translations (documents translated by a legal expert whose signature is authenticated, proofreading and revision work, subtitling and audio content voice-over services.





Et parce que le secteur de la traduction est par nature concurrentiel, Studio Gentile s'est tôt engagé dans une démarche qualité ISO 9001, pour laquelle elle vient de renouveler sa certification, en fin d'année 2022. De la même manière, l'entreprise dispense de la formation en langue et a renouvelé en ce sens sa certification Qualiopi en novembre 2022.

Plusieurs parcours de formation sont disponibles : tout d'abord en face-à-face avec un formateur dédié, natif et sélectionné selon le process ISO 9001, sur site ou à distance. La formule Face-à-face + E-learning est adaptée grâce à un système IA et offre un accès à la plateforme 24 h/24 pendant 6 mois et des modules de formation intra ou inter entreprise, sur site ou à distance.

Enfin, en pointe sur la digitalisation de son activité, Studio Gentile se distingue aujourd'hui avec un nouveau site web, qui permet, entre autres fonctionnalités, un module de chat et la possibilité de commander en ligne vos traductions dans plus de 70 langues, par un traducteur assermenté : un service unique !

By nature, the translation industry is highly competitive, which is why Studio Gentile was quick to initiate an ISO 9001 quality certification process, which it renewed towards the end of 2022. Similarly, the company provides language courses, for which it has renewed its Qualiopi certification in November of 2022.

Several courses are available: first, there are face-to-face lessons with a dedicated teacher who works in their native tongue and who is selected according to an ISO 9001 process. These lessons are given on site or remotely. The Face-to-face + e-learning offer is adapted by an AI system and provides 24/7 access to the platform for six months, along with inter- or intra-company training modules, given on site or remotely.

Finally, at the cutting edge of digitalisation, Studio Gentile is standing out with a new internet site, which provides, among other functionalities, a chat module whereby clients can order their translations online, in more than 70 languages, from a sworn translator: this is a one-of-a-kind service!

“ Parce que le secteur de la traduction est par nature concurrentiel, Studio Gentile s'est tôt engagé dans une démarche qualité ISO 9001, pour laquelle elle vient de renouveler sa



certification, en fin d'année 2022. ”

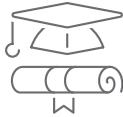


Partenaires de la diffusion de la langue et de la culture italiennes

Partenaire des 37^e Journées du Cinéma Italien, qui se tiendront **du 11 au 25 mars** à l'Espace Magnan (Nice), Studio Gentile fête le 7^e art et ses meilleurs ambassadeurs, de Rome à Naples en passant par Venise : un événement qui a pour objectif de promouvoir la connaissance et la diffusion de la langue et de la culture italiennes.

Partners in the promotion of Italian language and culture

As a partner of the 37th edition of the Journées du Cinéma Italien (Italian Cinema Days), from the **11th to the 25th of March** at the Espace Magnan (Nice), Studio Gentile is celebrating Italian cinematic art and its best ambassadors, from Rome to Naples or Venice. This event aims at promoting the knowledge and dissemination of Italian culture and language.



FORMATION EN LANGUES

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

Possibilité de prise en charge par le CPF



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



NOUVEAU SITE WEB

un module de chat Traductions en ligne dans plus de **70 langues** par un traducteur assermenté



300

traducteurs dans le monde entier

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   





IT, INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE & SCIENCES DU VIVANT

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

NEWS IT

WATCHDO, pour s'entraider en vidéo

➤ Voici WatchDo, la première application pour s'entraider en visio. Et, cocorico : elle est lancée par un Antibois, Stéphane Donabedian. En rendant service via le groupe d'entraide d'un réseau social et son système vidéo, Stéphane parvient à aider à distance une personne en difficulté avec un problème d'interrupteur défectueux. En quelques minutes, la solution est trouvée... L'idée vient alors à Stéphane de développer ce type d'échange via une application.

Particularité de WatchDo : ses utilisateurs, chaque fois qu'ils viennent en aide à une personne, sont récompensés par des « helps », qui peuvent être utilisés de deux façons : pour obtenir de l'aide à leur tour ou être convertis en « WDO », la cryptomonnaie de l'application, qui peut ensuite être convertie en dollars, en euros ou en BUSD, une cryptomonnaie émise par la plateforme Binance. Tout est sécurisé et les transactions s'effectuent sur la plateforme Zebitex, agréée par l'Autorité des Marchés Financiers (AMF). Avec plus de 7.000 utilisateurs, WatchDo connaît aujourd'hui un beau démarrage et ambitionne de vite devenir la référence des applications d'entraide.



➤ **WatchDo, to help each other on video**
Here is WatchDo, **the first application to help each other in video**. And, cocorico: it is launched by an Antibois, Stéphane Donabedian. By rendering service via a social network support group and its video system, Stéphane manages to remotely help a person in difficulty with a problem with a faulty switch. In a few minutes, the solution is found... The idea then comes to Stéphane to develop this type of exchange via an application.

Particularity of WatchDo: its users, each time they help someone, are rewarded with "helps", which can be used in two ways: to obtain help in turn or to be converted into "WDO", the cryptocurrency of the application, which can then be converted into dollars, euros or BUSD, a cryptocurrency issued by the Binance platform. Everything is secure and transactions are carried out on the Zebitex platform, approved by the Autorité des Marchés Financiers (AMF). With more than 7,000 users, WatchDo is now off to a good start and aims to quickly become the benchmark for self-help applications.



➤ Disponible sur watchdo.fr
pour Android et IOS

MYCOPHYTO

Industrialiser les bonnes SOLUTIONS NATURELLES

La société sophilopolitaine, créée en 2017 par Christine Poncet et Justine Lipuma, développe des solutions biologiques naturelles (champignons mycorhiziens) qui revitalisent les sols et accélèrent le développement des plantes. Elle vient de terminer une deuxième levée de fonds qui doit lui ouvrir les portes du marché européen.

L'objectif de Mycophyto est de permettre aux agriculteurs de réaliser une transition environnementale réaliste sur le plan économique et durable. Pour cela, il faut leur permettre d'innover avec des solutions fiables, efficaces et facilement applicables. Une première levée de fonds remarquable (1,4 M€ en 2019) avait ainsi accéléré le déploiement commercial de la startup Deeptech et un nouveau tour de table de **4.155 M€** bouclé en 2022 doit lui permettre d'investir dans l'humain, des locaux et équipements permettant de changer d'échelle de production et accompagner l'innovation. Avec plus de **30 clients récurrents** cette année, une présence sur **4 filières agricoles** principales (Plantes à parfums, aromatiques et médicinales, maraîchage & fruits et légumes, vigne et aménagements paysagers), l'entreprise a su démontrer les gains de sa solution : augmentation des rendements (entre 15 et 30 %), réduction des intrants, dont l'eau, (jusqu'à 40 % de stress hydrique en moins), amélioration de la qualité des productions.

En 2022, l'espace de production de Mycophyto a été quadruplé et l'entreprise s'est installée dans de nouveaux locaux High tech à Grasse Biotech. La startup est désormais pleinement en ordre de marche pour se lancer à l'assaut des filières cibles



“ En 2022, l'espace de production de Mycophyto a été quadruplé et l'entreprise s'est installée dans de nouveaux locaux High tech à Grasse Biotech. ”

du marché européen d'ici 2025. Dans un contexte géopolitique où la souveraineté alimentaire est une priorité nationale, trouver des alternatives aux engrais chimiques, tout en ayant à cœur de répondre aux défis du changement climatique est une nécessité. Les investisseurs n'ont donc pas été insensibles aux arguments forts et porteurs de sens développés par Mycophyto et son équipe.

Industrialize the right natural solutions - The Sophia Antipolis company, created in 2017 by Christine Poncet and Justine Lipuma, develops natural biological solutions (mycorrhizal fungi) that revitalize soils and accelerate plant development. It has just completed a second fundraising which should open the doors to the European market.

Mycophyto's goal is to enable farmers to achieve an economically realistic and sustainable environmental transition. To do this, they must be enabled to innovate with reliable, effective and easily applicable solutions. A remarkable initial fundraising (€1.4 million in 2019) had thus accelerated the commercial deployment of the Deeptech startup and a new funding round of **€4,155 million** completed in 2022 should allow it to invest in people, premises and equipment to change production scale and support innovation. With more than **30 recurring customers** this year, a presence in **4 main agricultural sectors** (Perfume, aromatic and medicinal plants, market gardening & fruit and vegetables, vines and landscaping), the company has been able to demonstrate the gains of its solution: increase yields (between 15 and 30%), reduction of inputs, including water, (up to 40% less water stress), improvement of production quality.

In 2022, Mycophyto's production space was quadrupled and the company moved to new high-tech premises in Grasse Biotech. The startup is now fully in working order to launch an assault on the target sectors of the European market by 2025. In a geopolitical context where food sovereignty is a national priority, finding alternatives to chemical fertilizers, while having to respond to the challenges of climate change is a necessity. Investors were therefore not insensitive to the strong and meaningful arguments developed by Mycophyto and its team.



15 à 30 % De rendement supplémentaires pour les terres utilisant les produits naturels de Mycophyto



4.000 m² La surface de production de Mycophyto en 2024 et 8.000 m² en 2025



30 Clients récurrents sur 4 filières



15 prix gagnés dont 2 internationaux



MYCOPHYTO
Cultivons l'équilibre de la nature

➤ www.mycophyto.fr

» AVENCOD

S'adapter pour
PERFORMER

Pour une société comme Avencod, labellisée « entreprise adaptée », la RSE ne représente pas une option stratégique qui resterait à privilégier dans le management ou dans le développement commercial : c'est l'ADN même de l'entreprise, sa raison d'être !

Voyons comment le fonctionnement de l'entreprise, success-story de l'IT et de l'inclusion, peut montrer la voie et offrir des pistes innovantes pour mieux prendre en compte la RSE dans la stratégie de votre organisation.

Quand ils ont fondé Avencod, Laurent Delannoy, et sa compagne Laurence Vanbergue avaient en tête d'œuvrer pour une cause sociale, qui avait du sens. Longtemps ingénieur IT, l'intérêt de Laurent pour l'inclusion des personnes handicapées au sein des ESN a donné naissance en 2016 à Avencod (les « Avengers » du code !), dont l'équipe travaille aujourd'hui dans les domaines des tests fonctionnels et automatisés, du développement, de l'audit d'accessibilité, de la cybersécurité, de l'intelligence artificielle et du big data.

Depuis, le projet s'est structuré et a obtenu un agrément « Entreprise Adaptée » de la part de l'état, Avencod emploie 20 personnes à Nice et 5 au sein de son antenne marseillaise. Les processus de l'entreprise ont évolué en six ans. A commencer par le recrutement, une phase opérationnelle essentielle de l'activité. Dès la phase de sélection, cette étape reste très ouverte : « Nous sommes tout de suite dans une phase d'adaptation aux candidats que nous recrutons. Nous recherchons rarement un profil ; mais plutôt les capacités des futurs candidats à évoluer dans le monde du numérique. En ce sens, nous sommes systématiquement en phase



“ Tout est basé sur la confiance et l'adaptation au fonctionnement de chacun. Nous faisons du sur-mesure, pour nos collaborateurs comme pour nos clients. C'est très enrichissant car nous apprenons beaucoup de chacun. ”

Adapting for enhanced performance - For a company such as Avencod, which is a certified "Adapted Company", CSR is not merely a strategic option designed to improve its managerial style or business development. Instead, it is fundamental to the company's existence, it is its very raison d'être!

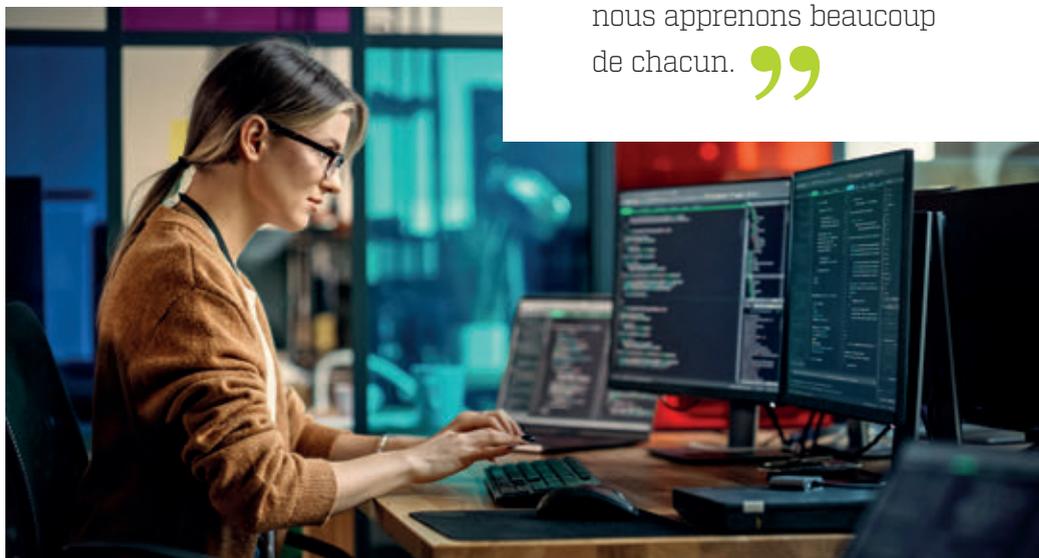
Let's see how this company and its unique way of conducting business are a success story in terms of IT and inclusion and are paving the way, offering innovating directions to better include CSR in your organisation's strategy.

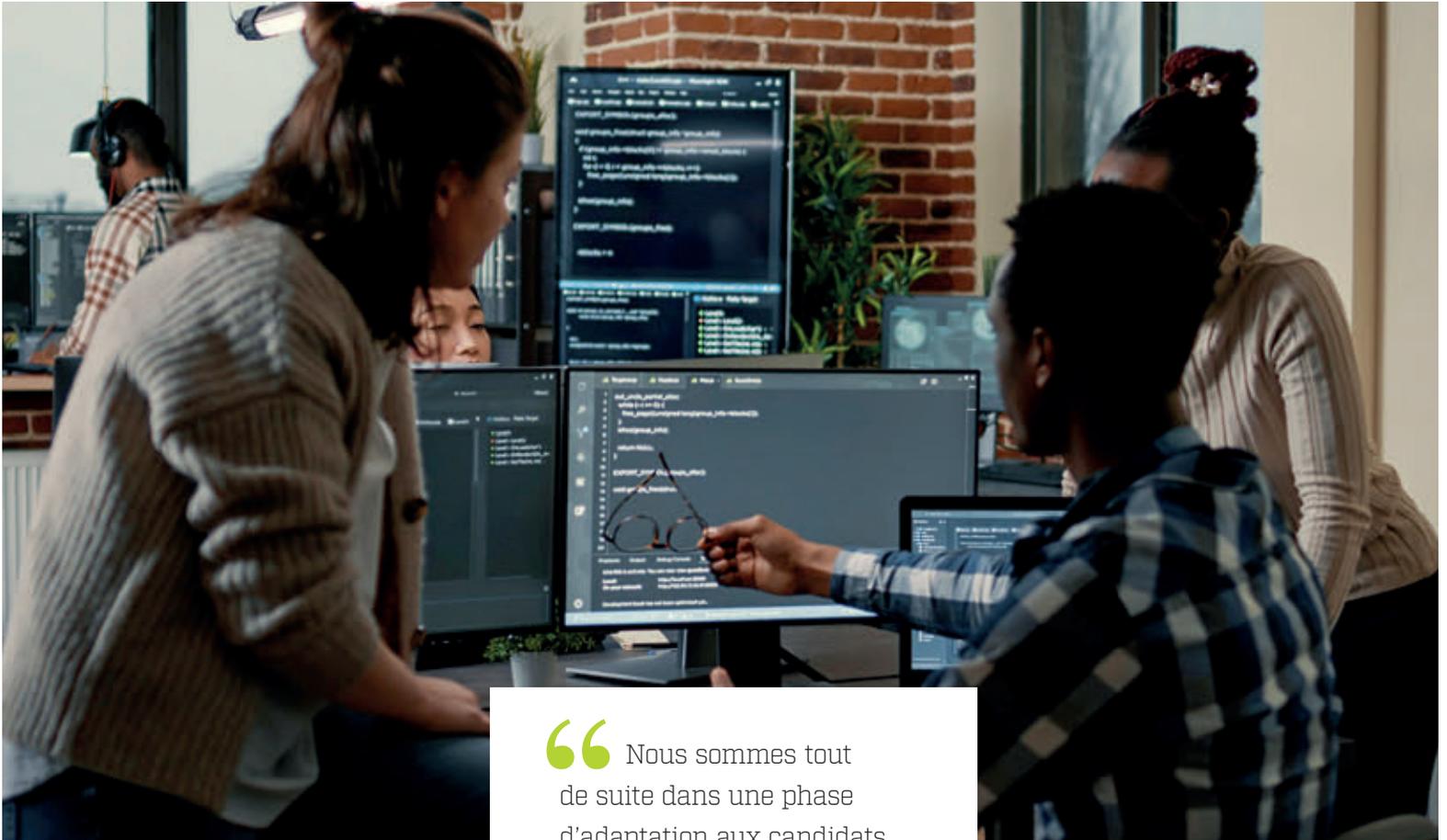
When they founded Avencod, Laurent Delannoy, and his partner Laurence Vanbergue wanted to fight for a social cause, one that made sense to him. Having had a long career as an IT engineer, Laurent wanted to include disabled people in digital consultancy firms and so he created Avencod (the "Avengers of the Code!") in 2016. His team now works in a wide range of fields, such as functional and automated testing, development, accessibility auditing, cybersecurity, artificial intelligence, and big data.

Since its humble beginnings, the project has significantly structured itself and has obtained "Adapted Company" approval from the state. Avencod has 20 employees in Nice and 5 in its Marseille branch. The company's processes have evolved over the last six years. Recruiting, for instance, is an essential operational phase of the business. From the early selection phase, this step is very inclusive: "We enter directly into a phase where we adapt to the candidates we want to hire. We are rarely on the lookout for a specific profile; we are more interested in our future candidates' ability to grow and evolve in a digital environment. Therefore, we systematically begin with a mentorship phase, and we welcome Bac + 2 to Bac + 5 profiles, who often struggle to gain a first professional experience, as well as applicants who are undergoing vocational retraining" Laurent Delannoy, the company's founder, tells us.

Developing employability

The purpose is to create lasting job opportunities locally, which is why Avencod tries to increase the employability of its staff. To achieve this, they work in two areas: a technical area, by helping their recruits become familiar with the work environment they're about to join (i.e. learning the inner workings of an IT department, short training courses adapted to client expectations...), and then by better understanding and improving interpersonal interactions. To this end, Avencod works with psychologists who monitor new recruits as soon as they join the team. "It is all based on trust





“ Nous sommes tout de suite dans une phase d'adaptation aux candidats que nous recrutons. Nous recherchons rarement un profil ; mais plutôt les capacités des futurs candidats à évoluer dans le monde du numérique. ”

d'accompagnement et accueillons des profils Bac + 2 à Bac + 5 qui ont souvent des difficultés à vivre une première expérience professionnelle mais aussi des candidats en reconversion » souligne Laurent Delannoy, fondateur.

Développer l'employabilité

Parce que l'intérêt est de pérenniser la création d'emplois en local, Avencod cherche à augmenter l'employabilité de ses collaborateurs. En travaillant sur deux axes : celui de la technique, en commençant par familiariser ses recrues à l'environnement professionnel qu'ils vont intégrer (découverte et apprentissage du fonctionnement d'une DSI, Direction du Service Informatique, formations courtes adaptées aux attentes clients...) puis en cherchant à mieux connaître et améliorer les échanges interpersonnels. Pour y parvenir, Avencod fait intervenir des psychologues qui suivent ses futurs collaborateurs dès leur embauche. « Tout est basé sur la confiance et l'adaptation au fonctionnement de chacun. Nous faisons du sur-mesure, pour nos collaborateurs comme pour nos clients. C'est très enrichissant car nous apprenons beaucoup de chacun » souligne Laurent Delannoy.

Des objectifs multiples mais compatibles

Même si son objectif premier reste l'inclusion pérenne de personnes en situation de handicap dans les

métiers du numérique et les métiers d'avenir et que son business Model est axé sur l'Economie Sociale et Solidaire (ESS), Avencod n'en reste pas moins une entreprise dont l'objectif est aussi d'être -sinon rentable, à tout le moins à l'équilibre. Une promesse qu'elle tient parfaitement avec un portefeuille client qui se développe chaque année, autour de ses grands domaines d'intervention.

Enfin, un avantage financier notable lui permet de se démarquer des ESN concurrentes : l'agrément « Entreprise Adaptée », qui permet de minorer la compensation à l'obligation d'emploi de travailleurs handicapés de 30 % sur la facturation faite au client. Avencod prouve aujourd'hui qu'il est possible de concilier objectifs de rentabilité, ambition humaniste et inclusion professionnelle pérenne de travailleurs porteurs d'un handicap : une démarche RSE qui constitue le cœur même de la stratégie de l'entreprise.

and adapting to individual operating modes. We provide customised services, for our employees and for our clients. It's very rewarding, as we learn a lot from each other" Laurent Delannoy insists.

Multiple but compatible goals

Although the primary objective is the lasting inclusion of people with disabilities in positions with digital firms and in jobs of the future, and the business model is inextricably founded on the social economy, Avencod remains a company that strives to make a profit, or failing that, at least to come out financially even. And Avencod is keeping that promise with a client portfolio that grows every year in major areas of activity.

Finally, there is a significant financial advantage that allows Avencod to stand out among competing digital consultancy firms: the "Adapted Company" certification allows them to reduce the mandatory hiring of disabled employees compensation by 30% on their clients' invoices.

Avencod proves that it is possible to reconcile profitability goals, humanist ambitions, and the lasting professional inclusion of disabled employees: this CSR approach is at the very heart of the company's strategy.

Avencod
Labellisée
« Entreprise Adaptée »

20
personnes
à Nice



5
personnes
à Marseille

avencod
Qualité - Diversité - Inclusion
www.avencod.fr

» SII

NUMÉRIQUE RESPONSABLE :

le grand chantier RSE du groupe SII

Le groupe SII, ESN (Entreprise de Services du Numérique) créée en France en 1979, implantée dans 18 pays sur 100 sites, se veut acteur responsable de la transition numérique. Son intention stratégique le rappelle : « Continuer à grandir, en cultivant notre ADN, pour développer un monde numérique et durable ». Et voici comment elle compte y parvenir.

À l'agence de Sophia Antipolis, pilotée par Etienne Andreoni, comme dans les 100 implantations du groupe dans le monde, la thématique du Numérique Responsable prend toute sa dimension et constitue un objectif prioritaire de la nouvelle stratégie RSE. À ce titre, SII a notamment signé l'an dernier la Charte du Numérique Responsable de l'INR (Institut du Numérique Responsable). À échelle nationale, au sein de l'équipe RSE, a également été créée une cellule « Numérique Responsable », qui travaille sur les axes du référentiel de l'INR. En parallèle, chaque agence répond à de plus en plus de projets client visant à limiter l'impact carbone : « cela peut passer par exemple par le développement d'un produit pour l'un de nos clients, afin de piloter des bâtiments intelligents et réduire leur consommation électrique. Régulièrement, nous identifions et cartographions l'ensemble de nos projets à impact positif et durable », explique Etienne Andreoni.

Digital Sustainability: SII Group's great CSR project - The SII Group, a digital consultancy firm created in France in 1979 and present throughout 100 sites in 18 countries, is a sustainable stakeholder of the digital transition. On this point, its strategic ambitions are clear: "Continuing to grow and to cultivate our DNA to build a digital and sustainable world". And this is how the group intends to achieve its goals.

« SII a signé l'an dernier la Charte du Numérique Responsable de l'INR (Institut du Numérique Responsable). À échelle nationale, au sein de l'équipe RSE, a également été créée une cellule « Numérique Responsable », qui travaille sur les axes du référentiel de l'INR. »

À l'agence de Sophia Antipolis, pilotée par Etienne Andreoni, comme dans les 100 autres sites du groupe dans le monde, la thématique du Numérique Responsable prend toute sa dimension et constitue un objectif prioritaire de la nouvelle stratégie RSE. À ce titre, SII a notamment signé l'an dernier la Charte du Numérique Responsable de l'INR (Institut du Numérique Responsable). À échelle nationale, au sein de l'équipe RSE, a également été créée une cellule « Numérique Responsable », qui travaille sur les axes du référentiel de l'INR. En parallèle, chaque agence répond à de plus en plus de projets client visant à limiter l'impact carbone : « cela peut passer par exemple par le développement d'un produit pour l'un de nos clients, afin de piloter des bâtiments intelligents et réduire leur consommation électrique. Régulièrement, nous identifions et cartographions l'ensemble de nos projets à impact positif et durable », explique Etienne Andreoni.



“ SII participe à et organise des événements et défis autour du Numérique Responsable : ce fut le cas lors du dernier Design4Green à Angers en novembre dernier, ou avec le Cyber Clean Up Day prévu en mars prochain. ”



ACCESSIBILITÉ : un projet numérique responsable

» En lien avec l'un des axes du référentiel « Numérique Responsable », SII travaille sur un projet lié à l'accessibilité numérique (l'assurance d'un rendu de service numérique de communication au public accessible à toutes et tous, même en situation de handicap) : « Depuis 2019, nous travaillons en étroite collaboration avec notre client pour intégrer l'accessibilité numérique à ses sites et portails. L'objectif était de mettre en conformité ses **3 portails au Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (RGAA)**, en atteignant un **taux de conformité de 75 %**. Notre mission est de leur garantir un accès le plus large possible et une navigation facile et intuitive. Le client bénéficie ainsi d'une plus grande visibilité sur le web et augmente ses chances de trouver des clients satisfaits », témoigne un des collaborateurs ayant contribué au projet.

Accessibility: a sustainable digital project

In terms of the areas of focus under the "Digital Sustainability" programme, SII is working on a project relating to digital accessibility (ensuring that communication digital services are provided and are accessible to all, even to those suffering from disabilities): "Since 2019, we have been working closely with our client to integrate digital accessibility to their sites and portals. The goal was to make their **three portals compliant with the General Programme for Accessibility Improvement (RGAA)**, by achieving **compliance rates of 75%**. Our mission is to guarantee the broadest access possible, along with intuitive and easy browsing capabilities. The client therefore enjoys greater visibility on internet and increases their chances of satisfying their own customers", one of the employees who worked on the project tells us.



» www.sii-group.com



» **Etienne ANDREONI**

Directeur de l'agence de Sophia Antipolis

04 92 96 88 99 - eandreoni@sii.fr

» **Céline CHAMPALAUNE**

Responsable RSE du groupe SII

07 61 72 92 95 - celine.champalaune@sii.fr

Implication collective

La sensibilisation des équipes à ces enjeux RSE reste un levier fort pour SII. Ainsi, elle met à disposition, sur l'outil e-learning du groupe, un support de « Sensibilisation au Numérique Responsable » (pour tous), un module de « Sensibilisation à la Communication Responsable » (pour tous les communicants), et de modules de Formation à l'Ecoconception de ses services numériques (pour les métiers techniques). Ces supports ont pour vocation d'encourager tous les collaborateurs à monter en compétence, et de les faire participer collectivement à la stratégie du groupe.

Collective involvement

Raising awareness among its teams of these CSR challenges is a strong source of leverage for SII. Thus, on its e-learning platform, the group provides a "Raising Awareness of Digital Sustainability" module (open to all), a "Raising Awareness of Sustainable Communications" module (open to PR staff), and "Digital Services Eco-design Training" modules (open to technicians). These modules are designed to encourage all employees to develop their skills and to participate collectively in the group's strategy.

Vers un meilleur pilotage des équipements IT

Un travail d'optimisation de l'inventaire des équipements IT est également mené, et pour améliorer leur pilotage, des guides d'achats et de gestion de ces équipements ont été diffusés auprès des équipes concernées. L'idée ? Limiter l'impact environnemental en favorisant par exemple l'achat de matériel écolabellisé, mais aussi encourager le réemploi et/ou le recyclage d'équipements obsolètes.

Towards improved management of IT equipment

Significant work to optimise the inventory of IT equipment is also being conducted and, in order to improve their management, equipment procurement and management guides have been distributed to all teams. What is the idea? To limit the environmental impact by encouraging, for example, environmentally certified equipment and the reuse and/or recycling of obsolete equipment.

Enfin, SII participe à et organise des événements et défis autour du Numérique Responsable : ce fut le cas lors du dernier Design4Green à Angers en novembre dernier, ou avec le Cyber Clean Up Day prévu en mars prochain.

Finally, SII is taking part in and organising events and challenges relating to Digital Sustainability, as was the case with the latest edition of Design4Green in Angers in November, or with the upcoming Cyber Clean Up Day scheduled for March.

Signes de l'intensité de son engagement sur ces questions de responsabilité, le groupe est médaillé Platine EcoVadis pour la deuxième année consécutive et figure toujours, pour la 6^{ème} année, au classement GPTW (Great Place To Work)...

As further evidence of its commitment to sustainability, the group has achieved Platinum EcoVadis certification for the second year running and is still, for six years in a row, ranked among the GPTW (Great Place To Work) ...



Un engagement RSE récompensé



MÉDAILLE DE PLATINE ECOVADIS
pour la deuxième année consécutive



TOP 5
pour la 6^{ème} année, au classement GPTW (Great Place To Work)



PROFESSIONS LIBERALES, BANQUE, FINANCE, ASSURANCES & MUTUELLES

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

» [DOSSIER RSE] NEWS

UN ATELIER pour bien débiter

» Un atelier va se tenir sur le thème « RSE : quelles sont les premières actions à mettre en place ? »

La Responsabilité Sociétale des Entreprises est en vogue, mais concrètement, comment procéder ? Quelles sont les premières actions à mettre en place ? Au cours de cet atelier, les principes de la RSE seront posés, avant de mettre en valeur les axes de performance apportés par une démarche responsable.



» Atelier UPE - Vendredi 31 mars - 8 h 30 à 10 h 30
S'inscrire sur upe06.com

A workshop to get you started - A workshop will be held on the theme "CSR: what are the first actions to be implemented?" » Corporate Social Responsibility is in vogue, but concretely, how to proceed? What are the first actions to take? During this workshop, the principles of CSR will be laid down, before highlighting the areas of performance provided by a responsible approach.

TÉLÉTRAVAIL : quand on veut et... quand on peut !

» Une récente étude* de l'entreprise Remote, spécialisée dans l'embauche à distance de profils internationaux place Nice comme la première ville où les employés français déclarent avoir la possibilité de télétravailler. Quand seulement 5 % des employés de Rennes affirment pouvoir travailler en « remote », 11,9 % des employés niçois, eux, le peuvent !

L'étude fait aussi la différence entre la part de ceux qui souhaitent télétravailler et ceux qui le peuvent effectivement. Sans grande surprise, Paris est en tête pour les employés qui le souhaitent en priorité, à 64,64 %. Enfin, l'étude se penche sur d'autres pays d'Europe et permet de remarquer que la France est particulièrement à la traîne en matière d'adoption du télétravail : seuls 8,5 % des employés français interrogés affirment avoir la possibilité de travailler à distance, contre 27,9 % au Royaume-Uni, 23,10 % en Allemagne ou encore 23,15 % aux Pays-Bas. *Etude portant sur 2.000 employés en France.



Telecommuting: when you want and... when you can! A recent study by the company Remote, which specializes in the remote hiring of international profiles, places Nice as the first city where French employees declare having the possibility of tele-working. When only 5% of Rennes employees claim to be able to work "remotely", 11.9% of Nice employees can! The study also differentiates between the proportion of those who wish to*

telecommute and those who can. Unsurprisingly, Paris is in the lead for employees who want it as a priority, at 64.64%. Finally, the study looks at other European countries and shows that France is particularly lagging in the adoption of teleworking: only 8.5% of French employees surveyed say they can work remotely, compared to 27.9% in the United Kingdom, 23.10% in Germany or 23.15% in the Netherlands.

EN CHIFFRES*

En France, les employés qui déclarent avoir la possibilité de travailler à distance

11,9 % à Nice
10,3 % à Lille
10 % à Paris

Et en Europe

27,9 %
 23,15 %
 23,10 %
 8,5 %

* Etude portant sur 2.000 employés en France. Study of 2,000 employees in France

LECTURE RESPONSABLE

Avec *Mon métier aura du sens*, Julien Vidal veut accompagner la jeunesse et tous ceux qui souhaitent se réorienter vers de nouveaux horizons professionnels, partant d'un postulat intéressant : les métiers « de demain »... existent déjà !

» Au cœur de l'ESS (Economie Sociale et Solidaire) et de la transformation écologique, voici plus d'une trentaine de fiches métiers et une galerie de témoignages inspirants qui prônent des valeurs intéressantes qui peuvent aussi inspirer la RSE des entreprises d'aujourd'hui : faire mieux avec moins de ressources, retrouver du sens au travail, régénérer le vivant, recréer du lien avec les autres...

Julien Vidal a par ailleurs lancé le podcast « ça commence par moi », issu de son livre éponyme,



ca-commence-par-nous.lepodcast.fr



Mon métier aura du sens - Editions Vuibert - 208 pages - 18,90 €

vendu à plus de 40.000 exemplaires, qui éveille les consciences sur les enjeux des dérèglements des écosystèmes et propose des alternatives durables et solidaires. Autant d'idées qui peuvent contribuer à l'avènement d'une société plus humaine et responsable. Et une lecture enthousiasmante !

Responsible Reading - With "Mon métier aura du sens", Julien Vidal wants to support young people and all those who wish to reorient themselves towards new professional horizons, starting from an interesting postulate: the jobs "of tomorrow"... already exist!

» At the heart of the SSE (Social and Solidarity Economy) and ecological transformation, here are more than thirty job descriptions and a gallery of inspiring testimonials that advocate interesting values that can also inspire the CSR of companies today: do better with fewer resources, find meaning in work, regenerate life, recreate links with others...

Julien Vidal has also launched the podcast "ça commence avec moi", from his eponymous book, which has sold more than 40,000 copies, which raises awareness of the challenges of ecosystem disruption and offers sustainable and united alternatives. So many ideas that can contribute to the advent of a more humane and responsible society. And an exciting read!

Qualité relationnelle : FORMEZ-VOUS !

France Qualité, association des professionnels de la Qualité, de la maîtrise des risques et des approches d'amélioration continue, avec le centre Concordance, lancent « Qualité Relationnelle », le 1^{er} parcours de formation qualifiante sur le sujet.

» Un parcours qui s'adresse aux dirigeants, aux responsables Ressources humaines, aux managers de toutes fonctions et à tous les acteurs qui souhaitent jouer pleinement leur rôle de facilitateurs éclairés et éclairants du bien travailler ensemble. Chacun d'entre eux a déjà rencontré une ou plusieurs de ces situations : nécessité de renouer les liens délités ou conflictuels d'une équipe « dysfonctionnelle », besoin de faire évoluer les postures managériales, d'optimiser le fonctionnement d'une équipe de direction, réussir le recrutement et l'intégration ou préparer le départ d'un manager ou d'un dirigeant...

Pour accompagner concrètement les organisations dans cette voie, et partant du postulat que la Qualité Relationnelle est et sera la clé de voûte de la performance des organisations, la formation qualifiante qui lui est dédiée vise 3 objectifs : valoriser les coopérations et gérer les discordances, insuffler une culture de management bienveillant, pragmatique et responsabilisante et enfin apprendre à transformer l'organisation en « concordance ». Le dispositif est éligible Qualiopi.



Relational quality: train yourself! - France Qualité, an association of professionals in Quality, risk management and continuous improvement approaches, with Le centre Concordance, are launching "Qualité Relationnelle", the first qualifying training course on the subject.

» A course aimed at executives, human resources managers, managers of all functions and all actors who wish to fully play their role as enlightened and enlightening facilitators of working well together. Each of them has

already encountered one or more of these situations: need to reconnect broken or conflicting ties in a "dysfunctional" team, need to change managerial postures, optimize the functioning of a management team, successful recruitment and integration or preparing for the departure of a manager or executive... To concretely support

organizations in this direction and starting from the premise that Relational Quality is and will be the keystone of the performance of organisations, the qualifying training dedicated to it has 3 objectives: enhancing cooperation and managing disagreements, instilling a benevolent, pragmatic and empowering management culture and finally learning to transform the organization into a "concordance". The device is eligible for Qualiopi.

Qualiteperformance.org



» **CAISSE
D'ÉPARGNE
CÔTE D'AZUR**

TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET ÉNERGÉTIQUE : LA CECAZ ENGAGÉE

Entretien avec Nicolas Perrier, qui prend la Direction RSE à la Caisse d'Épargne Côte d'Azur. Une thématique qui -si elle n'est pas nouvelle, se veut transversale et prédominante dans le plan stratégique de la banque coopérative.

La Caisse d'Épargne Côte d'Azur (CECAZ) se dote d'une direction RSE. Qu'est-ce que cela montre des ambitions de la banque ?

Nicolas Perrier : L'ensemble de la direction de la CECAZ, engagée dans la dynamique de la Transition Écologique et Énergétique (TEE) et suivant son plan stratégique, donne ainsi un coup d'accélérateur, notamment sur l'accompagnement de nos clients sur la RSE.

Sur ce point, la philosophie des Caisse d'Épargne, dès leur création au milieu du XIX^e siècle, relevaient déjà, en quelque sorte, de la RSE telle qu'on la connaît aujourd'hui : reconnues d'utilité publique, elles avaient pour vocation d'encourager l'épargne populaire et lorsqu'elles ont obtenu l'autorisation de faire crédit, cela concernait par exemple le logement « social » ou l'accès aux jardins ouvriers pour les classes populaires. L'engagement sociétal et local, c'est donc dans l'ADN des Caisse d'Épargne depuis longtemps ! D'ailleurs, à la CECAZ, notre modèle coopératif fonctionne sur ce principe : la collecte de l'épargne locale permet le financement de nos clients locaux et rémunère nos clients sociétaires.

Qu'attendent vos clients sur la problématique de la Transition Écologique et Énergétique (TEE) ? Quels produits leur proposez-vous ?

Sur le grand enjeu de la TEE, nous sommes convaincus que les investissements publics ne suffiront pas à réaliser les objectifs attendus. Aussi, nous savons depuis longtemps que l'épargne doit servir des ambitions responsables. Nous commercialisons pour cela des supports dédiés, comme



.....
Nicolas Perrier
Directeur RSE à la Caisse
d'Épargne Côte d'Azur
.....

“ À la CECAZ, notre modèle coopératif fonctionne sur ce principe : la collecte de l'épargne locale permet le financement de nos clients locaux et rémunère nos clients sociétaires. ”

le livret de développement durable et solidaire (LDDS), un produit d'épargne réglementé et rémunéré, créé afin de contribuer au financement des PME ainsi qu'à l'économie sociale et solidaire. D'autres produits permettent le seul financement des TEE, comme le Compte sur Livret Régional (CSL) Vert. D'une manière générale, pour la banque, l'immobilier basse consommation est le secteur qui

CECAZ has launched its own CSR department. What does this tell us of the bank's ambitions?

Nicolas Perrier: The entire CECAZ management team is committed to our ecological and energy transition (EET), and pursuant to our strategic plan, we are boosting our efforts, in particular by supporting our clients' CSR initiatives. In this regard, the Caisse d'Épargne

CECAZ is committed to the ecological and energy transition - We interviewed Nicolas Perrier, who has recently assumed control of the CSR division at Caisse d'Épargne Côte d'Azur (CECAZ). For this cooperative bank, the topic of CSR, albeit an old one, is cross-cutting and holds a predominant position in its strategy.

philosophy, back when it was created in the mid-19th century, already featured some of the hallmarks of CSR as we know it today: it was recognised as being in the public interest, it encouraged people to place their earnings in a savings account, and when it was allowed to extend credit, it did so for "social" housing, or to give the working classes access to allotment gardens. Social and local commitment has always been in the DNA of the Caisse d'Épargne! Besides, at CECAZ, our cooperative model is founded on that very principle. Local clients entrust us with their savings, allowing us to distribute funding to local initiatives, and our shareholding clients ultimately reap the benefits.

What have your clients told you in terms of their expectations regarding the ecological and energy transition? What products are you offering them?

With regard to the great challenges posed by the EET, we are convinced that public investment alone will not be enough to achieve the expected outcome. Also, we know full well that savings must serve reasonable ambitions. This is why we are deploying dedicated products, such as the sustainable and inclusive development savings account, which is a regulated and interest-bearing product, created to help fund small to medium-sized companies, and to further a social and inclusive economy. Other products are limited to the financing of the EET, such as the Green Savings Account. Broadly speaking, in terms of the bank itself, low-consumption real estate is an area that has a major contribution to make to the transition, especially by building to standards that are friendlier towards the environment.



apporte la plus importante contribution à cette transition, notamment par la construction aux normes les plus respectueuses de l'environnement.

A la CECAZ, au-delà de l'immobilier, la transition écologique et énergétique représente un financement de 70 M€ dont près de 35 M€ de prêts dits « à impact », qui ont été lancés en fin d'année 2022. Le principe : les souscripteurs s'engagent sur la réduction de leur empreinte carbone et s'ils respectent leur engagement, ils obtiennent un boni sur le taux de leur emprunt, au terme de son remboursement.

Nos clients particuliers bénéficient aussi de dispositifs d'aide à la TEE. Nous sommes par exemple entrés au capital de Cozynergy, leader français de la transition énergétique, qui permet d'accompagner les particuliers, depuis leur éligibilité aux aides et subventions jusqu'à la sélection des professionnels et le suivi des travaux de rénovation de l'habitat. Nous sommes partenaires d'autres dispositifs, dédiés aux professionnels : EDE, Naldeo, Finance & Territoire, la CCI...

Parlez-nous des projets soutenus par la CECAZ dans le cadre de la TEE ?

Nous sommes par exemple entrés au capital de la SEML (Société d'Economie Mixte Locale) Green Energy 06, aux côtés du département, qui a investi dans une ferme photovoltaïque à Saint

Auban, dans l'arrière-pays grassois, permettant de produire l'équivalent de la consommation électrique (hors chauffage) de plus de 3.500 foyers par an et d'éviter le rejet de plus de 800 tonnes de CO² chaque année.

“ En 2022 dans les Alpes-Maritimes et le Var, 630 000 euros ont accompagné une vingtaine de projets d'intérêt général autour notamment du handicap, de l'éducation financière ou encore des aidants. ”

En interne, vous donnez aussi l'exemple d'une banque engagée :

Dans le prolongement de son engagement historique, la Caisse d'Épargne Côte d'Azur est aujourd'hui l'un des premiers mécènes des départements des Alpes-Maritimes et du Var. En 2022, 630 000 euros ont ainsi accompagné une vingtaine de projets d'intérêt général autour notamment du handicap, de l'éducation financière ou encore des aidants.

Voici quelques exemples de notre engagement, en interne à la CECAZ : l'ensemble de nos agences bénéficient de travaux pour améliorer leur performance énergétique, nous travaillons sur la réduction de notre flotte de véhicules polluants, de nos déplacements, et ambitionnons de diminuer de 20 % la surface de nos sites administratifs.

At CECAZ, beyond real estate, the ecological and energy transition represents funding in the amount of 70M€, of which 35M€ went to "impactful" loans that were approved at the end of 2022. The idea is that the

borrowers commit to reducing their carbon footprint, and if they live up to their commitment when the full amount of their loan has been paid back, they receive a discount bonus on their interest rates.

Our private clients are also entitled to subsidies to help them with their EET. For example, we have recently bought an equity stake of Cozynergy, the French leader of the energy transition, which allows us to support our private clients, from the moment they are entitled to subsidies and financing to the final selection of the professionals who will be renovating their home and the monitoring of the work. We are also partners of other support mechanisms

“ Nous sommes par exemple entrés au capital de la SEML (Société d'Economie Mixte Locale) Green Energy 06, aux côtés du département, qui a investi dans une ferme photovoltaïque à Saint Auban, dans l'arrière-pays grassois. ”

that are designed for professionals: EDE, Naldeo, Finance & Territoire, the CCI...

Tell us more of the projects CECAZ supports in terms of the EET.

We have also bought into the capital of a local mixed economy company, Green Energy 06, along with the department, which has invested in a solar panel farm in Saint Auban, in the backcountry of Grasse. It produces roughly the equivalent of the power consumption (excluding heating) of more than 3'500 households per year and eliminates more than 800 tons of CO² every year.

Internally, it seems you are also leading by example...

In keeping with its tradition of commitment, CECAZ is now one of the greatest patrons of the Alpes-Maritimes and Var departments. In 2022, we devoted 630'000€ to some 20 public utility projects relating to disabilities, financial education, and caregivers. Here are some examples of CECAZ's commitment, internally: all of our agencies have been renovated to improve their energy performance, we are working on reducing our fleet of polluting vehicles, we are reducing travel, and we are aiming at reducing by 20% the surface area occupied by our administrative sites.

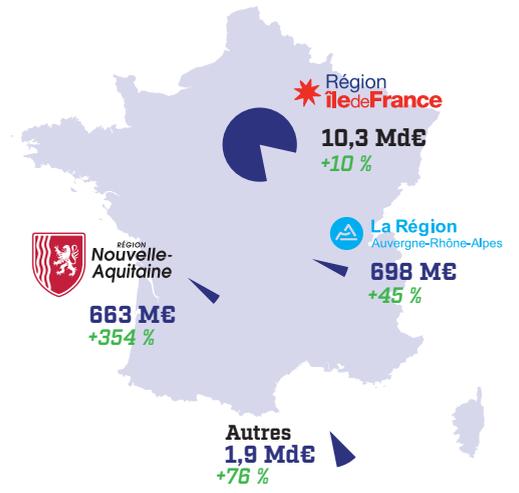
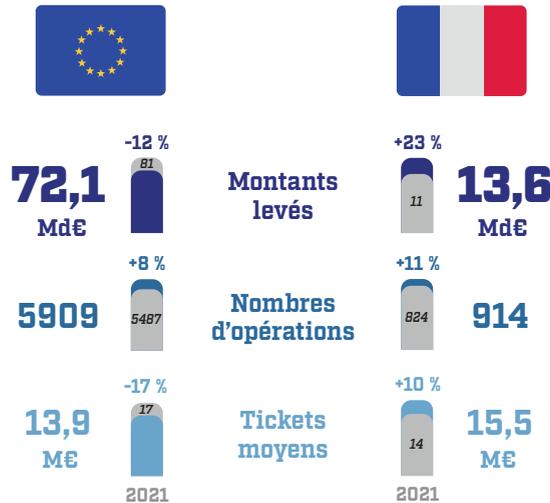
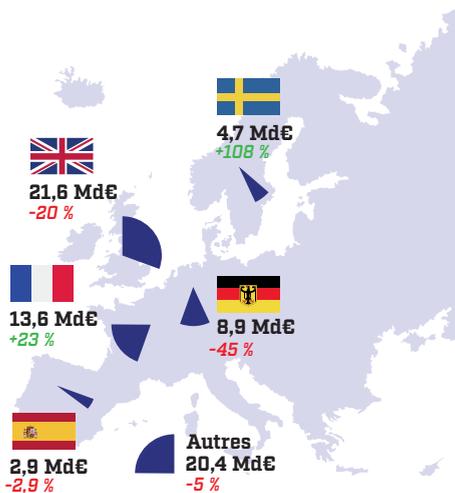


www.cecaz.fr

LEVÉE DE FONDS : 2022, UN CRU EXCEPTIONNEL

In Extenso Innovation Croissance et l'ESSEC Business School publient leur baromètre des levées de fonds en 2022.

In Extenso Innovation Croissance and ESSEC Business School publish their barometer of fundraising in 2022.



Celui-ci indique que l'année 2022 a été une année exceptionnelle pour la French Tech en termes de montants levés (13,6 Mds€) surpassant même le niveau record de 2021 (11 Mds€), en dépit des fortes perturbations qui ont ébranlé, notamment au second semestre, la confiance des investisseurs (guerre en Ukraine, crise de l'énergie, flambée des prix...). La France réalise ainsi une performance particulièrement notable en Europe. Alors que le montant des fonds levés a baissé de -12% en Europe par rapport en 2021, la France a en effet progressé en la matière de +23% en 2022.

En 2022, la France est en 2^e position parmi les pays européens ayant levé le plus de fonds

Au total, la France se classe en 2^e place du podium des pays européens ayant levés le plus de fonds, derrière le Royaume-Uni et devant l'Allemagne.

Retour aux fondamentaux

« 2022 est une année atypique, caractérisée par une euphorie constatée lors du premier semestre, contrastant avec un net ralentissement sur la seconde partie de l'année. Cette fin d'année marque un retour aux fondamentaux, avec une place plus centrale de la rentabilité dans les thèses d'investissements, et une attention particulière aux valorisations très chahutées.

La French Tech se distingue à la fois en nombre d'opérations (+11%), en montants levés (+23%) et fait la part belle au financement d'amorçage (+9%). Avec de fortes réserves disponibles pour investir, gageons que les investisseurs se montrent très dynamiques et confiants en 2023. » déclare Patricia Braun, présidente d'In Extenso Innovation Croissance.

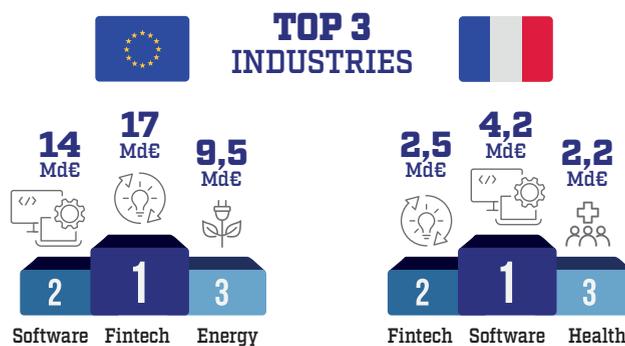
This indicates that 2022 was an exceptional year for French Tech in terms of amounts raised (€13.6 billion) even surpassing the record level of 2021 (€11 billion), despite the major disruptions that shook, particularly in the second half, investor confidence (war in Ukraine, energy crisis, soaring prices, etc.). France thus achieves a particularly notable performance in Europe. While the amount of funds raised has fallen by -12% in Europe compared to 2021, France has indeed increased in this area by +23% in 2022.

In total, France ranks 2nd on the podium of the European countries having raised the most funds, behind the United Kingdom and ahead of Germany.

Back to basics

"2022 is an atypical year, characterized by euphoria observed during the first half of the year, contrasting with a clear slowdown in the second part of the year. This end of the year marks a return to fundamentals, with a more central place of profitability in investment theses, and particular attention to very chaotic valuations.

The French Tech stands out both in number of operations (+11%), in amounts raised (+23%) and gives pride of place to seed financing (+9%). With strong reserves available to invest, we bet that investors will be very dynamic and confident in 2023," says Patricia Braun, President of In Extenso Innovation Croissance.



TOP 3 LEVÉES

access
1,2 Md€

northvolt
1,1 Md\$

checkout.com
1 Md\$

Doctolib
500 M€

ecovadis
500 M\$

qonto
486 M\$

» LA MUTUELLE GÉNÉRALE ENGAGÉE SUR LA RSE AUPRÈS DES DIRIGEANTS

Prendre en compte la RSE, c'est à dire les enjeux environnementaux, sociaux, économiques et éthiques dans le cadre de ses activités est désormais incontournable pour toute entreprise.

Committed to CSR with managers - Taking CSR into account, environmental, social, economic and ethical issues in the context of its activities, is now essential for any company.



Ainsi la qualité de vie au travail et la prévention des risques psychosociaux sont des éléments importants de la politique sociale d'une entreprise responsable. La Mutuelle Générale informe directement les dirigeants et chefs d'entreprise sur leurs enjeux en la matière dans le cadre d'échanges réguliers, mais aussi lors d'ateliers, conférences, clubs...

Dans le cadre de la prévention de ces risques, La Mutuelle Générale propose un accès à une plateforme de services dédiés, via sa filiale Flex Conseils et Services. Ces services ont pour vocation de répondre à plusieurs préoccupations : accompagner les salariés dans des moments de vie difficiles, les aider à dégager du temps pour faciliter leur quotidien et in fine améliorer leur équilibre de vie et donc favoriser leur engagement professionnel.

A ce titre, en plus des services liés à la santé : téléconsultation médicale et second avis médical, nous pouvons citer, entre autres, les services d'aide aux devoirs, la plateforme de services à la personne, le portail de loisirs, et l'assistant personnel. Chaque année, l'offre s'enrichit et ainsi en 2022, trois nouveaux services ont vu le jour : les gestes qui sauvent en réalité virtuelle, un escape game TMS (Troubles Musculosquelettiques) en version mobile mais aussi une formation de management à distance. Enfin, soulignons la certification Qualiopi de Flex en tant qu'organisme de formation qui devient donc éligible aux financements OPCO !

EN CHIFFRES



+75 ANNÉES
D'expérience



4,6/5
Taux de satisfaction
des adhérents
(baromètre de satisfaction
à chaud réalisé auprès de
28.500 adhérents)



+ DE 12.000
Entreprises
clientes

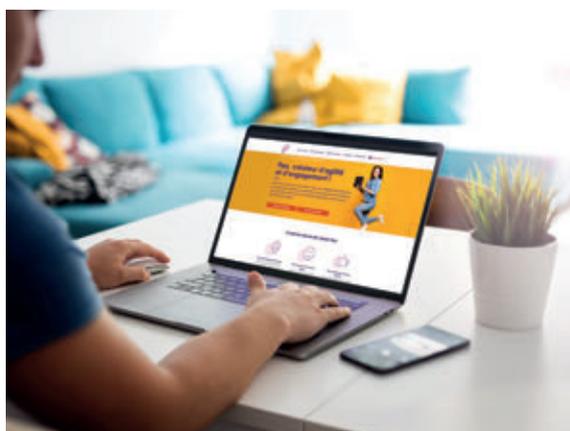


www.lamutuellegenerale.fr

Thus the quality of life at work and the prevention of psychosocial risks are important elements of the social policy of a responsible company. La Mutuelle Générale informe executives and business leaders directly about their issues in this area through regular discussions, but also during workshops, conferences, clubs, etc.

As part of the prevention of these risks, La Mutuelle Générale offers access to a platform of dedicated services, via its subsidiary Flex Conseils et Services. These services are intended to respond to several concerns: support employees in difficult times, help them free up time to facilitate their daily lives and ultimately improve their balance in life and therefore promote their professional commitment.

As such, in addition to health-related services: medical teleconsultation and second medical opinion, we can cite, among others, homework assistance services, the personal services platform, the leisure portal, and the personal assistant. Each year, the offer is enriched and thus in 2022, three new services have emerged: gestures that save in virtual reality, an escape game TMS (Musculoskeletal Disorders) in mobile version but also a remote management training. Finally, let's highlight Flex's Qualiopi certification as a training organization, which therefore becomes eligible for OPCO funding!



➤ **ARAPL2CA**

DES NOUVEAUX SERVICES NUMÉRIQUES QUI FACILITENT LA VIE

Engagée, innovante, l'ARAPL2CA (Association Régionale Agréée des Professions Libérales) reste toujours en pointe pour accompagner au mieux ses adhérents et leur faciliter la vie.

New digital services that make life easier - Committed and innovating, the ARAPL2CA (certified regional association representing people in liberal professions) is truly the tip of the spear when it comes to offering assistance to its members and making their life easier.

Partenaire de l'expert-comptable, l'ARAPL2CA accompagne les professionnels libéraux tout au long de leur vie professionnelle. Acteur engagé dans la création de l'entreprise, elle aide l'entrepreneur pour lui faciliter l'exercice de son activité professionnelle. Ainsi l'ARAPL2CA persévère dans ses ambitions d'être la plateforme multi-services de référence du territoire azuréen pour les professionnels libéraux et les travailleurs indépendants.

Cette volonté se traduit notamment par la mise en place d'une modernisation accrue de ses outils digitaux.

La nouvelle version de la Plateforme AWS (pour ARAPL Web Serveur) est accessible depuis le mois de février et permet aux adhérents d'accéder à leur espace personnel sécurisé où ils pourront retrouver un condensé de

tous les services et informations qui leur sont nécessaires. L'Ergonomie, le design, les fonctionnalités et contenus ont été repensés pour plus de simplicité et d'efficacité.

L'interface AWS est divisée en six parties : « Mon dossier fiscal », « RD Prépa » (la solution comptable digitale de l'ARAPL), « Les permanences des spécialistes » de l'ARAPL, « Mon club avantages », « Mes petites annonces » et « Les formations ».

A trusted partner of chartered accountants, the ARAPL2CA accompanies people in liberal professions throughout their careers. As a committed stakeholder of entrepreneurship, it helps business owners in their professional endeavours. The ARAPL2CA is pursuing its stated ambition to become the number one multi-service platform of the French Riviera for people in liberal professions and freelancers.

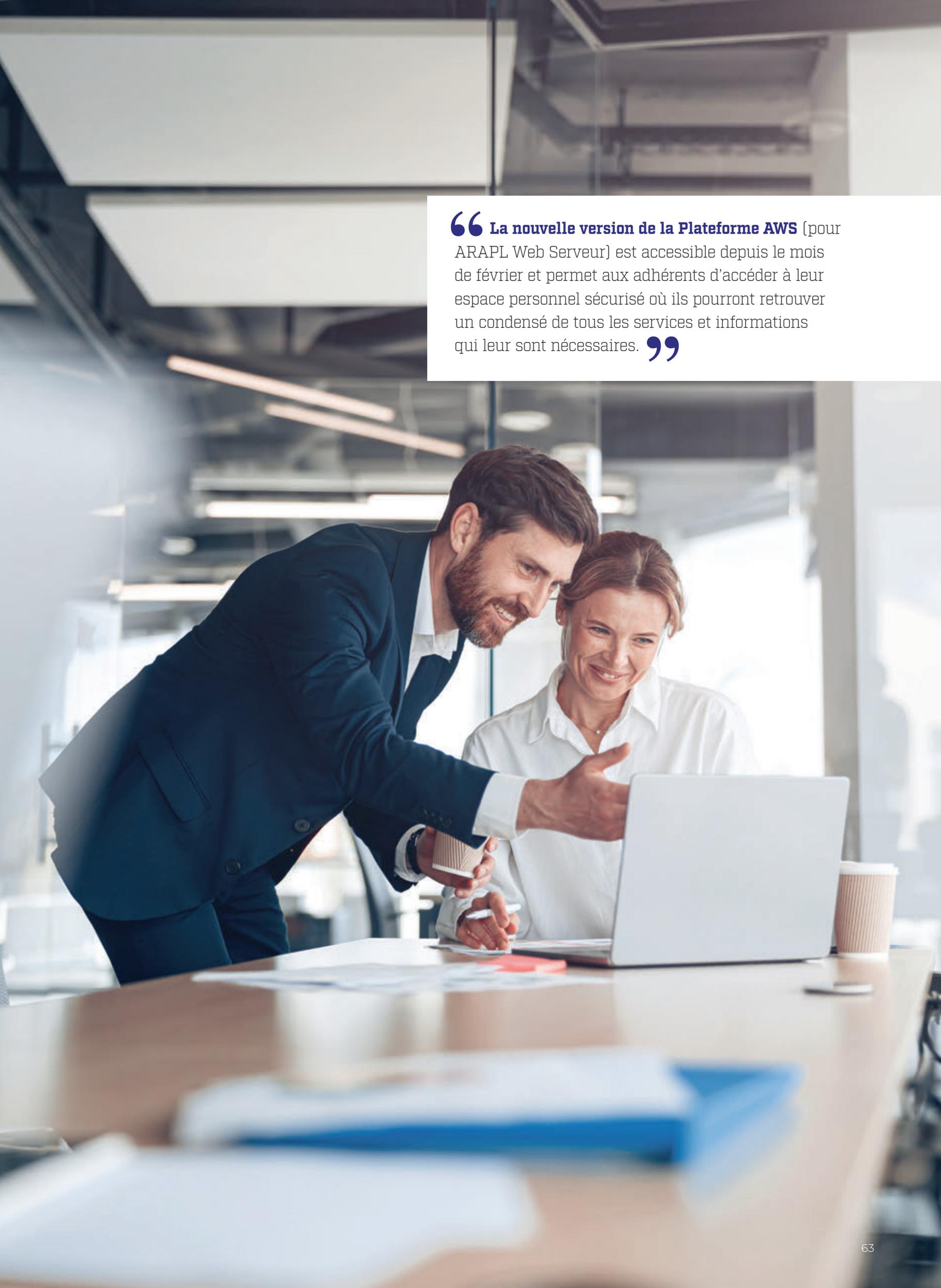
To achieve this ambition, the association is busy modernising its digital tools.

The new version of the AWS (ARAPL Web Server) platform became accessible in February and allows members to access their secure personal space where they can find a summary of all the services and information useful to them. The ergonomics, the design, the tools and the content have been entirely rethought to offer increased simplicity and efficiency.

The AWS interface is divided in six parts: "Mon dossier fiscal" (my tax files), "RD Prépa" (ARAPL's digital accounting solution), "Les permanences des spécialistes" (Specialist helpdesk), "Mon club avantage" (My benefits club), "Mes petites annonces" (My classified ads), and "Les formations" (training courses).

“ l'ARAPL2CA accompagne les professionnels libéraux tout au long de leur vie professionnelle. Acteur engagé dans la création de l'entreprise, elle aide l'entrepreneur pour lui faciliter l'exercice de son activité professionnelle. ”



A man in a dark blue suit and a woman in a white shirt are looking at a laptop on a desk in a modern office. The man is leaning over the desk, pointing at the screen, while the woman sits at the desk, smiling. There are coffee cups and papers on the desk. The background shows a bright, open-plan office with large windows and modern lighting.

“ **La nouvelle version de la Plateforme AWS** (pour ARAPL Web Serveur) est accessible depuis le mois de février et permet aux adhérents d’accéder à leur espace personnel sécurisé où ils pourront retrouver un condensé de tous les services et informations qui leur sont nécessaires. ”



“ « **Mon Club Avantage** » permet à ses adhérents d'accéder à plus de 150 000 offres locales et nationales à des tarifs attractifs ! ”

En détail

« **Mon Club Avantage** » permet à l'adhérent de **profiter de tarifs exclusifs** pour de nombreuses prestations et produits : bons d'achats supermarché, voyages, shopping, ameublement, mode et beauté, loisirs et billetterie, événements culturels, presse... Un partenariat conclu par l'ARAPL permettant à ses adhérents d'accéder à plus de 150 000 offres locales et nationales à des tarifs attractifs !

« **Les permanences des spécialistes** » permettent aux adhérents de prendre un rendez-vous individualisé et gratuit avec un expert, qui peut être en distanciel ou en présentiel. Ces rendez-vous couvrent un ensemble de sujets qui impactent la vie du chef d'entreprise telles que : la gestion de patrimoine, la prévoyance, les contrats d'assurances, la retraite... En naviguant dans la partie « **Les formations** », il est possible de consulter, télécharger ou imprimer le planning trimestriel des formations, d'obtenir les

infos pratiques et de s'inscrire en ligne. Quatre grandes thématiques sont proposées : La Gestion au sens large, L'Efficacité professionnelle, le Numérique & communication digitale, les Langues étrangères. Les formations sont Certifiées Qualiopi, pour la plupart éligibles à un crédit d'impôt, en présentiel ou distanciel, à des tarifs ultra-compétitifs, voire pour certaines gratuites.

Le service de **petites annonces** (compris dans le tarif de l'adhésion) est un nouvel outil pour faciliter l'exercice professionnel : il permet à ses utilisateurs d'accéder à un espace dédié où ils auront la possibilité d'être mis en contact avec d'autres adhérents de l'ARAPL2CA dans le cadre de la recherche d'un associé, d'un remplaçant ou d'un remplacement, d'une éventuelle collaboration, etc.

In detail

*"My benefits club" allows members to **enjoy exclusive rates** on many services and products: supermarket vouchers, travel, shopping, furniture, fashion, leisure and event tickets, cultural events, media... Through ARAPL's partnerships, members can access more than 150'000 local and national offers at astounding rates!*

"The specialist helpdesk" allows members to book a free appointment for an in-person or remote meeting with a specialist. These meetings cover a wide variety of subjects that impact the lives of corporate leaders, such as: wealth management, savings, insurance contracts, retirement...

By browsing through the "Training" section, members can read, download, or print the term's training programme, obtain useful

information, and register online for a course.

Four major themes are on offer: Management in a broad sense, professional efficiency, IT and digital communications, foreign languages. All training courses are Qualiopi-certified, most give right to tax credits, they can be given in person or remotely, and they come at extremely appealing rates, and sometimes for free.

The "Classified ads" service (included in the membership price) is a new tool designed to make your professional life easier: it allows users to access a dedicated space where they can be introduced to other ARAPL2CA members, if they are searching for a partner, a replacement, a substitute, a new venture, etc.

“ Disponible au printemps 2023, l'application mobile de l'ARAPL2CA va offrir de nouvelles fonctionnalités ”

L'application pour (presque) tout faire avec son smartphone

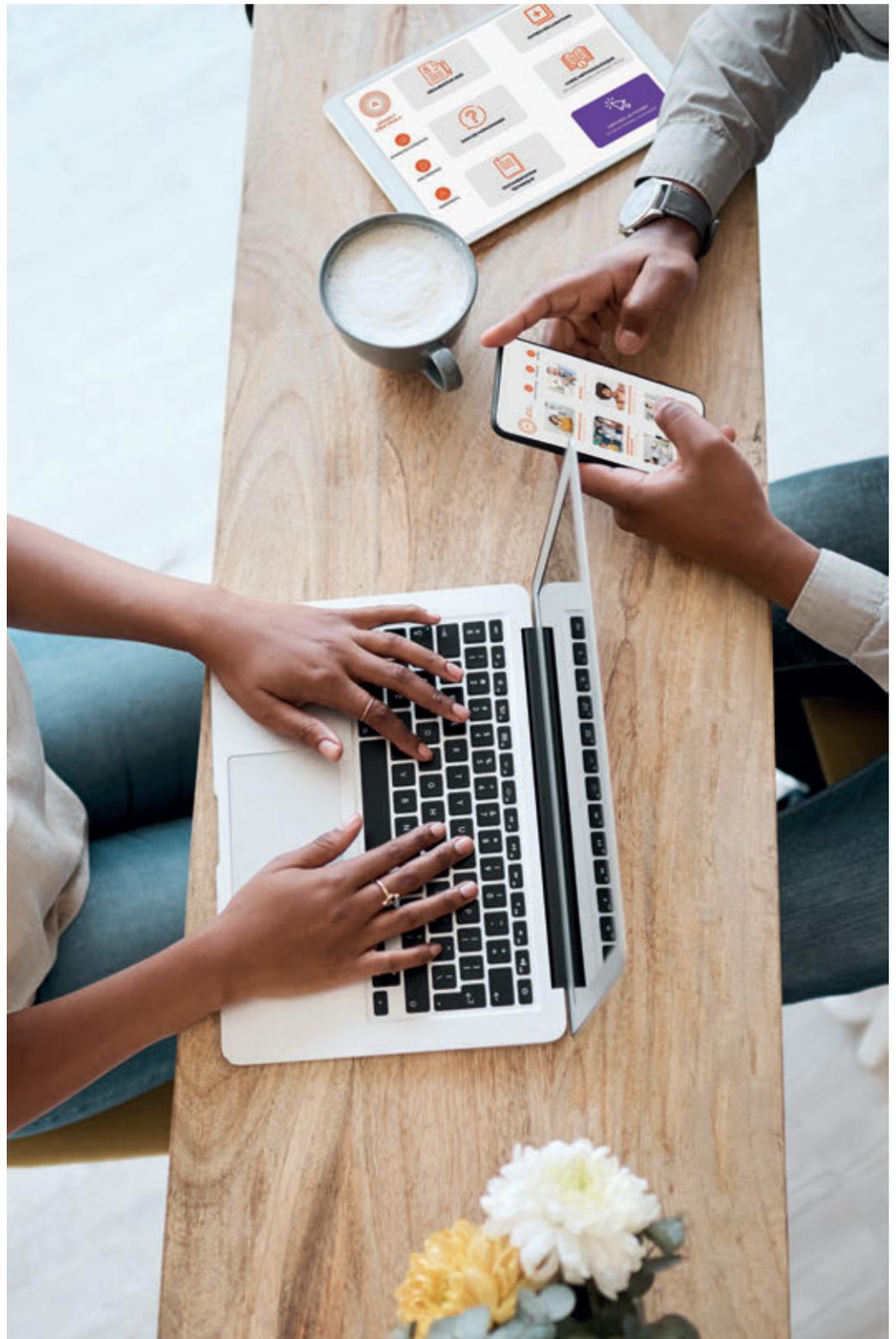
» Disponible au printemps 2023, l'application mobile de l'ARAPL2CA va offrir d'autres fonctionnalités, telles que la possibilité de télécharger ses documents et de les partager par courriel par exemple, ou les enregistrer dans son smartphone.

De même, il sera possible de sélectionner ou prendre en photo des éléments ou documents pour les transmettre directement depuis son mobile, rien de mieux pour gagner du temps ! L'ensemble de l'historique des documents envoyés sera accessible de même que la réception de notifications afin de donner de l'info en temps réel aux adhérents, des rappels de rendez-vous... L'ensemble des démarches sera donc facilité et accessible à tout instant.

The app to get (almost) everything done on your phone

In Spring 2023, the ARAPL2CA app will provide new tools, such as downloading documents and sharing them by email for instance, or saving them to one's phone.

Furthermore, it will be possible to select or take a picture of elements or documents and to forward them directly from a mobile phone, representing a welcome time saver! All sent documents can be accessed, and real-time notifications keep members up to date with the latest information. They can also be reminded of their appointments... All administrative procedures are facilitated and accessible at any moment.



L'ARAPL2CA EN CHIFFRES



26000 Membres
Plus de 26 000 libéraux
accompagnés en 40 ans



300
Formations



+ DE 3500 Personnes
formées chaque année

ADHÉREZ EN 5 MINUTES !

It takes five minutes to become a member!

Profession libérale, artisan commerçant, micro-entrepreneur, expert-comptable : l'adhésion aux services de l'ARAPL, pour moins de 25 € TTC par mois, peut se faire en quelques minutes sur le site www.araplca.org

People in liberal professions, craftspeople, business owners, micro-entrepreneurs, chartered accountants: ARAPL membership costs less than 25€ per month, all taxes included, in it takes only a few minutes to register on the www.araplca.org site.

» ARAPL2CA

22 av Georges Clemenceau
CS 51573 - 06010 Nice Cedex 1

04 93 82 26 51
araplca@araplca.org
www.araplca.org





BTP, ARTISANAT, HABITAT & IMMOBILIER

Avec les entreprises pour
construire, rénover, transformer

ACTU IMMO

PHOTOVOLTAÏQUE LA VILLE DE NICE veut équiper ses bâtiments publics

➤ Le développement du solaire photovoltaïque est un des grands axes du Plan Climat métropolitain, qui prévoit notamment d'augmenter de 18 % la part d'énergies renouvelables dans le mix énergétique.

L'énergie solaire, directement liée au taux d'ensoleillement exceptionnel du territoire, permet de fournir une électricité décarbonée, à coût maîtrisé, tout en améliorant l'autonomie des activités et des logements.

Dans ce cadre, la Métropole Nice Côte d'Azur a lancé, en février, un appel à manifestation d'intérêt auprès des opérateurs privés pour équiper en panneaux solaires photovoltaïques les bâtiments publics de la Ville de Nice et de la Métropole Nice Côte d'Azur.

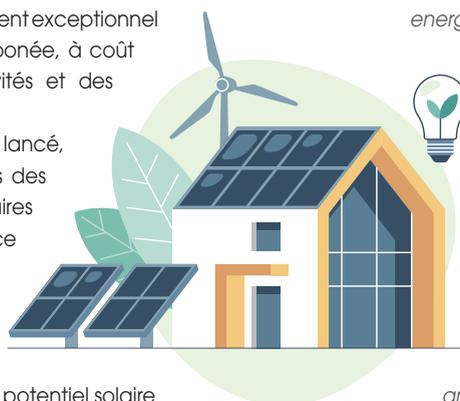
En plus de l'accompagnement et de l'incitation de tous les particuliers et entreprises à installer leurs propres panneaux solaires via la cartographie du potentiel solaire des maisons et copropriétés de la Métropole ou le guichet de la rénovation énergétique, la Métropole Nice Côte d'Azur souhaite ainsi équiper 15 bâtiments publics dès 2023. Cet appel à manifestation d'intérêt s'adresse à tous les porteurs de projets spécialisés dans la conception, la mise en place et l'exploitation de parcs photovoltaïques.

➤ Plus d'information sur www.nicecotedazur.org

➤ *The city of Nice wants to equip its public buildings - The development of photovoltaic solar energy is one of the main focuses of the Metropolitan Climate Plan, which notably plans to increase the share of renewable energies in the energy mix by 18%. Solar energy, directly linked to the exceptional level of sunshine in the territory, makes it possible to provide carbon-free electricity, at controlled cost, while improving the autonomy of activities and housing.*

In this context, the Nice Côte d'Azur Metropolis launched, on February, a call for expressions of interest from private operators to equip the public buildings of the City of Nice and the Nice Côte Metropolis with photovoltaic solar panels.

In addition to supporting and encouraging all individuals and businesses to install their own solar panels via the mapping of the solar potential of houses and condominiums in the Métropole or the energy renovation counter, the Métropole Nice Côte d'Azur wishes to equip 15 public buildings from 2023. This call for expressions of interest is aimed at all project leaders specializing in the design, installation, and operation of photovoltaic parks.



14 AU 17 MARS

MIPIM

L'IMMOBILIER DURABLE au centre des débats

C'est un invité exceptionnel, Jeremy Rifkin, qui ouvrira le prochain MIPIM (Marché International des Professionnels de l'Immobilier), du 14 au 17 mars, au Palais des Festivals de Cannes, lors d'une édition qui devrait accueillir plus de 15 % de nouveaux visiteurs, au-delà de la zone Europe.

Le Professeur Rifkin, grand spécialiste de la prospective économique, auteur de 20 ouvrages à succès, interviendra en ouverture de congrès avec une keynote dédiée à l'importance de l'innovation dans la transformation du secteur de l'immobilier vers un modèle plus durable.

Le professeur Rifkin est principalement connu pour ses travaux influents sur la troisième révolution industrielle, pour lesquels il est conseiller auprès de l'Union européenne. Son équipe, dédiée à l'étude du développement économique mondial, travaille conjointement avec les villes, les régions et les gouvernements nationaux afin de développer une infrastructure IoT et un futur collaboratif. Il discutera des effets des avancées scientifiques et technologiques sur l'économie, la société et l'environnement.

Mode de vies alternatifs : nouveau sommet

De nombreuses délégations feront cette année le déplacement, issues de grandes villes et régions internationales, à l'image du Japon, du Canada, des États-Unis, du Brésil, du Qatar, de l'Égypte ou de l'Arabie Saoudite. Côté nouveautés, un nouveau sommet international sera lancé, au sujet de la croissance des modes de vie alternatifs au sein de la classe d'actifs résidentiels : **MIPIM Co-Liv Summit**, appelé à devenir un événement annuel.

Un nouvel espace, « **Road to Zero** », combinera sur 400 m² des espaces d'exposition, de networking et de conférence spécialement axés sur l'accélération de la transformation de l'environnement bâti en un modèle plus durable. De nouvelles salles de conférence sont aussi prévues comme l'infrastructure « **Stage** », qui s'intéressera à l'impact sur l'immobilier des transports, des déchets, de l'eau ou des data centers.



Professeur Jeremy Rifkin,
grand spécialiste de la
prospective économique, auteur
de 20 ouvrages à succès,
ouvrira le prochain MIPIM

➤ **MIPIM - 14 au 17 mars**
Palais des Festivals de Cannes
www.mipim.com



+2000
Sociétés de
financement
présentes



23.000
Délégués
issus de
90 pays

Sustainable real estate at the center of the debate - It is an exceptional guest, Jeremy Rifkin, who will open the next MIPIM (International Market for Real Estate Professionals), from March 14 to 17, at the Palais des Festivals in Cannes, during an edition which should welcome more than 15 % of new visitors, beyond the Europe zone.

Professor Rifkin, a leading specialist in economic forecasting, author of 20 best-selling books, will speak at the opening of the congress with a keynote dedicated to the importance of innovation in transforming the real estate sector towards a more sustainable model.

Professor Rifkin is best known for his influential work on the "Third Industrial Revolution", for which he is an advisor to the European Union. Its team, dedicated to the study of global economic development, works together with cities, regions and national governments to develop an IoT infrastructure and a collaborative future. He will discuss the effects of scientific and technological advances on the economy, society and the environment.

Alternative lifestyles: new peak

Many delegations will make the trip this year, from major international cities and regions, such as Japan, Canada, the United States, Brazil, Qatar, Egypt and Saudi Arabia. On the news side, a new international summit will be launched, about the growth of alternative lifestyles within the residential asset class: **MIPIM Co-Liv Summit**, set to become an annual event.

A new space, « **Road to Zero** », will combine 400 m² of exhibition, networking and conference spaces specially focused on accelerating the transformation of the built environment into a more sustainable model. New conference rooms are also planned as the "Stage" infrastructure, which will focus on the impact on real estate of transport, waste, water or data centers.



» BURO AMENAGEMENT SUZANNE ALCANTARA > Architecte d'intérieur

Aménagement d'espace de travail : CONJUGUER BIEN ÊTRE ET PRODUCTIVITÉ

Promouvoir par l'exemple : chez Buro Aménagement, la RSE n'est pas une ambition nouvelle, elle fait partie de l'ADN depuis les débuts. Les locaux de l'entreprise sont la parfaite illustration que bien-être et productivité ne sont pas deux concepts à opposer au travail...



Une équipe qui conjugue passion et performance, au service d'un aménagement durable

Workspace design and planning: combining wellbeing and productivity - Promoting by example: at Buro Aménagement, CSR is far from a new ambition, it has been in the firm's DNA since the very beginning. Corporate facilities are the best way to showcase the fact that wellbeing and productivity are not necessarily contradictory concepts...

Why is CSR so important in your line of business?

Suzanne Alcantara: Buro Aménagement's activities cover the entire CSR spectrum. We design and create workspaces, and in that role, it is our social responsibility to promote wellbeing at work, both at our clients' premises, and in our own company. Our environmental responsibility translates into constantly improving the carbon footprint of our projects, by selecting the best materials for example, adopting the best practices, and by giving the best advice to our clients.

You are showing the way. How exactly are doing that?

We combine performance and passion, and we are convinced of what we implement and fully aware of our responsibilities. When we think of the work environment, the words "quality of life at work" come to mind, along with a sense of social commitment. Our partners are all environmentally certified manufacturers who work with biobased materials that feature strong recycling potential. We are working with several associations that support professional integration: their production, consisting mainly in small furniture, always adds to the spaces we design, and plays a big role in our process. It is a source of satisfaction, for our clients and for us. When the CSR policy is sincere and authentic, everyone buys in to it, and it becomes a cultural movement that finds its way into all our projects.

Is teamwork the key?

We've long known that two engineers can be extremely productive together... especially when they are standing next to the coffee machine! A welcoming work environment encourages teamwork. Synergy, cross-fertilisation and dialogue, co-design, the human aspect at the heart of the organisation, collaboration throughout... At Buro Aménagement, we are deploying "Activity Based Working", which consists in adapting the spaces in the various departments of the company (accounting, marketing, production, etc...) with intelligent and efficient flows and adjacent collaborative areas, based on the needs of the users. Comfort, efficiency and productivity are guaranteed.

Is it also an asset when it comes to hiring?

The quality of the work environment has become a game changer. It promotes the employer's brand and showcases their corporate culture. Employees want meaning in their work, and we use our know-how to attract talent.

Pourquoi êtes-vous au cœur de la notion de RSE ?

Suzanne Alcantara : l'activité de Buro Aménagement couvre l'ensemble du spectre de la RSE : nous concevons et aménageons des espaces de travail et en cela, notre responsabilité sociale est de promouvoir le bien-être au travail, chez nos clients, comme au sein de notre propre entreprise. Notre responsabilité environnementale tient dans l'amélioration permanente du bilan de nos réalisations, tant dans le choix des matériaux, que dans nos pratiques et dans le conseil que nous apportons à nos clients.

Vous-même montrez donc l'exemple : en quoi cela consiste-t-il ?

Nous concilions performance et passion, nous sommes convaincus de ce que nous mettons en œuvre et conscients de notre responsabilité. Lorsque nous pensons un environnement de travail, nous pensons « qualité de vie au travail » mais aussi engagement social et sociétal. Nos partenaires sont des fabricants éco labellisés avec des matériaux sourcés, fortement recyclables. Nous collaborons avec plusieurs associations de soutien ou d'intégration à la vie professionnelle : leur production, souvent du petit mobilier, est un plus dans les aménagements et participe à notre démarche. C'est une satisfaction pour nos clients et nous-mêmes.

Quand la politique RSE est sincère et authentique, l'adhésion est au rendez-vous, la démarche devient culturelle et se diffuse dans tous les projets.

“ Nous concevons et aménageons des espaces de travail et en cela, notre responsabilité sociale est de promouvoir le bien-être au travail, chez nos clients, comme au sein de notre propre entreprise. ”

Suzanne Alcantara,
Architecte d'intérieur

Le travail collaboratif, c'est la clef ?

On sait depuis longtemps que deux ingénieurs sont très productifs ensemble... autour de la machine à café ! Le travail collaboratif est encouragé par un environnement de travail favorable. Synergie, fertilisation croisée, co-design, l'humain au cœur de l'organisation, la collaboration au cœur du dispositif. Chez Buro Aménagement, nous déployons l'« Activity Based Working », qui consiste à adapter les espaces aux différents départements de l'entreprise (service comptable, marketing, production, etc...), avec des flux intelligents et efficaces et des espaces collaboratifs qui les jouxtent, en fonction du besoin des utilisateurs. Confort, efficacité et productivité garantis.

Cela peut-il favoriser le recrutement ?

La qualité de l'environnement de travail est devenue un atout différenciant, il promeut la marque employeur et met en avant la culture de l'entreprise, les salariés sont en quête de sens nous apportons notre savoir faire pour attirer les talents.

THOMAS CHATAIN > Directeur Travaux

Vers une gestion des travaux TOUJOURS PLUS RESPONSABLE

Comment se traduit la RSE dans la direction des travaux ?

Thomas Chatain, Directeur Travaux de Buro Aménagement : Il est nécessaire pour moi de veiller à la bonne intégration des usages responsables. Pour cela, nous sommes très attentifs à l'amélioration permanente de nos process en déployant chaque jour un mode opératoire respectueux des enjeux RSE. La sécurité et le bien-être de nos collaborateurs sont notre priorité : la gestion des risques, de la pénibilité et le respect des règles de sécurité sont un prérequis indispensable à toute intervention.

En tant qu'acteur majeur de l'aménagement, nous sommes amenés à piloter de nombreux partenaires et sous-traitants et veillons à ce que ces collaborations s'organisent dans le respect de valeurs, grâce à une charte qui reprend les engagements environnementaux, consignes de sécurité et conditions de travail (personnel en nombre suffisant, outillage adéquat...).

Comment abordez-vous la question environnementale dans ce schéma ?

Notre branche de métier doit fournir des efforts considérables sur ce sujet et les nouvelles règles et normes sensibilisent l'ensemble des acteurs. Nous avons la volonté d'aller au-delà avec une politique « Avant » et « Pendant ».

« Avant », notre bureau d'étude sélectionne des matériaux éco labellisés et choisit les solutions les plus vertueuses via l'up-cycling par exemple. « Pendant », notre organisation vise un recyclage maximal : chaque déchet issu de nos chantiers est trié et évacué en déchetterie ou en centre de recyclage. Enfin, un projet bien organisé, qui anticipe par expérience les aléas, est forcément vertueux : limiter les imprévus économise du temps, de l'énergie et du stress. Je pilote chaque jour une vingtaine de chantiers ouverts via notre outil de gestion qui apporte sécurité et transparence.



« Nous sommes très attentifs à l'amélioration permanente de nos process en déployant chaque jour un mode opératoire respectueux des enjeux RSE. »

Thomas Chatain, Directeur Travaux de Buro Aménagement

Le personnel « œuvrant » est au cœur de votre démarche :

Oui, nous sommes conscients des changements majeurs liés aux travaux, qui réclament flexibilité et choix forts. Dans cet esprit, nous avons décidé de mettre en avant les « œuvrants » de notre société, conscients que sans eux, Buro Aménagement ne serait pas l'entreprise qu'elle est aujourd'hui. Nous sommes persuadés que si l'ensemble du personnel est satisfait de son travail (qualité, matériaux, fournisseur, sous-traitant), tout le monde en sortira gagnant.



How does CSR influence the way you manage your work?

Thomas Chatain, Works Director at Buro Aménagement: Part of my job is making sure that we are constantly adopting new and sustainable procedures. So, we work very hard at constantly improving our processes, by unrolling, on a daily basis, new work instructions that are better aligned with our CSR goals. The safety and wellbeing of our employees are our priority: risk and arduousness management and absolute compliance with safety rules are the essential prerequisites of any intervention. As a major stakeholder of the interior design and furniture industry, we have to work with many partners and subcontractors and we ensure that our collaborations are founded on shared values, which are now recorded in our charter, listing our environmental commitments, safety instructions, and work conditions (sufficient staff, adequate equipment...).

How do you approach environmental issues in this context?

Our line of work has considerable efforts to do in this area, and we have to comply with new rules and standards that are bringing all industry stakeholders to review their processes. Now we want to take it all a bit further with a "Before" and "During" policy.

"Before", our design firm selects green and certified materials, and opts for the most virtuous solutions, such as up-cycling for instance. "During", our organisation implements stringent recycling procedures, where each item of waste is sorted and sent to the landfill or the appropriate recycling centre. Finally, a properly organised project, where, thanks to our extensive experience, all nature of circumstance can be foreseen, is necessarily virtuous: limiting unexpected events saves time and energy, and ultimately reduces stress. Every day, I oversee some 20 ongoing projects through our management tool, which ensures safety and transparency.

Your working personnel is at the heart of your approach, isn't it?

Yes, we are fully aware of the major changes that are going to impact our way of working, and that they require some talent for adaptation and bold choices. In this spirit, we have decided to shine a light on the "workers" of our company, and to remind ourselves that without them, Buro Aménagement would not be the firm it is today. We are convinced that if each employee is satisfied with their work (quality, materials, supplier, subcontract), everyone comes out a winner.



buro-amenagement.com

04 97 21 90 42

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

» GROUPE
ASTRID
PROMOTION

La promotion immobilière AVEC PASSION

Séduit par le dynamisme du département, le groupe Lillois Astrid Promotion s'implante sur la Côte d'Azur, soucieux d'y réaliser des projets ambitieux et de qualité. Nicolas Onraet, son dirigeant, souhaite être fidèle à sa philosophie de la promotion immobilière, empreinte d'authenticité, de proximité et misant sur l'intelligence collective.

P rônant les valeurs familiales, Astrid Promotion souhaite rester fidèle à une ambition simple : « l'humain au cœur de nos actions ». Authenticité, transparence, respect des engagements sont autant de valeurs qui constituent le socle de l'entreprise familiale depuis 1981.

Le promoteur aime cette relation de proximité, qu'il peut entretenir avec ses clients, ses partenaires locaux et l'ensemble des parties prenantes d'un projet immobilier et en particulier avec les collectivités publiques.

« On n'est pas dans une logique d'en faire trop, on ne veut pas perdre cet aspect humain mais au contraire le préserver », déclare-t-il. La qualité donc, plutôt que la quantité.

« Grâce à une équipe agile et expérimentée et l'implication de l'ensemble des intervenants, l'objectif est de tendre vers cette intelligence collective, gage d'un projet bien pensé et bien réalisé.

En outre, chaque projet étant différent car unique, il nous faut également sans cesse nous réinterroger et savoir nous remettre en question. »



Nicolas Onraet, Dirigeant
du groupe Astrid Promotion

« À Grasse, Astrid promotion ambitionne d'honorer son slogan : « Maîtriser l'espace pour mieux vivre » en refaçonnant esthétiquement et fonctionnellement ce quartier plein de promesses. »

A passion for property development - Attracted by the department's bustling energy, Astrid Promotion, a Lille-based group, is setting up shop in the French Riviera where it is planning on launching ambitious and high-quality projects. Nicolas Onraet, the group's CEO, has every intention of remaining true to his own philosophy in terms of property development, which centres on authenticity and proximity, and where collective intelligence is a formidable asset.

P romoting family values, Astrid Promotion is driven by a simple ambition: "the human dimension must always be at the heart of our actions". Since 1981, authenticity, transparency, and fulfilling commitments have been the founding principles of this family-run enterprise.

The real estate developer is particularly keen to maintain the proximity he enjoys with his customers, his local partners, and all the other stakeholders involved in his property development projects, especially the public bodies.

"Our strategy is never to go overboard; we don't want to lose the human dimension. Instead we want to preserve it" he tells us. So it seems quality is more important than quantity.

Thanks to an agile and experienced team and the involvement of all stakeholders, the objective is to move towards this collective intelligence, the guarantee of a well-thought-out and well-executed project.

In addition, each project being different because it is unique, we also need to constantly re-examine ourselves and know how to question ourselves.

"Our first focus is on how our constructions will be used. We try to see things from the perspective of the owners who will occupy the property, and who form the bulk of our customers. We are attentive to their wellbeing, which is fundamental".

The new Quintessence project in Grasse, which is currently being brought to the market, is just an example of how the quality of life of the residents is the project's first priority. Located opposite the multimodal hub of the city, this reference project includes not only apartments ranging from simple studios to five-bedroom flats with beautiful amenities, but also a full living environment, complete with shops, offices, a medical centre, public facilities... Astrid Promotion wants to live up to its slogan, "Controlled spaces for improved living", by aesthetically and functionally redesigning this highly promising neighbourhood.

"This project is particularly important to us. The fantastic energy that exists in Grasse is a huge motivation to make sure that Quintessence becomes a reference project".





**A GRASSE,
QUINTESSENCE,
l'ambitieux projet de
redynamisation**

- 95 logements du studio au T5
- 750 m² de bureaux
- 450 m² de commerces
- 1 crèche
- 1 pôle médical
- Des jardins suspendus et espaces végétalisés

En savoir plus :
Quintessence-grasse.fr

Ecological issues are also at the heart of the group's strategy "We are sensitive to sustainable construction methods and the use of recycled biobased materials. The industrial sectors are not yet all ready, but things are progressing quickly. We want to do more in this field, because the preservation of our natural resources has become a priority". Nicolas Onraet tells us in conclusion.



www.astridpromotion.fr

“ On essaie ainsi d'être engagés dans la performance d'usage, de nous mettre à la place des propriétaires occupants qui constituent principalement notre clientèle, et de réfléchir à leur bien-être, c'est fondamental. ”

La nouvelle opération Quintessence à Grasse - en cours de commercialisation - est un exemple de la volonté de placer la qualité de vie des résidents au cœur du projet. Située face au pôle multimodal de la Ville, ce projet de référence comprend non seulement des appartements du studio au 5 pièces avec de très belles prestations, mais également de véritables lieux de vie tels que des commerces, bureaux, crèche, pôle médical, équipement public.... Ici, Astrid promotion ambitionne d'honorer son slogan : « Maîtriser l'espace pour mieux vivre » en refaçonnant esthétiquement et fonctionnellement ce quartier plein de promesses.

« Ce projet nous tient particulièrement à cœur. La belle dynamique actuelle de la Ville de Grasse nous motive énormément à faire de Quintessence un programme de référence ».

Les enjeux écologiques sont également au cœur de la stratégie du groupe : « Nous sommes sensibles à la construction durable et à l'utilisation des matériaux biosourcés et recyclés. Les filières industrielles ne sont pas encore toutes prêtes mais les choses avancent vite. C'est un axe que nous souhaitons développer car la préservation des ressources naturelles est désormais une priorité », conclut Nicolas Onraet. »

L'équipe dirigeante PACA



Nadège Lorenzi, Directrice Commercialisation & Développement



Adrien Retailleau, Directeur Projets

» AGIS 06

FAIRE DE L'IMMOBILIER ET DU SOCIAL, ce n'est pas incompatible

Avec AGIS 06, l'agence immobilière à vocation sociale du département des Alpes-Maritimes, les solutions pour développer l'accessibilité au logement sont nombreuses et font intervenir plusieurs acteurs : propriétaires, associations ou municipalités qui souhaitent augmenter leur quota de logements sociaux. On fait le point sur quelques solutions et réalisations marquantes.

Les AIVS (Agence Immobilière à Vocation Sociale) ont été créées et développées par les associations pour loger les personnes défavorisées, définies par la loi Besson du 31 mai 1990. Elles participent à la mise en œuvre du droit au logement en mobilisant l'habitat et en assurant la pérennité de leur vocation sociale.

C'est dans ce contexte qu'est née AGIS 06, dont l'un des objectifs est aussi d'apporter sécurité et services à ses nombreux partenaires : associations, institutions et plus généralement tous les acteurs de l'habitat. AGIS crée une médiation différente entre l'immobilier et le social. Stéphane Pennec, son directeur, en rappelle la mission fondamentale : « Nous travaillons sur l'insertion par le logement. Nous captions auprès des propriétaires privés des logements dont nous devenons locataires en titre, que nous mettons à disposition de personnes en situation de précarité »



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

Stéphane Pennec,
directeur d'AGIS 06

Welfare and the real estate business are not mutually exclusive - In the Alpes-Maritimes department, AGIS 06, a real estate agency with a social purpose, offers numerous solutions to provide access to housing and involves many different stakeholders: property owners, associations, and even municipalities that are keen to increase their number of social housing units. Let's take a look at some of its most striking solutions and achievements.

AIVS (French acronym for Real Estate Agencies with a Social Purpose) were created and developed by associations to provide housing to disadvantaged citizens, as defined in the Besson law of May 31, 1990. They play an important role in implementing housing rights, by mobilising existing properties and ensuring the sustainability of their social mission.

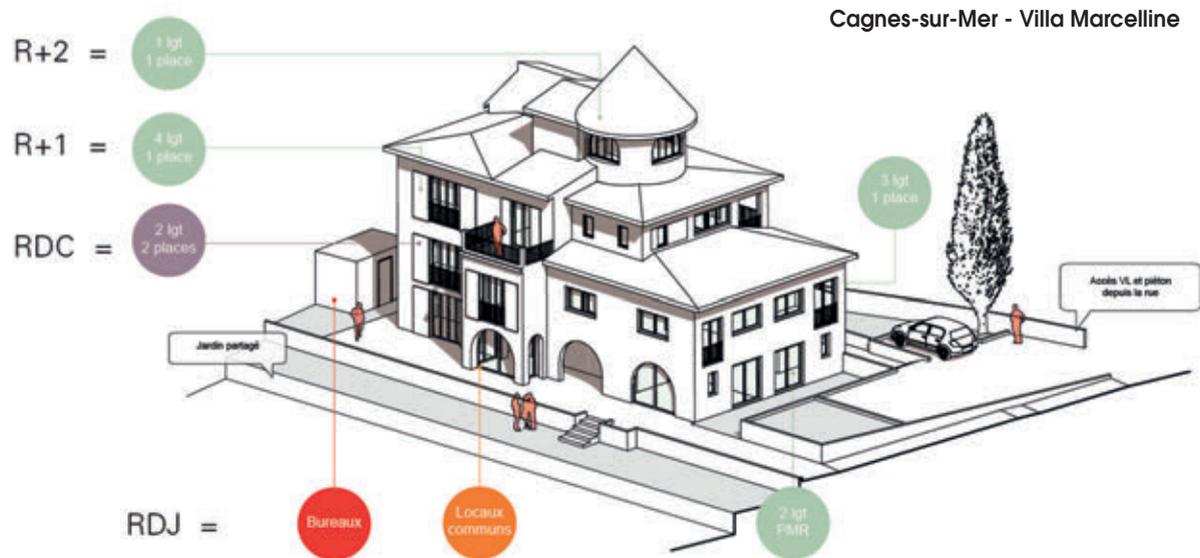
AGIS 06 was born in this context. One of its goals is to provide security and services to its many partners: associations, institutions, and, more generally, all the stakeholders of the housing market. AGIS creates a different kind of mediation between the real estate industry and social policies. Stéphane Pennec, its director, reminds us of its primary mission: "We are working on social insertion through housing. We approach property owners and offer to rent their housing units in order to make them available to people in precarious situations". With close to 1300 housing units under its management, AGIS offers several solutions to owners who cannot afford to renovate their properties in view of leasing them.

Boarding houses

In Vence, the Boarding House configuration was chosen. This is, essentially, a residence that features numerous shared spaces. "Le Provence" building was fully refurbished some years ago by SEM in Vence, and it is now being rented out to AGIS 06. This boarding house offers accommodation to people who do not have access to more traditional forms of housing and provides them with local support. The boarding house is a specific type of social residence, intended for the most destitute among the population, whose social and emotional isolation is such that it is impossible for them to achieve a balanced existence in independent accommodation in the short term.

Hameau de Mouans-Sartoux





personnes en situation de précarité ». En gérant près de 1300 logements, AGIS offre aussi plusieurs solutions aux propriétaires qui n'ont pas les moyens de réhabiliter leur logement pour le louer.

Les pensions de famille

A Vence, c'est le dispositif de la Pension de Famille qui a été choisi, une résidence aux nombreux espaces collectifs. Réhabilité entièrement il y a quelques années par la SEM de Vence, l'immeuble « Le Provence » est désormais loué à AGIS 06. Cette pension de famille permet de loger des personnes qui n'ont pas accès au logement traditionnel afin de leur apporter un accompagnement de proximité. La pension de famille constitue une forme particulière de résidence sociale, destinée aux personnes les plus fragilisées dont l'isolement social et affectif est tel qu'il leur est impossible de trouver à court terme un équilibre de vie dans un logement autonome.

Bail à réhabilitation, une solution

A Cannes, c'est par exemple la solution du « Bail à réhabilitation » qui a été choisie pour rénover un immeuble vacant. Le dispositif permet à un propriétaire de logement vétuste de le louer, tandis que le preneur (en l'occurrence AGIS 06) s'engage à mener les travaux de réhabilitation du logement. Tout

le monde est gagnant, y compris la ville de Cannes qui augmente ici son taux de logements sociaux qui se doit de représenter 25 % du parc locatif de la ville afin de respecter la loi SRU... Avec cette opération, 5 appartements ont ainsi été réhabilités pour un montant de près de 480.000 €, pour lesquels AGIS 06 a obtenu près de 402.000 € de subventions, dont près de 30.000 € de la ville de Cannes.

D'autres projets de baux à réhabilitation sont à l'étude. AGIS réalise aussi pour le compte de l'Etat des accompagnements à maîtrise d'ouvrage (AMO) mais aussi pour le compte de propriétaires privés, des prestations de réhabilitation et de recherche de financements. Dans tout le département, ses interventions sont nombreuses, de Grasse à Nice en passant par Cagnes-sur-Mer, Mouans-Sartoux ou au sein de villages plus reculés de l'arrière-pays. Découvrez les autres avantages de faire appel à l'agence sur www.agis06.fr

Leasehold improvements, another solution

In Cannes, the solution of "Leasehold improvements" enables to renovate a vacant building. This solution allows the owner of a rundown building to lease it, and the tenant (in this instance AGIS 06) agrees to conduct the necessary renovation works. With this configuration, everyone is a winner, including the city of Cannes, as it increases its number of social housing units, which must amount to 25% of the rental stock of the city to be in compliance with the SRU law... Thanks to this solution, five apartments were renovated for close to €480'000, of which AGIS 06 secured approximately €402'000 in subsidies, including nearly €30'000 from the city of Cannes.

Other leasehold improvement projects are under study. AGIS also provides project development support services (AMO in French) to the State and to private property owners, along with renovation and search for funding services. Throughout the department, there are many interventions, from Grasse to Nice or in Cagnes-Sur-Mer, Mouans-Sartoux, and in the remotest villages of the backcountry. Discover all the benefits of relying on the agency on www.agis06.fr



04 92 07 52 52 - www.agis06.fr



Le « Bail à réhabilitation » un exemple de solution pour rénover un immeuble vacant.



ACTU IMMO



A GRASSE, l'emblématique palace Victoria restera un hôtel

➤ Avec une volonté forte de la municipalité de conserver le statut d'hôtel de cet emblématique palace azuréen, le Victoria est mis en vente par Christie & Co, spécialiste de l'immobilier hôtelier. Condition indispensable avant de se porter acquéreur du mythique établissement de près de **2.700 m²** ?

A l'abandon depuis 12 ans, ses nouveaux acquéreurs devront lui offrir une rénovation digne de sa splendeur passée : **60 chambres et suites, bar lounge, piscine, spa et restaurant avec rooftop**. La redynamisation du centre-ville et de l'offre hôtelière de la capitale des parfums est à ce prix.



*In Grasse, the emblematic Victoria Palace will remain a hotel - With a strong desire from the municipality to keep the hotel status of this emblematic Riviera palace, the Victoria is put up for sale by Christie & Co, a specialist in hotel real estate. Essential condition before acquiring the mythical establishment of nearly **2,700 m²**?*

*Abandoned for 12 years, its new buyers will have to offer it a renovation worthy of its past splendor: **60 rooms and suites, lounge bar, swimming pool, spa and restaurant with rooftop**. The revitalization of the city center and the hotel offer of the capital of perfumes is at this price.*



A NICE, en 2022, les bons chiffres immobiliers selon Bien Ici

➤ Le portail immobilier w, né de la coalition d'une quarantaine d'acteurs majeurs de l'immobilier en France et **n°3 du secteur**, vient de livrer son analyse 2022. Enseignements principaux à tirer, d'un point de vue national : 3 grandes tendances avec la fin d'un cycle accéléré par la situation sanitaire, une plus grande prise en compte des coûts additionnels du logement et un écart qui se creuse entre les marchés de la transaction et de la location. 2023 sera encore plus orientée sur les questions du coût global du logement, son impact énergétique et sa localisation. Localement, Nice enregistre **+45 % de consultation des T1 à louer** sur le site de Bien Ici et la plus forte progression (+10,8 %) des recherches de biens à louer en 2022 ! La Côte d'Azur est également la région où la tension sur les biens à vendre (différence entre nombre de contacts par annonce et nombre de biens disponibles sur le site) connaît la plus forte augmentation : **+ 106 % entre 2021 et 2022 !**

➤ www.bienici.com



A CANNES, une première résidence livrée en « bail réel solidaire »



➤ L'avantage de ce dispositif peu répandu dans les Alpes-Maritimes ? Il permet d'acheter le bâti (les murs de l'appartement) et non le foncier (le terrain) qui reste la propriété d'un OFS (Organisme Foncier Solidaire), une structure associative avec laquelle le propriétaire signe un bail qui peut aller jusqu'à 99 ans. A Cannes - La Bocca, le Groupe Gambetta vient ainsi de livrer « Villa Nova », un ensemble immobilier de **36 logements et**

17 stationnements, du studio au T4 ; commercialisés en BRS. On estime les économies réalisées entre **25 et 30 %** du prix d'achat du marché local. A Cannes La Bocca, les logements de « Villa Nova » ont ainsi pu être proposés à **86 750 € pour un studio**, avec une redevance à 2,82 €/m², à **128 700 € pour les T2**, avec une redevance à 2,47 €/m², ou encore **335 000 € pour les T4** avec une redevance à 2,23 €/m².

*In Cannes, a first residence delivered under a "solidarity real lease" - The advantage of this system, which is not very widespread in the Alpes-Maritimes? It makes it possible to buy the building (the walls of the apartment) and not the land (the land) which remains the property of an OFS (Organisme Foncier Solidaire), an associative structure with which the owner signs a lease which can go up to 99 years old. In Cannes - La Bocca, the Gambetta Group has just delivered "Villa Nova", a real estate complex of **36 apartments and 17 parking spaces, from studios to T4**; marketed in BRS. Savings of between **25 and 30%** of the local market purchase price are estimated. In Cannes La Bocca, "Villa Nova" accommodation was thus offered at **€86,750 for a studio**, with a fee of €2.82/m², **at €128,700 for one-bedroom apartments**, with a fee of 2,47/m², or **€335,000 for T4** with a fee of €2.23/m².*



*In Nice, in 2022, the good real estate figures according to Bien Ici - The property portal Bien Ici, born from the coalition of some forty major real estate players in France and **n°3 in the sector**, has just delivered its 2022 analysis. Main lessons to be learned, from a national point of view: 3 major trends with the end of a cycle accelerated by the health situation, greater consideration of additional housing costs and a widening gap between the transaction and rental markets. 2023 will be even more focused on the issues of the overall cost of housing, its energy impact and its location. Locally, Nice recorded **+45% consultation of T1 for rent** on the Bien Ici site and the strongest increase (+10.8%) in searches for properties to rent in 2022! The Côte d'Azur is also the region where the tension on properties for sale (difference between the number of contacts per ad and the number of properties available on the site) is experiencing the greatest increase: **+ 106% between 2021 and 2022!***

MOOD DESIGN

ENVIE D'OUTDOOR

Fondateur de Mood Design, Vincent Ammoual vous conseille dans le choix de votre mobilier de jardin, ses teintes et matières, mais aussi l'ensemble des accessoires qui composent votre extérieur : cuisines complètes, pergolas bioclimatiques, pots et luminaires d'ambiance... Avec l'arrivée du printemps, l'heure est venue de faire des choix de personnalisation pour votre mobilier de jardin : Mood Design travaille avec des fabricants français et européens vous garantissant une qualité exceptionnelle et des délais de personnalisation relativement courts (autour d'un mois entre commande et réception).



Vincent Ammoual,
Fondateur de Mood Design

Desire for outdoor - Founder of Mood Design, Vincent Ammoual advises you in the choice of your garden furniture, its colors, and materials, but also all the accessories that make up your exterior: complete kitchens, bioclimatic pergolas, pots and mood lighting... With the arrival of spring, the time has come to make personalization choices for your garden furniture: Mood Design works with French and European manufacturers guaranteeing you exceptional quality and relatively short personalization times (around a month between order and receipt).

► Cuisine Tikal par Talenti

La structure de cette cuisine extérieure est réalisée en métal de zinc-magnésium, aluminium et acier inoxydable, avec des peintures spéciales pour l'extérieur adaptées aux variations de températures.

L'ensemble d'un seul bloc confère à cette cuisine un design raffiné et ultra contemporain. Choisissez et composez les modules qui compléteront votre cuisine : évier, barbecue à gaz, plaque à induction, réfrigérateur, cave à vin... Les installateurs de Mood Design mettront en place cet ensemble (arrivée d'eau et électricité indispensables).

Inox, bois, céramique : les cuisines outdoor peuvent être personnalisées selon vos envies, demandez conseil auprès des équipes de Mood Design.

Tikal kitchen by Talenti

The structure of this outdoor kitchen is made of zinc-magnesium metal, aluminum, and stainless steel, with special paints for outdoor use adapted to temperature variations. The whole of a single block gives this kitchen a refined and ultra-contemporary design. Choose and compose the modules that will complete your kitchen: sink, gas barbecue, induction hob, refrigerator, wine cellar... The Mood Design installers will set up this set (water supply and electricity essential).

Stainless steel, wood, ceramic: outdoor kitchens can be personalized according to your wishes, ask the Mood Design teams for advice.



► Ensemble de jardin Nido par Expormim

Le fauteuil de repas confortable tissé en cordes et inox de la collection Nido par Expormim a été dessiné par le designer Javier Pastor. C'est une des premières collections en cordes sur le marché du mobilier extérieur. Sa structure en acier inoxydable permet au produit d'avoir une finesse au niveau des pieds, à la fois fins et résistants. L'épaisseur de son coussin d'assise vous apportera un maximum de confort et vous permettra d'apprécier au mieux vos repas et moments d'extérieurs.

Nido garden set by Expormim

The comfortable dining chair woven in ropes and stainless steel from the Nido collection by Expormim was designed by designer Javier Pastor. It is one of the first rope collections on the outdoor furniture market. Its stainless steel structure allows the product to have a finesse at the level of the feet, both thin and resistant. The thickness of its seat cushion will bring you maximum comfort and allow you to best appreciate your meals and outdoor moments.

Mood
design

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



VILLES, INTERCOMMUNALITÉS & VIE DES MUNICIPALITÉS

L'actualité des communes azuréennes

➤ AGENDA



DU 27 AU 30 AVRIL

LA NAPOULE BOAT SHOW

➤ Un rendez-vous incontournable qui accueille traditionnellement plus de 5.000 visiteurs à chaque édition et qui regroupera cette année sur 10.000 m² d'exposition 90 exposants, 100 marques (dont 50 internationales) pour 350 bateaux de 4 à 25 mètres, dont 80 % d'occasion.

➤ An unmissable event which traditionally welcomes more than 5,000 visitors at each edition and which this year will bring together over 10,000 m² of exhibition space 90 exhibitors, 100 brands (including 50 international) for 350 boats from 4 to 25 meters, 80% of which are occasion.

Entrée libre. Port de La Napoule - Bd Henry Clews - www.lanapouleboatshow.com



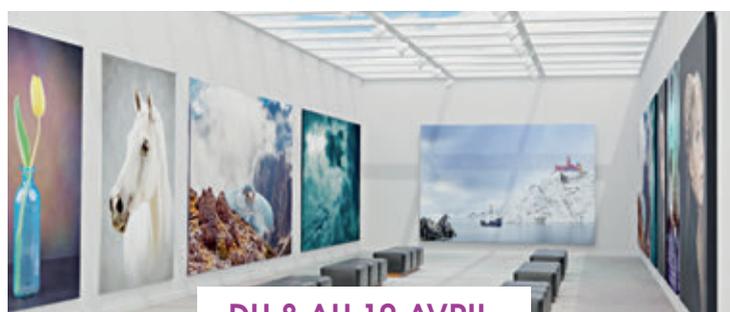
DU 31 MARS AU 2 AVRIL

ID WEEK-END

➤ Avec le salon Id Week-End, (Re) découvrez votre région grâce aux offres et activités proposées par les experts des loisirs. Cette année, place au sport. Pour des moments inoubliables, le salon Id Week-End est votre meilleure source d'inspiration près de chez vous...

➤ Thanks to the Id Week-End show, (Re)discover your region thanks to the offers and activities proposed by leisure experts. This year, make way for sport. For unforgettable moments, the Id Week-End show is your best source of inspiration near you...

Sur le port de Nice - Quai Amiral Internet - 10 h à 19 h - www.idweekend.fr



DU 8 AU 10 AVRIL

NICE ART EXPO

➤ Le salon d'art International incontournable de la capitale azurienne, Nice Art Expo, expose sur plus de 4000 m², artistes internationaux et galeries de renom, sélectionnés par un comité d'experts.

➤ The major international art fair in the capital of the Côte d'Azur, Nice Art Expo, exhibits on more than 4000 m², international artists and renowned galleries, selected by a committee of experts.

Palais des Expositions - www.niceartexpo.com



LUNDI 3, 17 ET 24 AVRIL

FESTIVAL DES JARDINS

➤ Grâce au guide-conférencier, aigüisez votre œil à l'architecture, découvrez places, ruelles sinueuses puis explorez les créations paysagères éphémères du Festival des jardins de la Côte d'Azur. Le temps d'une visite, laissez-vous conter mille ans d'histoire à toute allure.

➤ Thanks to the guide-lecturer, sharpen your eye for architecture, discover squares, winding alleys and then explore the ephemeral landscape creations of the Côte d'Azur Garden Festival. During a visit, let yourself be told a thousand years of history at full speed.

Grasse - Renseignements sur grasse.fr

DU 8 AU 24 AVRIL

Sur le port Vauban, LE 51^E ANTIBES ART FAIR

➤ Il est unique par son atmosphère mais aussi parce que chaque année, il attire autour de **20.000 visiteurs** internationaux, une clientèle cosmopolite venue admirer la diversité des œuvres présentées par un maximum de **100 exposants**.

Une jauge volontairement limitée pour une sélection rigoureuse qui doit permettre à Antibes Art Fair de conserver toute son authenticité. Les stands aménagés comme de véritables galeries présenteront aux abords du port Vauban, d'exceptionnelles pièces d'art moderne et contemporain, d'antiquités, de bijoux ancien, mobilier design ou vintage. La venue cette année de **plusieurs exposants français, luxembourgeois et italiens renommés** accentuera encore l'exclusivité de ce moment.



➤ **Du 8 au 24 avril** - Grand chapiteau de 3.000 m² et espace plein air - Esplanade du Pré aux Pêcheurs - 10 h 30 à 19 h 30
www.antibesartfair.com

➤ **On Port Vauban, the 51st Antibes Art Fair** - It is unique in its atmosphere but also because each year it attracts around **20,000 international visitors**, a cosmopolitan clientele who come to admire the diversity of the works presented by a maximum of **100 exhibitors**.

A deliberately limited gauge for a rigorous selection which should allow Antibes Art Fair to preserve all its authenticity. The stands set up like veritable galleries will present, on the outskirts of Port Vauban, exceptional pieces of modern and contemporary art, antiques, old jewelry, designer or vintage furniture. The arrival this year of **several renowned French, Luxembourg and Italian exhibitors** will further accentuate the exclusivity of this moment.

Il n'y a qu'ici qu'on skie aussi près de la mer

Rendez-vous sur les pistes des **Stations Nice Côte d'Azur**.

Auron • Isola 2000 • St-Dalmas



camdenpublicite.fr



» ENTRETIEN

CHRISTIAN ESTROSI,
MAIRE DE NICE ET PRÉSIDENT DE LA MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR

MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR : les grands chantiers

Christian Estrosi, maire de Nice et président de la Métropole Nice Côte d'Azur, évoque les grands chantiers qui doivent permettre au territoire de garder un temps d'avance, « pour le bien-être de ses habitants d'aujourd'hui et de demain ».

Métropole Nice Côte d'Azur: major projects - Christian Estrosi, Mayor of Nice and President of the Nice Côte d'Azur Metropolis, talks about the major projects that should allow the territory to stay one step ahead, "for the well-being of its inhabitants today and tomorrow".



© Alexandre Chemeitoff et Associés

Vous avez récemment déclaré que certains projets métropolitains seraient retardés dans leur mise à exécution, pour des raisons de prudence budgétaire. Pouvez-vous nous préciser lesquels ?

Je tiens tout d'abord à rappeler que depuis 2008, nous avons choisi d'investir massivement afin de devenir la ville verte de la Méditerranée, d'accroître l'attractivité de notre territoire, de développer l'économie, d'améliorer la qualité de nos services publics, tout en préservant et en valorisant notre magnifique patrimoine niçois.

Mon objectif principal reste inchangé : poursuivre cette trajectoire et continuer à investir, car c'est la clé de notre avenir. Ma préoccupation première c'est que, malgré le contexte que nous connaissons, Nice garde son temps d'avance et que chacun de nos projets aboutissent pour le bien-être de tous ses habitants d'aujourd'hui et de

“ En 2026, nous aurons 70 hectares d'espaces verts supplémentaires avec la plantation d'un arbre par habitant, soit 280 000 sujets, en s'appuyant notamment sur le prolongement de la Promenade du Paillon. ”



© Alexandre Chemeitoff et Associés

Fou recently stated that certain metropolitan projects would be delayed in their execution, for reasons of budgetary prudence. Can you tell us which ones?

First, I would like to remind you that since 2008, we have chosen to invest massively in order to become the green city of the Mediterranean, to increase the attractiveness of our territory, to develop the economy, to improve the quality of our public services, while preserving and enhancing our magnificent Nice heritage.

My main objective remains unchanged: to continue this trajectory and to continue to invest, because it is the key to our future. My primary concern is that, despite the context we are experiencing, Nice keeps its head start and that each of our projects succeeds for the well-being of all its inhabitants today and tomorrow. I prefer that to the anguish of a city slowly dying watching its heritage decay, and just watching other major capitals change.

“ Ma préoccupation première c'est que, malgré le contexte que nous connaissons, Nice garde son temps d'avance et que chacun de nos projets aboutissent pour le bien-être de tous ses habitants d'aujourd'hui et de demain. ”

Christian Estrosi,
Maire de Nice et président de
la Métropole Nice Côte d'Azur

demain. Je préfère cela à l'angoisse d'une ville qui meurt lentement en regardant son patrimoine se dégrader, et en se contentant de regarder les autres grandes capitales se transformer.

Vivre, c'est faire des projets, avoir des rêves, investir ; et investir, c'est vivre encore mieux et assurer l'avenir de nos enfants. Ces projets répondent tous à des objectifs climatiques ambitieux, comme la poursuite de la végétalisation de la ville ou la mise en œuvre de projets de transports structurants.

Ces trajectoires sont inscrites dans notre plan climat métropolitain: -22% de gaz à effet de serre à horizon 2026, -55% en 2030 et la neutralité carbone en 2050. En 2026, nous aurons 70 hectares d'espaces verts supplémentaires avec la plantation d'un arbre par habitant, soit 280 000 sujets, en s'appuyant notamment sur le prolongement de la Promenade du Paillon.

L'ensemble de notre flotte de bus sera totalement décarbonée d'ici 2026 et la ligne 4 de tramway franchira le Var pour rejoindre Saint-Laurent-du-Var et arriver à Cagnes-sur-Mer dès 2028. La ligne 5 de tramway reliera Pont Michel en 2026 puis La Trinité & Drap dès 2028. Enfin, le BHNS (Bus à Haut Niveau de Service) reliera Cessole au centre-ville de Nice.

Rien des chantiers que nous avons à mener ne sera annulé, mais nous préférons décaler un peu ceux qui sont moins urgents vis-à-vis des enjeux climatiques. Je pense notamment aux rénovations de certains bâtiments publics qui n'accueillent pas de logements, comme l'Opéra, le musée Chéret, le 109, le palais de marbre et le musée d'histoire naturelle qui seront décalées de 2025 à 2027, mais qui sont parfaitement inscrites dans le tempo de la candidature de Nice comme capitale européenne de la culture en 2028.



© Olivier Huitel

Crise inflationniste, événements climatiques extrêmes entraînant des dépenses non prévues... Le budget de la collectivité s'en ressent : comment la Métropole compte-t-elle faire des économies ?

Compte tenu de la situation budgétaire, nous activons tous les leviers possibles : baisse des dépenses et optimisation des recettes.

Le télétravail et l'optimisation de nos ressources immobilières, nous ont permis de réduire de 6.000 m² nos implantations à Nice. Nous allons encore accentuer cet effort dans les mois à venir, en réduisant nos espaces de 7 000 m² en 2023.

To live is to make plans, to have dreams, to invest; and investing means living even better and ensuring the future of our children. These projects all meet ambitious climate objectives, such as the continued greening of the city or the implementation of structuring transport projects.

These trajectories are included in our metropolitan climate plan: -22% of greenhouse gases by 2026, -55% in 2030 and carbon neutrality in 2050.

In 2026, we will have 70 hectares of additional green spaces with the planting of one tree per inhabitant, 280,000 subjects, based on the extension of the Promenade du Paillon.

Our entire bus fleet will be totally carbon-free by 2026 and tram line 4 will cross the Var to reach Saint-Laurent-du-Var and arrive in Cagnes-sur-Mer from 2028. Tram line 5 will connect Pont Michel in 2026 then La Trinité & Drap from 2028. Finally, the BHNS (High Level Service Bus) will connect Cessole to the city center of Nice.

None of the projects that we have to carry out will be cancelled, but we prefer to postpone those that are less urgent with regard to climate issues. I am thinking in particular of the renovations of certain public buildings which do not accommodate housing, such as the Opera, the Chéret museum, the 109, the marble palace and the natural history

Boulevard Risso



© Alexandre Chemetoff et Associés



Val Fleuri - Cagnes sur Mer

Les effectifs sont revus à la baisse sur certains métiers ciblés (comptables, agent d'accueil, secrétariat), avec le non-remplacement des départs en retraite et la non-reconduction de certains contrats. Nous réduisons également de 10% notre parc de véhicules par la généralisation des véhicules en « pool ».

A l'Ouest de la ville, où en êtes-vous : prolongement de la voie Mathis, chantier du Grand Arénas ?

L'aménagement de la sortie ouest de la voie Mathis a commencé en 2021, c'est un des grands projets très attendus par les Niçois. L'objectif est de relier la sortie ouest de la voie Mathis à l'entrée de l'A8 par un souterrain, en désengorgeant la circulation et en diminuant de 9 minutes le temps de parcours entre la sortie Grinda et l'entrée de l'A8 en heure de pointe.

Le chantier se déroule en deux phases, la première sera terminée d'ici fin 2024 et permettra la jonction entre la voie Mathis et la route de Grenoble. La deuxième phase, pour permettre le raccordement à l'A8 est en cours d'études, sous maîtrise d'ouvrage d'Escota.

Concernant le Grand Arénas, futur nouveau quartier vert, de vie et d'affaires qui générera de fortes retombées économiques, il s'organise autour de deux équipements structurants que sont le pôle d'échanges multimodal, dont une première phase a été livrée en septembre 2022 avec la gare TER, et le futur Parc des expositions et des congrès.

“ D'ici 2026, la ligne 4 de tramway franchira le Var pour rejoindre Saint-Laurent-du-Var et arriver à Cagnes-sur-Mer dès 2028. ”

museum which will be postponed from 2025 to 2027, but which are perfectly in line with the tempo of Nice's candidacy as European Capital of Culture in 2028.

Inflationary crisis, extreme climatic events resulting in unplanned expenses... The budget of the community is affected: how does the Metropolis intend to save money?

Given the budgetary situation, we are activating all possible levers: reduction in expenditure and optimization of revenue.

Teleworking and the optimization of our real estate resources have enabled us to reduce our facilities in Nice by 6,000 m². We will further step up this effort in the coming months, reducing our spaces by 7,000 m² in 2023.

The workforce has been revised downwards in certain targeted professions (accountants, receptionist, secretarial services), with the non-replacement of retirements and the non-renewal of certain contracts. We are also reducing our fleet of vehicles by 10% through the generalization of "pooled" vehicles.

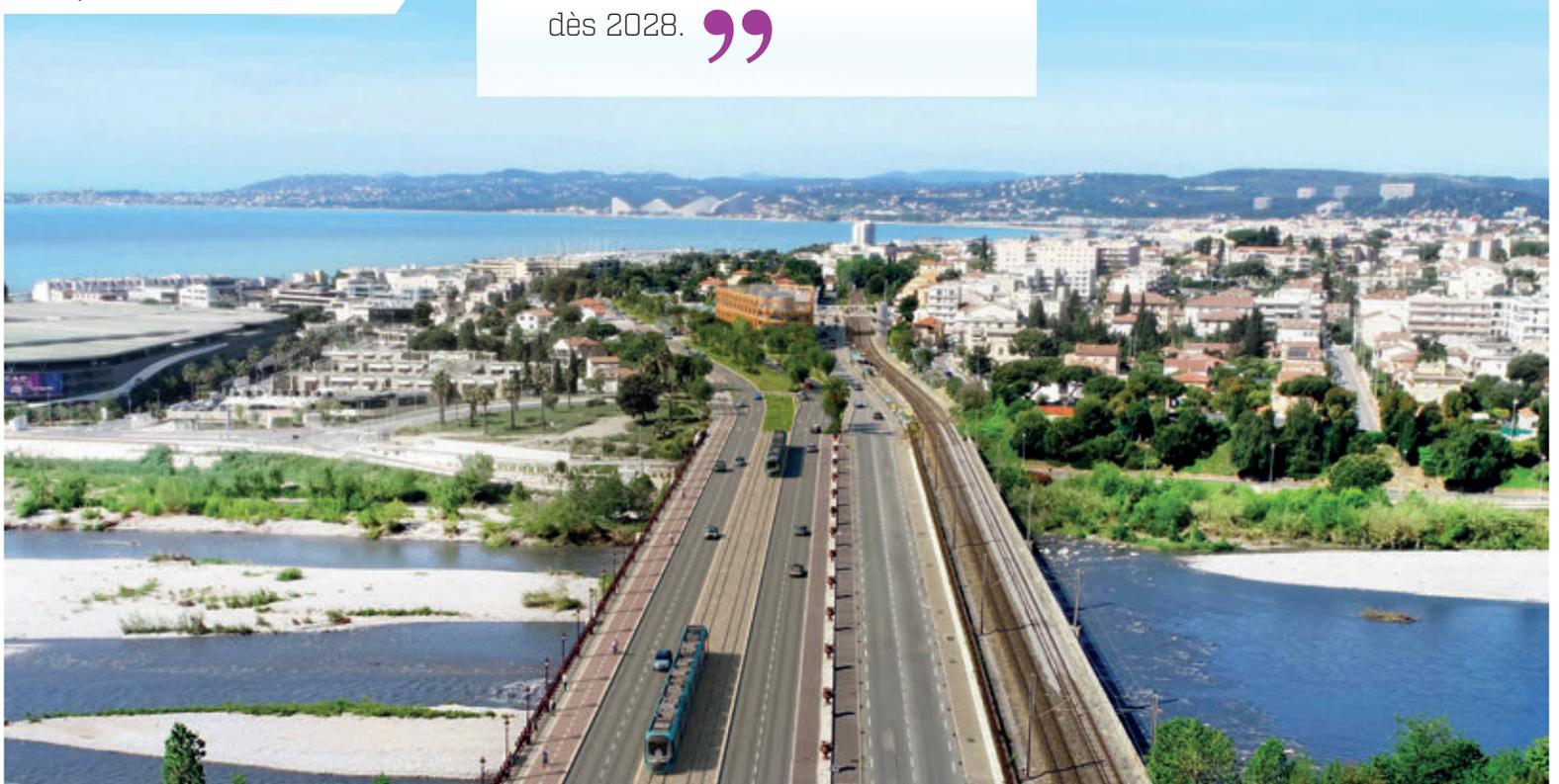
To the west of the city, where are you at: extension of Voie Mathis, construction site of the Grand Arénas?

The development of the western exit of Voie Mathis began in 2021, it is one of the major projects eagerly awaited by the people of Nice.

The aim is to connect the west exit of Voie Mathis to the entrance to the A8 via an underground, relieving traffic congestion and reducing the journey time by 9 minutes between the Grinda exit and the entrance to the A8 in rush hour.

The project is taking place in two phases, the first will be completed by the end of 2024 and will allow the junction between the Voie Mathis and the

Pont Napoleon III et Saint-Laurent-du-Var



Ce projet vise à créer une « ville nature » qui sera complémentaire de la « ville active » propre à un quartier d'affaires. La surface des espaces végétalisés passera de 4 hectares aujourd'hui à 17 hectares d'ici 2032 avec un total de 465.000 m² de surfaces de plancher destinés à l'immobilier d'entreprises. Je tiens particulièrement à ce que la mixité sociale, fonctionnelle et générationnelle se conjuguent à une offre diversifiée de logements, de services, de commerces, d'hôtels ou encore d'équipements publics.

La concurrence européenne est forte pour l'accueil de congrès de dimension internationale. En quoi le nouveau Palais des Expositions, qui doit sortir de terre en 2026, va-t-il offrir à la Métropole niçoise ce regain d'attractivité vis-à-vis d'autres villes attrayantes ?

Le projet d'extension de la coulée verte et de déplacement du palais des congrès actuel a été pensé dès 2008, avec le transfert de certaines activités du centre-ville préservé vers la ville nouvelle à l'ouest, pour transformer notre cité en ville verte de la Méditerranée tout en dopant son attractivité, en installant de nouveaux pôles économiques, d'emplois, de santé et de services à la population.

J'ai toujours été transparent sur ces sujets et c'est le programme pour lequel les Niçois m'ont fait confiance à trois reprises.

Ce bâtiment a vieilli et ses équipements et ses espaces sont aujourd'hui obsolètes au regard des besoins des nouveaux congrès. Je rappelle qu'il ne s'agit pas d'être en concurrence, dans le monde des congrès, avec les villes voisines, mais bien de porter Nice encore plus haut sur la scène internationale et de devenir une destination de choix face à des villes telles que Barcelone, Berlin, Londres ou encore Singapour.



Boulevard de l'Ariane au sud du Pont de la Liberté

Cela avait d'ailleurs été souligné dès 2006, et relayé par un article de Nice Matin en 2008, par une étude financée par l'Etat qui avait relevé qu'« Acropolis et le Palais des festivals de Cannes ne répondaient plus aux attentes des organisateurs de grands congrès. Construits dans les années 80, ces deux équipements souffrent d'un manque de surfaces d'expositions et particulièrement d'espaces type halle sans piliers avec 5 mètres de plafond minimum. (...) D'après cette étude, si la Côte d'Azur veut conserver son positionnement sur le secteur du tourisme d'affaire, il faut qu'elle se dote d'un équipement supplémentaire. »

“ La ligne 5 de tramway reliera Pont Michel en 2026 puis La Trinité & Drap dès 2028. ”

Nice Pont Michel



Route de Grenoble. The second phase, to allow the connection to the A8 is under study, under the project management of Escota.

Regarding the Grand Arénas, future new green, living and business district which will generate strong economic benefits, it will be organized around two structuring facilities, the multimodal exchange hub, the first phase of which was delivered in September 2022 with the TER station, and the future Exhibition and Congress Center.

This project aims to create a "natural city" which will complement the "active city" specific to a business district. The surface of green spaces will increase from 4 hectares today to 17 hectares by 2032 with a total of 465,000 m² of floor space intended for business real estate. I particularly want social, functional, and generational diversity to be combined with a diversified offer of housing, services, shops, hotels and even public facilities.

European competition is strong for hosting congresses of an international dimension. How will the new Palais des Expositions, which is due to come out of the ground in 2026, offer the Nice Metropolis this renewed attractiveness vis-à-vis other attractive cities?

The project to extend the green corridor and move the current convention center was thought out in 2008, with the transfer of certain activities from the preserved city center to the new city to the west, to transform our city into a green city, of the Mediterranean while boosting its attractiveness, by setting up new economic, employment, health and service centers for the population.

I have always been transparent on these subjects and this is the program for which the people of Nice have trusted me on three occasions.

This building has aged, and its equipment and spaces are now obsolete regarding the needs of new congresses. I remind you that it is not a question of being in competition, in the world of congresses, with neighboring towns, but rather of carrying Nice even higher on the international scene and of becoming a destination of choice in the face of towns such as Barcelona, Berlin, London or Singapore.



© Alexandre Chemeïoff et Associés

This had, moreover, been underlined as early as 2006, and relayed by an article in Nice Matin in 2008, by a study financed by the State which had noted that "Acropolis and the Palais des festivals in Cannes no longer met the expectations of the organizers large congresses. Built in the 80s, these two facilities suffer from a lack of exhibition space and particularly hall type spaces without pillars with a minimum ceiling of 5 meters. (...) According to this study, if the Côte d'Azur wants to maintain its position in the business tourism sector, it needs to acquire additional equipment."

It is to meet this requirement that an Exhibition and Congress Center will be created on the plot of the MIN Fleurs (market of national interest), in the current Halle des Fleurs, which already exists, and surrounded by a green space of 40,000 m². This project was voted on in 2011 by the board of directors of the public establishment of Eco-Vallée Development, on which all the representatives of the territory sat.

Thanks to this equipment, the experts envisage a 50% increase in the turnover achieved in the current congress center.

Tell us about the different buildings that will be destroyed or rehabilitated in the coming years, the Acropolis Palace, the TNN but also the new Palace of Arts and Culture:

The deconstruction of the old building housing the TNN is complete.

The convention center and the TNN were built at the time of unbridled urbanism, above a river to have free land. Over the years, their destruction has become a necessity since they have become obsolete and unsuited to the economic and ecological challenges of the 21st century. According to a new study published in the medical journal The Lancet, it is now proven that

C'est pour répondre à cette exigence qu'un Parc des Expositions et des Congrès sera créé sur la parcelle du MIN Fleurs (marché d'intérêt national), notamment dans l'actuelle halle des Fleurs, déjà existante, et entourée d'un espace vert de 40 000 m². Ce projet avait été voté en 2011 par le conseil d'administration de l'établissement public d'Aménagement Eco-Vallée, dans lequel siégeait tous les représentants du territoire. Grâce à cet équipement, les experts envisagent une augmentation de 50% du chiffre d'affaires réalisé dans le centre des congrès actuel.

Parlez-nous des différents édifices qui feront l'objet d'une destruction ou d'une réhabilitation dans les années qui arrivent, le Palais Acropolis, le TNN mais aussi le nouveau Palais des Arts et de la Culture :

La déconstruction de l'ancien bâtiment abritant le TNN est achevée.

Le palais des congrès et le TNN ont été construits à l'époque d'un urbanisme débridé, au-dessus d'un fleuve afin de disposer d'un foncier gratuit. Au fil des ans, leur destruction est devenue une nécessité puisque ceux-ci sont devenus obsolètes et inadaptés aux enjeux économiques et écologiques du XXI^e siècle. Selon une nouvelle étude parue dans la revue médicale The Lancet, il est désormais avéré que la végétalisation des villes contribue à diminuer le nombre de maladies cardiovasculaires et même le nombre de décès

“ Le transfert de certaines activités du centre-ville préservé vers la ville nouvelle à l'ouest a pour objet de transformer notre cité en ville verte de la Méditerranée tout en dopant son attractivité, en installant de nouveaux pôles économiques, d'emplois, de santé et de services à la population. ”



© Alexandre Chemeïoff et Associés



© Service Aménagement Métropole

Le Grand Arénas, futur nouveau quartier vert, de vie et d'affaires

qui générera de fortes retombées économiques :

**D'ici 2032 :
17 hectares**



La surface des espaces végétalisés (4 hectares aujourd'hui)

465.000 m²



Surfaces de plancher destinées à l'immobilier d'entreprises



© Service Aménagement Métropole



nicesotedazur.org

de près d'un tiers lors des périodes caniculaires. Tout le monde a donc compris les enjeux d'adaptation climatique et d'amélioration de la qualité de vie que nous visons clairement ici. J'en ai toujours fait ma priorité. Et je n'ai jamais rien caché des projets qui s'inscrivent dans une vision à long terme. La déconstruction de ces deux bâtiments permettra de reconquérir l'espace urbain originel de la Ville de Nice qui répond aux exigences actuelles en offrant : 1500 arbres supplémentaires, référencés dans notre Charte de l'Arbre avec des essences bien adaptées au changement climatique, consommant peu d'eau, procurant de l'ombre et captant les polluants (jacaranda, magnolia, chênes, paulownia, gleditsia,...), 8 hectares de sols perméables pour laisser les eaux de pluie s'infiltrer et ainsi limiter les risques d'inondation en ville, des sols fertiles et donc propices à accueillir une grande biodiversité, en lien avec la végétation : des millions d'invertébrés, d'insectes pollinisateurs, de micro-organismes constituant des puits de carbone, des points d'eau en interaction avec la verdure permettant la climatisation de l'air de la ville : jusqu'à -5°C de température de l'air, -10°C de température ressentie, -20°C de température au sol, par rapport aux espaces minéralisés, une meilleure circulation de l'air en supprimant 2 bâtiments qui font obstacle aux polluants et donc l'effet « canyons » des rues alentour, la réduction de 1700 tonnes d'émissions de CO2 par an en supprimant des passoires thermiques énergivores, et la captation de 40 tonnes grâce à la captation par les arbres, enfin, une diminution de 6 à 8 décibels du bruit ambiant grâce à cette végétation.

greening cities helps to reduce the number of cardiovascular diseases and even the number of deaths by almost a third during heat waves. Everyone has therefore understood the challenges of climate adaptation and improving the quality of life that we are clearly targeting here.

I have always made it my priority. And I have never hidden anything from projects that are part of a long-term vision. The deconstruction of these two buildings will make it possible to reclaim the original urban space of the City of Nice, which meets current requirements by offering:

1500 additional trees, referenced in our Tree Charter with species well adapted to climate change, consuming little water, providing shade and capturing pollutants (jacaranda, magnolia, oaks, paulownia, gleditsia, etc.), 8 hectares of permeable soil to let rainwater infiltrate and thus limit the risk of flooding in the city, fertile soils and therefore conducive to hosting a great biodiversity, in connection with the vegetation: millions of invertebrates, pollinating insects, micro-organisms constituting carbon sinks, water points interacting with the greenery allowing the air conditioning of the city: up to -5°C air temperature, - 10°C of felt temperature, -20°C of temperature on the ground, compared to mineralized spaces, better air circulation by removing 2 buildings which obstruct pollutants and therefore the "canyon" effect of the surrounding streets, the reduction of 1700 tonnes of emissions of CO2 per year by eliminating energy-intensive thermal sieves, and the capture of 40 tons thanks to the capture by trees, finally, a reduction of 6 to 8 decibels in ambient noise thanks to this vegetation.

» PAYS DE GRASSE

GRASSE CAMPUS

DES ÉTUDIANTS

dans l'ancien Palais de Justice

On y rendait justice il y a près de 25 ans et désormais, on y enseignera : l'ancien Palais de Justice de Grasse vient d'achever sa mue en devenant le plus important site de Grasse Campus, le dispositif d'enseignement supérieur de l'agglomération Grassoise.

Une somptueuse rénovation qui accueillera sur près de 3.000 m² près de 450 étudiants au sein de quatre établissements d'enseignement supérieur : L'ECAM-EPMI (métiers de l'ingénierie), l'EFCAM (audiovisuel), l'ESPI (immobilier) et l'IDRAC (commerce).

Un chantier de près de deux années qui aura coûté plus de 8 M€, financé par de nombreux partenaires et collectivités publiques dans le cadre du Plan Action Coeur de Ville, lancé par Emmanuel Macron en 2018 : Etat (dans le cadre du DSIL), Région Sud, Département des Alpes-Maritimes, CAPG (Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse), ville de Grasse et Banque des Territoires. L'idée est de faire revenir les étudiants à Grasse et lui insuffler une nouvelle dynamique : « il y a encore peu de temps, on comptait seulement 200 étudiants grassois, aujourd'hui, ils sont plus de 800 » commentait avec fierté Jérôme Viaud, Maire de Grasse et Président de la CAPG, lors de l'inauguration des lieux, suivie par plus de 200 personnes issues du monde politique, de l'enseignement supérieur et économique.

Une ambition à l'échelle du territoire

Il faut préciser que le projet était ambitieux et que le résultat se montre à la hauteur des espérances pour le pays grassois, sa jeunesse, mais aussi son



« L'idée est de faire revenir les étudiants à Grasse et lui insuffler une nouvelle dynamique : « il y a encore peu de temps, on comptait seulement 200 étudiants grassois, aujourd'hui, ils sont plus de 800 » »

Jérôme Viaud, Maire de Grasse et Président de la CAPG

Students in the old courthouse - We used to do justice there almost 25 years ago and now we will teach there: the former Palais de Justice de Grasse has just completed its transformation by becoming the most important site of Grasse Campus, the higher education system of the agglomeration of Grasse.

A sumptuous renovation which will accommodate nearly 450 students in nearly 3,000 m² in four higher education establishments: ECAM-EPMI (engineering professions), EFCAM (audiovisual), ESPI (real estate) and IDRAC (trade).

A project lasting almost two years which will have cost more than €8 million, financed by numerous partners and

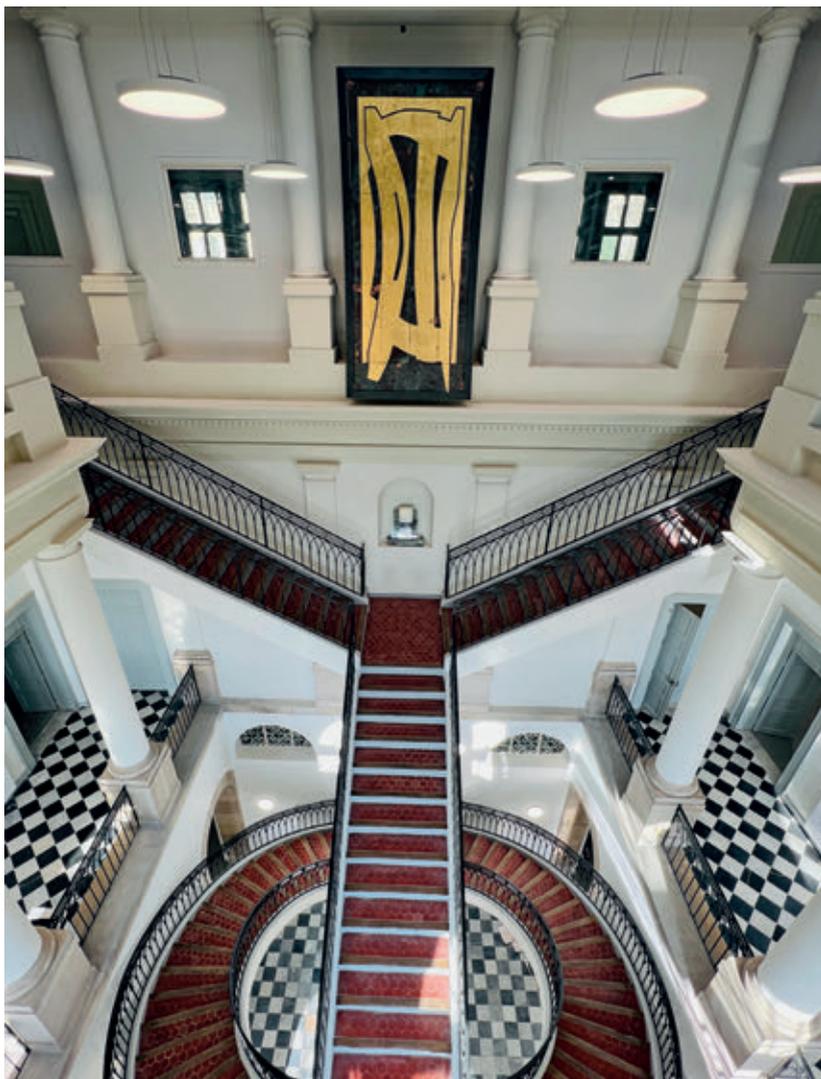


tissu économique, très largement sollicité et entendu dans l'élaboration des contenus et des choix de formation à dispenser dans ce bel outil pédagogique.

Ainsi, deux amphithéâtres dont un de 120 places, 14 salles de cours, plusieurs laboratoires et un Fablab composent notamment l'offre du plus grand site de Grasse Campus, le service d'enseignement supérieur qui compte désormais 22 établissements répartis en 36 formations, dispensées sur 5 sites. L'ensemble des bâtiments ont été restaurés en prenant soin de préserver plusieurs éléments architecturaux tels que l'escalier monumental qui dessert les différents espaces, certaines boiseries, plafonds ou pièces de mobilier d'époque.

Notons enfin l'arrivée remarquable sur le site pour la rentrée des classes 2023, du CNAM (Conservatoire National des Arts et Métiers), tandis que le projet de réhabilitation de l'ancienne prison voisine devrait débuter au printemps, pour en faire... près de 80 logements étudiants !

“ L'ensemble des bâtiments ont été restaurés en prenant soin de préserver plusieurs éléments architecturaux tels que l'escalier monumental qui dessert les différents espaces, certaines boiseries, plafonds ou pièces de mobilier d'époque. ”



GRASSE CAMPUS EN CHIFFRES



+de 8M€

Dédiés à la réalisation du site de l'ancien Palais de Justice



22

Établissements dans l'agglomération



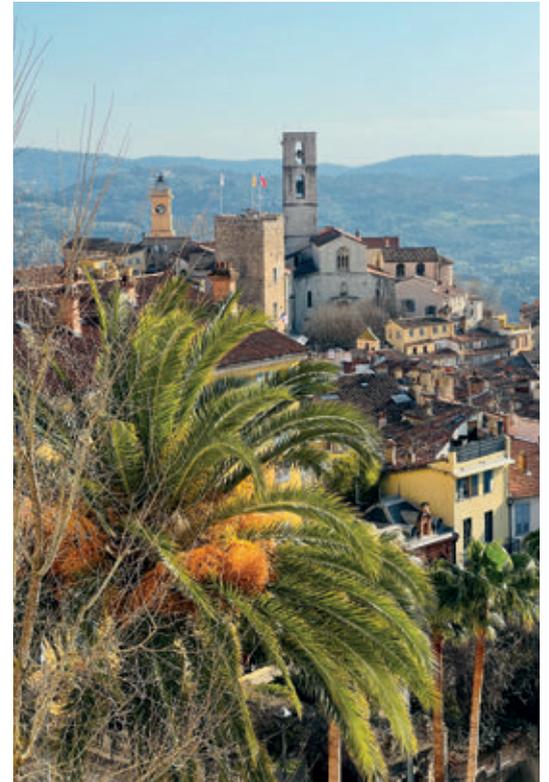
36

Formations, de Bac à Bac +6



2000

Étudiants sont prévus à Grasse d'ici 2030



public authorities as part of the Coeur de Ville Action Plan, launched by Emmanuel Macron in 2018: State (as part of the DSIL), South Region, Department of Alpes-Maritimes, CAPG (Urban Community of the Pays de Grasse), City of Grasse and Bank of Territories. The idea is to bring students back to Grasse and breathe new life into it: "a short time ago, there were only 200 students from Grasse, today there are more than 800" proudly commented Jérôme Viaud, Mayor of Grasse and President of the CAPG, during the inauguration of the premises, followed by more than 200 people from the worlds of politics, higher education and economics.

A territory-wide ambition

It should be noted that the project was ambitious and that the result lives up to expectations for the Pays Grasse, its youth, but also its economic fabric, very widely solicited and heard in the development of content and training choices in dispense in this beautiful educational tool.

Thus, two amphitheatres, one of which has 120 seats, 14 classrooms, several laboratories and a Fablab make up the offer of the largest site of Grasse Campus, the higher education service which now has 22 establishments divided into 36 training courses, provided at 5 locations. All the buildings have been restored, taking care to preserve several architectural elements such as the monumental staircase leading to the different spaces, certain woodwork, ceilings, or pieces of period furniture.

Finally, note the remarkable arrival on the site for the start of the 2023 school year, of the CNAM (National Conservatory of Arts and Crafts), while the rehabilitation project for the former neighboring prison should begin in the spring, to make it... nearly 80 student accommodation!



www.grassecampus.fr



www.paysdegrasse.fr



CHR, ÉVÉNEMENTIEL & LOISIRS

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

[DOSSIER]

➤ SÉMINAIRES & INCENTIVE : ON PART OÙ ?...

...et avec qui ? Découvrez les professionnels qui sauront concocter le moment qui vous ressemble et vous rassemble, partez à la découverte des lieux de charme, authentiques et inspirés que nos partenaires vous réservent... Agences événementielles, hôtels, restaurants, décorateurs d'événement, animations sportives, infrastructures de loisirs et lieux insolites : l'heure est venue de retrouver votre équipe ailleurs qu'autour d'une table de réunion !

Seminars, short stays, unusual events: where are we going?...and with who? Discover the professionals who will be able to concoct the moment that suits you and brings you together, discover the charming, authentic and inspired places that our partners have in store for you... Event agency, hotels, restaurants, event decorators, sports events, leisure facilities and unusual places: the time has come to meet your team elsewhere than around a meeting table!

INSOLITE

UNIVERSITÉ CÔTE D'AZUR :

les lieux de la science comme décors de votre événement !

Université Côte d'Azur compte des sites au patrimoine scientifique, culturel et architectural remarquable, de l'éclat du Château de Valrose aux impressionnants sites de l'Observatoire de la Côte d'Azur, de la modernité de l'architecture de la Villa Arson à l'extraordinaire mosaïque de Chagall du Campus Trotabas...

Aujourd'hui, afin de faire connaître et valoriser ce patrimoine exceptionnel, Université Côte d'Azur ouvre ses portes aux entreprises pour l'organisation de rencontres et événements professionnels ainsi qu'aux productions pour l'accueil de tournages.

Pour l'accueil de séminaires, réunions et réceptions professionnelles d'exception, une offre de location de prestige est proposée. Elle est complétée par de nombreuses salles



Université Côte d'Azur: places of science as the backdrop for your event! - Université Côte d'Azur has sites with a remarkable scientific, cultural and architectural heritage, from the brilliance of the Château de Valrose to the impressive sites of the Observatory of the Côte d'Azur, from the modernity of the architecture of the Villa Arson to the extraordinary mosaic of Chagall at Campus Trotabas...

Today, in order to make known and promote this exceptional heritage, Université Côte d'Azur opens its doors to companies for the organization of meetings and professional events as well as to productions for hosting film shoots. For the hosting of seminars, meetings and exceptional professional receptions, a prestigious rental offer is available. It is complemented by



Domaine de Valrose, Salle à manger

© Université Côte d'Azur

EN CHIFFRES



19
Sites sur tout le territoire azuréen



3
Sites classés Monuments historiques



315.000 m²
La surface totale des bâtiments



1
Site dans le périmètre classé au Patrimoine mondial de l'Unesco

de réunions et amphithéâtres équipés permettant d'accueillir sur ses différents sites tous types de rencontres et d'événements professionnels. Université Côte d'Azur met également au service des professionnels des espaces et équipements dédiés à l'audiovisuel sur le campus Georges Méliès à Cannes. A ce titre, un Pôle mécénat et valorisation du patrimoine a été créé pour répondre à l'ensemble des demandes et proposer les espaces les plus adaptés.

numerous meeting rooms and equipped amphitheatres to accommodate all types of meetings and professional events on its various sites. Université Côte d'Azur also provides professionals with spaces and equipment dedicated to audiovisual on the Georges Méliès campus in Cannes. As such, a Patronage and Heritage Promotion Center has been created to respond to all requests and offer the most suitable spaces.



Observatoire de la Côte d'Azur

© Université Côte d'Azur



➤ Pour en savoir plus : pole-val-patrimoine@univ-cotedazur.fr

Réunissez vous dans un cadre chaleureux !

JOURNÉE D'ÉTUDE à partir de 72€

- 450 m2 d'espaces de réunion entièrement équipés
- Votre déjeuner 3 plats (eaux et café inclus)
- Vos pause-café
- Un contact privilégié pour votre événement



✉ event@cp-nice.com | 04.12.04.17.60

Crowne Plaza Nice Grand Arénas
2 rue Costes et Bellonte, 06200 Nice



CROWNE PLAZA
AN IHG HOTEL
NICE - GRAND ARÉNAS

HEAVENT MEETINGS EST LE SALON EUROPÉEN INCONTOURNABLE DU TOURISME D'AFFAIRES ET DE L'ÉVÉNEMENTIEL.

PLUS DE
400
EXPOSANTS DÉJÀ
CONFIRMÉS POUR
L'ÉDITION 2023

Les Pros de l'événementiel, de la communication et du tourisme d'affaires se sont donnés rdv à Heavent Meetings et vous ?

Toutes les innovations qui seront sur vos événements demain, seront sur Heavent Meetings 2023.

PARMI LES EXPOSANTS

360 ° HOTELS • 3A HÔTELS LA COLLECTION • ABBAYE DE ROYAUMONT • AC MARRIOTT NICE • ACCOR LUXEMBOURG • ACESO - MEDICAL SERVICES • AGENCE IS • AGENCE NOVABOX • AIRSTREAM-EVENTS.COM • AKTUEL • ALIVE EVENTS • ANANTARA HOTEL NICE • APPCRAFT EVENTS • AQUILA EVENT • ARSCENIQUE • ATYPIO HOTELS • AUBERGE DU JEU DE PAUME • AUCOP • AVALONE.TV • AVIGNON CONGRÈS - PALAIS DES PAPES / PARC EXPO • B LIVE • BARCELO HOTEL GROUP • BEE-WORX EVENT MANAGER • BELAMBRA MEETINGS & EVENTS • BEST WESTERN PREMIER - HÔTEL DE LA PAIX • BORDEAUX CONVENTION BUREAU • BOULE D'ÉNERGIE • BRAINSONIC LIVE • BUREAU DES CONGRÈS AIX-MARSEILLE PROVENCE • BUREAU DES CONGRÈS BAGNOLES DE L'ORNE • BUREAU DES CONGRÈS DE BREST MÉTROPOLE • BUREAU DES CONGRÈS DE MULHOUSE ET SA RÉGION • BUREAU DES CONGRÈS NICE CÔTE D'AZUR • BUSINESS EVENTS LUXEMBOURG • BUSINESS EXPERIENCE PARC ASTERIX • BUSINESS PREMIUM • BUSINESS SOLUTION BY DISNEYLAND PARIS • CAMPUS SERGE KAMPF LES FONTAINES • CARRIÈRES DE LUMIÈRES • CCE ORGANISATION • CENTRE D'EXPOSITION ET DE CONGRÈS DE MANDELIEU • CHAMPAGNE VEUVE CLICQUOT • CHAPITEAU • CHÂTEAU DE COURCELLES • CHÂTEAU D'URSPÉL • CHÂTEAU LA BEAUMÉTANE • CHÂTEAUFORM' • CIDI GROUPE • CITE HOTELS • CLASS'HÔTESSE • CLERMONT AUVERGNE EVENTS • COESIO DESTINATIONS FRANCOPHONES DE CONGRÈS • COLUMBUS • COQUILLADE RESORT & SPA • COTE JARDIN • COURBEVOIEVENT • CREATIVE MOTION • CREATIVE SPIRIT • CROWNE PLAZA MONTPELLIER CORUM • CWT MEETINGS & EVENTS • DELEAGE • DEMEURES DE CAMPAGNE • DESTINATION ANGERS • DESTINATION DEAUVILLE • DESTINATION NANCY • DESTINATION NANTES & ST-NAZAIRE • DESTINATION RENNES - BUREAU DES CONGRÈS • DESTINATION TOURS LOIRE VALLEY • DIAGORA CENTRE DE CONGRÈS TOULOUSE • DISTINCTEEV • DOMAINE DE L'ESTEREL • DOMAINE DE MANVILLE • DOMAINE DE MARLIOZ AIX LES BAINS • DOMAINE DE ST ENDREOL • DOUBLETREE BY HILTON LYON EUREXPO • DUSHOW • ECMEETINGS MALTA & PORTUGAL • EN VENDÉE • ENNISMORE • ESTÉREL CÔTE D'AZUR • EUROMETROPOLE DE METZ • EUROPEAN CONVENTION CENTER LUXEMBOURG • EVENDIS • EVENTEK • EVENTMAKER • EVENT'S TOY • EVOLUTION 2 • EXHIBIT GROUP • EXPONANTES • FABULOUS HOTELS • FAIRMONT MONTE-CARLO • FLASH AZUR - EASY TRANSFER • FRAGONARD • FROG CONNEXION • GARDEN EXPO • GENS D'ÉVÉNEMENT • GL EVENTS • GL EVENTS PARIS VENUES • GL EVENTS VENUES • GRAPE HOSPITALITY • GRIMALDI FORUM MONACO • GROS MOTS • GROUPAMA STADIUM • GROUPE 2L COLLECTION • GROUPE ACCOR • GROUPE AMADEUS • GROUPE BARRIÈRE • GROUPE BBA-BMA • GROUPE D&P • GROUPE HÔTELIER ARELIA • GROUPE S'CAPE • GROUPE WELLDONE/SUCCÈS ET VOUS • GUARD'EVENTS • H4 HOTEL PARIS PLEYEL • HARLEQUIN EUROPE • HB ART • HELEN TRAITEUR • HELLO LILLE CONVENTION BUREAU • HILTON MALTA • HOLIDAY INN SAINT-LAURENT DU VAR • HOPSCOTCH • HÔTEL & PLAGE CROISSETTE BEACH CANNES MGALLERY • HÔTEL & SPA DU CASTELLET • HOTEL LE ROYAL • HOTEL MAJESTIC BARRIÈRE & GRAY D'ALBION • HOTEL MERCURE CHANTILLY RESORT & CONVENTIONS • HÔTEL MERCURE TOULOUSE CENTRE SAINT-GEORGES • HÔTEL MERCURE TOULOUSE CENTRE COMPANS CAFFARELLI • HOTEL NOVOTEL MONTE CARLO • HOTEL PALLADIA **** • HÔTELS LE KAÏLA ET LA CHAUDANNE • HUMAN N PARTNERS • IBEROSTAR • ID2STAND • IHG HOTELS & RESORTS • ILE DES EMBIEZ • IMAGIN'EXPO • IMPACT ÉVÉNEMENT • INCENTIVE CONCEPT • INDEVHO • JPB AUDIOVISUEL • JW MARRIOTT CANNES/AC AMBASSADEUR JUAN LES PINS • KARÉNAÉ • KEOPS EXPOSITIONS • LA BAULE ÉVÉNEMENTS - PALAIS DES CONGRÈS • LA BOULISTERIE • LA CITÉ DES CONGRÈS DE NANTES • LA GRANDE MOTTE • LA HALLE DE MARTIGUES • LA MAISON DE BACON • LA SIGNORIA • LA SPHERE • LA TRUFFE NOIRE • LA VILLA DES CONQUÉRANTS • LE CLERVAUX BOUTIQUE & DESIGN HOTEL • LE COUVENT DES MINIMES HOTEL & SPA L'OCCITANE • LE DOMAINE DES VANNEAUX HOTEL GOLF & SPA MGALLERY • LE GRAND HOTEL MGALLERY CABOURG • LE HAVRE ETRETAT NORMANDIE TOURISME • LE VOYAGE À NANTES • LÉGÈRE HOTEL LUXEMBOURG • LES COQS EN PÂTE • LES DOMAINES DE FONTENILLE- PRIMARD • LESPEAKERS CONFÉRENCIERS • LIEUX & ÉVÉNEMENTS PRESTIGE SODEXO • L'ILOT DU GOLF • LINKEUS • LIVE BY GL EVENTS • LOC'HALL • LOXAM EVENT • LUNAGROUP CHARTER • LYON EVENTS • LYYTI • MAD IN EVENT • MADE IN CÔTE D'AZUR • MAGIC GARDEN • MAGNER, LE MOMENT M • MAGNUM • MAGNUM PARIS / NORMANDIE - AVIS CHAUFFEUR • MAISON DU DANEMARK • MANATOUR - MUSEE AEROSCOPIA • MARLINK • MARSEILLE CHANOT • MAS DE PIERRE • MATCH CONCEPT • MATCH EVENT • MATMUT STADIUM DE GERLAND • MAZING • MEDIACTIVE GROUP • MEFFRE TRAITEUR • MELIA HOTELS INTERNATIONAL • MERCURE AVIGNON TGV • MERCURE BORDEAUX CHÂTEAU CHARTRONS • MERCURE ET NOVOTEL BORDEAUX CENTRE • MERCURE LYON CENTRE CHÂTEAU PERRACHE **** • MERIDIEN MONACO • MÉRIDIEU NICE • METZ ÉVÉNEMENTS • MGALLERY MOLITOR • MOMA EVENT • MON HÔTESSE BIEN-AIMÉE • MONACO CONVENTION BUREAU • MONACO MEDIAX • MONTE-CARLO SBM • MONTPELLIER MEDITERRANEE TOURISME & CONGRÈS • MOURATOGLOU HOTEL & RESORT • MULTICAMPRODUCTION • MUSÉE DES CONFLUENCES • MUSÉE OCÉANOGRAPHIQUE • NEGRESCO • NORMANDIE MEETINGS & EVENTS • NOVELTY • NOVOTEL AVIGNON CENTRE • NOVOTEL PARIS CENTRE TOUR EIFFEL • OCCITANIE BUSINESS CLUB • ØCONNECTION • OFFICE DE TOURISME & DES CONGRÈS DE CAEN LA MER, DESTINATION NORMANDIE • OFFICE DE TOURISME DE CARCASSONNE • OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE COLMAR ET SA RÉGION • OFFICE DE TOURISME MENTON • OM VELODROME • ONET ACCUEIL ET SECURITE • ONET PROPTE ET SERVICE • ONLY LYON BUREAU DES CONGRÈS • OPEN ZONE • OPTIONS • ORANGE EVENTS • ORLEANS CONVENTION • OSCAR • PALAIS DE LA BOURSE • PALAIS DE LA MUSIQUE ET DES CONGRÈS ET PARC DES EXPOSITIONS DE STRASBOURG • PALAIS DES CONGRÈS DE AUBAGNE • PALAIS DES CONGRÈS ET ARENA DU FUTUROSCOPE • PARC DES PRINCES - SÉMINAIRES & ÉVÉNEMENTS • PARFUMS MOLINARD • PARIS LA DEFENSE • PARIS LA DEFENSE ARENA • PARTY RENT GROUP • PATHÉ GAUMONT • PAU BEARN PYRENEES ÉVÉNEMENTS • PAVILLON TRAITEUR • PEEBLE EVENT SOLUTIONS • PIERRE ET VACANCES CENTER PARCS MEETINGS & EVENTS • PLUG'HEUR • PREFERENCE EVENTS • PRO SKY • PULLMAN CANNES MANDELIEU • PULLMAN PARIS & MGALLERY VERSAILLES • PULLMAN TOULOUSE CENTRE • PUY DU FOU FRANCE • QUALITAIR&SEA EVENTS LOGISTICS - DIMOTRANS GROUP • QUÉBEC CITY BUSINESS DESTINATION • RADISSON FRANCE • RADISSON INTERNATIONNAL • RAS AL KHAIMAH TOURISM DEVELOPMENT AUTHORITY • RECEPTION PRESTIGE • REIMS CONVENTION BUREAU • REIMS ÉVÉNEMENTS - CENTRE DES CONGRÈS DE REIMS • RELAIS & CHATEAUX • RENAISSANCE AIX EN PROVENCE HOTEL • REVOLT ENERGY GREEN • RIEM BECKER • RIVIERA MARRIOTT PORTE DE MONACO • ROCAMROLL • S.L.A. S.A. (SALES-LENTZ) • SAINT RAPHAEL CONGRÈS • SAINT-ETIENNE • SAINT-ETIENNE ÉVÉNEMENTS • SHERATON NICE AEROPORT • SNCF VOYAGEURS • SOCIAL BAR ENTREPRISES • SOFITEL LYON BELLECOUR • SOFITEL MARSEILLE VIEUX PORT • SOFITEL STRASBOURG GRANDE ILE • SOLUTIONS ÉVÉNEMENTS • SOLUTIONS PROMPTEUR • STAND 2B • STANDPUB • STRASBOURG CONVENTION BUREAU • STUDIO 33 / FORT DE VAISE / FORT DE FEYZIN • TEAM ACTIVE • TEAM NATURE • TEAM YATCHING • TERRE BLANCHE HOTEL SPA GOLF RESORT • TEXET • TF1 FACTORY • TOULOUSE CONVENTION BUREAU • TOULOUSE ÉVÉNEMENTS • TURBODIESEL • UNGERBOECK • UNIKKEY PHOTOGRAPHY • UNITED DESIGN • UTAC • VAL D'ISÈRE CONGRÈS • VAUCLUSE PROVENCE ATTRACTIVITÉ • VERSAILLES PALAIS • VIPARIS • VISIT MALTA INCENTIVES & MEETINGS • VISIT. BRUSSELS • VLS • VODALYS • WARWICK REINE ASTRID LYON • WESTOTEL HOTELS & RESORTS • WESTOTEL NANTES ATLANTIQUE • WITH UP COM • WMH PROJECT

HEAVENT MEETINGS

BY WEYOU GROUP

THE EUROPEAN TRADE SHOW FOR MICE AND EVENTS

28
29
30

MARS
2023

PALAIS DES
FESTIVALS
ET DES
CONGRÈS
DE CANNES



LE SALON ONE TO ONE
MEETINGS EUROPÉEN
INCONTOURNABLE
DU TOURISME D'AFFAIRE
ET DE L'ÉVÈNEMENTIEL



ENCORE +
DE CONTENU
ENCORE +
DE BUSINESS ...



Professional Exhibitions
and
One to One Meetings Exhibitions



HEAVENT-MEETINGS.COM

HOTEL SPA & RESTAURANT CANTEMERLE

POUR UNE EXPÉRIENCE

nature, locale, responsable

Le Cantemerle cultive une double personnalité : un hôtel de charme intimiste mais également un lieu événementiel privé et professionnel qui présente de nombreux atouts. A seulement 20 minutes de la technopole de Sophia Antipolis, c'est la promesse d'un dépaysement complet au grand air qui vous est faite, au sein d'un écrin de verdure exceptionnel, avec son parc paysagé de 2 hectares, à quelques kilomètres de la mer...

Au cœur du site, la Bastide du Cantemerle propose 150 m² de salles modulables, ouvrant sur une large terrasse de 60 m² au cœur d'un jardin provençal. Un endroit privilégié pour l'organisation sur-mesure de vos séminaires et réunions professionnelles : convivialité et intimité caractérisent ses nombreux espaces de réception, entièrement équipés et à la lumière du jour.

La situation de l'établissement, entre terre et mer, lui permet en outre d'y organiser, sur place ou au départ de l'hôtel, des activités variées de team building, autour de la nature et de ses atouts. Et de la régatta en bord de mer au canyoning dans les gorges du loup, l'offre est pléthorique !

Surprendre vos équipes... tout près de chez vous

Dans cet esprit, son concept phare, « Le Sémin'Air », se veut une expérience unique de travail, pour surprendre vos équipes et booster leur créativité, en plein cœur de la nature...

La philosophie du Cantemerle l'amène à valoriser les atouts du territoire et des producteurs locaux.

A titre d'exemple, l'agence événementielle « Like a local », en partenariat avec l'hôtel Cantemerle, propose des expériences sportives, gastronomiques et avant tout locales. Sa journée « Bike'N'Beer » en est une savoureuse illustration : balade en VTT électrique sur 20 km au départ de l'hôtel, assortie d'une dégustation chez un brasseur artisanal local qui vous fera découvrir sa production mais aussi les techniques de dégustation. (avec modération bien sûr !) Une alternative au grand air qui devrait sans nul doute séduire vos collaborateurs...

Vous êtes en manque d'inspiration ? Consultez l'équipe commerciale du Cantemerle, qui saura vous programmer une expérience sur-mesure !



“ Le concept phare du Cantemerle, « Le Sémin'Air », se veut une expérience unique de travail, pour surprendre vos équipes et booster leur créativité, en plein cœur de la nature... ”

For a natural, local, responsible experience - Le

Cantemerle cultivates a dual personality: an intimate charming hotel but also a private and professional event venue that has many advantages. 20 minutes from the Sophia Antipolis technology park, it is the promise of a complete change of scenery in the open air which is made to you, within an exceptional green setting, with its landscaped park of 2 hectares, a few kilometers from the sea...



At the heart of the site, the Bastide du Cantemerle offers 150 m² of modular rooms, opening onto a large 60 m² terrace in the heart of a Provençal garden. A privileged place for the tailor-made organization of your seminars, and professional meetings: conviviality and intimacy characterize its numerous reception areas, fully equipped and with daylight. The location of the establishment, between land and sea, allows it to organize, on site or from the hotel, various activities, around nature and its assets. And from the regatta by the sea to canyoning in the Gorges du Loup, the offer is plethoric!

Surprise your teams... close to home

In this spirit, its flagship concept, "Le Sémin'Air", aims to be a unique work experience, to surprise your teams and boost their creativity, in the heart of nature... The philosophy of Cantemerle leads it to promote the assets of the territory and local producers

For example, the "Like a local" event agency, in partnership with the Cantemerle hotel, offers sports, gastronomic and above all local experiences. His "Bike'N'Beer" day is a tasty illustration of this: electric mountain bike ride over 20 km from the hotel, accompanied by a tasting at a craft brewer who will introduce you to his production but also the tasting techniques. (in moderation of course!) An alternative to the great outdoors that will no doubt appeal to your employees... Are you lacking in inspiration? Consult the Cantemerle sales team, who will be able to plan a tailor-made experience for you!



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

» **MADE IN
CÔTE D'AZUR**

pourquoi faire appel aux

AGENCES PROFESSIONNELLES ?

Agence réceptive en région Sud, Made In Côte d'Azur vous accompagne dans l'organisation de vos séminaires et incentive. Voici quelques bonnes raisons de choisir la sérénité pour la réussite de votre événement qui ne s'improvise pas...

Why rely on professional agencies? Made In Côte d'Azur is an event-planning agency in the Southern region that will help you organise your seminars and incentive sessions. Beyond the peace of mind they offer, and the guarantee of a successful event, here are some other good reasons to rely on them...



First, there is a list of exclusive venues known (only) to Made In Côte d'Azur, and one of them is sure to be a perfect fit for your event: "Of course, anyone can book a private beach on the Croisette... But we rely on many other venues, that are a little more secluded, a little more private and a little more original, with which we enjoy a trusted relationship" Marie-Christine Couette, founder and CEO of Made In Côte d'Azur, tells us with a knowing smile. Enchanting location, environmentally friendly accommodation, partial or full private use of exclusive sites: keep in mind that the best addresses are known only to the true professionals.

Relying on Made In Côte d'Azur to organise your seminar also means you will enjoy the best rates, negotiated with select partners, which is key to remaining within the confines of your budget, and not draining your resources on quotes and consultations.

Centralising the process and... unforeseen circumstances

You've often heard of the famous dedicated contact! It may seem obvious, but therein lies an essential advantage and you will be saving valuable time by working with Made In Côte d'Azur. Imagine that you are just finishing up a team meeting. Do you really want to check the sound system for the speech, or inspect the table arrangements and decorations for the outdoor lunch? Do you have time to make sure that drivers are on standby for the afternoon's excursion? And the hotel? And the gala evening? And the music? "There are always unforeseen circumstances: the weather, service providers arriving late, last-minute changes, extra guests... We handle the logistics! We are here so that everything runs smoothly and to ensure yours is a magical event!" Marie-Christine adds.

Exclusive locations, working within given constraints in terms of deadlines and budget, dedicated contact, and military precision on the day of the event: what more can you ask for? Ah, yes... one more thing. Made In Côte d'Azur also guarantees all round smiles and happiness!

En premier lieu, l'exclusivité des adresses secrètes que seul (ou presque !) Made In Côte d'Azur sera en mesure de dénicher pour organiser votre événement : « Il est évident que tout le monde est capable de réserver une plage sur la Croisette... Alors que nous avons une multitude d'adresses, plus intimistes, atypiques ou très peu connues, que nous référençons et avec lesquelles nous travaillons en confiance » sourit Marie-Christine Couette, fondatrice et dirigeante de Made In Côte d'Azur. Lieu insolite, hébergement écoresponsable, privatisation partielle ou totale de sites exclusifs : gardez à l'esprit que les bonnes adresses sont l'apanage des professionnels. Confier l'organisation de votre séminaire à Made In Côte d'Azur, c'est aussi bénéficier de tarifs négociés auprès de partenaires sélectionnés, indispensable pour rester dans les limites fixées par votre budget et ne pas multiplier consultations et devis.

Centraliser le travail et... les imprévus

Ah... Le fameux interlocuteur unique ! Cela peut paraître évident mais là, réside un avantage essentiel du gain de temps dont vous bénéficierez

“ Nous avons une multitude d'adresses, plus intimistes, atypiques ou très peu connues, que nous référençons et avec lesquelles nous travaillons en confiance ”

en choisissant Made In Côte d'Azur. Checker la sonorisation pour le discours, alors que vous terminez une réunion avec vos équipes et que vous devez encore vous assurer que les tables, la décoration, soient prêtes pour le déjeuner en extérieur ? Que les chauffeurs soient opérationnels pour la visite de cet après-midi ? Et l'hôtel ? Et la soirée de gala ? La musique ? « Il y a toujours des imprévus : météo, prestataires en retard, modifications de dernière minute, rajout de couverts... Nous gérons toute cette logistique ! Nous sommes là pour que cela passe tout seul et que la magie opère ! » ajoute Marie-Christine.

Exclusivité des lieux, respect des contraintes, du délai, du budget, interlocuteur unique, organisation millimétrée le jour J : que demander de plus ? Ah, si... en prime, chez Made In Côte d'Azur, on vous garantit le sourire et la bonne humeur !



Labellisation Norme ISO 20121 en cours d'obtention par notre agence

Voie C, 75 Parc de l'Argile - 06370 Mouans-Sartoux
contact@madeincotedazur.com
04 93 129 705 - www.madeincotedazur.com



» BONHEUR EN BAR

DU BONHEUR EN BAR... et en quantité !

Après avoir longtemps œuvré à la gestion des achats pour les clubs de sport Fitlane et rattrapée par sa passion pour la décoration, Sandrine Navarre s'est lancée dans l'organisation événementielle en 2021. Avec « Bonheur en bar », elle scénographie, décore et sublime vos événements privés et professionnels dans toute la région... c'est déjà un vrai succès !

Passionnée de décoration, Sandrine Navarre se lance dans le grand bain en 2021, à la faveur d'une reconversion professionnelle, pour se former à l'organisation événementielle et peaufiner un projet original, qu'elle a souhaité adapter aux particuliers comme aux professionnels.

Aujourd'hui, Sandrine, avec « Bonheur en bar », propose à ses clients de scénographier la thématique de leur choix, en travaillant notamment sur le concept de bars, meuble fédérateur autour duquel la convivialité est de rigueur : « je peux créer des bars à bonbons, à vins, à fromages, mais aussi dans un tout autre registre, des bars à fleurs, à cookies, à fruits, à Champagne ou à cigares... : tout est possible ! » s'enthousiasme-t-elle. Cependant, si Sandrine développe peu à peu son concept de bars, sa proposition s'articule plus largement autour d'une personnalisation spécifique suivant les projets et les thèmes de ses clients, en tenant compte de leurs budgets et de leurs délais.



**Sandrine Navarre
fondatrice de
Bonheur en bar**

Je peux créer des bars à vins, à fromage, mais aussi dans un tout autre registre, des bars à fleurs, à cookies, à fleurs, à Champagne ou à cigares : tout est possible !



Bonheur en Bar... Pure joy! - Having worked for a long time managing the procurement division of Fitlane sports clubs, in 2021 Sandrine Navarre finally decided to follow her passion for decorating and to start a new career in event planning. She created her company "Bonheur en Bar". Her job is to arrange, decorate, and set the stage to private and corporate events throughout the region... and it's already a massive success!

Triven by her passion for decorating, in 2021 Sandrine Navarre took a leap of faith and, during the lockdown period, underwent vocational retraining, learning the ropes of event planning and creating an original professional project, which she now brings to companies and individual clients.

Today, with "Bonheur en bar" Sandrine's proposal to her clients is to stage the theme of their choice, around the concept of a bar, which is a federating item that brings about joy and happiness: "I want to create sweet or wine bars that serve cheese, but also, in a completely different vein, I want to create cookie bars, flower bars, fruits bars, champagne bars and cigar bars: anything is possible!" she tells us enthusiastically. So, as Sandrine is progressively developing her bar





concept, her offering focuses firstly on customising the venue to her clients' projects and themes, taking into account their budgets and deadlines. she tells us enthusiastically. So, as Sandrine is progressively developing her bar concept, her offering focuses firstly on customising the venue to her clients' projects, taking into account their budgets and deadlines.

From birthdays to seminars

From the birthday party for a handful of guests to more important corporate events that really stand out, the services on offer are extremely varied. Sandrine decorated the anniversary venue of IN Magazine, held on the 8th of December on the theme of the famous English spy who has a penchant for gambling; the event was enhanced by the natural beauty of the site (the Château de Crémat) and carefully selected music, and guests could easily imagine they were on the set of the latest 007 film!

Sandrine also designed the ephemeral Christmas lounge at the prestigious restaurant "Maison de Bacon" in Cap d'Antibes throughout the month of December. Bonheur en Bar oversees several events every week thanks to Sandrine's remarkable responsiveness. She can either help with the decoration of your event or take care of it from start to finish. Contact her without delay to schedule your event in 2023!

De l'anniversaire au séminaire

De l'anniversaire de quelques convives jusqu'aux événements corporate les plus importants, les prestations sont très variées, à l'image de la décoration de l'événement anniversaire de IN Magazine, le 8 décembre dernier. Sandrine a en effet scénographié cet événement autour du célèbre espion anglais et de sa passion des jeux de hasard, réhaussée par la magie des lieux (le Château de Crémat) et la musique adéquate, on se serait cru en plein tournage du dernier opus de l'agent 007 !

Sandrine a également scénographié le lounge éphémère de Noël du prestigieux restaurant « Maison de Bacon » au Cap d'Antibes pendant tout le mois de Décembre.

Bonheur en bar peut superviser plusieurs événements chaque semaine grâce à l'exceptionnelle réactivité de Sandrine qui facilite la décoration de votre événement et qui peut la prendre en charge à 100 %.

Consultez-la sans plus attendre pour prévoir le calendrier événementiel de cette année 2023 !



Décoration de l'événement anniversaire de IN Magazine, le 8 décembre dernier, scénographiée autour du célèbre espion anglais et de sa passion des jeux de hasard



Bonheur en bar
POUR UN ÉVÉNEMENT AUSSI UNIQUE QUE VOUS

Bonheur en bar
06 12 89 86 88
sandrine@bonheurenbar.fr



» Et aussi « Balloon designer »

« C'est un vrai métier ! » s'exclame Sandrine quand on l'interroge sur sa prestation de « Balloon designer ». En accord avec ses principes environnementaux, **les ballons utilisés par bonheur en bar sont 100 % biodégradables.**

L'approche voulue par Sandrine l'amène à moderniser le ballon, en l'alliant à de la décoration florale ou à d'autres supports, dans un esprit chic et ultra personnalisé, suivant vos goûts et vos choix.

Séminaire, présentation de produit, soirée de gala... ou pour tout autre événement plus personnel : le balloon design se prête à tout type de manifestation et permet une créativité sans limite, loin de l'image que nous pouvons en avoir. De plus, pour parfaire sa proposition et en complète harmonie avec la thématique de votre choix, Sandrine maîtrise également l'art de la papeterie et le travail de plusieurs autres matières pour une personnalisation complète de votre décoration. Les possibilités sont donc multiples d'offrir une touche incomparable à vos décorations événementielles, « pour un événement aussi unique que vous ».

Without forgetting "Balloon Designer"

"It's actually a real job!" Sandrine insists when asked about the "Balloon Designer" service. Following the principles of sustainable development, **the balloons used by Bonheur en Bar are 100 % biodegradable.**

Sandrine's chosen approach consists in modernising the balloon concept, and combining it with floral decorations and other ornaments, in a chic and highly customised spirit, tailored to suit your tastes and preferences. Seminar, product launch, gala evening or a more personal event: the art of balloon design can be adapted to any type of gathering and is conducive to limitless creativity far from the image that we can have of it. The possibilities are endless to provide an incomparable touch for your event. Moreover, to complete her proposal, in full harmony with your chosen theme, Sandrine perfectly masters other techniques such as paper craft, and she can work on various materials to fully customise your decoration. There are therefore many possibilities to offer an incomparable touch to your event decorations, "for an event as unique as you".



Décoration du lounge éphémère de Noël au prestigieux restaurant « Maison de Bacon » sur le Cap d'Antibes



» FIT'N'GOLF

GOLF, SPORT
ET BIEN-ÊTRE,

pour les particuliers et les entreprises

Elizabeth et Victoria sont professeures de golf et intimement persuadées du bien-fondé d'associer à cette pratique un programme sportif adapté à chacun. Pour cela, elles ont créé l'offre Fit'N'Golf, que vous pouvez découvrir au Victoria Golf Club, en tant que particulier, mais aussi à l'occasion d'événements professionnels.

«**V**ous remarquerez que peu de golfs disposent d'équipements sportifs spécialement dédiés aux golfeurs. Ce sont souvent des salles de fitness ouvertes à tous ». Partants de ce constat, Elizabeth Troubetzkoy et Victoria Colin, responsables de l'école de golf du Victoria Golf Club de Valbonne, ont décidé d'installer leur propre matériel de fitness dans une structure modulable tout près du parcours, afin de proposer leur propre vision de cet apprentissage, né d'une fusion parfaitement homogène entre golf, sport et nutrition.

Fit'N'Golf s'adresse donc à tous, de l'enfant au senior, golfeur ou non, sportif ou débutant dans la pratique d'une activité physique, car vous pouvez ne choisir qu'une seule option : golf, pratique sportive ou accompagnement nutritionnel.

Programme sur-mesure

Pourquoi allier golf et fitness ? « Beaucoup de golfeurs se blessent (tendinites, blessures aux genoux...) parce qu'ils ne connaissent pas suffisamment leur corps et leurs limites. Quelques



Victoria Colin et Elizabeth Troubetzkoy, responsables de l'école de golf du Victoria Golf Club de Valbonne et créatrices de l'offre Fit'N'Golf

Golf, fitness, and wellbeing, for companies and individual clients - Elizabeth and Victoria are golf instructors who are absolutely convinced of the soundness of associating their sport with a tailor-made fitness programme. This is why they created the Fit'N'Golf offer, which you can discover at the Victoria Golf Club, on your own or on the occasion of a work event.

«**Y**ou will have noticed that very few golf clubs offer fitness equipment that is especially designed for golfers. They generally have fitness centres that are open to all". With this in mind, Elizabeth Troubetzkoy and Victoria Colin, who are in charge of the golf school of Valbonne's Victoria Golf Club, decided to install their own fitness equipment inside a modular structure right next to the course, so as to share their own vision of the sport they teach, which is born from the perfectly consistent fusion of golf, nutrition, and sports.





» L'idée Team building

Pourquoi ne pas amener vos équipes professionnelles au golf ? Fit'N'Golf propose une séance sportive d'une heure en matinée, suivie d'un déjeuner au restaurant du Victoria Golf et de deux heures d'initiation à la balle blanche. Ceux qui n'ont jamais touché un club tout comme les plus expérimentés prendront toujours du plaisir sur le parcours avec Fit'N'Golf.

The team-building idea

Here's an idea: why not take your work teams out for some golfing? Fit'N'Golf offers a one-hour sports session in the morning, followed by lunch at the Victoria Golf restaurant, and then by two hours of initiation to golfing. Those who have never held a club in their hands as well as more experienced golfers will have a great time on the course with Fit'N'Golf.



-10 % sur votre événement d'entreprise

exercices permettent de déterminer ce qui est perfectible, ce qui est à améliorer avec chacun », explique Elizabeth. Avec Fit'N'Golf, vous débutez par un bilan nutritionnel et sportif, puis vous organisez votre propre programme d'entraînement, que vous suivez avec Elizabeth ou Victoria.

Du sur-mesure qui donne d'excellents résultats, tant sur le plan golfique que sur le bien-être, l'endurance et l'équilibre nutritionnel. A l'unité, en pack de 10 séances, bientôt en forfait mensuel : découvrez toute l'offre Fit'N'Golf auprès d'Elizabeth et Victoria et révolutionnez votre approche du bien-être physique !

Fit'N'Golf is open to all, from children to seasoned veterans, golfers and non-golfers, athletes or people just beginning to exercise, and there are many options to choose from: golf, fitness, or nutritional advice.

Customised programme

Why combine fitness and golf? "Many golfers suffer injuries (tendonitis, knee injury...) because they are not sufficiently aware of their body and its limits. There are exercises that anyone of us can use to help determine what areas can be perfected or merit improvement", Elizabeth explains. With Fit'N'Golf, you begin with a full nutritional and fitness assessment, based on which you organise your customised training programme delivered by Elizabeth or Victoria.

It is a tailor-made offer that yields excellent results, both in terms of your golfing skills and of your wellbeing, stamina, and dietary balance. You can buy an individual session, a pack of 10 sessions, or a monthly subscription: discover the complete Fit'N'Golf offer with Elizabeth and Victoria and revolutionise your approach to physical wellbeing!

» OFFRE pour les particuliers

Une première séance + un bilan nutritionnel OFFERTS sur présentation de ce bon*

*valable et utilisable uniquement sur réservation, jusqu'au 30 mai 2023.



FIT'N'GOLF
Sport, Golf & Nutrition
fitngolf@gmail.com
06 33 79 35 34



“ Bilan nutritionnel et sportif, programme d'entraînement personnalisé : le sur-mesure de Fit'N'Golf donne d'excellents résultats, tant sur le plan golfique que sur le bien-être physique et l'endurance. ”



Coaching en ligne

Tous les soirs à 18 h 30, accédez aux séances de coaching en ligne, et découvrez l'abonnement au groupe VIP Fit'N'Golf, avec séances sportives, conseils nutritionnels et séances de stretching : indispensable pour bouger, se motiver et progresser !

Online Coaching

Every evening at 6.30 p.m., access online coaching sessions, and discover the subscription to the VIP Fit'N'Golf group, with sports sessions, nutritional advice and stretching sessions: essential for moving, motivating and progressing!

PROVENÇAL GOLF

Créez du lien AUTOUR DU GOLF !

Longtemps considéré comme une activité élitiste, le golf se démocratise, notamment grâce à une pratique aujourd'hui plus ludique et plus facile d'accès. Au Provençal Golf de Biot, les installations permettent de pratiquer ce sport en toute décontraction, au cours d'événements organisés en entreprise. L'idée ? Amener de la cohésion d'équipe, autour d'une activité qui mérite d'être découverte en groupe.

***Bonding around golf!** - Long considered somewhat elitist, golf is now gaining widespread appeal and is starting to be seen as more fun and accessible. The Provençal Golf in Biot has facilities that offer a relaxed way to learn about this sport through a series of corporate events. What is the idea? Bringing about team unity by taking first steps in golfing as a group.*



In addition to being seen as elitist, golf was also often considered as time-consuming... And yet, there is nothing easier than to enjoy a few rounds at the Provençal Golf's driving range, at the heart of Sophia Antipolis's technological and corporate park, during your lunch break or as an afterwork session. Indeed, the practice of golf does not necessarily require a full day or even a full afternoon, and the nine-hole format allows you to play for shorter periods.

Furthermore, an initiation to golf doesn't necessarily require an inflexible protocol... By approaching the game through new technologies, there are many fun ways to become familiar with the sport. For instance, with its ten Top Tracer® mats, the driving range of the Provençal Golf allows you, in "Amateur" mode, to enjoy on-screen analyses of your trajectories, to work on your drive and accuracy, and to play on virtual courses.

A la réputation d'être élitiste, s'ajoute souvent pour le golf celle d'être chronophage...

Et pourtant, vous pouvez très facilement venir taper quelques balles au practice du Provençal Golf, au cœur du parc technologique de Sophia Antipolis et de ses entreprises, à la pause méridienne ou en afterwork car la pratique ne nécessite pas forcément d'y consacrer une après-midi entière ou une journée, d'autant que le format du 9 trous nécessite un temps de jeu plus réduit.

De même que la découverte et l'apprentissage ne nécessitent pas forcément de respecter un protocole immuable... En commençant par une approche du jeu qui utilise la nouvelle technologie,

“ Avec ses 10 tapis Top Tracer®, le practice du Provençal Golf vous permet, en mode « Amateur », d'analyser vos trajectoires sur écran, travailler votre drive, votre précision, comme de jouer sur des parcours virtuels. ”

Team Building: choose golf!

Stress management, improved team spirit, pulling together... These different goals can be achieved through team building sessions organised with Nathalie Oneglia, a top professional athlete who is also the director of the Provençal Golf. If you opt for a golf initiation session, you will be introduced to the art of the swing (grip, posture, alignment), of putting (technique), and of pitching and putting (a first foray onto an adapted course with challenges and team games). And you can take full advantage of Top Tracer® technology on one of ten mats at your disposal at the driving range: for beginners and seasoned golfers alike, the experience is sure to be fun and exciting!





vous pourrez par exemple vous familiariser de manière ludique avec la balle blanche. En ce sens, avec ses 10 tapis Top Tracer®, le practice du Provençal Golf vous permet, en mode « Amateur », d'analyser vos trajectoires sur écran, travailler votre drive, votre précision, comme de jouer sur des parcours virtuels.

Team Building : optez pour le golf

Gérer le stress, renforcer la cohésion du groupe, travailler ensemble... Ces différents objectifs pourront être travaillés au cours de Team Building organisés avec Nathalie Oneglia, professionnelle et sportive de haut niveau, directrice du Golf. Au programme d'une initiation au golf, découvrez les bases du swing (grip, posture, alignement), du putting (technique), du pitch & putt (mise en situation sur un parcours adapté avec défi et jeux en équipe). A cela, il est possible d'utiliser Top Tracer® sur l'un des dix tapis du practice : du débutant au golfeur expérimenté, l'expérience se révélera ludique et exaltante !

Formule Initiation & déjeuner

A partir de 20 € H.T. par personne et par heure, organisez votre Team Building d'initiation, entouré des coaches de l'Académie, dans le cadre exceptionnel du Provençal Golf, et poursuivez avec le déjeuner au restaurant Le Club, sa cuisine raffinée, ses mets savoureux et son chariot de desserts maison ! Vous pourrez par exemple opter pour la Formule du jour (plat du jour + dessert de la cloche + ½ Eau minérale) à 22 €

Découverte, en afterwork & tapas

D'ici le printemps, le practice accueillera une formule enrichie de son snacking autour de ses tapis Top Tracer® : vous pouvez déjà y programmer vos afterworks en équipes, d'autant qu'à la faveur de la saison, le practice peut s'éclairer le soir afin d'offrir plus de temps de jeu et permettre de vrais moments de convivialité après le travail...



**Nathalie Oneglia, directrice du golf et
Ombretta Romiti, Responsable Commerciale**

➤ Pour organiser un événement, contactez

Ombretta Romiti
au 06 87 10 11 62

commercial@leprovençalgolf.com



Le Provençal
GOLF

PROVENÇAL GOLF
95 Avenue de Roumanille
Biot - Sophia Antipolis
04 93 00 00 57
www.leprovençalgolf.com

Initiation and lunch formula

For only €20, excluding taxes, per person and per hour, organise your Team Building initiation, given by the Academy's coaches, in the beautiful surroundings of the Provençal Golf, and enjoy the delicious cuisine, tasty dishes, and home-made puddings on offer at the Le Club restaurant! For example, you might opt for the daily offer (specialty of the day + selection of puddings to choose from + ½ mineral water) for €22.

Initiation during afterwork session followed by tapas

By this spring, the practice range will offer an impressive selection of tasty snacks served around its Top Tracer® mats: it's the perfect venue for afterwork sessions with your teams, especially when the days grow longer and you can practice late into the evening, increasing your playing time and coming together for some fun after work...



» CHÂTEAU DE CRÉMAT Evénements corporate :

CÉLÉBREZ L'ART DE VIVRE

Sur les hauteurs de Nice, vous pouvez désormais écrire une page de l'histoire de votre entreprise, en créant votre propre événement au château de Crémat. Autour de la musique, du vin ou de l'art contemporain et bientôt du théâtre, les lieux se prêtent à toutes les interprétations, formulées autour de l'art de vivre.

Organiser un séminaire, un incentive dans les jardins du Château de Crémat, sur l'une de ses terrasses surplombant la mer ou en ses murs, qu'a fréquentés Coco Chanel dans le faste des années folles : voici une suggestion originale qui marquera vos équipes ou vos partenaires de travail. Et que vous souhaitiez le faire dans une ambiance musicale, autour du vin ou de l'art contemporain : tout est envisageable... !

Autour de l'œnologie

Tout au long de l'année, le Château de Crémat fait découvrir ses vins à l'occasion de visites guidées organisées. Au cours de la session « Expérience », depuis la parcelle « pédagogique » du château jusqu'à la cave, l'équipe du caveau vous dévoilera tous les secrets de la viticulture et des modes de vinification. Une promenade œnologique qui se termine au caveau ou sur la terrasse, à l'ombre des oliviers lors d'une dégustation. La visite « Mademoiselle » invite à découvrir l'un des secrets les mieux gardés du Château : la venue de Coco Chanel...

Toute l'histoire des lieux vous sera dévoilée et vous serez invités à visiter les intérieurs du Château entièrement réaménagés avec le mobilier du Ritz à Paris, dont celui qui figurait dans la suite Coco Chanel. Ces moments durent entre 45 minutes et 1 h, qu'il est possible de coupler avec l'organisation d'un séminaire, une présentation de produit ou tout autre événement corporate. Il est par exemple possible



Corporate events: celebrate the art of living at Château de Crémat - On the heights of Nice, you can now write a page in the history of your company, by creating your own event at the Château de Crémat. Around music, wine or contemporary art and soon around the theater, the places lend themselves to all interpretations, formulated around the art of living.

“ Tout au long de l'année, le Château de Crémat fait découvrir ses vins à l'occasion de visites guidées organisées. ”

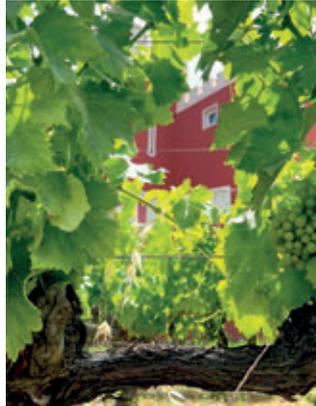
Organize a seminar, an incentive in the gardens of the Château de Crémat, on one of its terraces overlooking the sea or within its walls, which Coco Chanel frequented in the splendor of the Roaring Twenties: here is an original suggestion that will mark your teams or your work partners. And whether you want to do it in a musical atmosphere, around wine or contemporary art: everything is possible...!



d'intégrer ces visites aux formules Journées d'études (à partir de 100 € HT par personne) ou lors de cocktails apéritifs ou soirées de galas d'entreprise, en format de 30 minutes (français/anglais).

Partenariat musical & festivals

Ainsi, dans sa volonté de proposer une programmation musicale aussi éclectique que d'une exceptionnelle qualité, le Château, après avoir accueilli le Crémât Classic Festival, sera un incontournable point d'étape du **11^{ème} Festival Les Musicales dans les Vignes de Provence**, qui se déroulera **du 28 mai au 17 septembre**. Une manifestation pendant laquelle 40 prestigieux vignobles accueillent au cœur de leurs domaines 55 concerts d'une programmation aussi variée qu'exigeante : jazz latin, jazz manouche, blues, musique tzigane, cubaine... Ouverture des festivités le 9 juin avec du Tango argentin. Tout l'été, retrouvez la magie des concerts **Candlelight**, éclairés à la bougie sur la terrasse du château. Entre le 11 et le 13 juillet, un festival de musique est également prévu. Il sera possible d'associer votre marque à cet événement.



Voyage pictural et théâtral

La galerie d'art du Château accueille très régulièrement des expositions thématiques qui peuvent s'intégrer dans les moments de détente de vos séminaires et journées d'étude, tout au long de l'année. Une programmation est à l'étude et doit être dévoilée tout prochainement.

Enfin, le château ajoute une discipline à son orientation artistique et parce qu'il est devenu mécène du Théâtre National de Nice via son programme « **Passionément TNN** », les équipes travaillent désormais sur l'accueil de spectacles dans l'environnement magique de Crémât : surveillez l'actualité printanière pour connaître la programmation...

About oenology

Throughout the year, the Château de Crémât introduces its wines during organized guided tours. During the "Experience" session, from the "educational" plot of the château to the cellar, the team will reveal all the secrets of viticulture and winemaking methods to you. An oenological walk that ends in the cellar or on the terrace, in the shade of the olive trees during a tasting. The "Mademoiselle" visit invites you to discover one of the Château's best-kept secrets: the visit of Coco Chanel...

The whole history of the place will be revealed to you and you will be invited to visit the interiors of the Château, which have been completely refurbished

with furniture from the Ritz in Paris, including that which appeared in the Coco Chanel suite. These moments last between 45 minutes and 1 hour, which can be combined with the organization of a seminar, a product presentation, or any other corporate event. For example, it is possible to include these visits in the Study Days formulas (from €100 excluding VAT per person) or during aperitif cocktails or company gala evenings, in 30-minute format (French/English).

Musical partnership & festivals

Thus, in its desire to offer a musical program that is as eclectic as it is of exceptional quality, the Château, after having hosted the Crémât Classic Festival, will be an essential stopover point for the **11th Festival Les Musicales dans les Vignes de Provence**, which will run **from May 28 to September 17**. An event during which 40 prestigious vineyards host 55 concerts in the heart of their estates with a program as varied as it is demanding: Latin jazz, gypsy jazz, blues, gypsy and Cuban music... Opening of the festivities on June 9 with Argentine Tango. All summer long, find the magic of the **Candlelight concerts**, lit by candlelight on the castle terrace. Between July 11 and 13, a music festival is also planned. It will be possible to associate your brand with this event.

Pictorial and theatrical journey

The art gallery of the Château very regularly hosts thematic exhibitions which can be integrated into the moments of relaxation of your seminars and study days, throughout the year. A program is being studied and should be unveiled very soon.

Finally, the castle adds a discipline to its artistic orientation and because it has become a patron of the National Theater of Nice via its "Passionately TNN" program, the teams are now working on hosting shows in the magical environment of Crémât: watch the spring news for the program...

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



NICE SHOPPING

FRANCK MARTIN

« NICE : UN GRAND CENTRE COMMERCIAL à ciel ouvert »

Unique en France, l'association Nice Shopping se fait fort de rassembler commerces de proximité, grandes enseignes et acteurs institutionnels afin de promouvoir les 6.000 commerces niçois, en centre-ville comme en périphérie et faire de la destination azurée une expérience shopping incomparable. Franck Martin, adjoint au maire de Nice en charge du commerce, des marchés et de l'artisanat, membre fondateur de l'association, présente le fonctionnement et les enjeux auxquels sont confrontés les membres de Nice Shopping.

"Nice: a huge open-sky shopping mall" - Unique in France, the Nice Shopping Association makes it a point of pride to bring together local business, large distributors, and institutional stakeholders to promote some 6'000 Nice-based retailers, from the city centre to its suburbs, and to turn Nice into the shopping capital of the French Riviera. Franck Martin, deputy to the mayor of Nice, is in charge of local businesses, markets and crafts. He is also a founding member of the association, and he tells us about the current activities of Nice Shopping and the challenges its members are facing.



© Salim Boubakri



© Salim Boubakri

Comment est née l'association Nice Shopping ?

Franck Martin : Nice Shopping est le résultat d'une volonté publique forte, à savoir de rassembler à la même table les institutionnels, les grandes enseignes et le commerce de proximité qui a très bien compris que sans ces enseignes, il n'y avait pas ou très peu de flux. De leur côté, ces grandes enseignes savent qu'elles ont besoin de ce tissu d'activité vivant que constitue le commerce de proximité. Finalement, la philosophie de Nice Shopping, c'est de considérer Nice comme un grand centre commercial à ciel ouvert.

C'est unique en France ?

On nous interroge souvent pour savoir comment nous avons fait pour mettre à la même table Carrefour et Leclerc ou encore pour faire entrer dans l'association IKEA qui, à l'époque, n'était même pas encore installé à Nice ! Cette dynamique a permis de donner confiance à plusieurs autres acteurs. Par ailleurs, le directeur de NICETOILE, Patrick Nolier, Président de Nice Shopping, a une vision et une ouverture d'esprit qui lui permettent de fédérer tous ces acteurs.

“ Nice Shopping a fait avancer le commerce de proximité, notamment sur sa manière de communiquer et de capter -et surtout- fidéliser le client. ”



© Salim Boubakri

How did the concept of the Nice Shopping Association come about?

Franck Martin: Nice Shopping is the result of strong public will to bring together institutional stakeholders, large distributors and local business owners who fully understand that without the presence of the larger players of the retail industry, there can be little to no traffic in their own shops. Large retailers, for their part, understand that they rely strongly this living mesh of activity that local businesses provide. Finally, the philosophy of Nice Shopping is to consider Nice as a huge open-sky shopping mall.

Is the concept unique in France?

We're often asked how we manage to get Carrefour and Leclerc to sit at the same table, or how we succeeded in convincing IKEA to join the association, when it didn't even have a presence in Nice! This dynamic gave other important stakeholders the confidence they needed to join us. Besides, the director of NICETOILE, Patrick Nolier, is the chairman of Nice Shopping and has the vision and open-mindedness required to bring together all these stakeholders.

Parlez-nous de vos actions :

Nous travaillons sur des opérations de communication conséquentes qui rassemblent tous nos membres. Nous avons pu mesurer le succès de ces opérations tout récemment par exemple, avec la grande parade de Noël qui a réuni plus de 40.000 personnes sur l'avenue Jean Médecin, un peu comme lorsque nous étions enfants et que le carnaval avait lieu à cet endroit ! Cet événement a beaucoup plu et -j'en suis sûr- va donner des idées à M. le Maire !

Attention, tout n'est pas toujours facile : il est certainement plus simple d'être commerçant sur une artère comme l'avenue Jean Médecin que dans une petite rue de l'est ou de l'ouest de la ville, nous en sommes conscients... Mais avec une communication globale, nous allons chercher le chaland un peu partout, aussi bien en Italie que dans le Var, pour faire de Nice une destination shopping complète. En cela, Nice Shopping a fait avancer le commerce de proximité, notamment sur sa manière de communiquer et de capter -et surtout fidéliser le client. Le problème se situe plutôt dans la concurrence d'internet. Ceux qui se plaignent que leurs pieds d'immeubles se vident et que le commerce de proximité se raréfie sont souvent ceux qui consomment en priorité sur internet ! On voit donc bien qu'il est nécessaire de communiquer tous ensemble.

Que nous préparez-vous pour le commerce niçois ?

Nous avons lancé deux grandes braderies, très attendues, l'une en février et l'autre en septembre. A cette occasion, nous ouvrons le domaine public aux commerçants, ce qui amène une forte dynamique et leur permet de déstocker avant leurs nouvelles collections. Côté grands rendez-vous, le Carnaval donne le top départ de la saison et au chapitre des nouveautés, Nice va accueillir pour la première fois la finale du championnat du monde de triathlon Ironman le 10 septembre, qui se tenait habituellement à Hawaï. Un événement important pour le commerce niçois : il est démontré que les sportifs du monde entier viennent en famille, plusieurs jours avant l'épreuve et restent plusieurs jours après...

(Nice accueille aussi fin 2023, des matches de la Coupe du Monde de Rugby, NDLR).



“ Avec une communication globale, nous allons chercher le chaland un peu partout, aussi bien en Italie que dans le Var, pour faire de Nice une destination shopping complète. ”

Franck Martin, adjoint au maire de Nice en charge du commerce, des marchés et de l'artisanat, membre fondateur de l'association Nice Shopping

Can you tell us more about the actions you have undertaken?

We are working on important communication events that aim to federate all our members. We were able to measure the success of all these operations quite recently for instance, with the great Christmas parade that brought together more than 40'000 participants on Avenue Jean Médecin, reminding us all of our childhood, when Carnival was celebrated on that avenue! This event was a huge success and I'm sure it will inspire our mayor with new ideas! However, not everything is always smooth sailing: it is certainly easier to be a business owner on an important thoroughfare such as Avenue Jean Médecin than in a small street in the eastern or western fringes of the city, we are fully aware of that... But through our global communications, we try to attract customers far and wide, from

Italy and the Var, so that Nice can become a truly global shopping destination. With these efforts, Nice Shopping has been promoting local businesses, especially on their communication strategies and on the means they implement to attract customers and build loyalty among them. The biggest problem we are currently facing is competition from internet retailers. Those who complain that corner street shops are disappearing, and local businesses are becoming a scarce commodity, also tend to do a lot of their shopping online! This demonstrates the necessity of adopting a shared communication strategy.

What have you been preparing for the Nice retail environment?

We have launched two highly-anticipated and large-scale sell-off events, one to be held in February and the other in September. We will open the public space to all business owners who wish to take part in these exciting events, and they will be able to sell old stock before taking delivery of new collections. Also in terms of great events, this year's Carnival will start off the season and, for the very first time, on the 10th of September, Nice is going to host the final of the Ironman triathlon championship, traditionally held in Hawaii. It will be a significant event for Nice retailers: it is a known fact that athletes the world over come with their families a few days before the event and stay on for a few days after the race... (Nice will also host some matches of the Rugby World Cup towards the end of 2023, editor's note).



» MAISON
DE BACON

Un printemps DE NOUVEAUTÉS

Nouveaux espaces intimistes et exclusifs, lancement de la carte printanière et développement de l'offre événementielle : la Maison de Bacon n'a de cesse de se réinventer !

A spring of novelties - New intimate and exclusive spaces, launch of the spring menu and development of the event offer: the Maison de Bacon is constantly reinventing itself!



© LiveandShoot by Aline GERARD

A l'approche du printemps et de la réouverture, au restaurant de la Maison de Bacon, les tables se parent d'œuvres d'art en verre spécialement imaginées et réalisées par l'artiste et maître verrier Antoine Pierini, tandis que le chef Nicolas Davouze (Bocuse d'or France) revisite la carte du déjeuner, en lui apportant une touche printanière. Place aux entrées de saison pour « L'esprit du midi » (menu à 68 €) avec : imprimé de daurade en gravellax, endive au citron vert et aneth, crème frappée à l'orange ; velouté de topinambours confits au feu de bois, crémeux truffes et noix torréfiées ou encore petit

pâté gourmand, oignon doux des Cévennes au vin rouge et Xérès. S'en suivent les quenelles de loup de la baie de Cannes ; l'aioli de cabillaud mitonné au cataplana ou le pot au feu de volaille fermière grillée au feu de bois et ses légumes de saison... Un programme qui s'enrichit au fil des saisons, au rythme d'inventives incursions dans d'autres univers culinaires, qui enrichissent l'ADN de la maison pour souvent surprendre, mais toujours exceller.

W ith the approach of spring and the reopening at the Maison de Bacon restaurant, the tables are being laid with works of art made of glass and especially designed and created by master glassmaker and artist Antoine Pierini, while chef Nicolas Davouze (Bocuse d'or France) is revisiting the lunch menu, bringing his spring touch to it.

It features seasonal "Esprit du Midi" starters (€68 menu) with: bream imprimé with gravlax, lime- and aneth-flavoured chicory, orange whipped cream; velouté of log fire-candied Jerusalem artichokes, truffles and dried nut crémeux, or a pâté gourmand with sweet Cévennes onion, red wine and sherry.

These starters are followed by quenelles of wolffish from the bay of Cannes; cod aioli cooked in a cataplana, or poultry pot au feu on the grill served with its seasonal vegetables... The menu just gets more impressive with every passing season, driven by inventive incursions into other culinary fields enriching the restaurant's DNA, often leaving diners surprised, impressed, and delighted.

The Maison de Bacon is open for events
The Maison de Bacon is structuring itself and broadening its event offering. It now provides totally or partially privatised spaces so that



© LiveandShoot by Aline GERARD

» EN CROISIÈRE À L'APPARTEMENT DE VICTOR

Un nouveau lieu très exclusif ouvrira tout prochainement ses portes au sein de la Maison de Bacon. « L'appartement de Victor », en clin d'œil au fondateur des lieux en 1948, pourra accueillir, via un ascenseur privatif menant à l'étage du restaurant, jusqu'à une vingtaine de convives pour vivre une croisière gastronomique intimiste et chic. Reprenant les codes du yachting, les lieux distilleront un esprit de villa privée luxueuse dominant le Cap d'Antibes.

Un lieu privilégié pensé comme la villégiature d'un amoureux de la mer et de la plaisance qui aurait transposé les codes d'un paquebot transatlantique des années 20 aux années 50 à son appartement, cosy et exclusif. Invitant à un voyage inédit en cabine luxe, habillé de matériaux nobles, d'essences précieuses, cet espace a une double vocation : il pourra accueillir une clientèle de particuliers pour la privatisation d'un événement familial tout comme des journées de séminaires, comités de direction, ou de présentation de produits, organisées pour une vingtaine de collaborateurs, partenaires, ou clients de votre entreprise.

On a cruise to Victor's apartment

A very exclusive new place will soon open its doors within the Maison de Bacon. "Victor's apartment", in a nod to the founder of the place in 1948, will be able to accommodate, via a private elevator leading to the restaurant floor, up to twenty guests to experience an intimate and chic gastronomic cruise. Taking up the codes of yachting, the premises will exude the spirit of a luxurious private villa overlooking the Cap d'Antibes.

This space is like an invitation on cruise in a luxury cabin, made of high-quality materials and precious woods, but it also fulfils two other purposes: it can welcome private guests who want to celebrate a family event, as well as a corporate clientele who comes for a seminar, an executive committee meeting, or a product launch, involving some 20 employees, partners, or clients of your company.



© LiveandShoot by Aline GERARD

“ Le chef Nicolas Davouze (Bocuse d'or France) revisite la carte du déjeuner, en lui apportant une touche printanière. ”

La Maison s'ouvre à l'événementiel

La Maison de Bacon structure et développe son offre événementielle pour vous permettre d'imaginer au travers de privatisations totales ou partielles de ses espaces, des formats sur mesure en bénéficiant d'un cadre unique, d'un service personnalisé et d'une gastronomie de la mer haut de gamme. Vous pourrez notamment enrichir vos événements des nombreux plats « Tradition Bacon » : loup en croûte à la tranche, bouillabaisse version dégustation, Carpaccio de pêche de Méditerranée mariné minute, soupe de poissons dans la tradition Bacon... Toute l'offre traiteur et l'esprit exclusif de la maison à découvrir plus en détail en consultant le directeur du développement événementiel Thierry Moriou au 04 93 61 50 02 ou au 06 95 52 91 82.

you can customise your event in a unique setting, boasting tailor-made services and high-end seafood gastronomy. There are many "Tradition Bacon" dishes that will make your event unforgettable: slices of breaded wolffish, degustation mode bouillabaisse, minute marinated Mediterranean fish carpaccio, fish soup according to the Bacon tradition... Learn more about the complete caterer offering and the exclusive spirit of the establishment by contacting the event-planning director, Thierry Moriou at 04 93 61 50 02 or 06 95 52 91 82.



MAISON DE BACON

664 Boulevard de Bacon - Cap d'Antibes
04 93 61 50 02 - maisondebaccon.fr



» PROPINO BAR EVENTS

BAR D'AMBIANCE

Propino Bar Events met toute son expérience de la mixologie, du flair et de la qualité de service pour garantir l'excellence de votre événement. Son concept ? La fourniture de service de barmen et barmaids et de tout l'équipement nécessaire à l'animation d'événements haut de gamme autour de la boisson et du bar.

Dans une grande variété de tailles et de matériaux, Propino Bar Events décline un large choix de bars au design incroyable et a su très vite se positionner comme la référence azurienne en matière d'animation de soirées chics, où la dextérité de ses barmen fait sensation.

Mobiles, éphémères et autonomes (alimentés en eau et électricité), ces bars, fabriqués exclusivement pour Propino Bar Events, se présentent dans une large gamme de configurations et de matières : de formes circulaires, linéaires, en 3D, constitués de marbre, de cuivre et or rosé, avec effet miroir ou lumineux... A vous de faire le choix du modèle qui résonnera immédiatement avec la tonalité de l'événement : ambiance industrielle, chic, bucolique, tout est possible et peut faire l'objet d'une étude d'implantation préalable par Propino Bar Events.



Atmospheric bar - Propino Bar Events puts all its experience in mixology, flair and quality of service to guarantee the excellence of your event. Its concept? The supply of barmen and barmaids services and all the equipment necessary for the animation of highend events around the drink and the bar.

In a wide variety of sizes and materials, Propino Bar Events offers a wide choice of bars with incredible design and has very quickly positioned itself as the Côte d'Azur reference in terms of hosting chic evenings, where the dexterity of its bartenders is a sensation.

Mobile, ephemeral and autonomous (powered by water and electricity), these bars, manufactured exclusively for Propino Bar Events, come in a wide range of configurations and materials: circular, linear, 3D shapes, made of marble, copper and rose gold, with mirror or luminous effect... It's up to you to choose the model that will immediately resonate with the tone of the event: industrial, chic, bucolic atmosphere, everything is possible and can be the subject of a design study prior implementation by Propino Bar Events.

“ Ambiance industrielle, chic, bucolique, tout est possible et peut faire l'objet d'une étude d'implantation préalable par Propino Bar Events. ”





“ Le bar à cocktails donne libre cours à la dextérité sans égale des barmen de Propino Bar Events, experts du flair. ”

Un bar, une ambiance

Les références disponibles permettent une infinie variété de combinaisons, suivant la dimension, les contraintes d'espace et les caractéristiques particulières de vos événements : le bar à cocktails donne libre cours à la dextérité sans égale des barmen de Propino Bar Events, experts du flair. Axé sur un très large choix d'alcools et spiritueux, le straight bar distille une ambiance cosy, tandis que les bars à vins, à liqueurs, ou les luxueux bars à Champagne offrent autant d'ambiances que de thèmes de soirées.

Tout indiquée pour époustouffer vos invités, ces prestations s'exportent souvent à Paris au sein de prestigieux établissements et savent se faire remarquer dans le déroulé de réceptions haut de gamme, sur la Côte d'Azur et dans la France entière : le spectacle de Propino Bar Events n'a pas de frontière.

A bar, an atmosphere

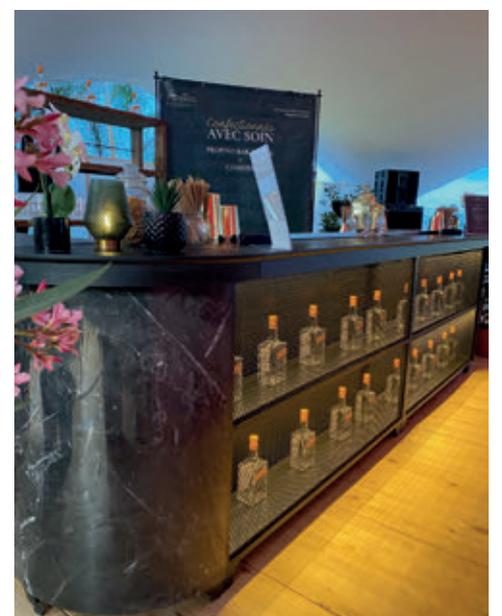
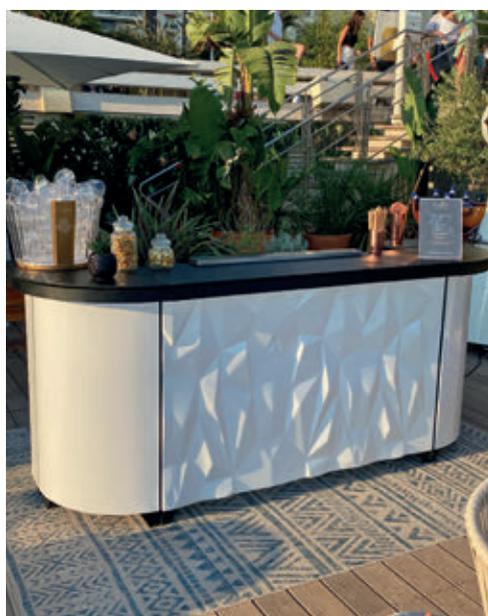
The available references allow an infinite variety of combinations, depending on the size, the space constraints and the characteristics of your events: the cocktail bar gives free rein to the unparalleled dexterity of the bartenders of Propino Bar Events, experts in flair. Focused on a very wide choice of alcohols and spirits, the straight bar distills a cozy atmosphere, while

the wine bars, liqueur bars, or the luxurious Champagne bars offer as many atmospheres as evening themes. Ideal to amaze your guests, these services are often exported to Paris in prestigious establishments and know how to stand out in the course of high-end receptions, on the Côte d'Azur and throughout France: the Propino show Bar Events has no borders.

Propino
BAR EVENTS

Propino Bar Events SAS
06 52 50 13 56

info@propinobarevents.com
www.propinobarevents.com



» GROUPE
CHOPARD
CANNES-MOUGINS

ESSAI - NOUVELLE DS3 E-TENSE

Plus loin, plus vite, PLUS INTENSE

DS met les watts avec la nouvelle DS3 E-Tense, full électrique, boostée par une motorisation portée à 115 kw (156 CV) et une autonomie très largement améliorée, lui permettant d'atteindre 402 km en cycle mixte WLTP. Pour la concession Chopard Cannes-Mougins, Maxime Aparicio en a pris les commandes avec tentation et curiosité : ancien pilote de kart au joli palmarès, il dirige aujourd'hui Cannes Karting, complexe indoor unique, qui propose à la location des karts... 100 % électriques.

Further, faster, more intense - DS puts the watts with the new DS3 E-Tense, full electric, boosted by an engine increased to 115 kw (156 HP) and a greatly improved range, allowing it to reach 402 km in the WLTP combined cycle. For the Chopard Cannes-Mougins concession, Maxime Aparicio took the helm with temptation and curiosity: a former kart driver with a fine track record, he now runs Cannes Karting, a unique indoor complex, which offers karts for hire... 100% electrical.



» 9.00. Departure from the Chopard dealership in Mougins, route du Cannet.

Cyril le Roux, the enthusiastic director of the site which markets Peugeot, Citroën, DS and Silence scooters, unveils the new DS 3 E-Tense, the 100% electric version of the French luxury brand. From the first glance, in its exclusive Rouge Diva dress, the stylistic evolution of the new DS 3 is noticeable, with a completely redesigned bumper and grille to optimize the aerodynamic performance of the vehicle.

The codes of the big luxury houses

Inside, it is the exclusive atmosphere of the great French luxury houses that prevails: Nappa leather, patinated Art Leather finish, upholstery of the seats in "watch strap" mode and "Clous de Paris" guilloché treatment (aesthetic finish from the world of fine watchmaking), bring a feeling of extreme refinement. Getting started is very easy thanks to the ergonomics of the controls and perfect readability. The DS3 soars in a cathedral silence...

» 9.00. Départ de la concession Chopard à Mougins, route du Cannet.

Cyril le Roux, l'enthousiaste directeur du site qui commercialise Peugeot, Citroën, DS et les scooters Silence, nous dévoile la nouvelle DS 3 E-Tense, version 100 % électrique de la marque de luxe française. Dès le premier abord, dans sa robe exclusive Rouge Diva, l'évolution stylistique de la nouvelle DS 3 est notable, avec un bouclier et une calandre entièrement reconçus pour optimiser les performances aérodynamiques du véhicule.

Les codes des grandes maisons de luxe

À l'intérieur, c'est l'ambiance exclusive des grandes maisons de luxe françaises qui prévaut : cuir Nappa, finition patinée Art Leather, confection des sièges en mode « bracelet de montre » et traitement guilloché « Clous de Paris » (finition esthétique issue du monde de la haute horlogerie), amènent une sensation d'extrême raffinement. La prise en main est très facile grâce à une ergonomie des commandes et une lisibilité parfaites. La DS3 s'élance dans un silence de cathédrale...

“ A l'intérieur de la nouvelle DS 3 E-Tense, c'est l'ambiance exclusive des grandes maisons de luxe françaises qui prévaut ”





9.30. Arrivée chez Cannes Karting.

Avec son gabarit, l'auto ne pourra de toute façon se frotter aux montures électriques de la piste de Cannes Karting, pourtant longue de 430 m avec son pont, ses montées et descentes...

Mais le parallèle est tentant : les kartings de Maxime, uniques dans la région, vous permettent de mettre la gomme en 100 % électrique, avec des sensations similaires aux modèles thermiques. Le parc de Cannes Karting se compose de 24 kartings adultes et 12 enfants. Construite par le Numéro 1 de la piste de karting à niveaux, la piste de Cannes Karting est recouverte d'une résine spécifique à l'adhérence similaire à celle des circuits de course professionnels !

Alors tant pis pour la gomme des pneus de notre DS3... Et direction les roches rouges de l'Esterel, via Théoule-sur-Mer et ses virages resserrés, plébiscités par les motards du monde entier.

DS 3 E-TENSE EN CHIFFRES

Puissance 156 CH
Autonomie jusqu'à 402 km
Capacité batterie 54 kWh
Volume de coffre 350 L
Prix à partir de 41.700 €

9.30. Arrival at Cannes Karting.

With its size, the car will in any case not be able to rub shoulders with the electric mounts of the Cannes Karting track, yet 430 m long with its bridge, its ascents and descents...

But the parallel is tempting: Maxime's go-karts, unique in the region, allow you to run 100% electric, with sensations similar to thermal models. The Cannes Karting Park is made up of 24 adult and 12 children's kartings. Built by the Number 1 in multi-level karting, the Cannes Karting track is covered with a specific resin with similar grip to that of professional racing circuits!

So too bad for the rubber tires of our DS3... And head for the red rocks of the Esterel, via Théoule-sur-Mer and its tight turns, acclaimed by bikers from all over the world.

“ Les machines de Cannes Karting, uniques dans la région, vous permettent de mettre la gomme en 100 % électrique, avec des sensations similaires aux modèles thermiques ”





Accélération et... freinage sportifs

Sur le trajet, Maxime apprécie la conduite et l'accélération linéaire de la voiture : « pas d'à-coups, et surtout un freinage qui a beaucoup plus de mordant que ses concurrentes » analyse-t-il. Un temps surpris par la sélection de la transmission en mode « Brake » qui permet la récupération d'énergie au freinage avec un frein moteur important, Maxime s'amuse par la suite à anticiper et adapter sa conduite en évitant de freiner...

Un peu difficile pour un pilote ! « Mais je suis très convaincu par le système » ajoute-t-il, ravi de « la puissance disponible et du très bon châssis qui permet de bien placer la voiture dans ses trajectoires ». Inaugurant le dernier moteur de 115 KW au tout nouveau couple moteur/batterie, la DS3 E-tense voit ses capacités dopées qui en font une sérieuse concurrente sur son segment.

Verdict pour Maxime Aparicio ? « Parfait comme choix de voiture familiale car elle autorise une très bonne autonomie, que jusqu'ici on retrouvait peu sur les modèles électriques de sa catégorie ».

Sports acceleration and... braking

On the way, Maxime appreciates the driving and the linear acceleration of the car: "no jolts, and above all a braking which has much more bite than its competitors" he analyzes. A time surprised by the selection of the transmission in "Brake" mode which allows the recovery of energy during braking with a significant engine brake, Maxime then has fun anticipating and adapting his driving by avoiding braking...

A little difficult for a pilot! "But I'm very convinced by the system," he adds, delighted with "the power available and the very good chassis which allows the car to be placed well in its trajectories". Inaugurating the latest 115 KW engine with a brand new engine/battery pair, the DS3 Intense sees its capacities boosted, making it a serious competitor in its segment.

Verdict for Maxime Aparicio? "Perfect as a choice of family car because it allows a very good autonomy, which until now we found little on the electric models of its category".

DS AUTOMOBILES : de la compétition nait l'innovation

En s'engageant dans le Championnat du monde ABB FIA de Formule E, DS Automobiles fait progresser l'électrification et l'évolution technologique de ses modèles de série.

DS Automobiles: innovation is born from competition - By participating in the ABB FIA Formula E World Championship, DS Automobiles is advancing the electrification and technological development of its production models.

Pour Eugenio Franzetti, directeur de DS Performance, « La compétition est un extraordinaire outil de recherche et développement. Un exemple très clair de tout cela est la récupération d'énergie de freinage, étudiée et poussée à l'extrême en Formule E, puis transférée à tous nos modèles électrifiés ». A titre d'exemple, aujourd'hui, la nouvelle DS 7 E-TENSE 4 x 4 360 embarque un logiciel de récupération d'énergie directement issu de la Formule E. Encore plus efficient que sur les modèles précédents, il optimise la gestion en analysant l'intensité de la pression exercée sur la pédale de frein et offre une qualité de freinage sans précédent.

For Eugenio Franzetti, Director of DS Performance, "Competition is an extraordinary research and development tool. A very clear example of all this is braking energy recovery, studied and taken to the extreme in Formula E, then transferred to all our electrified models". For example, today, the new DS 7 E-TENSE 4 x 4 360 features energy recovery software directly derived from Formula E. Even more efficient than on previous models, it optimizes management by analyzing the intensity of the pressure exerted on the brake pedal and offers unprecedented braking quality.



GRUPE CHOPARD CANNES

GRUPE CHOPARD CANNES-MOUGINS
 235 Route du Cannel - Mougins
Citroën : 04 92 18 38 10
DS : 04 93 43 88 66
Peugeot : 04 93 69 60 60
groupechopard.com



CANNES KARTING
 4 rue de la Praderie - Cannes-La bocca
04 93 47 12 97
canneskarting.com
 Différentes formules pour rouler - Contactez Cannes Karting pour un devis sur-mesure suivant vos besoins (groupe, événement...)



INVESTIR

“ Créez un patrimoine avec des revenus réguliers. ”



DES VÉHICULES VALORISÉS

Tout comme le bon vin, nous sélectionnons des modèles de véhicules qui cotent avec les années.



DES FLUX RÉCURRENTS

Avec notre activité de location B2B & B2C. Vous êtes commissionnés sur le nombre de locations que nous effectuons !

Les voitures de collection sont en plein essor. Ce qui fait grimper la cote de certains modèles !
Profitez de notre expertise pour réaliser votre premier investissement automobile.



+40%
sur 5 ans

Evolution de la cote d'une Jaguar Type E (mk1)
données 2023 site [classictrends.eu](https://www.classictrends.eu)



JE SOUHAITE INVESTIR

JE SOUHAITE METTRE EN
GESTION / LOCATION MON VÉHICULE

Je me rends sur [numaya.fr](https://www.numaya.fr)



ANTIBES SHARKS

Partenaires du IN Club depuis sa création, les Sharks d'Antibes rassemblent aujourd'hui plus de 180 entreprises de la région.

Equipe historique du Basket Français avec 3 titres de Champion de France, les Sharks d'Antibes représentent un bastion de la Ville d'Antibes et un pilier du sport Azuréen. Située dans une zone stratégique, l'antre des Sharks, l'Azurarena Antibes, est un stade alliant modernité, convivialité et design, certainement l'une des plus belles « Arena » de France. Profitant des derniers équipements en matière de son et de lumière, les matchs des Sharks sont de véritables spectacles s'inspirant de la NBA.

Un projet ambitieux

Sous l'impulsion de Freddy Tacheney, Propriétaire et Président des Sharks, le club a pour ambition de retrouver la Betclic Elite (1^{ère} division) dans les deux saisons à venir. Les Sharks d'Antibes représentent



le 1^{er} spectacle de la Ville d'Antibes et de la Communauté d'Agglomération de Sophia Antipolis en terme d'affluence

Un vecteur exceptionnel pour les entreprises

Avec plus de 3000 spectateurs en moyenne par match, l'univers Sharks attire également les entreprises, de la PME à l'enseigne nationale, pour qui les Sharks sont un véritable vecteur de communication, d'échanges et de valeurs positives. Avec près de 180 entreprises partenaires, et plus de 500 décideurs

dans les salons VIP de l'Azurarena les soirs de matchs, les Sharks sont devenus un acteur majeur de l'activité économique et institutionnelle locale. En atteste la création du «Sharks Business Club» en 2015, exclusivement réservé aux entreprises partenaires, dont la mission est de favoriser les échanges et le business entre ses membres.

Une dizaine d'évènements «business» sont programmés chaque saison (Speed Business Morning, Afterwork, Sharks Golf Cup,...) pour développer et entretenir le réseau des partenaires.

DÉCOUVREZ NOS OFFRES PARTENAIRES



**Ou contactez Florian Masson
au 06 12 05 87 29
f.masson@sharks-antibes.com**

ANTIBESSHARKS

ILS SONT IN' (ET PARTENAIRES DES SHARKS)



Laura Dubet et Patricia Pinto ont lancé en 2021 leur première agence Immoprêt (courtage en prêt immobilier et assurance emprunteur) en plein cœur de Sophia Antipolis. Deux ans après, elles ouvrent une seconde agence à Antibes. Toujours les mêmes sourires, toujours la même motivation et toujours l'envie féroce d'aller négocier les meilleures conditions pour vos financements immobiliers. Membre du In Club depuis 2021, Laura et Patricia sont de fidèles supportrices des Sharks.

“ On ne loupe presque aucun match, c'est une fierté pour nous de soutenir les Sharks. Les soirées Sharks mêlent convivialité et business, elles sont pour nous une occasion en or de développer notre réseau professionnel ”



Le Groupe SNADEC est le leader français indépendant du désamiantage et un acteur significatif en région PACA dans le domaine de l'assainissement. Créé en 1978, le Groupe SNADEC acteur de référence sur les métiers de la dépollution et des services à l'environnement est reconnu aujourd'hui comme un prestataire incontournable dans une multitude de domaines. Yoan Hazotte, directeur commercial de SNADEC Assainissement souligne l'intérêt du partenariat noué avec les Sharks en 2023 :

“ C'est très important pour notre groupe de soutenir les Sharks d'Antibes. C'est un grand club qui bénéficie d'une belle image dans la région. Visibilité, notoriété, business : l'offre des Sharks est complète et nous donne également la possibilité de remercier nos fidèles clients et partenaires et de faire découvrir les belles valeurs du basket à nos équipes. ”



Fondée il y a 10 ans, l'entreprise Chronoclim est spécialisée dans l'installation, la maintenance et le dépannage de systèmes de climatisation et chauffage. Qualité, efficacité et fiabilité sont les maîtres mots de Laurent Barreyre, Mickaël Giraud et Eric Depetris. Chronoclim intervient auprès des particuliers et des professionnels sur toute la Côte d'Azur, de Fréjus à Monaco. Fan absolu de Basket, Laurent Barreyre assiste régulièrement aux matchs des Sharks.

“ Les Sharks nous offrent une visibilité exceptionnelle, notamment auprès de notre cible professionnelle. Au delà des matchs, le club organise une dizaine d'évènements par an pour permettre aux partenaires de se rencontrer entre eux et de faire du business. Chronoclim est fier de soutenir les Sharks et nous espérons retrouver la Pro A la saison prochaine ! ”



Laura Dubet et Patricia Pinto, Immoprêt Sophia Antipolis

VOUS AUSSI, DEVENEZ PARTENAIRE DES SHARKS !

Entrez dans l'Arène et rejoignez la Sharks Family !

Devenez partenaire des Sharks et :

- Invitez vos clients, partenaires à partager l'expérience Sharks VIP le temps d'une soirée grâce à notre offre **Hospitalité**
- Développez votre réseau d'affaires et rencontrez les élus locaux, participez aux évènements du Sharks Business Club
- Communiquez et développez la notoriété de votre entreprise à travers différents supports de communication mis à votre disposition.

Loge réservée, Business Seats, Rooftop ou Golden Seats, découvrez nos offres "saison" ou choisissez un volume de places VIP utilisable sur les matchs de votre choix. Choisissez un support de communication adapté à votre objectif (Cube vidéo, panneaux Led, programme de match...) et touchez votre cible ! Offrez du Sharks à vos équipes ou partagez un team building d'exception ! Développez votre réseau d'affaires lors des évènements du Sharks Business Club !

Construisons ensemble un partenariat adapté à vos objectifs et à votre budget. Gagnons ensemble !



De gauche à droite : Florian Masson, Maelle Caverzagli, Floriane Pierret et Mathieu Le Naour.

VOS SÉMINAIRES ET SOIRÉES DANS UN CADRE **EXCEPTIONNEL**



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

SÉMINAIRE

De 7 à 140 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



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

LES VIGNOBLES CHEVRON VILLETTE

Comte Guillaume de Chevron Villette Vigneron



Château Reillanne



LA SAISON DES AFFAIRES ET DES
PLAISIRS PARTAGÉS !



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

TN 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 JUIN

DOSSIER SPÉCIAL Portraits de femmes

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

- > Actualités bancaires et financières
- > Tous dehors : l'aménagement outdoor
- > Préparer la rentrée

- > Ils (ré)ouvrent leurs portes : hôtel, restaurant, musée, lieu événementiel
- > Pays de Lérins : les grands chantiers

Parution le 5 juin

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



LES MAGAZINES
ET LE NOUVEAU
KIT MÉDIA EN LIGNE



Adhésion



LES NOUVEAUX MEMBRES



Notre agenda



Ils nous rejoignent



MICHAEL GIORDANO
contact@azur-360.com
LINDA TORCHE
linda@azur-360.com
AZUR 360
06 04 98 00 24
www.azur-360.com



HOTELS

MERYL COURNEIL
07 50 66 17 26
meryl.courneil@okkohotels.com
RENAUD SCALLIET
04 86 80 29 30
renaud.scalliet@okkohotels.com
OKKO HOTELS
okkohotels.com



MAISON DE BACON

LAURENT LE FUR
MAISON DE BACON
04 93 61 50 02
reservation@maisondebacon.fr
www.maisondebacon.fr



MAMY LEISING
SIBIR
07 55 82 05 03
contact@sibir.fr



STEPHANIE MANSUY
LD2I
06 08 27 26 80
sma@ld2i.com
ld2i.com



LAURENT GUIGLION
ALGORA
06 76 98 79 78
emora@dfm.fr
www.dfm.fr



MAXIME APARICIO
BOWLING / KARTING
LASER QUEST
06 25 46 27 31
laserquestantibes@gmail.com
www.laserbowling-antibes.com



MetLife

JOHANA BEDEL
METLIFE
06 84 89 44 03
johana.bedelalbert@metlife.fr
www.metlife.fr



GENEVIEVE SPECIALE
GREEN B GROUP
06 30 05 52 98
genevieve.s@greenb.eu
greenb.eu



ARNAUD GEOFFROY
ENGIT
06 04 51 56 18
ag@engit.fr
engit.fr



CLAUDIE CROIZET
MOUVEMENT COM
06 60 68 06 23
claudie@mouvementcom.fr
mouvementcom.fr



PATRICK BARBERO
TRANSPORTS BARBERO
04 93 31 61 29
patrick@barbero-transport.fr
barbero-transport.fr



NATHALIE PALADRE
INTERIMA
04 93 95 29 97
bureau.antibes@interima.com
interima.com



JEFF OTTONELLO
EDV ELECTRICITE DES
VALLEES
06 62 48 20 78
contact@edv-elec.fr
edv-elec.fr



JEAN-LOUP FEIGENSPAN
AJC INVEST
(POWER HOME BORNES DE
RECHARGE)
06 21 14 49 58
jlfe@powerhome.com



SEVERINE HURBAIN
MON COURTIER AUTO.FR
06 10 35 09 00
severine@mon-courtierauto.fr
mon-courtierauto.fr



SANDRINE DEDEYSTER
EVERIAL
06 23 66 38 55
sandrine.dedeyster@everial.com
everial.mc / everial.com



MICHAEL TAPIA
B PRESTIGE
06 76 48 34 48
michael@b-prestige.info
b-prestige.info



MEHDY LITIM
MC CAR RIVIERA
06 42 10 34 62
manager@mccarriviera.com
mccarriviera.com



LAURENCE MAISETTI
PERFORMANCE FORMATION
09 86 34 17 76 - 07 60 27 07 07
contact@performanceformation.com
performanceformation.com



STEPHANIE GARRIGUES
MON MEILLEUR BANQUIER .COM
07 68 09 45 81
s.garrigues@agencemmb.com
agencemmb.com



THIBAUT MOURIER
POP'BIKE
06 26 88 08 25
popbike-location@gmail.com
www.popbike.fr



CLEMENTINE MORIN

Ostéopathe D.O.
06 03 43 85 66
morinc.clementine@gmail.com



RAHIM GHARBI
BYRSA TECH
06 07 02 21 67
contact@byrsa.tech
byrsa.tech



ASTORIA FINANCE
Une société du Groupe Astoria

JOVANY MEZINO
ASTORIA FINANCE
07 61 39 89 64
jovany.mezino@astoriafinance.com
www.astoriafinance.com



STEPHANE ALEXANDRE
04 93 48 59 91
stephane.alexandre@clarelis-avocats.fr
EMILIE VIELZEUF
06 17 52 58 45
emilie.vielzeuf@clarelis-avocats.fr
CLARELIS AVOCATS



JOHAN IPERT
BLUE STONES ARCHITECTES
06 60 45 89 09
bluestonesarchitectes@gmail.com



ALEXANDRA MOISSETTE
AGENCE TAPIS ROUGE
06 24 20 28 72
alex@agencetapisrouge.com
agencetapisrouge.com



ROMAIN MIELLE-CHIROUZE
ANVM CONSULTING
06 59 90 07 62
romain@anvmconsulting.com
anvmconsulting.com



THOMAS SOMMER
EKLABUL
06 09 79 75 72
thomas@eklabul.com
www.eklabul.com



JEROME BERNARD
DFM
06 76 98 79 78
jerombernar@yahoo.fr
www.dfm.fr



KEVIN TRUCCHI
CENTURY 21 DOMUS IMMOBILIER
domusimmobilier@century21.fr
06 44 39 07 09
century21.fr



GILBERT BLAISE
GLOBAL HEART WATCH
06 10 60 45 97
gilbert.blaise@globalheartwatch.com
www.globalheartwatch.com



NICOLAS BOSSARD
NEMATIS
07 48 13 49 82
nbossard@nematis.com
nematis.com



JULIETTE HANIN
SCANDINAVIAN CLEAN
06 76 38 18 18
juliette.hanin@scandinavianclean.com
scandinavianclean.com/fr/

Ils nous renouvellent leur confiance



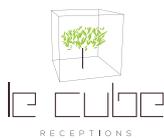
EMMANUELLE TOPIE
CANTEMERLE
06 64 27 33 91
commercial@hotelcantemerle.com
hotelcantemerle.com



ETIENNE ANDREONI
SII
06 30 82 55 69
eandreoni@sii.fr
sii.fr



NATHALIE SAURIN
FIDAL
06 07 60 21 24
04 92 96 02 96
nathalie.saurin@fidal.com
fidal.com



CHRISTELLE DAIRE
LE CUBE RÉCEPTIONS
04 93 36 67 68
contact@lecube-receptions.com
www.lecube-receptions.com



MICHEL BLASI
LE SIS GROUPE
04 93 66 00 00
le-sis-groupe.com



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



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



CHRISTOPHE SELVES
COMLIGHT
06 89 25 08 42
christophe-selves@comlight.fr
comlight.fr

OFFRE DE PARRAINAGE

Parrainer c'est gagner !

IN
CLUB
BY IN GROUPE

1 parrainage



OFFERT : 1 coffret
Chevron Vilette
3 couleurs



2 parrainages

OFFERT : 4 entrées pour
Marineland et Kid's Island



3 parrainages

OFFERT : 1 page dans IN Magazine
(valeur 4800 €)



...Et pour votre
FILLEUL(LE)

OFFERT : 1 coffret
Chevron Vilette
3 couleurs



IN CLUB BY IN GROUPE



REJOIGNEZ *le club le plus fou*
DE LA CÔTE D'AZUR !

TARIFS 2023

➤ **NON PARTENAIRE**
2000 €

➤ **DÉJÀ PARTENAIRE**
1500 €

Engagé avec le magazine
IN Magazine au moment
de l'adhésion

Ce tarif comprend :

- **L'accès à nos événements :**
3 à 4 rendez-vous mensuels
à des tarifs préférentiels
- **Des soirées business**, afterwork
et speed business meeting
- **Des 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**

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



www.in-magazines.com

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



Vendredi 17 mars à 12 h

> IN THE HARBOR

Rendez-vous à midi à St Laurent du Var au restaurant People by l'Atoll pour un déjeuner Business en rotation et en toute convivialité pour partager votre bonne humeur !

Vendredi 24 mars à 7 h 30

> IN THE SNOW

Rendez-vous le vendredi 24 mars pour une journée de glisse dans la station d'Isola 2000.

Et pour les non-skieurs, sortie raquette pour aller rencontrer le YETI, et OUIIII



Jeudi 6 avril à 8 h

> IN LE SALON LE DEJ

Déjeuner Business en rotation lors de ce rendez-vous exceptionnel, le IN SALON !

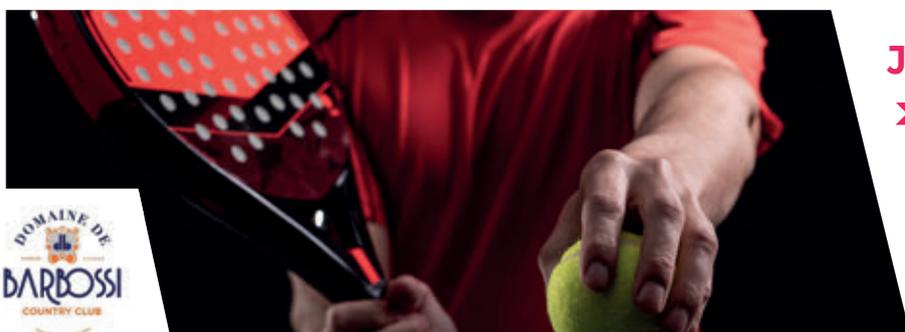
Au programme: 200 convives qui changent de tables à chaque étape du repas pour un maximum de rencontres business le temps d'un déjeuner

Jeudi 11 mai à 18 h 30

> ESCAPE GAME IN CHOPARD

Découvrez un escape games hors du commun avec Unite Box lors de cette soirée au sein de la concession CHOPARD de Cannes Mougins

Développez votre business en vous amusant



Jeudi 25 mai à 18 h 30

> PADEL IN THE NIGHT

Nous vous attendons pour cet événement exceptionnel au Padel Club de Barbossi à Mandelieu Découvrez ce sport incontournable accessible à tous par sa facilité et son côté ludique !

IN CLUB
BY IN GROUPE

INSCRIPTIONS
www.in-magazines.com



**ON DIT QUE NICE EST
LA PLUS ANGLAISE
DES VILLES
FRANÇAISES.**

**VÉRIFIEZ-LE
CHAQUE JOUR SUR
BFM NICE**



**BONSOIR
LA CÔTE D'AZUR**
à partir de 17h
avec Céline Moncel

BFM
NICE
CÔTE D'AZUR

comment voir la chaîne



application dédiée

INFO LOCALE | SERVICES | PROXIMITÉ



Restaurant Eden-Roc

Entrez dans la légende le temps d'un déjeuner.

CONCEPT CULINAIRE

Notre buffet Eden-Roc est le reflet de tout ce que notre terroir a de plus beau à offrir. Les saveurs méditerranéennes sont mises en avant et les produits de nos artisans et agriculteurs tiennent un rôle majeur. Le banc de l'écailler est composé d'une sélection de coquillages et crustacés de nos côtes. Notre maître fromager a choisi pour nous ses plus beaux fromages affinés. Côté gourmandise, une collection de pâtisseries «maison» au fil des saisons.

INFORMATION

Restaurant ouvert à la clientèle extérieure (sur réservation). Une tenue correcte est exigée.
Horaires : de 12h30 à 14h30

CONTACT

Boulevard J.F. Kennedy, CS 10029,
06605 Antibes Cedex, France
restauration.hdcer@oetkercollection.com
+33 (0)4 92 93 32 02





IN SALON

BY IN GROUPE

Développez votre business dès maintenant!

PRENEZ RENDEZ-VOUS
AVEC LES EXPOSANTS



RÉSERVATION EN LIGNE
www.in-lesalon.com

6 AVRIL
2023
PALAIS NIKAI A

**ENTRÉE
GRATUITE**
Réservée aux dirigeants