

Contenus enrichis, navigation adaptée pour les nouveaux usages de lecture
sur tablettes, smartphones et ordinateurs...

Découvrez la nouvelle version 100% digitale d'Azur Entreprises
sur www.cote-azur.cci.fr



@azur

ENTREPRISES & COMMERCE

LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE DE LA CÔTE D'AZUR

110



QUE LA FORCE DU **RÉSEAU** SOIT AVEC VOUS !

Pourquoi et comment les acteurs
de l'économie de la Côte d'Azur jouent avec réussite
des réseaux professionnels.

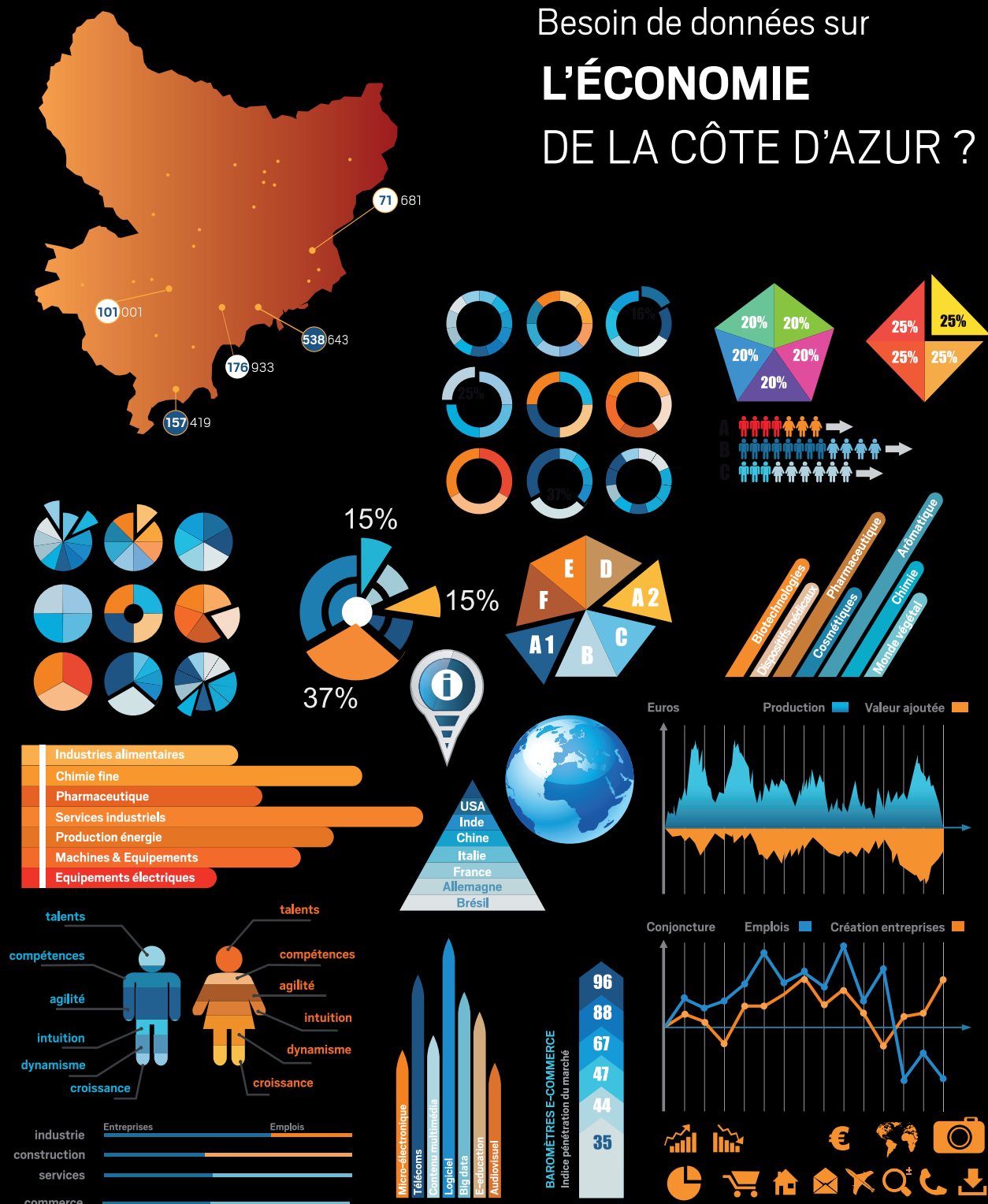
une publication de la



CCI NICE CÔTE D'AZUR

P.14 | P.18

Besoin de données sur **L'ÉCONOMIE** DE LA CÔTE D'AZUR ?



Avec « Economie06 », développez vos affaires, pilotez votre croissance !

Économie 06 est un service en ligne de la CCI, il fournit les données économiques principales du territoire azuréen, les études économiques, les annuaires d'entreprises et des tableaux de bord. Pour mener une veille stratégique, étudier votre marché afin de mieux maîtriser votre environnement business et pour vous permettre de piloter le développement de votre entreprise.

plus sur www.economie06.fr

ÉCONOMIE06

SYSTÈME D'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE ET TERRITORIALE

un service





Sommaire

N° 110 JAN/FEV 2016

Actus

Promotion ■ p.4

Je consomme Côte d'Azur

Interview ■ p.6

Frédéric Jouve, Pdg des Sharks

Transports ■ p.7

Privatisation de l'aéroport :
l'appel d'offres fait réagir

Innovation ■ p.8

La Frech Tech Côte d'Azur
au retour de Las Vegas

Conjoncture ■ p.12

Les perspectives de
l'économie azurénne pour 2016

Dossier

Réseau ■ p.14/17

Pourquoi et comment les professionnels
azuréens cultivent l'atout réseau

Enjeux

Terrain ■ p.18

Intempéries : où en est
l'aide aux entreprises sinistrées?

Développement durable ■ p.20

Les entreprises de la côte se bougent

La boîte à outils de l'entreprise

Formation ■ p.22

5 jours pour entreprendre

Nouveaux services ■ p.23

Une DRH mutualisée en ligne

Trajectoires

Molinard ■ p.24

Bleu de France ■ p.24

Eurofins ■ p.25

Bernard KLEYNHOFF

Président de la Chambre
de Commerce et d'Industrie
Nice Côte d'Azur



**Virtuel ou réel, l'échange entre acteurs est la base du
développement économique d'une entreprise, voire d'un
territoire.**

Les réseaux French Tech Côte d'Azur, les fédérations de commer-
çants ou les rencontres *networking* sont des exemples concrets
d'accélérateur d'opportunités. Des exemples à déployer auprès du
plus grand nombre d'entreprises azuréennes.

C'est l'envie de partager, de créer un réseau, de travailler ensemble
pour mailler notre territoire. En tant qu'acteurs économiques
locaux, vous êtes nos interlocuteurs privilégiés : vous pouvez
compter sur nous pour vous accompagner dans le développement
de vos projets.

Nous devons également être unis et solidaires dans les moments
difficiles. C'est l'objectif de la campagne « Je consomme Côte
d'Azur » : motiver les consommateurs à soutenir l'économie
azurénne, en privilégiant le tissu commercial local pour leurs
achats.

Je vous laisse découvrir toutes ces informations dans ce numéro.
Bonne lecture et que la force du réseau soit avec vous !

> retrouvez Bernard Kleynhoff
sur le blog @president

www.cote-azur.cci.fr/Rubriques-CCI/PRESIDENT

En utilisant Satimat Green et
CyclusOffset plutôt qu'un papier non
recyclé, l'impact environnemental du
magazine Azur Entreprises est réduit de :

3 984
kg de matières envoyées en
décharge

900
kg de CO₂

9 004
km parcourus en voiture
européenne moyenne

99 568
litres d'eau

12 245
kWh d'énergie

6 472
kg de bois

Sources : L'évaluation de l'empreinte
carbone est réalisée par Labella Conseil
conformément à la méthodologie Bilan
Carbone®. Les calculs sont issus d'une
comparaison entre le papier recyclé
considéré et un papier à fibres vierges
selon les dernières données disponibles
du European BREF (pour le papier à
fibres vierges). Les résultats obtenus ont
été soumis à validation technique et sont
sujets à modification.



Le magazine est imprimé
sur un papier recyclé
fabriqué en France, issu
du tri sélectif pratiqué
dans l'hexagone.



suivez-nous sur



Editeur
Chambre de Commerce et d'Industrie
Nice Côte d'Azur - 20, boulevard Carabacel
BP 1259 - 06005 NICE CEDEX 1

Directeur de la publication
Bernard KLEYNHOFF, Président

Directeur du comité de rédaction
Jean-Pierre SAVARINO, Vice-président

Rédacteur en chef
Christian PROUD-DIAZ, Responsable pôle éditorial
christian.prouddiaz@cote-azur.cci.fr

Conception-Rédaction-Réalisation
Service Editions - Direction de la
Communication - Chambre de Commerce
et d'Industrie Nice Côte d'Azur
Tél. : 04 93 13 73 93 - Fax : 04 93 13 73 24
E-mail : azur.entreprises@cote-azur.cci.fr

Impression : Trulli (Vence, 06)

Tiré à 55 000 exemplaires

Dépôt légal à parution / ISSN 1296 - 3755
La reproduction, même partielle, de tout matériel publié
dans ce magazine est interdite (loi du 11/03/57)



Flashez ce code
et accédez
directement à
l'ensemble des
apps pour
smartphone
de la CCI
Nice Côte d'Azur



Régie publicitaire contactez Michèle Dabbène au 04 93 13 73 93 ou par mail : michele.dabbene@cote-azur.cci.fr

■ **PROMOTION.** L'OBJECTIF DE CETTE INITIATIVE : MOTIVER LES CONSOMMATEURS À SOUTENIR L'ÉCONOMIE AZURÉENNE, EN PRI POUR LEURS ACHATS DE FIN D'ANNÉE, DURANT LES SOLDES... MAIS AUSSI TOUTE L'ANNÉE!

« JE CONSOMME CÔTE D'AZUR », CREDO DE LA CAMPAGNE DU COMMERCE ET DES SERVICES LANCÉE PAR LA CCI ET SE



Plus que jamais, il fallait donner un coup de pouce ! Croissance atone, impact des attentats sur le comportement des consommateurs, montée en puissance du commerce sur internet, sans oublier les énormes dégâts causés par les intempéries du 3 octobre pour de nombreux commerces, professionnels du tourisme, des loisirs et entreprises de services... Pour cela, la CCI a choisi de jouer sur l'esprit de solidarité des azuréens (comme des touristes résidant sur la Côte d'Azur lors des fêtes) pour soutenir leur économie. Directement. « Chacun est concerné : il en va de l'animation des quartiers, des centres des villes et des villages, du dynamisme économique et de l'attractivité de la destination Côte d'Azur et bien sûr, de l'emploi », souligne Bernard

Kleynhoff, Président de la CCI qui est à l'initiative de l'opération. Une opération médiatique qui vient compléter l'action de terrain que mène la CCI au quotidien pour accompagner et dynamiser l'économie du département.

Rapidement mise en place fin 2015 à l'occasion des fêtes de fin d'année et début 2016 pour la période des soldes, l'opération repose sur un visuel de campagne jouant l'implication des consommateurs, affirmant un message : « Je consomme Côte d'Azur ». Ceci, tout en mettant en valeur les principales motivations à faire ce choix pour ses achats, particulièrement pour les périodes phares des fêtes de fin d'année et de soldes. Et en

concluant sur une valeur que chacun peut partager : « Soyons tous solidaires avec notre économie ». Lancée le 7 décembre avec une pleine page dans le quotidien Nice-Matin, la campagne a été déployée largement sur les Alpes-Maritimes. Une opération partenariale avec les collectivités locales et les fédérations des associations de commerçants. Plusieurs villes et communautés d'agglomération* ont en effet décidé de soutenir l'opération en lui offrant des supports : affichage dans les abribus, faces de bus ou encore flancs du tramway à Nice, etc.

La CCI entend inscrire son initiative dans la durée, au-delà de la période stratégique des fêtes et des soldes. Un second visuel jouant

■ **DÉPLACEMENTS.** GROS PROGRAMME EN VUE POUR LA SECTION DE L'AUTOROUTE A8 DANS LE DÉPARTEMENT. UNE NOUVELLE

VINCI INVESTIT 64 MILLIONS POUR L'AUTOROUTE DANS LE 06

Vinci Autoroutes, qui gère l'A8 au travers d'Escota à Mandelieu, prévoit 64 millions d'euros dans plus d'une dizaine d'opérations, afin d'améliorer la mobilité du quotidien et renforcer l'insertion environnementale de ses infrastructures dans le département. Une bonne partie de ces investissements (16 M€ pour un coût total de 60 M€ pour cet équipement) sera mise dans la phase finale de la construction du nouveau tunnel de la borne romaine à la Trinité. Le raccordement de ce tunnel à l'autoroute aura lieu pendant l'été

pour que, dès l'automne, les premiers véhicules circulent dans ce nouvel ouvrage en direction de Monaco, dans une configuration provisoire.

Création d'une nouvelle sortie à Sophia Antipolis. Chaque matin, à l'heure de pointe, plus de la moitié des 100 000 véhicules circulant sur A8 en direction d'Aix-en-Provence, emprunte la sortie n°44 pour rejoindre Antibes ou Sophia Antipolis. Intégrée dans le projet plus global d'aménagement lié au futur bus à

haut niveau de service porté par la Communauté d'Agglomération de Sophia Antipolis (CASA), une nouvelle sortie (7 M€ de budget pour les travaux) permettant un accès plus direct via une trémie complètera le dispositif existant. Ce nouvel aménagement sera mis en service avant l'été, et permettra aux conducteurs d'accéder de manière plus directe et plus fluide à Sophia Antipolis.

Les autres volets de ce programme d'investissement visent la mise aux standards des via-

VILÉGIANT LE TISSU COMMERCIAL LOCAL

DE PROMOTION S PARTENAIRES



Studio Dinkymage

sur la notion d'équipe sera décliné tout au long de l'année 2016, pour inciter les consommateurs de l'ensemble du département à soutenir leur économie par leurs achats. Là encore, de nombreuses collectivités ont été sollicitées pour s'associer à l'initiative et déployer la campagne sur leur territoire. ■

En savoir + 0 800 422 222
www.cote-azur.cci.fr

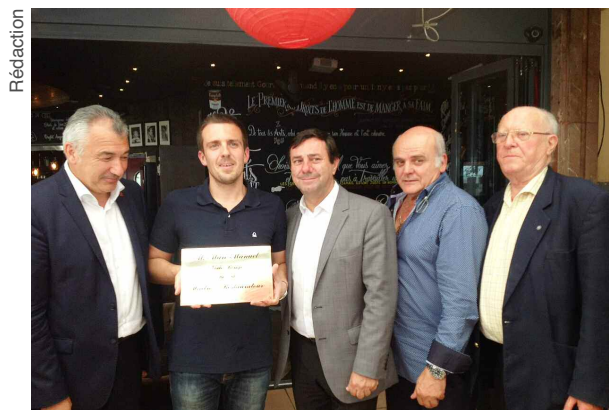
*Communautés d'agglomération des Pays de Lérins, de Sophia Antipolis, de la Riviera Française, Métropole Nice Côte d'Azur, villes d'Antibes, Biot, Cannes sur Mer Cannes, Carros, Grasse, Mouans-Sartoux, St-Laurent du Var, Villeneuve Loubet...

E SORTIE SOPHIA ANTIPOLIS EST PRÉVUE.

ducs (6 M€), la modernisation des péages (10 M€), l'amélioration de l'accès à Menton (7 M€), la fluidification de la sortie Nice Est (2 M€) ou encore la réduction des nuisances phoniques (8 M€) avec la mise en place d'enrobés phoniques réduisant de manière significative les bruits de roulement des véhicules. En juin 2016, 8 kilomètres d'autoroute feront peau neuve entre les échangeurs d'Antibes Ouest et de Cannes-Mougins. Les travaux sont programmés pour être réalisés entre mi-avril et début juin. ■

■ **TALENTS.** EXIGEANT, LE TITRE DE MAÎTRE RESTAURATEUR DISTINGUE LES MEILLEURS DE LA PROFESSION.

MAÎTRES RESTAURATEURS: NOUVELLES PLAQUES POUR LE 06



Parmi les nouveaux Maîtres Restaurateurs azuréens qui ont reçu leur plaque au cours des derniers mois : La Voile rouge à Saint-Laurent du Var.

Seul titre délivré par l'Etat, la qualité de Maître-Restaurateur valide l'engagement du candidat à répondre à 3 grandes familles de critères : produits de la table et composition de la carte, service à table et information du client, aménagements et présentation. Un titre pour lequel la CCI s'est engagée aux côtés des professionnels, en collaboration avec l'Association Française des Maîtres-Restaurateurs (AFMR), créée en 2010. La CCI a en effet accompagné de nombreux restaurateurs pour l'obtention du titre et édité dès 2013 le Guide des Maîtres-Restaurateurs (également disponible en ligne sur son site). En février 2016, lors du Salon Agecotel, a été lancée la 3e édition qui répertorie les 93 titrés à fin novembre 2015. Les Alpes-Maritimes sont ainsi dans le top 5 national et le premier département de la région PACA en nombre de Maîtres-Restaurateurs.

Marc Manuel, patron de La Voile Rouge à Saint-Laurent du Var, s'est vu remettre en juin dernier la plaque de Maître-Restaurateur en reconnaissance d'une cuisine bistrannique et gourmande, faite de

produits frais et de saison. Son concept? Une brasserie avec vue mer, chaleureuse, proposant burgers originaux, grillades et assiettes gourmandes. La cérémonie s'est déroulée en présence de Laurent Lachkar, Vice-président de la CCI Nice Côte d'Azur, Joseph Segura, Maire de Saint-Laurent du Var, Théo Mansi, Association Française des Maîtres-Restaurateurs et Hubert Boivin de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (photo ci-dessus).

La délégation départementale 06 de l'Association Française des Maîtres-Restaurateurs, créée en janvier 2015, est présidée par Théo Mansi. Elle fédère et anime un réseau des Maîtres-Restaurateurs azuréens par l'échange de bonnes pratiques, la mutualisation de services et garantit du respect du cahier des charges incombant au titre. ■

En savoir + www.cote-azur.cci.fr
www.maitresrestaurateurs.com
maitresrestaurateurs06.wordpress.com
La voile rouge - 1 67 Prom. des Flots Bleus,
06700 Saint-Laurent-du-Var - 04 93 31 08 01
www.voile-rouge.fr

BOURSE DE L'APPRENTISSAGE

ENTREPRISES
→ DÉPOSEZ VOTRE OFFRE → CONSULTEZ LES PROFILS

APPRENTISSAGE06.FR

un service
CCINICE CÔTE D'AZUR

■ **RÉUSSITE.** L'ÉQUIPE DE BASKET ANTIBOISE SIGNE UN PARCOURS DIGNE DES PLUS BELLES «PÉPITES» DE L'ÉCONOMIE AZURÉENNE. SON MANAGER EXPLIQUE SON APPROCHE.

FRÉDÉRIC JOUVE : «LES SHARKS, C'EST UNE VRAIE START UP»

Les Sharks, c'est une belle success story : l'équivalent dans le sport de la réussite de certaines pépites de l'économie azurée. Freddy Tacheny, l'actionnaire majoritaire du club, a nommé Frédéric Jouve jusqu'alors vice-président et Directeur Général au poste de Pdg pour saluer le travail accompli avec une remontée en Pro A, intervenue 5 ans en avance sur l'agenda "Sharks 2020". L'équipe a terminé 2015 en étant victorieuse de la Leaders Cup Pro B et l'accession - acquise dès juin - à la Pro A. Mais le club s'est aussi doté d'une dynamique économique forte. Ainsi, l'équipe au grand complet est également venue à la CCI le 27 janvier, pour une séquence de networking avec des chefs d'entreprise azuréens et leur présenter sa plateforme Business club (voir plus loin).

La vision de Frédéric Jouve? Un club de sport aujourd'hui se doit d'être une entreprise. «Elle crée de l'emploi, génère une économie conséquente et fait travailler plus de 300 entreprises et fournisseurs prestataires que ce soit au niveau local, départemental et national, indique le Pdg des Sharks. Par exemple l'année dernière, nous avons payé près de 2000 factures. Je compare notre club, qui je le rappelle est en pleine reconstruction, à une start up. La donne économique a changé, l'écosystème a muté et les structures professionnelles sportives qui ne sont pas taillées pour cette nouvelle



compétition se préparent à des lendemains difficiles. Nous sommes dans un territoire très compliqué et nous sommes probablement un des clubs de basket les plus difficiles à développer dans une région où nous avons toutes les offres de divertissement sous le nez, y compris le climat pour commencer, où dès les premiers beaux jours nous hésitons à nous enfermer dans une salle, mais aussi l'offre de divertissement proposée dans la région comme les concerts, le théâtre et pléthore d'offres de spectacles sportifs de haut niveau (football, volley, rugby, hockey,...). Face à ces enjeux, Les Sharks Antibes Côte d'Azur sont sur les bons rails aux plans économique et sportif. ».

L'équipe antiboise s'est également dotée d'un Business club regroupant des entreprises (plus sur www.sharks-antibes.com) mais aussi des partenaires comme la CCI. Ses maîtres mots : convivialité et échanges durant les rencontres, avant le match, à la mi-temps et surtout le dîner d'après match, qui sont l'occasion de faire se rencontrer des chefs d'entreprise qui sont plus accessibles et plus détendus que derrière leur bureau. ■

En savoir +
www.sharks-antibes.com

L'info minute

DES ZTI SUR LA CÔTE D'AZUR

Dans le cadre du projet de loi Macron, l'Assemblée nationale a voté le 13 février la création de "zones touristiques internationales" (ZTI). Nice et Cannes, mais également Cagnes-sur-mer avec Polygone Riviera et Saint-Laurent-du-Var avec Cap 3000 - villes qui n'étaient pas initialement prévues - obtiennent leur ZTI. Dans les périmètres retenus, les commerces pourront ouvrir tous les dimanches de l'année et le soir, jusqu'à minuit. Deux autres villes (Deauville et le centre commercial Val d'Europe près de Disneyland Paris) ont également leur ZTI. Objectif : surtout faciliter les ouvertures dominicales et plus tardives durant la saison touristique et les périodes de forte affluence.



Contenus enrichis, navigation adaptée pour les nouveaux usages de lecture sur tablettes, smartphones et ordinateurs...

Découvrez la nouvelle version 100% digitale d'Azur Entreprises, le magazine économique de la Côte d'Azur.



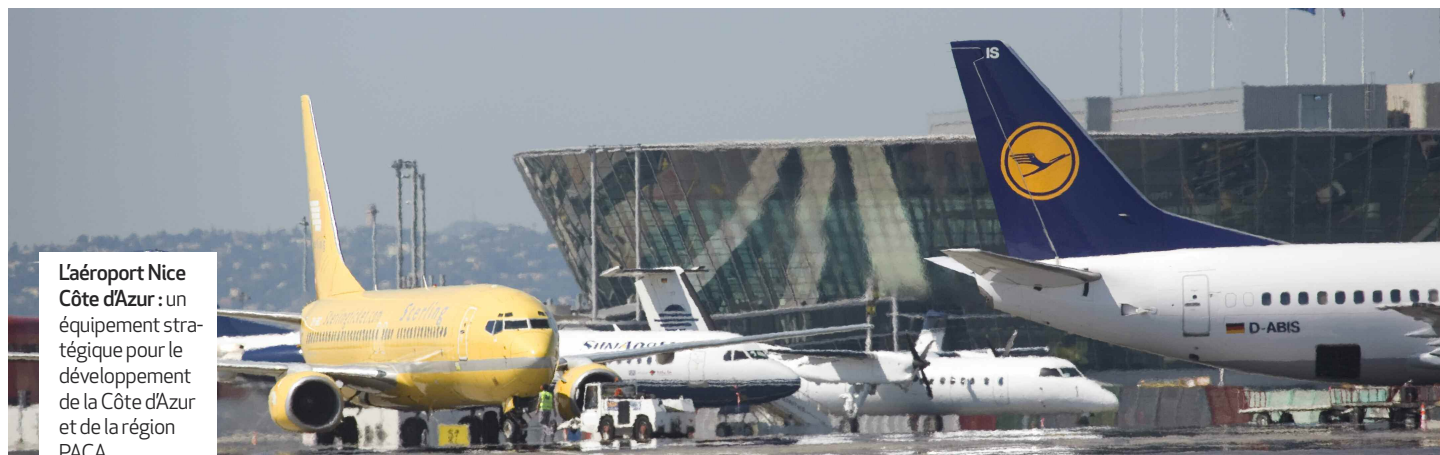
une publication

FAIRE AVANCER TOUTES LES ENVIES D'ENTREPRENDRE

CCI NICE CÔTE D'AZUR

■ **TRANSPORTS.** LA PRIVATISATION DES AÉROPORTS DE NICE ET DE LYON, INSCRITE DANS LA LOI MACRON FAIT L'OBJET D'UN APPEL D'OFFRES. AU VU DU CAHIER DES CHARGES, LA CCI N'ENVISAGE PLUS DE VENDRE SES PARTS.

AÉROPORT : RÉACTION SUR LE PROJET D'APPEL D'OFFRES



Photothèque CCINCA

L'aéroport Nice Côte d'Azur : un équipement stratégique pour le développement de la Côte d'Azur et de la région PACA.

Après la finalisation de la vente de la part de plus de 50 % des parts de l'Etat dans l'aéroport de Toulouse à un consortium chinois n'ayant quasiment pas d'expérience aéroportuaire, l'appel d'offres pour la vente des 60 % que détient l'Etat dans l'aéroport niçois (le processus pour la plateforme de Lyon semble décalé) génère un fort mécontentement sur les critères exigés...

Lors d'un point sur le dossier, organisé le 12 février dernier par Christian Estrosi, président de la Métropole Nice Côte d'Azur (qui détient 5 % du capital de la société anonyme Aéroports de la Côte d'Azur, gestionnaire) et Président de la Région Provence Alpes Côte d'Azur (qui détient 5%), le cahier des charges défini par l'Etat était au cœur du débat. Bernard Kleynhoff, Président de la CCI Nice Côte d'Azur (25 % du capital), qui préside également le conseil de surveillance de la société aéroportuaire réagit : « Depuis le premier jour de l'idée de privatisation, notre action a toujours été de préserver les intérêts d'accessibilité, d'attractivité et de compétitivité de notre territoire, irrigué par les plateformes aéroportuaires de Nice Côte d'Azur et Cannes-Mandelieu. Nous avons étudié toutes les hypothèses imaginables pour jouer dans les meilleures conditions notre rôle de partenaire local. Cependant, nous venons tout juste de recevoir le 1^{er} février le projet de cahier des charges sur lequel nous devons réagir dans un temps très court pour un dossier de cette importance : l'Etat exigeant un retour pour le 15 ! Or, il se trouve que la version actuelle de ce cahier des charges comporte de nombreuses incertitudes, notamment envers le contrat de compétitivité territoriale. Et il nécessite de très nombreux amendements... D'autre part, des conditions préalables que nous avions proposées très en amont et présentées comme

« Nous demandons des garanties en faveur de l'économie locale. »

Bernard Kleynhoff
Président de la CCI Nice Côte d'Azur

impératives n'ont que très partiellement été reprises, certaines étant catégoriquement écartées, ou appelant un simple « point de vue » des candidats acquéreurs. Enfin, je reviens sur ces délais trop courts imposés sur ce projet de cahier des charges. Il faut que les acteurs locaux aient le temps et le recul nécessaires pour

construire et proposer une vraie stratégie de partenariat et de développement avec les futurs acquéreurs. En clair, la solution de prudence et de raison pour l'actionnaire que nous sommes - et gestionnaire historique des aéroports - est de nous en tenir une position de principe de protection : il est impératif que les actionnaires locaux gardent collectivement une minorité de blocage. Ce qui nous impose de ne pas vendre nos participations dans la SAACA. » ■*

* CCI Nice Côte d'Azur (25 %), Métropole Nice Côte d'Azur, Conseil départemental des Alpes-Maritimes, Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur (5 % chacun)

COLLECTEUR RÉGIONAL INTERCONSULAIRE

TAXE D'APPRENTISSAGE 2016

date limite de versement : 29 février

500 000 entreprises nous font déjà confiance.

Nos conseillers sont à **votre écoute**, au quotidien

Sûre et pratique : **votre déclaration en ligne** ou par courrier

Vous investissez **au bénéfice de votre territoire**, pour former vos futurs collaborateurs

Entreprises azuréennes, la CCI Nice Côte d'Azur est votre partenaire de proximité avec des prestations et outils gratuits pour votre déclaration, mais aussi toute l'année pour vous accompagner sur l'apprentissage : assistance technique et réglementaire, information.

* numéro vert - appel gratuit depuis un poste fixe

un service

CCINICE CÔTE D'AZUR

FAIRE AVANCER TOUTES LES ENVIES D'ENTREPRENDRE

■ **INNOVATION.** LA FRENCH TECH CÔTE D'AZUR ÉTAIT EN FORCE AU CES DE LAS VEGAS EN JANVIER. FEELIGREEN, MYXYTY, OPTIS QUELQUE 190 START-UP FRANÇAISES QUI ÉTAIENT DU VOYAGE FRENCH TECH AU GRAND SALON DE L'ÉLECTRONIQUE GRAND PUB



LA FRENCH TECH REVIENT DU PLUS HIGH TECH MON

Au cœur du marché mondial ! Certes, ce n'était pas la première fois que des start-up azuréennes exposaient sous l'aile French Tech au Consumer Electronic Show (CES) de Las Vegas, reconnu comme le plus grand événement mondial high-tech et événement incontournable pour les entreprises innovantes aspirant à devenir l'une des fameuses «licornes» : les start-up des nouvelles technologies promises à un bel avenir et qui ont les moyens de leurs ambitions sans devoir passer par la cotation boursière. L'an dernier, à ce titre, BBright, Qwant, MXM, Wildmoka et Wyplay avaient porté le flambeau. Mais cette année, c'était bien la première fois que des jeunes pousses y participaient sous leur propre bannière French Tech Côte d'Azur : Myxyty, Feeligreen, Gayatech, Qwant, Optis World, Spin-off, Wyplay... Ce que leurs dirigeants ont retiré du voyage? Quelques exemples.

Olivier Courtade (Myxyty à Sophia Antipolis) ne cache pas sa satisfaction. Le spécialiste de la domotique et de la maison connectée est monté il est vrai dans des conditions privilégiées. Grâce à la forte croissance de son chiffre d'affaires, il avait obtenu le Pass French Tech accordé à quelques start-up françaises

en pleine accélération et disposait d'un stand de 20 m². Il avait aussi soigné sa participation en présentant une innovation de rupture : sous la griffe du célèbre designer Ora-ïto, une "box musicale" connectée à des capteurs qui fait rentrer la domotique dans la maison par le biais de la musique. *"Je suis souvent aux Etats-Unis, mais je n'avais jamais exposé au CES, estimant qu'il fallait y venir en présentant un produit qui avait un sens pour ce type de salon"* explique-t-il. *"Mon objectif était donc de montrer au marché notre nouvelle box musicale, une innovation qui a l'ambition d'être mondiale. L'autre objectif était de trouver des partenaires pour aider à la commercialiser et pour assurer la fabrication. Sur ce point les résultats ont été excellents. Nous avons eu entre autres des contacts avec Harman Kardon (fabricant d'enceintes) et je pars en Chine, à Shenzhen, pour concrétiser des options pour la fabrication. Nous avons d'autre part reçu sur le stand des dirigeants de Samsung que nous rencontrerons de nouveau à Barcelone au Mobile World Congress du 22 au 25 février".*

Fondateur de Feeligreen (dermo-innovation) à Sophia Antipolis, Christophe Bianchi, comme Alain Tixier de Spin-Off, est monté sous l'aile du Pôle SCS (Solutions communicantes

sécurisées). *"C'était notre première présentation de produits grand public. Nous avons pu rencontrer des partenaires développement sur la zone Amérique du Nord... et conclu des contrats ! Outre l'effet CES, c'est aussi lié au fait que nous avons ouvert une filiale américaine à Palo Alto en octobre. Suite à des rendez-vous préparés à l'avance, nous avons d'autre part rencontré des investisseurs. Avec une cerise sur le gâteau : nous avons bénéficié de visites non planifiées qui valent de l'or."*

Pour Alain Tixier, qui présentait son "coussin connecté" pour seniors, une innovation made in Côte d'Azur, c'était également une première. *"C'est au CES que l'on rencontre les grands patrons français. Ainsi, le patron des postiers est passé incognito sur notre stand. Il a vu que, grâce à nos capteurs, les personnes âgées pouvaient se faire livrer leurs courses par la poste. Il a été intéressé et le contact est établi."*

Quant à Fabrice Moizan, Président de Gayatech à Sophia (et ancien directeur du site sophipolitain de Nvidia), il avait été accueilli sur le stand de Qwant, le moteur de recherche européen dont toute la R&D est à Nice. Il était ainsi avec Eric Leandri, président de Qwant, et se trouvaient réunis les deux futurs co-présidents

WORLD, QWANT, GAYATECH, SPIN-OFF ET WYPLAY FAISAIENT PARTIE DES LIC, DU 6 AU 9 JANVIER DERNIERS.

LA FRENCH TECH CÔTE D'AZUR A LEVÉ LE GRAND SHOW DIAL



Ils étaient du voyage : Olivier Courtade (Myxyty), Fabrice Moizan (Gayatech) et Alain Tixier, qui a offert un selfie avec le ministre de l'Economie à son cousin connecté !

de la French Tech Côte d'Azur (ils ont été élus début février). Pour Fabrice Moizan qui porte le projet ambitieux d'EducAzur06, le CES offre de formidables occasions de rencontres, de contacts, de visibilité pour une start-up.

Pour lui, comme pour tous les autres représentants de la French Tech Côte d'Azur, *"Cette présence au cœur même du marché mondial - 170 000 visiteurs! - aura aussi apporté, en vrac, une belle visibilité, de la notoriété, des contacts et parfois des contrats, le plein d'idées nouvelles et surtout le sentiment d'appartenir à ce grand mouvement d'innovation qui change actuellement le monde"*.

Aujourd'hui la French Tech Côte d'Azur c'est 21 000 emplois générés par 1 700 entreprises et 144 M€ de levées de fonds réalisées en 2015. L'objectif annoncé est d'avoir 50 nouvelles start-ups potentiellement "accélétables" d'ici 2020. Formidable valeur ajoutée pour l'économie azuréenne, c'est une force d'innovation considérable, qui n'a pas fini de prendre le chemin de Las Vegas pour montrer au monde entier qu'il faut compter avec le *made in Côte d'Azur*... ■

En savoir + www.frenchtechcotedazur.fr
www.cesweb.org

QUI PILOTE LA FRENCH TECH CÔTE D'AZUR ?

La gouvernance stratégique de la French Tech Côte d'Azur évolue. Le comité stratégique remplacera dorénavant l'ancien CoDir qui était la structure en vigueur durant la période de candidature. Au cours du comité stratégique tenu le 1er février 2016 dans les locaux de Team Côte d'Azur, les deux co-présidents de la French Tech Côte d'Azur, Eric Léandri et Fabrice Moizan ont été élus à l'unanimité. Eric Léandri est le co-fondateur et directeur général de Qwant, entrepreneur emblématique de la French Tech Côte d'Azur très impliqué dans les activités de la fédération des startups azuréennes Nice Start(s) Up. Fabrice Moizan est le président et co-fondateur de Gayatech.

Ce comité stratégique a désigné un bureau opérationnel piloté par les deux co-présidents. Le bureau compte également Jean François Agostini, qui représentera la CCI Nice Côte d'Azur, Jacques Lesieur de Team Côte d'Azur, pour les collectivités, François-Pierre Lepage et Cédric Messina, représentant les entrepreneurs et enfin Philippe Ravix, Directeur-Délégué de la French Tech Côte d'Azur par intérim.

A suivre !

■ ASK : nouveaux brevets révolutionnaires

Le leader du paiement sans contact basé à Sophia Antipolis annonce avoir déposé une série de brevets pour une solution permettant de générer un code de sécurité dynamique (CVV) sans batterie. A destination des industriels de la smart-card, cette innovation représente une vraie rupture dans la lutte contre la fraude aux transactions à distance. Au 4e trimestre 2015, ASK a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 9,8 M€ (dont 2,7 M€ via sa filiale américaine ASK IntTAG), en croissance de 12% sur 2014.



■ Goeletrix : Georges Dao prend le volant

Actionnaire depuis de nombreuses années, Georges Dao est devenu le 1er janvier

Président de l'entreprise spécialiste du véhicule électrique, basée au Cannet. Erick Kaspy devient Vice-président. Goeletrix a réalisé une augmentation de capital de 200 000 € en décembre 2015 pour accélérer son déploiement, au moment où l'électrique fait l'objet d'attention des grandes marques, de la COP21, et attire grand public, entreprises et collectivités.

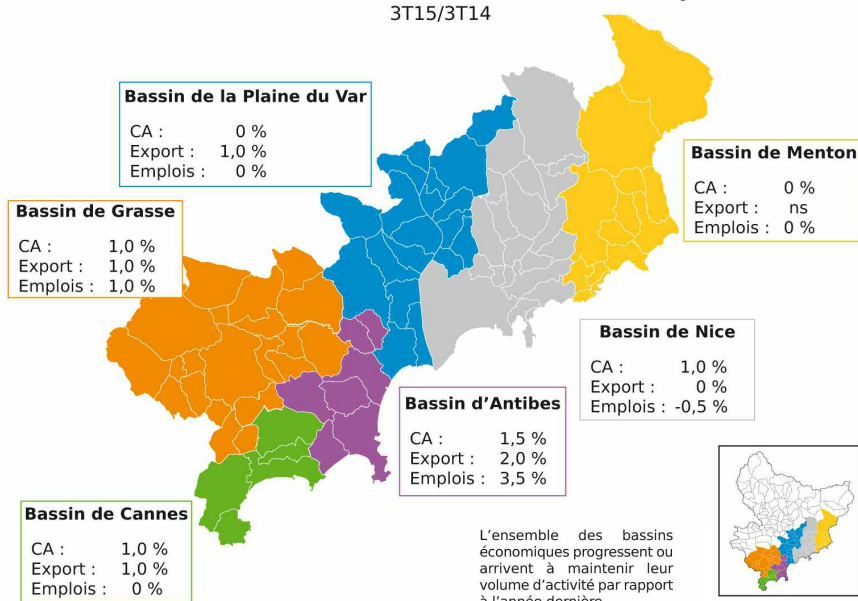
■ Lafage Transactions reconnu pour son innovation

Le groupe immobilier (26 collaborateurs répartis sur 5 agences entre Nice et le Cap Ferrat), dirigé par Benjamin Mondou est lauréat de la 1ère édition des Trophées FNAIM VIP 2015, pour sa plateforme de gestion de ibeacons (pastilles de géolocalisation) appliquée à l'immobilier. Des balises, placées dans les boîtes aux lettres des résidences à vendre ou à louer, permettent aux passants ayant téléchargé préalablement une application mobile, de recevoir des informations sur les biens.

■ **CONJONCTURE.** LE PROFILAGE DE 2016 MONTRE QU'IL FAUT S'ATTENDRE À UNE ANNÉE DE STAGNATION ÉCONOMIQUE DANS LE D DU VIVANT, EN PROGRESSION CONSTANTE DEPUIS 10 ANS ET QUI A ENCORE GAGNÉ 4% DE CHIFFRE D'AFFAIRES L'AN DERNIER.

ECONOMIE AZURÉENNE : DES PERSPECTIVES

Evolution de l'activité des bassins économiques
3T15/3T14



Alors? Bonne ou mauvaise l'année 2016 pour l'économie azuréenne? C'était la question clé de la réunion de conjoncture de la CCI Nice Côte d'Azur, début février, dans les locaux de la Banque Populaire de la Côte d'Azur à Nice. La réponse? Elle est très prudente, tant la situation du territoire dépend des aléas de l'économie mondiale et nationale. Mais à travers le bilan 2015, les perspectives 2016 sont quand même globalement plus optimistes que l'an dernier à pareille époque. Sans euphorie cependant, comme le résume Bernard Kleynhoff, Président de la CCI Nice Côte d'Azur : de l'optimisme dans la progression des activités des sciences du vivant et de l'industrie en 2015; mais des points encore bien rouges pour une économie azuréenne qui s'est stabilisée à un niveau relativement bas l'an dernier, pour la construction toujours en difficulté malgré un frein à la dégradation, pour la hausse du chômage qui se poursuit. Au fil des interventions, voici quelques éléments qui viennent éclairer le chemin 2016 de l'économie azuréenne.

Le regard du banquier? Pour Christophe Bosson, directeur Général de la Banque Populaire Côte d'Azur, les *"premières prémices d'un redressement économique qui va prendre du temps"* peuvent être trouvées dans un renforcement des trésoreries des entreprises et dans une baisse des utilisations de concours court terme. Mais cette amélioration ne se traduit pas encore par une reprise de l'invest-

Il y a une progression de l'activité sur le territoire mais aussi à l'exportation depuis le début d'année. Cette bonne orientation des exportations se confirme au 3ème trimestre. Le principal bassin qui y contribue est le bassin antibois (+2,5 % sur le 9 mois de l'année).

L'emploi au 3ème trimestre connaît parallèlement une amélioration suite à cette petite embellie qui se confirme. C'est aussi le bassin antibois qui y contribue le plus.

mieux orientée que 2015 en termes de croissance, les taux d'intérêt vont rester bas et les banques, grâce à l'action de la BCE, disposent de beaucoup de liquidités pour prêter.

L'artisanat. Désormais président de la délégation Alpes-Maritimes de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région (CMAR PACA), la nouvelle formulation de la CMA 06, Jean-Pierre Galvez met en avant le dynamisme de la création d'entreprises artisanales en 2015 : 4.853 immatriculations contre 2.875 radiations ce qui donne un solde positif de 1.978 (+ 125% par rapport à 2014). Les secteurs des services (+28% d'immatriculations), de la production (+26%) ont été les plus attractifs. Concernant les bassins d'implantation, la hausse du solde d'entreprises a été la plus spectaculaire sur Saint-Laurent du Var et sur Cagnes-sur-mer, tandis que Cannes est légèrement à la baisse. Côté plus négatif : l'artisanat 06 a tout juste stabilisé les emplois en 2015.

L'emploi. Le point noir des Alpes-Maritimes en 2015. Pour Laurence Chaleil, représentant l'UPE06, la baisse du nombre d'emplois salariés (-3,8%) s'est trouvée à peine compensée par une remontée des non-salariés (autoentrepreneurs notamment). Si le nombre d'emplois total (464 300, privé et public confondu) a très légèrement progressé (+1% à la fin du 3ème trimestre 2015), en revanche le nombre de demandeurs d'emplois a galopé. Avec 71 234 chômeurs de catégorie A (sans aucune activité), l'augmentation sur un an est de 4,2%. Plus que la moyenne PACA (+3,4%) et encore plus que la moyenne nationale (2,6%). Seule note positive dans ce sombre tableau : la progression de l'intérim (+17%) qui pourrait annoncer une reprise de l'emploi tout court.

SOLDES D'HIVER, LE BILAN

52 % des commerçants azuréens estiment que leur chiffre d'affaires est égal ou supérieur à celui de l'an passé : c'est la tendance confirmée par l'enquête flash menée par la CCI pour recueillir le ressenti de 108 commerçants au début des soldes d'hiver 2016. Cette tendance se confirme notamment sur le bassin Antibois, le bassin Est et dans les centres commerciaux. 59% des commerçants du secteur de l'équipement de la personne pensent que le chiffre d'affaires de cette année sera inférieur à celui de l'an dernier. Mais les soldes ne font malgré tout plus rêver, ni les chalands ni, les commerçants : compression du pouvoir d'achat, prix cassés permanents et multiplication des ventes privées sur internet, opérations promotionnelles récurrentes dans les magasins physiques, désacralisent les soldes officiels.

Cette mutation des comportements d'achat implique une nouvelle dynamique et dans un contexte économique morose, la CCI Nice Côte d'Azur a soutenu les 20 000 commerces du département en déclinant le deuxième volet de sa campagne de promotion du commerce et des services « Consommez Côte d'Azur » (voir page 4 et 5 de ce numéro) qui prenait tout sa légitimité en cette période de soldes. Pour Bernard Kleynhoff, « il faut tourner la page de 2015 et motiver les consommateurs à soutenir l'économie azuréenne en privilégiant le tissu commercial local. Il y va de la survie de nos commerces. L'objectif est de donner un coup de pouce en jouant sur l'esprit de solidarité ».

2016 TOUT JUSTE UN PEU PLUS OPTIMISTES



Stock

Note positive :
le pôle des sciences vivant, qui grimpe depuis 10 ans et rattrape celui des technologies de l'information.

Croissance. Globalement, en 2015, le niveau d'activité s'est amélioré très, très lentement dans les Alpes-Maritimes (entre +1% et 0% selon les secteurs). Pour 2016, l'espoir tient dans les tendances lourdes mondiales : pétrole peu cher, parité euro-dollar plus favorable et taux d'intérêt au plancher.

Industrie, services et commerce. Mais pour l'instant, dans le tableau qui résume les perspectives 2016 par secteur économique seule l'industrie, dans la ligne de 2015 (+1% sur les chiffres d'affaires et 0,5% pour l'emploi) est orientée plutôt positivement en 2016. Pour la construction, les chiffres d'affaires vont stagner : il est question de "pause dans la dégradation à un niveau qui reste faible". Stagnation aussi en 2016 pour le commerce de détail. Pour les hôtels et restaurants, qui en dépit de la bonne saison d'été ont vu les chiffres d'affaires stagner et l'emploi perdre 1%, sur 2015, c'est même une dégradation qui est redoutée sur 2016.

Au niveau des bassins de travail, pour la première fois, aucun territoire ne se distingue : l'évolution est très faible partout. Les évolutions de chiffres d'affaires 2015 par rapport à 2014, vont de 0% (Cannes, Menton) à + 1% (Carros, Antibes Sophia Antipolis, Nice) en passant par + 0,5% (Grasse). Le fil du rasoir.

Sciences du vivant et Technologies de l'information. Dans l'économie high-tech azurienne, béni soit le pôle des sciences du vivant (9500 emplois) : il connaît une montée régulière sur les dix dernières années. En

2015, son chiffre d'affaires global a encore gagné 4% à 2,826 milliards d'euros, tiré par l'industrie grasse et le secteur de la parapharmacie. Il en était à 1,836 milliard d'euros en 2006 soit une progression d'environ 55% sur dix ans.

Le pôle des technologies de l'information (22000 emplois), tient bon même si son poids a repassé la barre des 4 milliards d'euros en 2015 (4,105 milliards soit +3%) et s'est pratiquement remis au niveau de 2013. Mais il n'a toujours pas retrouvé les chiffres de 2007 à 4,233 milliards d'euros. Au rythme des dix dernières années, il pourrait bien être rattrapé par le pôle des sciences du vivant... dans dix ans ! ■

En savoir + www.economie06.fr

SKI : COMMENT LES STATIONS AZURÉENNES ONT FAIT FACE AU MANQUE DE NEIGE

Avec une neige qui n'était pas vraiment au rendez-vous, le début de saison a été difficile pour les stations de ski de la Côte d'Azur. Certes, que ce soit sur Isola 2000, Auron, Valberg, Gréolières-les-neiges, la Colmiane et autres, les "enneigeurs" ont fait un travail exceptionnel pour rattraper les aléas de la météo. Mais si, pour le début des vacances de fin d'année, une bonne partie du domaine skiable était bel et bien recouvert de neige artificielle et utilisable, l'environnement restait celui de la montagne en automne. Seules des pistes bien blanches, se détachant dans un paysage d'herbes sèches et de rocs dénudés, témoignaient de l'ouverture de la saison de ski.

Pour ne pas décevoir la clientèle, les stations ont donc dû réagir. "Dès le début des vacances de Noël, nous avons organisé des rendez-vous raquettes ou des randonnées découvertes autour de la station", explique Michel Guillot, hôtelier et président de l'office de tourisme d'Auron. "Nous avons également mis en place des activités pour les enfants (minigolfs, jeux sur la patinoire) et pour les parents simulateurs de golf, etc. Ces initiatives ont été très appréciées de la clientèle".

A Isola 2000, Philippe Jeannot, président de la Fédération des commerçants de la vallée de la Tinée, explique que pendant les vacances de fin d'année, là aussi des animations hors ski ont été organisées : randonnées pédestres pour découvrir la montagne, jeux concours, concerts. D'autre part le "PumpTrack" (parcours en virages et en bosses

pour VTT), qui avait été démonté, a été remis en service et les navettes ont été renforcées pour aller au centre nautique AquaVallée dans le village d'Isola.

Michel Guillot et Philippe Jeannot sont d'accord aussi sur une tendance qui se renforce : neige ou pas, de plus en plus de gens montent en hiver dans les stations et ne skient pas (30% environ). D'autre part, avec des remontées mécaniques très performantes (d'où peu d'attente), ceux qui skient ne dépassent pas en moyenne plus de 3 à 3 heures et demi par jour sur les pistes. Eux aussi sont donc demandeurs d'une offre d'activité "hors ski".

Pour l'heure, difficile de dire si le faible enneigement de ce début de saison est lié aux menaces de réchauffement climatique et amorce une réduction inéluctable de l'amplitude des saisons de ski. D'autant que depuis, d'abondantes chutes de neige sont heureusement arrivées avant les vacances de février. Mais évidemment la question est dans toutes les têtes. Deux types d'actions sont envisagés. La première : renforcer la force de frappe des canons à neige. Mais en sachant que de lourds investissements ont déjà été effectués dans ce domaine, que de 50% à 75% des domaines sont déjà couverts selon les stations et qu'en cas de trop hautes températures, l'enneigement artificiel atteint ses limites. La seconde : développer des activités "hors saison". La mise en service cet hiver, avec un superbe succès, de la "Tyrolienne" de La Colmiane en donne un exemple à suivre.

■ **FOCUS.** NICE EST L'UNE DES 10 VILLES-HÔTES DE LA COMPÉTITION. UNE OPPORTUNITÉ POUR LES ENTREPRISES AZURÉENNES DE MARQUER AUSSI DES BUTS SUR LE TERRAIN DES AFFAIRES.

EURO 2016 : UNE OPPORTUNITÉ POUR LES ENTREPRISES

La grande fête du ballon rond aura lieu en France cet été ! L'édition 2016 du Championnat d'Europe de Football de l'UEFA rassemblera pour la première fois 24 nations autour de 51 matchs dans 10 stades de dernière génération. Les 10 villes hôtes retenues sont Bordeaux, Lens, Lille, Lyon, Marseille, Paris, Saint-Denis, Saint-Étienne, Toulouse et Nice qui accueillera 4 matchs d'exceptions, trois matchs de poule et un 8e de finale.

Les chiffres générés par un tel événement sont impressionnants : près de 1,5 million de visiteurs étrangers, un montant des dépenses estimé à 1 milliard d'euros ! Sans compter les opportunités d'affaires ! En plus d'être le 3e plus grand événement sportif au monde et un incroyable spectacle, l'Euro 2016 est aussi un extraordinaire facilitateur de rencontres et un incomparable accélérateur de business. Lors de l'édition 2012, 1 200 entreprises venues d'une soixantaine de pays différents avaient assisté au tournoi !

Consciente des enjeux, CCI France a signé avec les instances organisatrices une convention de partenariat pour dynamiser l'économie nationale. Elle s'articule autour de trois axes majeurs. Premier axe, la promotion de l'UEFA Euro 2016 en France et à l'international et la sensibilisation des entreprises françaises aux opportunités d'affaires liées à un événement de cette ampleur. Mais aussi la mobilisation des hôteliers, restaurateurs et autres professionnels de la chaîne du tourisme sur la qualité de l'accueil des visiteurs. Enfin, la valorisation du tissu économique français auprès des entreprises et investisseurs étrangers, en amont et pendant le tournoi.

« Nous allons décliner chacun de ces axes à l'échelle locale, assure Jacques Kotler, Président de la commission Commerce et référent Euro 2016 à la CCI Nice Côte d'Azur. Il est primordial que les entreprises azuréennes saisissent pleinement les opportunités de business générées par l'événement. On estime les retombées pour notre territoire à 80 millions d'euros. Mais il faut aussi penser aux relations d'affaires qui ne manqueront pas de se nouer. A condition de les favoriser. Notre mission : organiser les rapprochements entre nos entreprises et les entreprises étrangères afin d'enclencher des dynamiques, des rencontres et des relations d'affaires. Tout doit être fait pour qu'elles profitent de cet événement majeur pour se faire connaître. Il s'agira aussi de promouvoir l'image entrepreneuriale du 06 auprès des journalistes et des caméras d'une centaine de pays qui seront présents. »



Allianz Riviera

« Il est primordial que les entreprises azuréennes saisissent pleinement les opportunités de business générées par l'événement. On estime les retombées pour notre territoire à 80 millions d'euros. Mais il faut aussi penser aux relations d'affaires qui ne manqueront pas de se nouer. »



Jacques Kotler
Président de la
commission Commerce
et référent Euro 2016 à
la CCI Nice Côte d'Azur.

Ce travail de sensibilisation a déjà commencé. La CCI Nice Côte d'Azur a organisé avec le staff de l'UEFA un petit-déjeuner rencontre le 15 décembre dernier à l'Allianz Riviera. Autour d'une cinquantaine de chefs d'entreprise participants, la CCI a expliqué le rôle qu'elle entendait jouer dans les rapprochements d'affaires et la mise en valeur du territoire. « Nous allons prochainement en organiser un autre. Nous allons disposer d'outils en cours de finalisation par la CCI France : une vidéo d'accueil destinée à mobiliser les acteurs du tourisme autour d'un tel événement sportif. Elle sera en ligne en février sur les supports web et les réseaux sociaux », précise Jacques Kotler. Un guide de l'Euro sera également disponible en février avec des exemples de bonnes pratiques pour améliorer la qualité de l'accueil et utiliser cette opportunité pour développer du business. De multiples conseils pratiques permettront à chaque professionnel d'utiliser au mieux l'Euro 2016 pour favoriser son activité.

La CCI Nice Côte d'Azur participe également

à la cellule emploi Euro 2016 pilotée par la Préfecture des Alpes-Maritimes. Le but : identifier les besoins en emploi des différents acteurs, notamment dans les domaines de la sécurité, des transports, de l'hôtellerie et de la restauration, communiquer et informer sur les emplois et les marchés éventuels auprès des entreprises du 06, organiser la mise en relation des demandeurs d'emploi et des entreprises dans le cadre d'une manifestation du type « supporteurs de l'emploi ».

La CCI compte aussi jouer un rôle actif dans les rapprochements interentreprises. « Nous allons multiplier les contacts avec nos partenaires, mais d'ores et déjà un événement se profile : une opération Euro 2016 avec la CCI France-Espagne à l'occasion du match Espagne-Turquie du 17 juin ». La CCI France-Espagne est déjà en train de mobiliser ses membres adhérents mais également le réseau des Chambres de Commerce Européennes, la Chambre de Commerce de Madrid, Atout France, etc.) avec la mise en place d'un pack comprenant le match et un agenda avec des rendez-vous d'affaires individuels avec des entreprises innovantes du 06. « Un travail de communication est en cours et sera médiatisé lors de sa conclusion à Madrid en février ou sera présenté lors d'un Cocktail la Coupe en présence de tous les partenaires de ce projet. L'enjeu étant de coupler business et loisirs et faire découvrir la Côte d'Azur et donc générer des retombées indirectes pour nos ressortissants (hébergement, restauration, etc.) avec éventuellement des visites sur mesure de sites industriels et lieux économiques du 06 ». ■

En savoir + 0 800 422 222

www.cote-azur.cci.fr

Collégiens, lycéens,
étudiants, parents...

Venez trouver des réponses
à vos questions !

La nuit de l'orientation

**VENDREDI
4 MARS**

à NICE
de 17h à 22h
CCI NICE CÔTE D'AZUR
20 bd Carabacel

**ENTRÉE
GRATUITE**

S'orienter sans stress ...

ESPACE INFO

informez-vous sur les filières et formations

ESPACE MULTIMÉDIA

testez votre potentiel et découvrez votre profil

ESPACE CONSEIL INDIVIDUEL

rencontrez, échangez, trouvez les réponses
à vos questions

ESPACE SPEED DATING DES MÉTIERS

dialoguez en face à face avec des professionnels
de nombreux secteurs d'activité

+ d'info 

0 800 422 222

appel gratuit depuis un poste fixe

www.cote-azur.cci.fr



MÉTROPOLÉ
NICE CÔTE D'AZUR



letudiant.fr



VILLE DE NICE

nice-matin



CCI NICE CÔTE D'AZUR



POURQUOI ET COMMENT
LES PROFESSIONNELS AZURÉENS
CULTIVENT **L'ATOUT
RÉSEAU**



■ RÉSEAU. CLUBS D'ENTREPRISES, ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES, FÉDÉRATIONS : COUP DE ZOOM SUR L'ATOUT «NETWORKING» DE L'ÉCONOMIE AZURÉENNE, FORTE DE PLUS DE 200 RÉSEAUX D'ENTREPRENEURS EXISTANTS.

L'une des forces de l'économie azurée tient dans ses réseaux professionnels. Dans leur nombre (on en compte plus de deux cents dans le département), dans leur richesse, dans un maillage très fin au niveau des secteurs d'activité et des bassins économiques. Mais aussi, Ecobiz y a particulièrement aidé, dans le tournant qu'ils ont su prendre avec la révolution du numérique, et l'explosion des réseaux sociaux. Autant de "racines" multiples dont la CCI Nice Côte d'Azur, qui fait des réseaux d'entreprises un de ses axes centraux d'action, prend grand soin.

Elle anime et contribue en particulier à leur structuration et à leur développement tout en aidant les entrepreneurs à choisir celui ou ceux qui sont les plus adaptés à leur besoin en développement. Flash sur cet "atout réseau" que cultive si bien l'économie azurée.

La belle histoire de l'APPIM. Si l'on veut mesurer ce qu'un réseau peut apporter à un secteur donné, l'APPIM offre un bon exemple. Créée en 1996 par les industriels et la CCI Nice Côte d'Azur, l'Association des Partenaires pour la Promotion de l'Industrie Méditerranéenne a permis à l'industrie azurée de se faire reconnaître pleinement et d'assurer sa montée en gamme. "C'est une belle histoire, partie d'une idée de Jacques Bottero à Thales Alenia Space et qui s'est développée en trois étapes, sous trois présidences", explique Daniel Sfecci son président. "La première avec Jean-Pierre Sava-

«Les synergies fortes initiées à partir de l'APPIM ont permis de sauver et de relocaliser bon nombre d'acteurs industriels locaux, lors de ces six dernières années.»



Daniel Sfecci
Président
de l'APPIM.

riano et l'ouverture à toutes les structures autour des grands donneurs d'ordre. La seconde avec Bernard Kleynhoff, et le lancement entre autres d'Industria, pour fédérer autour d'actions "visibles". La troisième, en cours actuellement, a porté l'accent sur les relations d'affaires avec

FRENCH TECH CÔTE D'AZUR, LE RÉSEAU DU NUMÉRIQUE

Depuis la labellisation en juin 2015, elle avance la French Tech Côte d'Azur*, ce nouveau réseau des entrepreneurs du numérique. Tout un écosystème très riche que l'on connaît désormais mieux grâce à une étude fouillée réalisée par Sirius sur les entreprises de la French Tech Côte d'Azur (voir sur www.economie06.fr). Les avancées de ces six mois de label? Elles ont pu être mesurées lors des "Rois et Reines de la FTCA", le grand rassemblement de la communauté numérique azurée fin janvier, au palais des festivals de Cannes à l'invitation de la ville. L'occasion d'ailleurs pour David Lisnard, le maire, de célébrer l'effet réseau de la French Tech, qui répond à "ce besoin de fédérer, d'organiser les énergies".

Ce rendez-vous a d'abord mis en lumière les "champions" de la French Tech azurée. Ils ont été couronnés "Rois et Reines" avec des couronnes réalisées, high-tech oblige, en imprimante 3D par le FabLab azurée SoFab. Dans cette grande revue figuraient bien sûr ceux qui avaient levé des fonds en 2015 pour un montant total de 144 M€ levé par 25 start-ups et quelques opérations de poids : 25 M€ pour Qwant, 19,8 M€ pour Median Technologies, 8,4 M€ pour VuLog...

Ont été célébrées aussi au cours de la soirée, les start-up qui se sont distinguées l'an dernier : Myxyty, Grand Prix de l'Innovation aux Trophées de l'Eco, labellisée Pass French Tech comme Inventy; Feeligreen, lauréat du concours Digital In Pulse; Wildmoka, sélectionné parmi les 40 start-ups à suivre en 2016; Full Performance, retenu par le Deloitte FAST 500 2015; FranceLabs, Belcurves, lauréats de la finale France du Concours International Get In The Ring qui s'est jouée à Nice; Engineering Security, Texplained, Wever, lauréats du concours PME Innovantes du numérique PACA organisé par le pôle SCS; OptionWay, lauréat 06 de la Venture Academy de SBA (Sophia Business Angels)... Autant de start-up dont on devrait entendre parler de nouveau et qui seront peut-être les "success stories" de demain.

* Voir également l'article en p.8 et 9 de ce numéro

notamment Cap Indus et l'approfondissement du dialogue entre les grands donneurs d'ordre et les sous-traitants. "En un mot, pour que les grands groupes locaux choisissent des sous-traitants locaux, il faut que ces derniers puissent répondre aux spécifications techniques demandées. Mais encore faut-il qu'ils les connaissent. D'où le besoin d'établir le dialogue". Des actions qui ont porté leurs fruits et conforté la montée en gamme de l'industrie azurée. Pour Daniel Sfecci ces "synergies fortes initiées à partir de l'APPIM ont permis de sauver et de relocaliser bon nombre d'acteurs industriels locaux ces six dernières années."

Des associations professionnelles largement ouvertes aux PME et aux start-ups. Sur ce terrain des activités industrielles, il faut aussi citer l'UIMM (Union des Industries des Métiers de la Métallurgie) qui recouvre des entreprises comme Schneider Electric et IBM. Ou encore Telecom Valley. Cette association a suivi le même chemin que l'APPIM : partie des grands groupes télécom, elle s'est élargie et fédère aujourd'hui, à l'heure de sa 25e année, quelque 150 PME et start-up du numérique.

Comme pour l'industrie ou les télécoms, la plupart des secteurs se trouvent couverts : le French Riviera Cruise Club pour le tourisme de croisière; le commerce, structuré en association et fédérations, (voir encadré); la presse avec le Club de la Presse; la microélectronique avec SAME, devenue e-Same; les smart grids, avec le club dédié aux réseaux électriques intelligents....

De même, avec l'AZA 06 (Association des zones d'activités): huit clubs d'entreprise se sont fédérés et peuvent parler d'une seule voix. Le Sophia Club Entreprises, associé à la gouvernance de la technopole, les clubs de Carros, Saint-Jeannet, et Saint-Laurent se retrouvent connectés avec ceux de la Vallée du Paillon, de Villeneuve-Loubet, des Bois de Grasse et de Nice Ariane.

D'autres associations sont plus spécialisées et fédèrent autour d'un métier comme la DFCG pour les Directeurs financiers et Contrôleurs de gestion, l'ANDRH Côte d'Azur pour les Directeurs des Ressources Humaines, Azur Pro Com' pour les agences de communication, CJD pour les dirigeants d'entreprise, DCF pour les dirigeants commerciaux, JCE (Jeunes Chambres économiques) pour les moins de 40 ans qui s'intéressent au devenir de leur territoire... Sans oublier le Forum de l'entreprise, qui fédère les chefs d'entreprise

» suite page 16

COMMERCE : LES FÉDÉRATIONS FONT BOUGER LES LIGNES

Rassemblés et mieux organisés, on est plus fort.

Partant de ce principe, la CCI Nice Côte d'Azur a lancé le programme "Fédé 2015" pour aider les associations de commerçants à se regrouper autour de grands projets commerciaux de territoire. Le programme a débuté avec 8 fédérations. Il est passé à 10 avec Antibes et la vallée de la Tinée. A terme, il en comptera 12. Des fédérations qui, par quelques belles opérations, ont déjà fait bouger les lignes.

Ainsi la fédération de Cagnes-sur-mer va pouvoir célébrer son panonceau d'Or. Pour Jean-Michel Cloppet, son président, ce n'est là qu'un début. "Notre plan d'action vise à faire vivre en harmonie Polygone Riviera, qui représente un commerce de destination, et les boutiques de Cagnes, un commerce de proximité et de services qui doit se moderniser. Nous avons ainsi organisé en novembre l'un des "Black Friday" les plus importants de France, nous lançons une charte de qualité et nous comptons créer une monnaie qui sera présentée le 20 mai 2016 lors des 2es Assises du Commerce Cagnois, qui auront lieu au Casino Terrazur".

A Cannes, la FATEO 06 a lancé son "Jeu Traffic" début février (photo ci-contre) sur l'Ouest du département : une grande opération commerciale de solidarité avec les sinistrés des intempéries du 3 octobre dernier. "Nous nous sommes posé la question : comment relancer la machine ?", explique son président, Eric Chaumier. "Avec la CCI nous avons pensé à ce jeu : un ticket à gratter avec bon d'achat. Les tickets à gratter sont distribués aux



La FATEO a lancé son jeu Traffic début février sur l'Ouest du département.

adhérents des 4 associations : Cannes La Bocca, Cannes Prado République, Mougins et le Cannet qui ont été les plus impactées par les intempéries. Les 500 commerçants partenaires offriront ces tickets aux clients qui pourront gagner des bons d'achat d'une valeur total de 5000 € à utiliser dans les commerces des quartiers. Pour nous, ce jeu devrait contribuer à relancer les flux commerciaux."

A Saint-Laurent du Var, la signature d'une charte avec la ville fin janvier a donné naissance à la Fédération des Acteurs Economiques de la commune. Présidée par Thierry Teboul, elle regroupe 8 associations qui représentent tous les pôles économiques présents sur la ville, du port de Saint Laurent du Var au Parc d'activité. Elle se pose comme le moteur d'une nouvelle dynamique commerciale. Au programme, la promotion du commerce de proximité local, la valorisation du cœur de ville et du Vieux Village, les synergies entre les différents pôles commerciaux et, comme à

Cagnes avec Polygone Riviera, la volonté de rendre tout ce tissu de commerces de proximité attractif... et complémentaire du centre commercial de Cap 3000.

Dans les stations du Mercantour, on ne manque plus les bons plans grâce à la Fédération de la Tinée. C'est l'objectif assigné au nouveau site web www.shopdanslescimes.com. "Les commerçants d'Isola 2000, Auron, Saint-Dalmas, Saint-Etienne de Tinée étaient déjà regroupés dans un FISAC", explique Philippe Jeannot, président de cette fédération. "Nous nous sommes rendu compte des avantages à mutualiser des services. Accompagnés par la CCI, nous sommes allés plus loin et avons créé une fédération. Nous cherchons aussi un outil de fidélisation de la clientèle. Nous avons choisi de réaliser un site internet pour présenter l'ensemble des commerces. Pour nous c'est une superbe vitrine."

de l'économie dite «classique», animé depuis 30 ans par Robert Roux, Pdg de Bleu de France.

Une carte "réseaux" qui s'est étoffée. Depuis une dizaine d'années, cette carte des clubs professionnels s'est aussi étoffée pour répondre à un besoin de networking de plus en plus évident et de plus en plus ciblé "business". C'est à ce besoin que répond le Club Business 06. Lancé par Emmanuel Gaulin, il s'est structuré dans les Alpes-Maritimes par bassins de travail. Rassemblant entrepreneurs, professionnels libéraux et cadres dirigeants, il est devenu le réseau d'affaires de l'UPE 06, l'union patronale des Alpes-Maritimes. A travers des déjeuners mensuels, il vise clairement à la création d'opportunités d'affaires et de partenariats.

Marc Simian, qui pilote la branche cannoise, a cherché à aller encore plus loin. Cannes Business Club joue les "recommandations d'affaires" avec un club interprofessionnel d'une trentaine de membres, où chacun est le "commercial" des autres. Un club à l'image des BNI, le Business Network International qui aligne une dizaine de groupes sur la Côte. Créer des opportunités d'affaires entre les grandes entreprises monégasques et les start-

«J'ai créé une entreprise. Toujours membre des DCF, je m'investis plus particulièrement maintenant dans les Femmes de l'Economie et le réseau BA 06 de création d'entreprises.»



Anne-Marie Randria
Dirigeante d'Eventiko, membre des DCF, de Femmes de l'Economie et de BA06.

up ou PME azuréennes, c'est également l'objectif du MSBH (Monaco Sophia Business Hub) qui est vite devenu le MCABH (Monaco Côte d'Azur Business Hub). C'est aussi le but du dernier né en date : le Sharks Business Club. Sous la présidence de Frédéric Jouve, le prestigieux club de basket d'Antibes a cherché à s'allier aux entreprises du territoire en développant un club d'affaires pour porter sa

renaissance. Comme pour le football, ses partenaires, peuvent inviter leurs clients ou prospects aux matches de l'AzurArena d'Antibes et intégrer le réseau professionnel du club à travers une plateforme collaborative taillée pour eux. L'occasion d'allier plaisir...et business.

Ne restez pas seuls! Avec cette profusion d'associations et de réseaux, le premier message qui est donné est simple : ne restez pas seul. Dans un monde qui bouge à grande vitesse, se retrouver isolé, c'est l'échec assuré. Pour chacun, il y a forcément une association ou souvent plusieurs qui correspondent à son développement professionnel à un moment donné. Des associations qui permettent de tisser rapidement son propre réseau, de dialoguer avec ceux qui rencontrent les mêmes problèmes que vous et, en aidant les autres, de pouvoir le cas échéant être aidé soi-même... Exemple avec Anne-Marie Randria. "Cooptée par un DCF (Dirigeants Commerciaux de France) quand je suis arrivée à Nice pour terminer mes études, j'ai pu retrouver des contacts entreprises. Je me suis aussi investie dans l'association en tant que secrétaire générale pendant 5 ans, puis de présidente l'an dernier. Depuis, j'ai créé une entreprise. Toujours

membre des DCF, je m'investis plus particulièrement maintenant dans les Femmes de l'Economie et le réseau BA 06 de création d'entreprises."

Exemplaire aussi la montée en puissance des réseaux professionnels féminins. Femmes Chef d'Entreprises Cannes Côte d'Azur, Femmes 3000 Côte d'Azur, European Professional Women's Network, Mampreneurs et les Femmes de l'Economie-Le Club, se sont réunis autour de questions de société comme l'égalité femme-homme. Ensemble, ils lancent une 4e grande soirée "networking au féminin" qui devrait faire le plein. Là aussi, l'effet réseau en action!

Côte d'Azur Ecobiz, le réseau des réseaux où il faut être ! En créant Ecobiz en 2007, un réseau des réseaux sur Internet, la CCI Nice Côte d'Azur jouait les pionniers. A l'heure où Facebook, Twitter, LinkedIn et autres réseaux sociaux n'avaient pas encore réussi leur fulgurante percée, elle apportait aux entreprises azuréennes toute la puissance du virtuel. Cette nouvelle plate-forme collaborative leur proposait de partager leurs expériences, d'échanger leurs informations, de mutualiser leurs bonnes pratiques, de développer les courants d'affaires et de faciliter le travail en réseau. Elle sortait aussi le chef d'entreprise de l'isolement. Il y a neuf ans, c'était alors un pari. Il a été gagné haut la main.

Aujourd'hui, la plate-forme d'échanges des entreprises et partenaires du territoire est donnée en exemple et s'est doublée en 2014, d'un Paca Ecobiz. Sur la Côte d'Azur, avec 7000 entreprises, ce qui représente plus de 10000 adhérents professionnels, Ecobiz constitue le premier réseau des acteurs économiques. Sa force, tient dans sa simplicité d'utilisation, son maillage très fin, l'animation et dans la possibilité de relier l'univers virtuel au monde physique à travers des réunions, conférences. Avec un point d'orgue annuel le Forum Ecobiz qui permet à ces communautés et réseaux de tous se rencontrer sur une journée en un seul lieu. Bref, c'est le réseau où il faut être.

« Depuis sa création, nous avons également fait évoluer le concept des speed business meetings (le principe consiste en une présentation de son entreprise en 1 minute avec échange de cartes de visites, par groupe de 10 personnes avec une rotation en moyenne de 3 groupes) En effet en 2007, Ecobiz était le pionnier de ce concept de networking professionnel dans les Alpes-Maritimes qui a beaucoup séduit pendant une dizaine d'années. Avec le recul, le retour d'expérience et aussi le fait que ces speed business meeting aient été largement repris par d'autres, nous avons innové et adapté cette formule tout en conservant l'objectif principal : développer et cultiver son réseau professionnel pour accroître la compétitivité et favoriser les opportunités de business et de partenariats



CLUB DES ENTREPRISES DE BOIS DE GRASSE : NE PAS ÊTRE ISOLÉS

Pour Laurent Elineau, Président du Club des Entreprises de Bois de Grasse comme pour la secrétaire générale de l'association, Laurence Monrose, directrice du Cube, "l'isolement d'une entreprise, c'est la mort de l'entreprise. Nous avons besoin de rencontrer d'autres chefs d'entreprise, d'aller plus loin et de participer au développement du territoire. C'est ce qui nous a poussés à créer le club pour rassembler les quelque 60 entreprises (1000 personnes) du parc d'activité et à nous placer sur Ecobiz où nous aurons une communauté dédiée opérationnelle cette année. Nous avons d'autre part lancé une démarche d'écologie industrielle territoriale et il est important pour nous de pouvoir échanger avec d'autres entreprises sur ces thématiques comme sur les problèmes rencontrés en général."

«Ecobiz nous donne une belle visibilité tout en élargissant notre réseau.»



Olivier Azan
Dirigeant de Login People, membre de la communauté Silver Economie sur Ecobiz Côte d'Azur.

L'équipe du club était réunie le 21 janvier, pour définir les besoins de la communauté EBG qui va être mise en place sur la plateforme Ecobiz.

entre les acteurs locaux. Les speed business sont donc devenus des business meeting thématiques où prestataires de solutions et services rencontrent et discutent avec des clients potentiels. Et ça fonctionne, nous avons en moyenne entre 100 et 150 participants » précise Jean François Agostini, directeur de l'appui aux Entreprises et Territoires à la CCI.

Sur le site web, on retrouve en virtuel, les unions, associations ou syndicats professionnels (APPIM, UIMM, UPE...) comme les territoires, (Eco-Vallée, acteurs des zones d'activités...). Mais, au-delà de ce qui existait déjà, des communautés virtuelles se sont formées. Elles regroupent des adhérents professionnels (dirigeants, responsables d'entreprises, de clubs et réseaux d'entreprises), selon des thèmes, fonctions, filières d'activités (commerce, énergie, silver économie, mobilité et déplacement...). A ce jour 45 communautés ont été lancées dont certaines très fournies (près de 1600 membres pour le tourisme, de 1500 pour l'international...).

Olivier Azan, pour Login People à Sophia Antipolis, a choisi lui, la communauté Silver Economie. *"Nous éditons des logiciels visant à sécuriser le monde connecté et nous avons souhaité nous positionner sur la Silver Economie. Ecobiz PACA et Ecobiz Côte d'Azur publient ainsi nos communiqués et nous donnent une belle visibilité tout en élargissant notre réseau sur ce secteur".* Jérôme Debret, qui avec sa société Ovni Objet Valorisant, crée des goodies et objets publicitaires sur mesure, a tout naturellement rejoint la communauté Marketing et Communication. Depuis un an, il poste régulièrement des bulletins d'infos, des offres de produits. *"C'est un bel outil pour communiquer et faire du relationnel. Cela me permet d'étoffer mon réseau."* Le but recherché. ■

En savoir +

CCI Nice Côte d'Azur
0 800 422 222
www.cote-azur.cci.fr
www.cote-azur-ecobiz.fr

■ **TERRAIN.** LES DÉGÂTS DE L'INONDATION SUBIE PAR LA CÔTE D'AZUR SONT LOIN D'ÊTRE TOTALEMENT EFFACÉS. LA CCI DEMEURE PLUS QUE JAMAIS PRÉSENTE AUX CÔTÉS DES ENTREPRISES QUI ONT ÉTÉ TOUCHÉES.

INTEMPÉRIES DU 3 OCTOBRE : OÙ EN EST L'AIDE AUX ENTREPRISES SINISTRÉES ?

Depuis le 3 octobre 2015, les entreprises azuréennes frappées par les graves inondations n'ont pas ménagé leurs efforts pour relever la tête, préserver l'emploi et continuer à servir leurs clients. Pourtant, certaines ont subi des dégâts particulièrement importants et près de 5 mois plus tard, n'ont toujours pas pu reprendre une activité normale.

Pour la CCI Nice Côte d'Azur, qui lors de son assemblée générale le 25 janvier, a annoncé le bilan de l'accompagnement des entreprises sinistrées, il n'est donc pas question de diminuer l'implication sur le terrain. Le dispositif de soutien et d'accompagnement reste donc activé. «Nos équipes étaient dès le 4 octobre au matin avec les entreprises et les commerces, les pieds dans la boue et au milieu des débris. Depuis, nous mettons un point d'honneur à rester mobilisés et poursuivre nos efforts pour aider ces entreprises à reconstruire, prendre un nouveau départ», souligne Bernard Kleynhoff, Président de la CCI.

La coordination des moyens a été efficace.

«Le guichet unique CCI-Chambre de Métiers mis en place dès le premier jour pour informer et accompagner les entreprises a très bien fonctionné», souligne Adolphe Colrat, Préfet des Alpes-Maritimes. 1 800 entreprises ont été sinistrées, dont 1 134 ont déposé un dossier auprès de celui-ci. 713 provenaient du seul territoire de la communauté d'agglomération Pays de Lérins, fortement impacté.

7 commissions d'attribution des aides aux sinistrés ont été activées : elles ont instruit 543 dossiers, soit près de 48% de l'ensemble. Cela représentait le 1er janvier un montant de 4,7 millions d'euros d'aides versées aux entreprises. A noter également que plus de 30 K€ ont pu être levés par l'opération de crowdfunding lancée par la CCI auprès du public. Reste que l'aide est presque entièrement consommée alors que le bilan des dégâts enregistrés dépasse les 72,5 millions d'euros.

Outre la forte mobilisation qui s'est levée à cette occasion, révélant une solidarité bien réelle, il faut noter également l'exemplarité des réactions. En très forte majorité, les entreprises sinistrées ont été expertisées dans les jours qui ont suivi le désastre. Cependant, à ce jour, 60 % des sinistres ont fait l'objet d'une proposition financière d'indemnisation et seulement 30 % des sinistres sont clos. Il reste donc encore beaucoup de dossiers



Verrerie de Biot

Parmi les entreprises gravement sinistrées, la Verrerie de Biot, où les salariés ont dû nettoyer à la main le stock de pièces qui n'ont pas été détruites par les flots de boue.

«Le guichet unique CCI-Chambre de Métiers mis en place pour informer et accompagner les entreprises a très bien fonctionné.»

Adolphe Colrat
Préfet des Alpes-Maritimes

en attente d'accord final entre l'assureur et l'entreprise et 10% des dossiers font l'objet d'un litige.. Par ailleurs, il faut savoir qu'un bon nombre d'entreprises correctement indemnisées ont décliné les aides publiques auxquelles elles avaient pourtant droit. Cela mérite d'être souligné!

Pour Christian Guicheteau, Directeur départemental des Finances Publiques «Il y a eu une forte réactivité des services de l'Etat dans leur ensemble. La DDIP a reçu à ce jour plus de 60 entreprises pour traiter des dossiers, hors guichet unique. Quant à l'Urssaf, il y a eu plus de 260 saisies». Sans polémique, le Président de la CCI regrette toutefois que l'Etat n'a pas, par exemple, autorisé la prise en charge à 100% du chômage partiel au lieu des 80% habituels et ce malgré la gravité de la situation et le soutien de la Direccte 06 pour que cela soit mis en œuvre...

La forte mobilisation, Anne Lechaczynski, dirigeante de la Verrerie de Biot tient à la souligner. Elle témoigne : «Le 3 octobre, notre entreprise a été pratiquement détruite. La situation était tellement catastrophique, nous avons même pensé un instant à ne pas tenter de repartir... Mais nous avons été formidable-

ment soutenus. Par nos assureurs, nos banquiers, nos fournisseurs, mais aussi par la CCI, qui était à nos côtés dès le lendemain. Tout le monde a été très réactif et un vrai réseau de chefs d'entreprise azuréens nous a soutenus. Il y a aussi eu une réelle compréhension des services fiscaux pour faciliter la reprise : nous avons pu bénéficier d'un report de 6 mois de nos échéances Urssaf, par exemple. Sans cela, il aurait été inimaginable de pouvoir redémarrer. Aujourd'hui, nous poursuivons l'aventure : la réouverture a été faite il y a quelques semaines et nous tournons grâce à la clientèle locale, très solidaire. C'est pourquoi je considère que la campagne «Je consomme Côte d'Azur» (voir en page 4 de ce numéro) lancée par la CCI est une vraie bonne initiative : c'est réellement utile après cette situation». Jean-Pierre Savarino, Vice-président de la CCI rebondit : «C'est exactement pour cela que nous avons très vite mis en œuvre cette campagne : donner un coup de pouce à nos entreprises et nos commerçants et inciter chaque azuréen, chaque touriste et chaque visiteur à aider au maintien de l'activité». Enfin, on notera qu'une réflexion est initiée pour le traitement de ce type de catastrophes sur le plan économique, notamment pour évoquer les franchises très élevées que certains contrats ont révélé à cette occasion aux entreprises sinistrées. ■

En savoir + 0 800 422 222
www.cote-azur.cci.fr

■ LA PAROLE AUX CHEFS D'ENTREPRISE SUR...

COMPTE PRÉVENTION PÉNIBILITÉ : LE BTP AZURÉEN S'INTERROGE

Depuis le 1^{er} janvier 2015 les quatre premiers facteurs de risque (travail de nuit, travail en 3x8, travail à la chaîne, travail en milieu très bruyant) sont entrés en vigueur. Les six derniers facteurs de pénibilité (exposition au bruit, aux températures extrêmes, aux vibrations mécaniques, à la manutention de charges lourdes, aux postures pénibles et aux produits chimiques dangereux) devaient l'être au 1^{er} janvier 2016. La loi Rebsamen sur le dialogue social a repoussé cette mesure au 1^{er} juillet 2016. Interview de Philippe Gautier, Président de la Fédération Départementale du BTP 06.

Que pensez-vous de l'application de cette nouvelle mesure, qui impacte fortement l'activité BTP ?

Sur le principe, tout d'abord, on ne peut que regretter l'adoption d'une mesure qui, une fois de plus, s'inscrit en totale contradiction avec les annonces de nos responsables politiques en faveur d'un allègement des contraintes des entreprises pour faciliter l'emploi !

Sur le plan du symbole ensuite, comment ne pas s'attrister de voir le terme « pénibilité » être utilisé pour définir les missions de nos collaborateurs ? Cette approche négative tend à dévaloriser nos métiers et réduit à néant les efforts développés par la Profession depuis de nombreuses années en matière de sécurité, de prévention et de formation.

Sur le plan pratique, enfin, ce dispositif impacte effectivement pleinement le BTP, notamment au travers des 6 nouveaux facteurs applicables dès le 1^{er} Juillet 2016 : manutentions manuelles de charges, postures pénibles, vibrations mécaniques, agents chimiques dangereux, températures extrêmes et bruit. Toutes nos entreprises seront concernées cette année.

Pensez-vous qu'elle soit applicable et réellement efficace sur le terrain ?

Il faut reconnaître que le dispositif a beaucoup évolué depuis le premier projet imaginé par le gouvernement, grâce au travail de lobbying exercé par la Fédération Française du Bâtiment. Le pire semble avoir été évité : les entreprises n'auront pas à remplir, comme prévu à l'origine, une fiche individuelle par salarié. Et le référentiel de branche, en cours de création au niveau national, sécurisera les déclarations annuelles des entreprises via la DADS.

«Ce nouveau dispositif, qui ne dispose d'aucun volet préventif, reste stigmatisant et coûteux pour le BTP. Contrairement aux actions de terrain mises en place par nos entreprises au quotidien, il ne permettra pas d'améliorer les conditions de travail sur chantier.»

Philippe Gautier
Président de la FDBTP06



Rédaction

Enfin, la gestion du compte étant désormais confiée à la CARSAT, l'entreprise sera déchargée des formalités d'information auprès de ses salariés

Quant à son efficacité, la mesure ayant été créée pour générer de nouveaux droits au bénéfice des salariés (formation, départ anticipé à la retraite, temps partiel) et non pour prévenir ou réduire les risques, on peut supposer que les actions mises en place au quotidien par la Profession conserveront toute leur légitimité.

Quelles sont les conséquences directes que ce compte produira sur les entreprises, en termes de coût, de compétitivité notamment.

Le dispositif devra être financé par toutes les entreprises grâce à une cotisation de base unique de 0,01 % dès 2017 ainsi que par une cotisation additionnelle de 0,1 % ou 0,2 % en cas de polyexposition en 2016 et de 0,2 % à 0,4 % en cas de polyexposition en 2017. Cette fois encore, les annonces gouvernementales visant la réduction des charges des entreprises semblent être mises à mal par cette taxe supplémentaire qui, inévitablement, aura des répercussions négatives sur la compétitivité de nos entreprises, notamment au regard de la concurrence des entreprises étrangères qui emploient des salariés détachés.

Quels ajustements en attendriez-vous ?

La profession n'a jamais refusé d'œuvrer en

faveur de la prévention des risques et de l'amélioration des conditions de travail. De nombreuses avancées ont pu être enregistrées ces dernières années et l'organisme professionnel de Prévention du BTP (l'OPPBTP), créé à cet effet par la Profession depuis 1947, joue un rôle majeur en ce domaine pour accompagner nos collaborateurs et nos entreprises, les former, les aider à s'équiper en matériels adaptés et performants.

Ce nouveau dispositif, qui ne dispose d'aucun volet préventif, reste stigmatisant et coûteux pour le BTP. Contrairement aux actions de terrain mises en place par nos entreprises au quotidien, il ne permettra pas d'améliorer les conditions de travail sur chantier. Nous souhaitons donc qu'il soit le plus simple possible dans sa mise en œuvre et que les référentiels de branche soient lisibles et uniformes pour chacune de nos Professions. Enfin, il serait juste que les entreprises étrangères œuvrant sur le sol français soient assujetties à ce dispositif, notamment en payant les cotisations correspondantes, afin de ne pas créer un nouveau facteur de concurrence déloyale vis-à-vis des entreprises françaises. ■

En savoir + 0 800 422 222
www.cote-azur.cci.fr

■ **DÉVELOPPEMENT DURABLE.** S'ENGAGER DANS CE TYPE DE DÉMARCHÉ, CE N'EST PAS RÉSERVÉ AUX GRANDES ENTREPRISES. D'AZURÉENNES FONT LE CHOIX DE LA RSE. POUR LES GUIDER LA CCI PROPOSE UN PROGRAMME DÉDIÉ À 100% : LE PARCOURS PERFORMANT ET RESPONSABLE EN PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR.

RSE, ÉCONOMIE D'ÉNERGIE : LES ENTREPRISES DE LA CCI



Levier majeur de la stratégie de développement des entreprises, la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) constitue aujourd'hui une importante opportunité de croissance, de compétitivité et de création d'emploi. Un levier qui ne doit pas être réservé uniquement aux grands groupes. En 2014, le Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, la DIRECCTE, la DREAL, l'ADEME et la CCI régionale PACA ont signé une convention-cadre pour un déploiement partenarial de la responsabilité sociétale des entreprises. A cette occasion, ils ont lancé ensemble le « Parcours performant et responsable en PACA ». Un outil innovant destiné aux TPE et PME de la région qui souhaitent améliorer leur performance globale en s'impliquant et en progressant en matière de RSE.

Comment s'engager dans ce parcours ? Tout commence par un autodiagnostic. L'entreprise se connecte sur www.monentreprise-responsable.net afin d'évaluer en ligne son degré de performance. Une fois l'évaluation effectuée, le dirigeant peut faire appel à la CCI Nice Côte d'Azur qui pilote le projet sur le terrain dans les Alpes-Maritimes. Un conseiller définit alors avec lui un plan d'actions. Pour le mettre en œuvre, le chef d'entreprise peut se faire accompagner gratuitement par la CCI ou/et par un partenaire PRIDES (Pôles Régionaux d'Innovation et de Développement Economique Solidaire). Si la prestation demandée n'entre pas dans le cadre de leurs compétences, un consultant privé intervient. Dans ce cas un chèque-conseil est remis à l'entreprise permettant de financer 70 % de l'intervention. Celle-ci dure de un à trois jours et couvre tous les champs

de la RSE. Dès l'autodiagnostic, l'entreprise est intégrée dans la communauté RSE et profite non seulement d'un réseau social, de réunions d'échange de bonnes pratiques mais peut également valoriser son engagement en affichant sur ses supports de communication le visuel « Performant et Responsable en Provence-Alpes-Côte d'Azur » et candidater aux trophées RSE. Autre avantage, l'autodiagnostic est aujourd'hui la condition *sine qua non*

pour bénéficier d'un financement de la Région. Fin janvier, plus d'une centaine d'entreprises azuréennes ont effectué un autodiagnostic et une vingtaine se sont engagées dans le parcours.

Parmi ces entreprises, S2N Nettoyage (Nice) attend beaucoup de cette démarche. « *Je pensais, souligne un de ses fondateurs, Laurent Deveau (photo), que nous étions à la pointe.*

ÉCOLOGIE INDUSTRIELLE ET TERRITORIALE : ENTRER DANS UN CERCLE VERTUEUX

Si les acteurs de la RSE savent qu'un développement économique responsable constitue un socle stratégique autant qu'un levier de compétitivité pour cibler et gagner de nouveaux marchés, il est plus efficace d'agir en synergie pour en optimiser davantage encore les effets positifs. C'est tout l'enjeu du lancement de deux grandes opérations d'écologie industrielle et territoriale (EIT) sur le 06 : au Parc d'activités des Bois de Grasse et à Saint-Laurent du Var.

Cette démarche innovante fait suite à un appel à projet régional remporté par la CCI auprès du Conseil régional PACA et de l'ADEME. Sur les 19 projets déposés, 6 ont reçu un soutien conjoint de la Région PACA et de l'ADEME (trois de plus sont soutenus uniquement par la Région) et 2 se dérouleront dans les Alpes-Maritimes : Bois de Grasse et Saint Laurent du Var. L'objectif du dispositif : permettre de mieux coordonner les acteurs et les actions, de jouer la carte de la complémentarité, d'améliorer la visibilité des offres et de valoriser les entreprises qui s'engagent dans cette voie. L'EIT est en effet basée sur l'économie circulaire. Il s'agit d'une mise en

commun de ressources par des acteurs économiques d'un territoire, en vue de les économiser ou d'en améliorer la productivité : partage d'infrastructures, d'équipements (réseaux de chaleur, outils ou espaces de production...), de services (gestion collective des déchets, plans de déplacements inter-entreprises...), de matières (le rebut de production de l'un peut être utilisé comme matière secondaire par un autre...).

A Grasse, l'EIT se déroulera dans le cadre d'un partenariat entre le club Entreprises du Bois de Grasse, la Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse et la CCI Nice Côte d'Azur, porteuse du projet. A Saint-Laurent-du-Var, la Mairie, la CCINCA et l'APAL (Association du Parc d'Activités Laurentin) (sont) œuvrent ensemble sur ce projet. Les opérations se dérouleront jusqu'au printemps 2018 et s'appuieront notamment sur le logiciel ACT'IF, outil CCI basé sur un système de géolocalisation des entreprises et de leurs flux permettant d'identifier des potentielles synergies d'échanges et de mutualisation. Une initiative expérimentale et innovante au profit des entreprises de ces territoires en pleine mutation !

ENOMBREUSES TPE ET PME/PMI
ORMANT ET RESPONSABLE EN PACA.

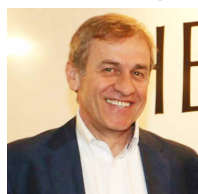
ÔTE SE BOUGENT

Fotolia/ Rédaction



Mais je me suis aperçu après l'autodiagnostic et le plan d'actions que nous avons à peine amorcé une politique de RSE. Nous avons beaucoup de travail à faire pour améliorer notre fonctionnement et donc nos performances en matière de sécurité du personnel, de stockage, de communication... Tous ces points vont être peu à peu optimisés grâce au déploiement du plan d'actions ».

Egalement engagée dans le programme Parcours performant et responsable en PACA, Sofia Cosmétiques a été créée en 1989 par le



docteur Alexandre Dingas (photo ci-contre). La PME, spécialisée dans la fabrication de cosmétiques blanches, compte aujourd'hui une soixantaine de salariés.

« Les raisons qui ont motivé notre entrée dans le parcours ? » résume Guillaume Morice, responsable de développement projets et communication « Une culture d'entreprise d'abord et un événement ensuite. Nous avons intégré depuis longtemps les exigences de développement durable dans l'entreprise, conscients que ces enjeux sont aussi des atouts pour la performance. Un exemple ? Nous avons reçu en 2011 le trophée ADEME pour l'installation d'un outil permettant de récupérer et de recycler l'eau que nous utilisons dans la fabrication de nos produits. Un dispositif économique et respectueux de l'environnement. Nous avons également la volonté d'affirmer notre ancrage territorial en effectuant au moins 60 % de nos achats dans le 06. A tous les stades de notre organisation nous mettons en place des processus qui prennent en compte une dimension environnementale et de développement durable ». Autre élément : le déménagement de l'entreprise : « Jusqu'à présent, nous étions sur 5 sites différents. Aujourd'hui nous allons nous regrouper à Carros. Nous avons voulu profiter de cette opportunité. En binôme avec la responsable qualité, je travaille depuis un an sur ces aspects de la RSE : table ronde, rencontres... Nous avons été séduits par ce parcours ». Le diagnostic a été effectué et le plan d'actions formalisé. Première échéance : la sensibilisation de tout le personnel depuis février. ■

+ SUR
www.cote-azur.cci.fr

Partenariat

Rédaction



la CCI signe avec CAPENERGIES

A la fois Prides et pôle de compétitivité, Capenergies - représenté par son directeur général, Bernard Mahiou - a signé un partenariat avec la CCI le 25 janvier. Ce partenariat s'inscrit dans la synergie de deux actions en faveur des entreprises azuréennes : la volonté de la CCI de continuer son soutien à la filière énergie, et l'implication forte de Capenergies dans le soutien à l'écosystème des entreprises de l'énergie de PACA Est. En effet, la filière énergie représente plus de 55% des éco-entreprises des Alpes-Maritimes, pour un CA cumulé d'environ 1.2 milliard d'euros. Et la transition énergétique est porteuse de nouveaux marchés. Capenergies et la CCI mènent pour cela des actions en collaboration avec les acteurs de l'innovation afin d'encourager le montage de projets privés et publics-privés de recherche collaborative en matière d'énergie non génératrice de gaz à effet de serre. Des exemples de ces actions collaboratives sont la participation active de la CCI à des projets structurants montés par Capenergies comme la Smart Campus Nice Sophia ou FlexGrid, mais également le Club Smart Grids Côte d'Azur, porté par la CCI Nice Côte d'Azur, qui avec ses 4 commissions a pour objectif d'être l'outil d'animation de cette filière azuréenne en devenir. Plus sur www.capenergies.fr

LE BON CLIC pour vous faciliter l'accès à un logement



Guidedulogement06.com

Votre portail d'information dédié au logement



■ **FORMATION.** UN OUTIL EFFICACE POUR ACCOMPAGNER LES PORTEURS DE PROJET DE CRÉATION D'UNE ENTREPRISE, MISSION DE LA CCI NICE CÔTE D'AZUR. DEUX CRÉATEURS RÉCEMMENT ACCOMPAGNÉS TÉMOIGNENT.

5 JOURS POUR ENTREPRENDRE : UNE FORMATION



NATHALIE ORVOËN RETOUR À LA NATURE

Après une vingtaine d'années passée dans le numérique et les Telecom à des postes à responsabilités Nathalie Orvoën a décidé de tout changer. « Je souhaitais non seulement travailler dans un secteur plus en phase avec mes valeurs mais aussi à mon compte ». Ses valeurs ? « Retrouver une activité liée à la nature, au développement durable. Après mûres réflexions, j'ai décidé de m'orienter vers la réalisation de potagers sur les toits ». Un concept qui fait florès. Bénéficiant d'un plan de départ volontaire, elle a décidé de s'inscrire aux 5 Jours pour Entreprendre financés par son ancienne entreprise. « Je ne suis pas venue les mains dans les poches. Depuis un an, le projet mûrit. J'ai préalablement effectué un stage à Paris chez un des pionniers de l'activité. Cette formation dispensée par des professionnels est très bénéfique. Directement opérationnelle, elle aborde des thématiques concrètes et permet de confronter les enseignements avec votre projet, de l'affiner. Les questions sur le choix du statut de la société sont très instructives. Je finalise actuellement les choses et compte me lancer rapidement ».



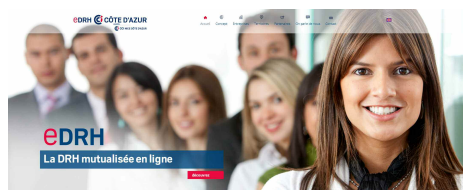
Les 5 jours pour Entreprendre sont sans doute l'un des plus anciens outils que la CCI Nice Côte d'Azur met à la disposition des créateurs ou des repreneurs d'entreprise. Une formation-action qui a fait ses preuves. Des centaines de porteurs de projets, aujourd'hui dirigeants, l'ont suivie avec profit. Au cours d'ateliers animés par des professionnels – avocats, experts-comptables, organismes sociaux, assureurs, établissements financiers, ... – chaque étape clé d'une création ou d'une reprise est analysée : prévisionnel, études de marché, bilan, trésorerie, statut juridique de l'entreprise... Les futurs chefs d'entreprise bénéficient d'une vision à 360° de l'entreprise.

Payante, cette formation peut être acquittée soit par la personne qui la suit, soit par son entreprise, le Pôle Emploi ou les OPCA (organismes paritaires collecteurs agréés). L'évolution de la réglementation de la formation continue nécessite désormais pour être

prise en charge qu'elle soit certifiante. Cela signifie qu'elle soit accompagnée d'une validation des acquis et inscrite au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) et au Comité Paritaire Interprofessionnel Régional de l'Emploi et la Formation (COPAREF). Les CCI ont obtenu cette inscription au niveau national et régional. Les 5 Jours pour Entreprendre peuvent donc continuer de bénéficier d'un financement dans le cadre de la formation continue. Une belle reconnaissance pour cette formation opérationnelle et directement en phase avec les attentes réelles des porteurs de projets. Désormais les candidats devront répondre à la fin de leur session à un quizz de 53 questions pour valider leur formation. La CCI Nice Côte d'Azur a inauguré cette nouvelle formule en février. ■

En savoir + 0 800 422 222
www.cote-azur.cci.fr

■ **NOUVEAUX SERVICES.** LA E-DRH CÔTE D'AZUR PROPOSE UN BOUQUET DE SERVICES EN LIGNE POUR LES ENTREPRISES.



UNE DRH MUTUALISÉE EN LIGNE

dre aux enjeux d'emplois / compétences au niveau d'un territoire ou d'une filière ? La réponse de la CCI Nice Côte d'Azur à ces questions a été de lancer un nouveau concept de DRH territoriale mutualisée en ligne. Un concept qui s'est concrétisé par la "eDRH Sophia Antipolis" (2012) auquel s'est ajoutée la "eDRH EcoVallée-Plaine du Var" (2014) et qui continue à se développer aujourd'hui avec l'ou-

verture d'un nouveau portail web, edrh06.com. Il se présente comme une porte d'entrée unique pour accéder à toute l'information et l'offre de services eDRH. On y retrouve regroupés le concept, la démarche eDRH, les bouquets de services opérationnels proposés aux entreprises des territoires de Sophia Antipolis et de l'EcoVallée, les applications sectorielles de recrutement... L'offre de

Comment aider les entreprises à acquérir les compétences (recrutement / formation) dont elles ont besoin pour se développer et/ou se maintenir sur le territoire ? Comment répon-

ON CERTIFIANTE



Rédaction

ROMAIN RIBERO UNE CÔTE D'AZUR À CROQUER

Chef de projet durant une quinzaine d'années sur des secteurs aussi divers que la RH, la finance ou la logistique, Romain Ribero a décidé d'exaucer un de ses rêves : créer son entreprise. « J'ai profité d'un retour sur la Côte d'Azur, ma région d'origine, pour me lancer. Après une première formation au CNAM sur la création d'entreprise, j'ai décidé de suivre aussi les 5 Jours de la CCI. J'ai suivi la formation à Grasse. Nous étions 8 avec 8 profils différents et pourtant mon ressenti est que chacun a trouvé les réponses qu'il attendait. Pour moi, cela va au-delà de mes attentes. Les professionnels qui interviennent, apportent une expertise précieuse dans des domaines clés de la gestion d'une entreprise. Les acquis engrangés au cours des séances m'ont permis de formaliser mon projet et de renforcer ma confiance dans son potentiel. Je souhaite développer une activité de vente de produits et spécialités niçoises sur les quais des gares avec un concept « Food Scoot » c'est-à-dire mobile et dans les trains à destination de Nice. Mes premières démarches ont porté leurs fruits : j'ouvrirai un *pop-up store* sur le parvis de la gare Nice-Thiers de mi-juin à fin août : bière au pois chiche, chips à la socca, panettone, et vin d'orange amère seront proposés à la vente.

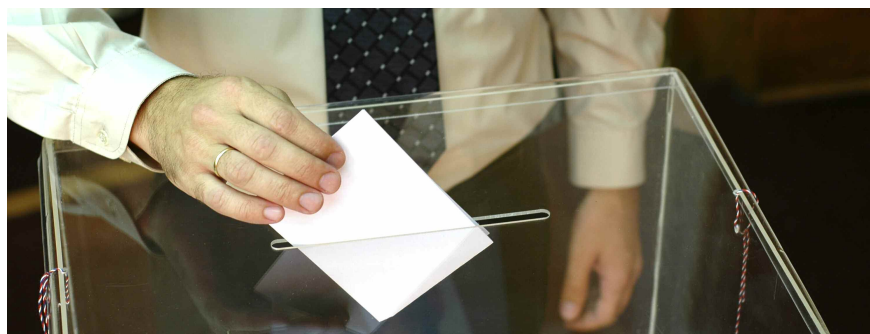
services eDRH a pour but de simplifier le recrutement, la formation et l'accès à l'information utile en mettant à disposition des entreprises de toutes tailles, soit des outils en ligne directement utilisables par le RH ou le chef d'entreprise, soit en mobilisant les réseaux d'acteurs emploi-formation-collectivités. A ce jour, la eDRH, qui a déjà glané 4 prix nationaux sur des critères aussi différents que ceux du collaboratif, numérique, équipes digitales et intelligence économique, dépasse, tous services confondus, les 400 entreprises utilisatrices. ■

En savoir + www.edrh.com



■ **ÉLECTIONS.** LE VOTE VA S'EFFECTUER PAR CORRESPONDANCE ET PAR VOTE ÉLECTRONIQUE EN NOVEMBRE 2016.

2016: ÉLECTION DES MEMBRES DE LA CCI NICE CÔTE D'AZUR



iStock

L'élection des membres de votre Chambre de Commerce et d'Industrie aura lieu en novembre prochain. Ils seront élus pour 5 ans et auront pour mission d'impulser des actions et des projets de développement économique, de formation et d'aménagement du territoire, au service des entreprises et des commerces azuréens. Ils représentent donc vos intérêts auprès des pouvoirs publics pour renforcer l'attractivité et la compétitivité de notre département. Vous pourrez ainsi voter et permettre à votre entreprise de s'exprimer pour désigner celles et ceux qui la représenteront.

Le questionnaire que vous avez reçu est à retourner avant le 30 avril. Pour que vous puissiez voter, la CCI doit mettre à jour les listes électorales. Un questionnaire vous a été adressé pour vous permettre de véri-

fier et modifier si nécessaire les informations concernant votre entreprise et l'électeur désigné*. Il est important que vous nous retourniez ce questionnaire signé par courrier ou par mail avant le 30 avril 2016. Si vous ne l'avez pas reçu, merci de contacter le service élections aux coordonnées ci-dessous. ■

En savoir +

www.cote-azur.cci.fr/electionCCI06
election-cci@cote-azur.cci.fr
0800 422 222

*Désignation des électeurs à titre personnel, dès lors qu'ils sont déclarés au RCS et qu'ils collaborent à l'activité de leur époux sans autre activité professionnelle : cette disposition est étendue aux personnes liées par un Pacte Civil de Solidarité (PACS).

Nouvelle aide

EMBAUCHE PME

Focus sur la nouvelle aide à l'embauche pour les petites et moyennes entreprises. A partir du 18 janvier et jusqu'au 31 décembre 2016, les embauches réalisées par les entreprises de moins de 250 salariés bénéficient d'une prime trimestrielle de 500 € durant les 2 premières années du contrat, soit 4 000 € au total. « Embauche PME » s'adresse aux petites et moyennes entreprises de moins de 250 personnes qui embauchent un salarié payé jusqu'à 1,3 fois le Smic.

Le bénéfice de l'aide financière est réservé à l'embauche d'un salarié en CDI, CDD de 6 mois

et plus, transformation d'un CDD en CDI, contrat de professionnalisation d'une durée supérieure ou égale à 6 mois. L'aide est versée à l'échéance de chaque période trimestrielle, à raison de 500 € par trimestre. Pour les contrats qui durent au moins deux ans, l'aide financière atteindra donc 4 000 €. Cette aide est cumulable avec les autres dispositifs existants : réduction générale bas salaire, pacte de responsabilité et de solidarité, crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE).

En savoir + 0 800 422 222
www.cote-azur.cci.fr

■ **LE BUZZ.** OSER : C'EST UN PEU LE CRÉDO DE LA VÉNÉRABLE MARQUE DE PARFUMERIE GRASSOISE. DÉMONSTRATION !



Molinard

MOLINARD (GRASSE) SE MET À NU POUR MODERNISER SON IMAGE

Sacré coup de buzz! La jeune directrice générale d'une des plus anciennes maisons françaises de parfumerie qui pose nue pour lancer son nouveau parfum à l'occasion de la Saint-Valentin 2016 : ce genre d'implication dans une entreprise n'est pas chose courante. D'autant moins que la campagne de communication de Molinard à Grasse, toute en sensualité, vient se pimenter d'un jeu de mot un peu coquin entre Cuir, le nom du parfum,

et Jouir. Il faut assumer l'ensemble. Célia Lerouge-Bénard le fait. Représentante de la cinquième génération familiale de cette vénérable maison fondée en 1849, elle s'est engagée dans une opération de modernisation de la marque dès son arrivée aux commandes en 2011. La campagne hors norme s'inscrit dans ce contexte. *"Quand Bruno Valentin de l'agence Pôle Company me l'a proposée, j'en ai aimé l'audace. Le cuir, c'est une seconde peau avec laquelle on ne peut pas tricher. Comme le parfum",* explique Célia Lerouge-Bénard, passionnée par son métier. *"Et puis le parfum, c'est aussi une mise à nu. Une seconde peau qui en dit long sur la personnalité de celle ou celui qui le porte. Je ne voulais pas me cacher derrière un flacon. Il fallait oser. Et oser, c'est l'ADN de Molinard"* ajoute-t-elle, avouant cependant n'avoir jamais imaginé être capable de poser nue. Quant au choix du nom, "Cuir", il se réfère à la naissance de la parfumerie. Un clin d'œil à Grasse dont l'art des parfums a été au départ cultivé ... pour masquer les mauvaises odeurs des peaux qu'elle tannait.

Avec ce lancement, Molinard (40 personnes), l'un des trois parfumeurs français reconnu "Entreprise du patrimoine vivant" avec Guerlain et Caron, termine sa "réinstallation dans le siècle". *"Pour y arriver, la stratégie a été de bâtir l'avenir sur les piliers existants"* insiste sa directrice générale. *"En 2012, nous avons commencé par relancer Habanita, notre parfum mythique qui fêtait ses 80 ans d'addiction. Nous avons relooké le flacon en conservant les codes comme la frise Lalique. En 2014, nous avons créé La Collection Privée (cinq parfums pour rendre hommage aux cinq générations des parfums Molinard); en 2015, la collection Les Prestiges et celle des Eléments avec Cuir pour remettre en lumière les meilleurs ingrédients qui sont au cœur même de l'histoire de la parfumerie."*

Aujourd'hui, Molinard est prêt pour avancer. 80 % des packagings ont été relookés. *"Nous avons apporté plus de cohérence, de modernité dans notre gamme. Ce que l'on peut bien visualiser dans la boutique ouverte à Nice, il y a environ un an. Tout un travail de fond qui était nécessaire avant de partir à l'international."* ■

■ **EXPORT.** LA PME AZURÉENNE FAIT DE SON SAVOIR-FAIRE UN VECTEUR À L'INTERNATIONAL. SANS COMPLEXES.

BLEU DE FRANCE (NICE) : L'ENSEIGNE S'IMPLANTE AU GABON

Son domaine d'activité est des plus classiques, mais représentatif du tissu économique des Alpes Maritimes : l'entreprise continue néanmoins son développement dans un domaine d'activité pourtant réputé être sinistré (3500 pressings en France, contre 10000 il y a 10 ans). Comment? L'enseigne niçoise est une PME familiale qui a réussi à exporter son image et son concept à l'international, toute seule, comme une grande. Elle démontre qu'une chaîne de pressings née à Nice, boulevard de la Madeleine il y a 67 ans, peut savoir séduire des investisseurs gabonais spécialisés dans la distribution alimentaire et ouvrir sous licence son tout premier pressing il y a quelques jours à Libreville, au cœur du quartier des grandes enseignes commerciales. Grand pressing sur deux niveaux, il est équipé de la toute dernière génération de matériel de nettoyage à sec, convoyeur, matériel de lavage et caisse électronique. Un équipement qui fait aussi appel aux compétences d'autres entreprises niçoises (Cimar pour

l'installation technique, Label Enseigne pour la signalétique) et constitue donc une source d'exportation pour d'autres TPE ou PME elles aussi de secteurs dits classiques.

Ce n'est pas un coup d'essai pour la PME dirigée par Robert Roux (photo ci-contre) : elle a déjà réussi l'ouverture en « master franchise » de 22 pressings en Russie, puis au Maroc ou au Sénégal. Pourquoi cette nouvelle implantation? *«Ville-capitale de 850 000 habitants jumelée avec Nice, est en pleine transformation dans un pays en réelle croissance, une plaque tournante économique, centrée notamment sur le commerce du bois et sa production de manganèse qui irradie sur tout le sous-continent d'Afrique centrale. Dotée d'importantes zones industrielle et portuaire, Libreville abrite les services centraux de l'État, de nombreuses activités tertiaires et développe une activité commerciale intense»*



Bleu de France

indique Robert Roux, qui préside également depuis 30 ans le Forum de l'Entreprise. Cet épisode gabonais de Bleu de France montre combien il est important de ne pas sous-estimer le potentiel économique de ces secteurs classiques qui structurent encore une très grande majorité de notre tissu entrepreneurial et ouvrent des perspectives parfois inattendues en termes de production de valeur, en capacité d'exportation et de défense de l'image de la France, notamment dans les économies émergentes. Voire même à donner des complexes à de flamboyantes start-ups? ■

RUBRIQUE EN
COLLABORATION AVEC



TEAM
CÔTE
D'AZUR

■ **IMPLANTATION.** L'INSTITUT DÉDIÉ À LA SCIENCE DES DONNÉES À CHOISI
LA CÔTE D'AZUR POUR SON DÉVELOPPEMENT.

DSTI S'EST IMPLANTÉ À SOPHIA ANTIPOLIS

La première école dédiée à la science des données a ouvert ses portes à Sophia Antipolis. Le Data ScienceTech Institute (DSTI) est une école supérieure d'application orientée *Data Science* et *Big Data*, elle vise les jeunes diplômés issus d'écoles d'ingénieurs ou de l'Université ainsi que ceux des écoles de commerce ayant suivi un parcours adéquat. Entretien avec Sébastien Corniglion, Directeur Général Pédagogie et Recherche.

Quelles sont les activités du DSTI ?

Notre établissement privé d'enseignement supérieur et de formation professionnelle, est la première école supérieure d'application à la *Data Science* et au *Big Data* en France. L'Institut délivre des formations de spécialisation et d'applications industrielles pour des diplômés de l'enseignement supérieur français et internationaux. Il propose deux formations MSc (post bac+5) pour spécialiser ses étudiants à la conception d'architecture et outils de la *Data Science* (MSc Data Scientist Designer) et à l'analyse *Big Data* (MSc Executive Big Data Analyst) sur



Team

Sébastien Corniglion, directeur général pédagogie..

des programmes approfondis (1600h) en cycle combiné et dispensés en anglais. Ces programmes sont menés en collaboration avec de grands industriels internationaux ainsi que des PME spécialisées.

Pourquoi la Côte d'Azur ?

Pour nous appuyer sur le réseau de compétences des laboratoires spécialisés tels que l'INRIA ou encore le laboratoire de mathématique de l'Université Nice Sophia-Antipolis, mais aussi contribuer au développement des compétences-clés de la technopole dans ce domaine. La relation avec Team Côte d'Azur nous permet de déployer notre

réseau de partenariats auprès d'entreprises internationales séduites par les compétences de haut niveau en mathématiques appliquées et informatique avancée disponibles sur notre territoire.

Quelles sont vos perspectives de développement ?

Avec ses premières promotions pilotes ouvertes en Octobre 2015, Data ScienceTech Institute crée un deuxième cycle de rentrée dit "décalé" pour Mars 2016. En parallèle avec son activité d'enseignement et de formation, DSTI développe des activités de recherche dans ce domaine de la Science des Données et du *Big Data*, notamment dans des applications aux réseaux intelligents (Smart Grids) en relation avec le Pôle de Compétitivité Capenergies et les projets pilotes de la Région. Enfin, DSTI a investi dans des équipements de téléprésence HD afin de pouvoir délivrer ses deux formations dans ses deux campus et explore la possibilité d'ouvrir ses enseignements "online" via la téléprésence HD en temps réel. ■

■ **SERVICES.** L'AGENCE NIÇOISE, CRÉÉE EN 1955, POURSUIT SA BELLE AVENTURE.

RAMEL : COMMUNICATION 360° ET SUR-MESURE

Entretien avec Jean-François Puissegur et Sylvain Rouget, gérants associés de l'agence conseil en communication et marketing différencié. Une entreprise présente depuis de nombreuses années dans le paysage économique azuréen, qui bénéficie d'un capital confiance important, fruit d'une solide expérience acquise auprès d'une clientèle d'acteurs économiques régionaux.

Quel est le profil de l'entreprise ?

Ramel dispose d'une expérience pluri sectorielle dans l'immobilier, le luxe, l'industrie et les services accompagne des manifestations événementielles professionnelles et grand public telles que le Festival du Cirque de Monaco. Nous avons récemment développé un pôle d'excellence dans la communication RH (performance sociale et managériale, attractivité sociale, communication de recrutement). Nos savoir-faire nous permettent de compter parmi nos clients des entreprises locales en développement ainsi que des

entreprises internationales implantées dans notre région : Bouygues Immobilier, Vinci Immobilier, Nexity, Vinci Autoroutes, Eiffage, ou encore des marques emblématiques azuréennes telles que Barral, Audemard, Unic, Azur Trucks ...

Sa valeur ajoutée ?

Notre offre corporate de conseil et d'opérateur 360°, sur mesure ! Pour répondre aux besoins marketing et omni canaux de nos clients afin de les aider à se développer : concepts, contenus, opérateur de plans d'actions... Notre méthode c'est de placer l'expérience client au centre de toute démarche communicante.

Vos objectifs cette année ?

Avec des résultats satisfaisants en 2015 pour un CA de 1,4M€ nous entendons nous développer en 2016 en consolidant nos positions en immobilier, en événementiel « haut de gamme » et notamment en nous renforçant



Rédaction

auprès des filières d'avenir : tech, transport, éco entreprises...

Votre priorité du moment ?

Consolider l'existant, ne rien lâcher, proposer de nouvelles offres qui soient toujours plus en empathie avec le business de nos clients ! ■



Chaque lundi, la CCI met à l'honneur une entreprise azuréenne dans sa rubrique « L'entreprise de la semaine », sur son application smartphones disponible gratuitement en téléchargement.

■ **SERVICES.** PROFIL D'UNE REPRISE D'ENTREPRISE MENÉE À BIEN.

AZETCO : PASSAGE DE RELAIS RÉUSSI

Rédaction



secteur. » Il n'en fallait pas plus à Christophe Bourgue pour franchir le pas et devenir chef d'entreprise. Mais c'est aussi le fruit d'une belle rencontre humaine. « Un jour, des amis m'ont présenté Serge Millon, le fondateur d'Azetco. Il souhaitait céder son entreprise et partir en retraite. Nous avons construit ce projet de reprise ensemble: l'accompagnement par le cédant était à mes yeux fondamental pour arriver à

En 2014, Christophe Bourgue reprenait Azetco, bureau d'étude spécialisé dans les réseaux numériques et systèmes de vidéo-protection pour les communes et collectivités. Depuis sa création, l'entreprise a réalisé plus de 100 dossiers de consultation, installé plus de 1500 caméras dans une cinquantaine de villes de toutes tailles. Un créneau hyperspécialisé, mais pas totalement inconnu pour le repreneur, ancien directeur du site Horizon de Schneider-Electric à Carros. « Au cours de mes 8 ans passé au sein de Schneider, j'ai découvert les opportunités que représentent l'interaction entre la ville, son environnement et le monde de l'intelligence, pour faire des villes plus efficaces et tournées vers l'avenir via leur aménagement numérique. La partie vidéo protection, je l'ai abordée via cette approche de la ville intelligente, puisqu'il y a une société du groupe Schneider qui travaille sur ce

réussir ce type d'opération. » Un retour d'expérience que Christophe Bourgue complète par plusieurs points incontournables : « Faire une étude de marché, comprendre ses clients et l'environnement : ce que l'on fait, ce que l'on vend et à qui. Et surtout, être raisonnable dans ses pistes de développement : paradoxalement, je crois qu'il faut parfois savoir résister à ses banquiers ! Certains peuvent vous pousser à faire des supers business plans, avec des progressions à deux chiffres... Mais quand on est devenu son propre patron, plus que jamais, il faut garder les pieds sur terre si l'on veut voir loin. » ■

321, promenade des Anglais
04 93 78 61 28
cbourgue@azetco.com
www.azetco.net

Vous aussi, vous avez un projet de création, reprise ou transmission ?

Pour vous lancer, pour participer à un stage «5 jours pour entreprendre» ou à un atelier «Création / Reprise d'entreprise» (dates sur www.ccinice-cote-azur.fr, rubrique agenda), prenez contact avec les experts du pôle création, transmission & reprise d'entreprises de la CCI Nice Côte d'Azur

20, bd Carabacel 06000 NICE - Tél. : 0 800 422 222 - Fax : 04 93 13 21 02
cession.reprise@cote-azur.cci.fr

■ NÉGOCE

Négoce de carrelage : importation directe et distribution

Réf. 061C0127

Ville

Effectif: 4

CA: 1 150 000 € / Prix: A définir selon l'option choisie

Cause retraite, cède parts sociales (minoritaire ou majoritaire) d'une société spécialisée dans l'importation et le négoce de carrelage. Progression importante et constante du CA depuis la création. Profil repreneur : associé actif avec des compétences commerciales (apport minimum: 250 000 €).

Négoce de revêtements de sols Zone industrielle

Réf. 062C0233

Effectif: 2

CA: 1 250 000 € / Prix: 380 000 €

Changement d'activité, cède parts sociales d'une société spécialisée dans le négoce de revêtement de sols. Clientèle de particuliers à 80%. Show-room de 300 m², réserve de 400 m² situé en bord de route passante avec parking privatif.

Vente et réparation grandes cuisines professionnelles

Réf. 062C0226

Ville

Effectif: 3

CA: 780 000 € / Prix: 400 000 €

Cause retraite, cède parts d'une société, spécialisée dans la vente et réparation de cuisines professionnelles. Clientèle internationale : collectivités, yachting grandes villas. Les contrats d'entretien apportent une récurrence du CA.

Distribution de matériels de ventilation Zone industrielle

Réf. 061C0204

Effectif: 4

CA: 1 500 000 € / Prix: 250 000 €

Cause retraite : cède fonds de commerce d'une société, créée en 1996, ayant pour activité la distribution de matériel pour la climatisation, le chauffage, la ventilation, études et réalisations de ventilation et climatisation industrielles. L'entreprise dispose de deux agences, implantées dans des villes du sud de la France.

Vente et installation de cuisines professionnelles Réf. 1587P0105

Zone industrielle

Effectif: 5

CA: 2 000 000 € / Prix: 650 000 €

Cause changement d'activité, cède parts sociales d'une société spécialisée dans l'étude, la vente et l'installation de cuisines professionnelles. Le chiffre d'affaires est en hausse et bonne rentabilité.

■ COMMERCE

Matériaux de construction bricolage

Réf. 064C0231

Arrière-pays mentonnais

Effectif: 4

CA: 530 000 € / Prix: 250 000 €

Raison personnelle, cède fonds de commerce de vente de matériaux de construction et bricolage. Clientèle de particuliers à 80%. Peu de concurrence dans la zone de chalandise. Profil du repreneur: Polyvalence et connaissances dans le secteur d'activité. Permis poids lourds, CACES, pelle et grue.

Epicerie fine - Salon de thé

Réf. 061C0224

Village médiéval

Effectif: 1 (en saison)

CA: 190 000 € / Prix: 250 000 €

Cause retraite, cède fonds de commerce d'épicerie fine, comptoir de thés, décoration avec une activité secondaire de salon de thé. Clientèle locale fidèle et internationale.

Vente de produits multimédia

Réf. 062C0173

Ville

Effectif: 1

CA: 370 000 € / Prix: 130 000 €

Cause retraite : cède commerce spécialisé dans la vente de produits multimédia et la réparation de matériels électroniques et informatiques. Bonne notoriété auprès d'une clientèle fidèle.

Cave à vins et bar à vins

Réf. 061C0215

Ville

Effectif: 0

CA: 225 000 € / Prix: 140 000 €

Cause double activité, cède fonds de commerce d'une cave à vins et bar à vins. Chiffre d'affaires en progression constante. Point de vente: 35 m2 avec terrasse.

Retrouvez l'intégralité de nos annonces sur www.cote-azur.cci.fr

Point chaud, pâtisserie, snack
Zone d'activité
CA: 152 000 € / Prix: 129 000 €
 Changement de région, cède fonds de commerce d'un point chaud, pâtisserie, snack. Situé dans une zone commerciale avec grand parking. Terrasse exposée sud. Local : 50 m².

Réf. 061C0217
Effectif: 3

Cave à vins et spiritueux
Centre-Ville
CA: 160 000 € / Prix: 100 000 €
 Départ à la retraite, cède fonds de commerce d'une cave à vins et spiritueux, situé en plein centre d'une ville du littoral très touristique. CA en progression constante. Local : 32 m². Faible loyer. Site internet marchand.

Réf. 061C0219
Effectif: 0

Vente et réparation motos scooters
Centre-Ville
CA: 740 000 € / Prix: 280 000 €
 Cède fonds de commerce de vente et réparation de motos et scooters, situé en centre-ville. CA en progression constante depuis la création. Exclusivité sur 2 marques de notoriété. Local: 210 m².

Réf. 062C0221
Effectif: 3

SERVICES

Location de véhicules de tourisme
Ville
CA: 2 440 000 € / Prix: 2 000 000 €
 Pour cause de double activité, cède parts sociales d'une entreprise spécialisée dans la location de véhicules, créée en 1996. Clientèle principalement internationale constituée de particuliers grâce à un fichier de prescripteurs (hôtels, agences immobilières, sociétés de conciergerie).

Réf. 1450P0101
Effectif: 10 (+3 saisonniers)

Intégrateur audiovisuel Domotique professionnelle
Ville
CA: 790 000 € / Prix: 600 000 €
 Double activité, cède parts sociales d'une société spécialisée dans l'intégration audiovisuelle pour professionnels. Les contrats de maintenance permettent une récurrence du CA de 200 000 € par an. Profil du repreneur : professionnel exclusivement. Rachat partiel possible.

Réf. 062C0232
Effectif: 2

Transport routier de fret de proximité
Ville
CA: 550 000 € / Prix: 250 000 €
 Cause retraite, cède fonds de commerce d'une entreprise de transport routier de fret de proximité sur l'est du département des Alpes Maritimes. Bonne rentabilité. Effectif stable de 7 salariés; 10 utilitaires.

Réf. 064C0228
Effectif: 7

Vente et installation de fermetures PVC
Ville
CA: 220 000 € / Prix: 100 000 €
 Cause retraite : cède parts sociales d'une activité de vente et installation de fermetures PVC, métalliques pour fenêtres, portes, portes de garage, stores. Notoriété acquise depuis 40 ans auprès d'une clientèle de particuliers à 80 % haut de gamme et fidèle.

Réf. 061C0205
Effectif: 1

Bureau d'études en ingénierie navale
Ville
CA: 280 000 € / Prix: 450 000 €
 Cause changement d'activité : cède parts sociales d'un bureau d'études spécialisé en ingénierie navale et distributeur exclusif en Europe de marques d'équipement. Entreprise tournée vers le développement d'un nautisme durable, bonne notoriété acquise depuis plus de 10 ans auprès d'une clientèle de professionnels 80 %. Bonne progression du CA.

Réf. 061C0192
Effectif: 3

Services et aide à la personne
Ville
CA: 500 000 € / Prix: 230 000 €
 Cause retraite : cède parts sociales d'une entreprise de services à la personne avec agrément qualité et certification QUALISAP. Bonne notoriété acquise auprès d'une clientèle de personnes âgées et/ou de personnes handicapées.

Réf. 1345P0097
Effectif: 25 (15 ETP)

Entretien et création de jardins
Haut-pays
CA: 230 000 € / Prix: 130 000 €
 Cause changement d'activité : cède parts sociales d'une société spécialisée dans l'entretien et la création de jardins. Clientèle de professionnels à 70 % fidélisée (contrats avec syndics de copropriété). Activité transférable, bonne notoriété, augmentation constante du CA.

Réf. 065C0181
Effectif: 2

Services à la personne
Ville
CA: 375 000 € / Prix: 220 000 €
 Cause double activité, cède parts sociales d'une société de services à la personne spécialisée sur le secteur « personnes âgées et dépendances ». Présence de salariés fidèles et compétents et d'un réseau d'infirmiers pour la coordination des soins.

Réf. 1246P0094
Effectif: 19 (13 ETP)

Agence de communication
Ville
CA: 175 000 € / Prix: 52 000 €
 Cède parts sociales d'une agence de communication spécialisée dans l'édition marketing et corporate. Clientèle de professionnels : grands comptes et institutionnels. Récurrence du CA.

Réf. 1583P0104
Effectif: 2

Transport routier de marchandises - affrètement
Activité transférable
Ville
CA: 760 000 € / Prix: 280 000 €
 Cède fonds de commerce d'une entreprise de transport routier de marchandises et affrètement. Bonne ventilation du CA auprès d'une cinquantaine de clients.

Réf. 061C0216
Effectif: 13

Installation énergie renouvelable
Ville
CA: 380 000 € / Prix: 100 000 €
 Départ à la retraite, cède parts sociales d'une société spécialisée dans les travaux d'installation énergie renouvelable. Entreprise qualifiée QUALIPAC, QUALIBAT, RGE, partenaire Bleu Ciel d'EDF. Local : 50 m².

Réf. 061C0220
Effectif: 3

HÔTELLERIE / RESTAURATION

Restaurant (actuellement haute gastronomie)
Village
CA: 120 000 € / Prix: 115 000 €
 Double activité, cède fonds de commerce d'un restaurant gastronomique. Bonne notoriété auprès d'une clientèle locale et touristique. Réel potentiel de développement et d'augmentation du chiffre d'affaires. Superficie 160 m² (cuisine équipée, 2 salles de 20 couverts chacune).

Réf. 061H0043
Effectif: 0

Restaurant - Bar - Chambres meublées
Vallée de la Tinée
CA: 138 000 € / Prix: 220 000 €
 Cause double activité, cède fonds de commerce d'un restaurant de montagne avec 8 chambres meublées. Etablissement rénové et remis aux normes en 2013. Appartement de fonction de 55 m².

Réf. 065H0040
Effectif: 3 (+ saisonniers)

Location de meublé professionnel
Activité à transférer
CA: 475 000 € / Prix: 130 000 €
 Cause changement d'activité, cède fonds de commerce d'une activité de location de meublé professionnel. Portefeuille de 45 lots. Deux parcs d'appartements situés à Villeneuve Loubet et Juan les Pins. Activité fortement impactée par la saison. Bonne rentabilité.

Réf. 062C0222
Effectif: 1

Hôtel-restaurant
Haut Pays
CA: 300 000 € / Prix: 400 000 € (+ murs 700 000 €)
 Départ à la retraite : cède Bar Hôtel-restaurant magasin souvenirs, aux portes du Mercantour. 19 chambres. Jusqu'à 150 couverts en saison estivale. Achat des murs.

Réf. 065H0028
Effectif: 3

Restaurant Bar Lounge
Centre-Ville
CA: 600 000 € (sur 200 jours) / Prix: 200 000 € (30% parts sociales)
 Cause double activité, cède 30 % parts sociales d'un restaurant, bar-lounge, roof terrasse. Idéalement situé à Nice en centre-ville, proche Acropolis, Musée MAMAC, Théâtre, Promenade Paillon, Vieux Nice. Etablissement neuf sur 4 niveaux (100 m² par niveau).

Réf. 062H0032
Effectif: 5

Fabrication de pizzas
Zone rurale
CA: 100 000 € / Prix: 85 000 €
 Cause changement de région, cède fonds de commerce de fabrication de pizzas (livraison, sur place et à emporter), sandwiches, salades, repris en 2010 et situé en zone rurale, proche d'une zone industrielle. Bonne notoriété acquise grâce à la qualité des produits, l'accueil et le savoir-faire. Clientèle locale et touristique.

Réf. 061C0175
Effectif: 2

Hôtel-restaurant
Haut Pays
CA: 103 000 € / Prix: 150 000 €
 Changement d'activité, cède fonds de commerce d'un hôtel-restaurant bar (licence IV), situé dans un village ancien du Haut Pays, aux portes du Mercantour. Superficie totale de 800m² sur 2 étages : 10 chambres, restaurant (80 couverts), 2 appartements, jardin, terrasse, parkings et garage.

Réf. 065H0030
Effectif: 2 (+1 en saison)

Hôtel bureau avec petit-déjeuner
Centre ville
CA: 360 000 € / Prix: 715 000 € + murs 1 700 000 €
 Départ à la retraite : cède fonds de commerce indépendant d'un hôtel, reprise en 1985. Situation, avec terrasse, jardin et piscine, parking 6 places et garage 20 places. Hôtel classé 3*. Bon état général.

Réf. 061H0029
Effectif: 4 (saisonniers)

INDUSTRIE / BÂTIMENT

Mécanique de précision et plasturgie
Zone industrielle
CA: 1 100 000 € / Prix: 450 000 €
 Cause de départ à la retraite, cède titres d'une société spécialisée dans la mécanique de précision (outillage, tôlerie) et plasturgie. Clientèle exclusivement professionnelle. Présence d'hommes clés techniques.

Réf. 1444P0100
Effectif: 8

Gros œuvre, maçonnerie
Haut Pays
CA: 2 000 000 € / Prix: 1 100 000 €
 Cause retraite, cède fonds de commerce d'une entreprise de gros œuvre créée en 1967 dans le Haut-Pays niçois. Equipes polyvalentes, formées aux particularités de l'environnement. Valeur matériel estimée au minimum à 500 000 €.

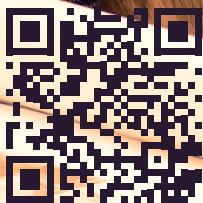
Réf. 0336P0024
Effectif: 18

Pour répondre à une offre,
 pour passer une annonce ou
 en savoir plus sur nos
 services
 d'accompagnement,
 contactez-nous !

Tél. : 0 800 422 222
 Fax : 04 93 13 21 02
cession.reprise@cote-azur.cci.fr

DÉVELOPPER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

VIA NOS
SOLUTIONS
DE PAIEMENT
EN LIGNE



ca-pca.fr/professionnels.html

Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel Provence Côte d'Azur. Société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit. Siège social situé Avenue Paul Arène - Les Négadis - 83300 DRAGUIGNAN. RCS DRAGUIGNAN 415 176 072. Garantie financière et Assurance de responsabilité civile professionnelle conforme aux articles L512-6 et L-512-7 du code des assurances. Société de courtage d'assurance immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance sous le n° 07 005 753 et consultable sur www.orias.fr. - Image / Illustration : Thinkstockphotos - 01/2016 - IP_AzurEntreprises&Commerce - A4