



@azur

ENTREPRISES & COMMERCE

LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE DE LA CÔTE D'AZUR

112

FÉDÉ 2020 : FAIRE PÉTILLER LE COMMERCE AZURÉEN

FOCUS SUR LE PROGRAMME
DE LA CCI POUR RENFORCER LES UNIONS
COMMERCIALES DU 06



DÉVELOPPER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

VIA NOS
SOLUTIONS
DE PAIEMENT
EN LIGNE



ca-pca.fr/proessionnels.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 - 03/2016 - IP_Azur-entreprises-et-commerces-H297xL210



Sommaire

N° 112 MAI/JUIN/JUILLET 2016

Actus

Rendez-vous ■ p.4
Innovative city 2016

Interview ■ p.6
Gregory Vinot, «Pourquoi la Gendarmerie a ouvert un pôle intelligence économique»

Talents ■ p.7
Le 100e Maître Restaurateur azuréen

Innovation ■ p.8
Les ambitions de la French Tech Côte d'Azur

Elections ■ p.10
CCI : en 2016, les entreprises votent

Initiative ■ p.12
Nouvelle campagne pour le commerce et les services

Dossier

Commerce ■ p.14/17
Fédé 2020, le plan pour faire pétiller le commerce

Enjeux

Grands équipements ■ p.18
Focus sur l'hippodrome

Transport ■ p.20
Mobilisation sur la ligne nouvelle

La boîte à outils de l'entreprise

Alternance ■ p.22
1000 alternants formés chaque année par la CCI

Formation ■ p.22
ICS : former les pros du commerce et des services

Trajectoires

Aperitiv ■ p.24
Officinea ■ p.24
Ellcie Healthy ■ p.25
Monpetitbikini ■ p.25



Bernard KLEYNHOFF

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

Parce que l'intérêt général n'est pas la juxtaposition des intérêts particuliers, c'est ensemble que nous relevons les défis. C'est le cas pour le commerce avec le programme FÉDÉ 2020, dossier de ce numéro. Avec ses équipes, votre CCI vous représente pour une meilleure compétitivité des entreprises et des territoires des Alpes-Maritimes. Nous soutenons le développement des filières porteuses avec le Club Smart Grids et la vitrine d'Innovative City, ou la structuration de la French Tech Côte d'Azur.

Notre campagne « Achetez et consommez Côte d'Azur », d'incitation à consommer « local » auprès des azuréens et visiteurs, symbolise finalement ce premier semestre 2016, riche en actions et projets : chacun est concerné !

Je vous laisse découvrir ce nouveau numéro et vous souhaite un bel été.

> 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 sont issus d'informations techniques et sont sujet à modification.



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



un service CCI NICE CÔTE D'AZUR

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

■ **RENDEZ-VOUS.** RETOUR SUR L'ÉDITION 2016 DU SALON DE LA VILLE INTELLIGENTE QUI SE DÉROULE À NICE, OÙ PLUSIEURS EN DU 06 ÉTAIENT EXPOSANTES SUR LE PAVILLON CÔTE D'AZUR, ORGANISÉ PAR LA CCI.

L'INNOVATION CÔTE D'AZUR EN FORCE SUR INNOVATIVE CITY

Venez découvrir les fleurons de l'innovation made in Côte d'Azur ! C'est ce que proposait la CCI sur cette édition 2016 d'Innovative City, en juin. Le pavillon Côte d'Azur hébergeait en effet plusieurs «pépites», leur donnant ainsi l'opportunité de valoriser leurs services et leurs projets.

Acteur de la mutation des villes et de l'économie, la CCI Nice Côte d'Azur est partenaire d'Innovative City depuis sa toute première édition. Carrefour de référence de l'innovation urbaine, ce rendez-vous est le lieu incontournable où se rencontrent décideurs publics et privés, élus et représentants de collectivités, entreprises, établissements publics, centres de R&D, sociologues, investisseurs et start-ups, think-tanks et réseaux... Des leaders français, européens et mondiaux du développement urbain s'y donnent rendez-vous chaque année.

Pour sa 5^e édition, les 16 et 17 juin 2016, Innovative City 2016 était plus que jamais au cœur de la créativité et de la résilience des territoires, des services, des nouvelles technologies au service des citoyens et de leurs lieux de vie connectés. Objectif : anticiper les évolutions et les besoins et mettre à l'honneur les start-ups autour de grands groupes ou d'acteurs financiers de l'innovation. Pour la troisième année consécutive, Innovative City accueillait ainsi les Assises de la Maquette Numérique : les innovations en matière de villes 3D, de BIM (modélisation des données du bâtiment) et de territoires connectés étaient mises en lumière.

L'écosystème français des Smart Grids - les fameux réseaux électriques intelligents - est lui aussi en nombre à Innovative City. Tous les représentants du secteur ont rendez-vous pour présenter des nouveautés sur leur stand



et faire des annonces dans les conférences. Un domaine dans lequel la Côte d'Azur est présente en force : la CCI travaille à structurer une filière dans ce domaine depuis de nombreuses années. Notamment en soutenant le développement du Club Smart Grids azuréen, qui regroupe déjà plus d'une cinquantaine d'entreprises. Un travail qui porte ses fruits : « *Le club marche bien, avec 4 groupes de travail, par exemple pour établir un cahier des charges de prescription du bâtiment intelligent. Avoir un grand projet comme Flex-Grid dans notre région, c'est une chance : il faut encore plus travailler ensemble et qu'on réponde à des projets comme celui-ci, pour que cela fasse du chiffre d'affaires pour nos entreprises* », indique Fabienne Gastaud, présidente du club Smart Grids Côte d'Azur et dirigeante de Wit (Nice), PME spécialiste des solutions pour la maîtrise des énergies et de l'eau des bâtiments intelligents, qui faisait partie des PME présentes sur le pavillon.

Le pavillon Côte d'Azur, «porte-avion» de l'innovation azuréenne. Parmi les start-ups et PME sélectionnées pour exposer sur le pavillon de la CCI, Mini Green Power a su optimiser cette opportunité de promouvoir son concept révolutionnaire : « *Des mini-centrales vertes permettant aux collectivités et industriels d'utiliser leurs déchets végétaux comme source d'énergie et de les transformer en énergie et en chaleur. Avec ce que génère la taille des arbres d'une ville de 20000 habitants, on peut chauffer une piscine municipale toute l'année et alimenter des centaines de foyers en électricité. Sans pollution : carbone 0.* » explique Jean Riondel, son fondateur et dirigeant. L'entreprise a déjà installé deux centrales et va mener une levée de fonds de 2 millions d'euros d'ici septembre. « *Etre à Innovative City, c'est une occasion exceptionnelle de nous faire connaître, trouver des partenaires* ». Même avis pour Georges Bussignies, dirigeant de JB Electronique, une entreprise

A suivre !

■ Feeligreen : du concept à la distribution

La start-up azuréenne, à la croisée des mondes de l'électronique, du médical et de la cosmétique, a été fondée en 2012 par Christophe Bianchi. Elle passe une étape importante : ses produits dermo-innovants arrivent en magasin, y compris dans les enseignes d'électroménager et produits informatiques, qui intègrent désormais ce type de soin à leur offre.

■ Nouvelle croissance pour SETRA Conseil

La société de conseil spécialisée dans le domaine des bases de données et notamment autour des environnements Oracle, annonce une croissance de son chiffre d'affaires qui s'élève à 5,5 millions d'euros contre 4 millions sur son précédent exercice. Cette annonce stratégique démontre le solide positionnement de la société sur les marchés de l'intégration et de la gestion des bases de données.

■ Solar Clothes System en phase de collecte

Pour consolider sa place de leader dans le domaine des textiles solaires (photovoltaïques), la PME innovante de Mandelieu-la-Napoule a lancé le 22 mai une levée de fonds chez Wised, avec un objectif de 400k€. En complément, la BPI assure, par un effet levier, un prêt correspondant à 50% de la somme investie par Wised (WICAP) dans Solar Cloth System.



Dinkymage

Le pavillon Côte d'Azur, «porte-avion» d'une sélection de start-ups et PME innovantes, dont JB Electronique et Mini Green Power (à gauche).

grasse spécialisée dans le stockage informatique qui déploie les systèmes KT Memory. «Nos solutions permettent de stocker des données de type livret numérique pour la modélisation des données du bâtiment dans des armoires... électriques. Pour en disposer à tout moment, tout au long de la vie d'un bâtiment». Parmi ses clients, Aéroports de Paris, des lycées, Engie Cofely... «Être sur Innovative City en bénéficiant du pavillon CCI, c'est un bon coup de pouce, car ce salon commence à avoir un renom certain. Nous mettons à profit cette présence pour nouer des partenariats, car pour une petite entreprise, dans notre domaine c'est indispensable». ■

En savoir + www.innovative-city.com
www.cote-azur.cci.fr

voir les interviews «3mn avec...»
des start-ups azuréennes sur la WebTV CCI :
ccitv.cote-azur.cci.fr

■ Bleu de France ouvre à Moscou

après l'Afrique (Maroc, Sénégal, Gabon), l'enseigne azuréenne de pressings annonce une nouvelle ouverture en Russie à Moscou Brateevo, au sein du centre commercial Auchan (un hyper et une galerie marchande de 65 commerces, dont des enseignes françaises comme Etam ou Yves Rocher). Bleu de France compte 24 implantations internationales en master franchise.

L'info minute



27 FAITS MARQUANTS QUE LA PLUPART DES GENS IGNORENT DES STARTUPS

L'économie mondiale a toujours été dépendante des startups et des idées intéressantes de nouveaux business. Quel est le paysage actuel dans ce domaine et qui dirige aujourd'hui la course entrepreneuriale ?

LE MONDE DES STARTUPS

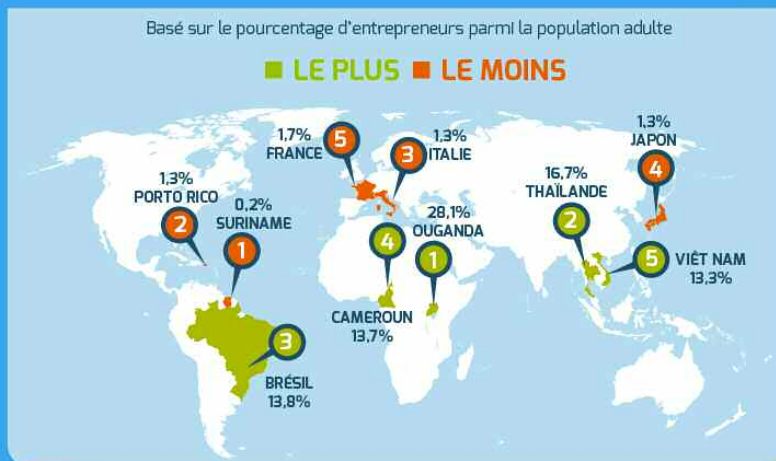
#1

PAYS QUI ONT LE PLUS GRAND NOMBRE DE STARTUPS



#2

QUELS SONT LES PAYS QUI ONT L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL LE PLUS ET LE MOINS DÉVELOPPÉ ?



la suite dans le prochain numéro d'Azur Entreprises

www.ecoreuil.fr

L'info minute

Un jeune azuréen "Meilleur Apprenti de France" 2016



Belle distinction pour un jeune apprenti niçois : Eddy Lacharme a remporté la distinction de Meilleur Apprenti de France avec une médaille d'or départementale en cuisine froide. A 16 ans, il a commencé son apprentissage dans le restaurant "Pastry Plaisirs", où son maître d'apprentissage et chef Louis Dubois lui a transmis sa passion et son savoir-faire. A l'issue de son CAP Cuisine au Lycée Paul Augier, le jeune homme intégrera l'équipe de cet établissement niçois crée en 2012 et labellisé Maître Restaurateur en janvier 2013.

Boiron : 30 ans

Les laboratoires célèbrent cette année la 30e année de leur présence sur la Côte d'Azur. le site de Boiron - N°1 mondial de l'homéopathie - à Sophia Antipolis est dirigé par Pascal Milhiet.

Ophta Biotech : Pierre-Paul Elena Président

L'association Ophta Biotech, plateforme collaborative unique en Europe qui structure l'ensemble des ressources médicales et scientifiques en ophtalmologie, est désormais pilotée par le Président du Conseil de Surveillance et Directeur Scientifique d'Iris Pharma (La Gaude), société qu'il a créée et dirigée pendant 26 ans, spécialisée dans le développement de médicaments et dispositifs médicaux oculaires. Il succède à Claude Claret (Horus Pharma), autre dirigeant azuréen du secteur.

■ **INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE.** ENTRETIEN AVEC LE LIEUTENANT-COLONEL VINOT, PATRON DU GROUPEMENT DE GENDARMERIE DES ALPES-MARITIMES.

«POURQUOI LA GENDARMERIE A OUVERT UN PÔLE D'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE À SOPHIA ANTIPOLIS»



Gregory Vinot, patron de la Gendarmerie azurienne

La sécurité ne se limite plus aux biens matériels et aux personnes, mais s'étend également de plus en plus aux biens immatériels. S'il est quelqu'un qui en est convaincu, c'est le Colonel Grégory Vinot, patron du groupement de Gendarmerie des Alpes-Maritimes depuis l'été 2015. Il est vrai que son parcours atypique (outre Saint-Cyr et l'école de gendarmerie, il est titulaire d'un executive MBA) lui a donné la connaissance du monde de l'entreprise et des nouvelles menaces. Très sensible à ce type de risques, il s'est beaucoup intéressé à l'intelligence économique. Nous l'avons rencontré.

Pourquoi l'IE? "Il faut d'abord savoir de quoi nous parlons", explique le Colonel Vinot. "L'intelligence économique consiste à collecter, analyser, valoriser, diffuser et protéger l'information économique stratégique, en vue de renforcer la compétitivité de la France, à travers ses entreprises ou établissements de recherche. Quand le département m'a été confié, j'ai pu identifier le poids économique des Alpes-Maritimes et cette concentration d'intelligence qu'on y trouve avec notamment Sophia Antipolis, la Silicon Valley européenne. Nous devons avoir conscience que ce sont là des bijoux de famille qu'il faut préserver. Beaucoup d'entreprises innovantes n'imaginent pas qu'elles peuvent faire l'objet d'une prédation de concurrents. Or leurs biens immatériels sont des facteurs clés de succès et il faut pouvoir les protéger."

Comment faire? "Le groupement de gendarmerie est conscient de la particularité de la technopole. Aussi il a choisi de constituer au sein de la brigade de Valbonne, au cœur même de Sophia Antipolis, un Pôle d'Intelligence Économique au service de l'ensemble du territoire. En lien avec les autres acteurs étatiques, ce Pôle IE est chargé d'orienter l'action des unités pour assurer la préservation des intérêts matériels et immatériels du secteur économique privé. Un référent a été dédié : l'adjudant Thierry Barré. C'est le contact pour les entreprises. En cas de problème signalé, ou pour un diagnostic de sécurité, un spécialiste peut se déplacer. Nous nous plaçons ici dans une offre de services permettant de répondre au mieux à nos interlocuteurs."

D'autres actions? "Nous travaillons également avec la CCI Nice Côte d'Azur afin de faire de l'IE un outil central et de compétitivité pour les acteurs clés du développement économique du département. Concrètement, cela recouvre la protection des axes de développement économiques, la professionnalisation de la diffusion de l'IE, une valorisation de l'information économique et un accroissement de la visibilité de l'action publique en matière d'IE". ■

En savoir +

Contact Pôle IE : Adjudant Barré,
bta.valbonne-ie@gendarmerie.
interieur.gouv.fr

■ **TALENTS.** EXIGEANT, LE TITRE DE MAÎTRE RESTAURATEUR DISTINGUE LES MEILLEURS DE LA PROFESSION. LA FAMILLE SAGRANDIT AVEC LE CHEF NIÇOIS STÉPHANE FURLAN, QUI VIENT DE RECEVOIR SA PLAQUE.

LE 100^e MAÎTRE RESTAURATEUR AZURÉEN

Ils sont désormais cent dans les Alpes-Maritimes ! Le 23 mai, Michel Tschann, Président de la société SHIN et le Chef Stéphane Furlan ainsi que toute l'équipe du restaurant L'Essen-Ciel (Splendid Hôtel & Spa à Nice), recevaient les Maîtres Restaurateurs du département. Ce restaurant chic du boulevard Victor Hugo, qui sert en salle ou sur sa terrasse panoramique au 8^e étage de l'hôtel une cuisine équilibrée à base de produits bio, est ainsi devenu le 100^e à recevoir ce titre national très recherché.

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



Stéphane Furlan (L'essenCiel, à gauche) est le 100^e Maître Restaurateur azuréen. Marc Dussolier (Le Plongeur) et Olivier Faraut (La cabane de l'écailler) ont également reçu leur titre dernièrement.

l'obtention du titre et édité dès 2013 un guide (également disponible en ligne sur son site) répertoriant les établissements dans le 06 dont le dirigeant a été reconnu Maître Restaurateur. La soirée de la 100^e cérémonie s'est déroulée en présence de Michel Tschann, Président de la société SHIN, Henri Tschann, Directeur Général, Théo Mansi, Président de la Délégation Départementale 06 de l'Association Française des Maîtres-Restaurateurs (AFMR), Bernard Kleynhoff, Président de la CCI Nice

Côte d'Azur, et Rudy Salles, Député des Alpes-Maritimes et Adjoint au Maire de Nice.

A noter également qu'Olivier Faraut (la Cabane de l'Ecailler à St Jean-Cap-Ferrat) et Marc Dussolier (Le Plongeur, à Nice) ont eux aussi reçu le titre dernièrement. ■

En savoir + Guide actualisé des Maîtres Restaurateurs du 06 sur www.cote-azur.cci.fr
www.maitresrestaurateurs.com
maitresrestaurateurs06.wordpress.com



**ENTREPRENDRE EN FRANCHISE
AVEC BANQUE POPULAIRE**
LA RENCONTRE D'UNE ÉNERGIE,
D'UN PROJET ET D'UN SAVOIR-FAIRE.

Rencontrez votre conseiller ou connectez-vous sur
www.franchise.banquepopulaire.fr

 **#LaBonneRencontre**

BANQUE & ASSURANCE

ADDITIONNER LES FORCES, MULTIPLIER LES CHANCES

BANQUE POPULAIRE
CÔTE D'AZUR





LES AMBITIONS DE LA FRENCH TECH CÔTE D'AZUR

■ **INNOVATION.** LE COLIBRI A RÉUSSI SON ENVOL ! L'OISEAU EST LE SYMBOLE DE LA FRENCH TECH CÔTE D'AZUR, LABELLISÉE IL Y A TOUT JUSTE UN AN. ERIC LÉANDRI, CO-PRÉSIDENT ET ENTREPRENEUR EMBLÉMATIQUE DU MOUVEMENT, EXPOSE LES DERNIÈRES ACTIONS LANCÉES OU À VENIR POUR IDENTIFIER, ACCOMPAGNER ET FAIRE DÉCOLLER LA CROISSANCE DES START-UPS ET FUTURS "TECH" CHAMPIONS AZURÉENS.

La CCI a souhaité mettre en lumière la French Tech Côte d'Azur en invitant à son assemblée générale du 2 mai l'un de ses entrepreneurs emblématiques, Eric Léandri, Co-fondateur et Directeur Général de Qwant. Qwant, symbole d'une French Tech Côte d'Azur qui avance avec son moteur de recherche qui a de plus en plus d'adeptes et commence à devenir une alternative crédible à celui de Google... Eric Léandri est également l'un des deux co-présidents de French Tech Côte d'Azur qui, moins d'un an après sa labellisation, a su fédérer les acteurs azuréens du numérique, mais aussi accélérer leur croissance et favoriser leur rayonnement à l'international. Il a dressé un premier bilan des effets de cette labellisation, obtenue il y a près d'un an, sur le monde azuréen du numérique qui s'est fédéré et rayonne de plus en plus à l'international. Près de 115 entreprises à capitaux étrangers en font d'ailleurs partie.

Aujourd'hui, French Tech Côte d'Azur compte dans ses rangs 1684 entreprises générant près

ATTIRER LES START-UPS ÉTRANGÈRES

L'Incubateur Paca Est est retenu parmi les incubateurs et pépinières labellisés French Tech Ticket. Cette labellisation est la première étape du projet French Tech Ticket dont l'objectif est d'attirer des start-ups étrangères pour qu'elles se développent en France, avec un pack d'accueil pour les entrepreneurs étrangers mis en œuvre dès 2015 à Paris.

L'étape suivante a été le lancement le 21 juin dernier de l'appel à candidature pour recruter les start-ups étrangères.

de 23000 emplois (dont 2500 dans la R&D) et 4,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires (réalisé pour 53% à l'exportation), dont 338 start-ups qui ont levé 144 millions d'euros depuis 2015 (70 millions de plus que l'année précédente). Pas mal ! «A l'image de la start-up niçoise MyCoach, qui a levé 2,7 millions début mai », souligne Eric Léandri. «Ce qui est im-

portant, c'est que l'ensemble des acteurs azuréens sont vraiment fédérés. Un lien qui s'étend au niveau régional et c'est un plus: on se connaît mieux, on est plus efficaces», considère le co-Président de la French Tech Côte d'Azur qui veut maintenant accélérer la mise en place des «bâtiments-totems», d'accélérateurs de croissance pour les toutes jeunes pousses de l'innovation azuréenne. Le tout autour de 8 grands domaines d'expertise: Edtech (les technologies de l'éducation), l'e-énergie, la mobilité connectée, la e-santé, la silver économie, les télécoms et sans-fil, ainsi que les technologies 3D consumer et celles autour des océans et de la terre.

Un mouvement qui s'appuie sur des zones aux savoir-faire précis: à Grasse, l'innovation autour des arômes et de la cosmétique (exemple avec Officinea en page 24 de ce numéro), à Cannes celle des industries de la création, Sophia Antipolis bien sûr confirme son statut de place forte pour les technologies de l'information et de la communication ainsi que les biotechs, enfin Nice et son Eco-Vallée dédiée au

LES SITES D'INCUBATION

» NICE : 35 START-UPS
DANS LE CEEINCA DE LA
MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR

» SOPHIA ANTIPOLIS :
42 START-UPS
À L'INCUBATEUR PACA-EST,
BUSINESS POLE ET TELECOM
PARIS-TECH

» CANNES : 12 START-UPS
À CREACANNES

» GRASSE : 23 START-UPS
À INNOVAGRASSE

cleantech, à la santé, aux nouveaux services, au tourisme et au concept de smart city. Tout cela permet à la French Tech Côte d'Azur de se positionner avec une candidature sur les grands réseaux thématiques : smart Grids, cybersécurité, e-health et silver économie, e-tourisme, sport connecté, Educatur et Ed-tech.

Tout cela ne doit rien au hasard : la Côte d'Azur a su dès les années 60 devenir une terre d'accueil et de développement privilégiée pour les hautes technologies et l'innovation au sens large. La French Tech vient amplifier, coordonner, valoriser ce patrimoine et son potentiel. Mais aussi l'emmener plus haut, plus loin : *«L'objectif de la feuille de route, c'est de créer chaque année 50 start-ups de bon niveau et d'avoir 10 champions à l'international d'ici 10 ans»*, précise Eric Léandri. Des entreprises capables de tirer leur épingle du jeu, y compris face à la concurrence de géants du Net... Comme le fait Qwant!

Pour amplifier le mouvement, la French Tech Côte d'Azur n'est pas toute seule. Appuyée activement par la CCI Nice Côte d'Azur, elle fait partie d'un vaste réseau d'écosystèmes de start-ups, partout en France, qui regroupe aujourd'hui l'Île de France, 13 métropoles en régions et 4 écosystèmes thématiques, auxquels s'ajoutent des acteurs publics nationaux.



«L'objectif de la feuille de route, c'est de créer chaque année 50 start-ups de bon niveau et d'avoir 10 champions à l'international d'ici 10 ans.»

Eric Léandri,
co-Président de la French Tech Côte d'Azur

Dotée d'un fonds d'investissement de 200 M€ - opéré par BPI France - pour les accélérateurs (privés) de start-ups, mais aussi d'une bourse d'amorçage et d'un pass spécifique pour les entreprises en hyper-croissance, la French Tech au plan national est un outil pour accélérer, fédérer, mais aussi rayonner. Elle s'appuie en effet sur une plateforme d'attractivité pour la promotion à l'international (15 M€ de budget), des French Tech hubs (communautés labellisées à l'international), plus le pack d'accueil French Tech ticket (*voir encadré ci-contre*). La French Tech est ainsi devenue la marque ouverte et partagée d'une *french touch* reconnue dans les technologies les plus innovantes. ■

En savoir + www.frenchtechcotedazur.fr

A suivre !

■ Median Technologies signe avec Microsoft

L'éditeur azuréen de logiciels pour l'imagerie médicale et fournisseur de services pour l'interprétation et la gestion des images en oncologie et Microsoft annoncent aujourd'hui une initiative lancée au niveau mondial sur le marché en pleine croissance de la médecine personnalisée. «Cette initiative vise à développer de nouvelles méthodes de détection, de diagnostic et de suivi des cancers basées sur l'analyse de Big data», indique Fredrik Brag, le Pdg de Median Technologies.

■ Création du Cluster MICE

Dépasser le cap des 2 millions de séjours professionnels en 2020 sur la Côte d'Azur : c'est l'objectif assigné au tout nouveau Cluster MICE » (pour Meeting, Incentive, Congress, Events) spécifique à la Côte d'Azur (Alpes-Maritimes et Var), coordonné et animé par le CRT Côte d'Azur, pour mobiliser collectivement les leaders et acteurs professionnels de la filière azurienne et faire entrer la Grande Côte d'Azur dans le Top 10 mondial des destinations accueillant le plus de Congrès internationaux.

■ un nouvel outil pour accélérer les projets du numérique

Lancée à Sophia Antipolis en juin au Business Pôle par l'Incubateur Télécom Paristech Eurecom, la Plateforme d'Animation et d'Accélération pour la Création d'Entreprises du Numérique se place juste en amont de l'incubateur, au départ même de l'idée d'un projet.

■ Airbnb n'échappera plus à la taxe de séjour azurienne

Comme à Paris, Airbnb - dont la France est le second marché mondial) collectera à partir du 1er août la taxe de séjour à la source à Antibes, Cannes et Nice (il y a plus de 20 000 loueurs Airbnb sur la Côte d'Azur) ainsi que sur 15 autres villes françaises. un premier pas...

■ **ÉLECTIONS.** DU 20 OCTOBRE AU 2 NOVEMBRE 2016, 2,9 MILLIONS D'ENTREPRISES SONT APPELÉES À ELIRE LEURS REPRÉSENTANTS D'ENTREPRISE DANS LES 116 CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE (CCI) DE LA METROPOLE ET D'OUTRE-MER.



CCI : EN 2016, LES ENTREPRISES VOTENT

Vous serez appelés, entre le 20 octobre et le 2 novembre prochains, à élire vos représentants au sein des Chambres de Commerce et d'Industrie territoriales et régionales, qui sont comme vous des hommes et des femmes chefs d'entreprise. Les entrepreneurs et chefs d'entreprises sont ainsi appelés à renouveler les 4 386 sièges à pourvoir au sein des CCI de France dans les catégories de l'industrie, du commerce et des services.

Pourquoi voter ? Chaque chef d'entreprise doit, au nom de sa responsabilité citoyenne, se poser la question de son engagement en tant que soutien d'une équipe candidate. Dans votre CCI, ils travailleront pour les 5 prochaines années au développement de votre territoire et seront là pour accompagner vos projets. Ils seront à vos côtés pour construire l'économie de demain. Sur la Côte d'Azur, ce sont 68 000 dirigeants d'entreprises qui vont élire 59 pairs pour les représenter et porter leur voix. Une élection importante pour peser sur les grands dossiers qui impactent le développement économique, mais aussi anticiper les évolutions, mettre en œuvre les services dont les entreprises ont besoin pour être accompagnées dans leur

croissance : projets de création, de transmission d'entreprises, de formation, de transition énergétique ou numérique, d'internationalisation... en effet, la CCI Nice Côte d'Azur joue un rôle déterminant et se positionne comme partenaire N°1 des entreprises*. L'année 2016 sera riche en élections. Moins médiatique, celle des représentants des CCI est pourtant capitale pour les entreprises. Qui est mieux placé aujourd'hui que les entrepreneurs et les chefs d'entreprises pour répondre aux enjeux de l'économie et de ses mutations ? Qui est jugé plus crédible que ces décideurs (cf. baromètre de la confiance politique, janv. 2016 – Cevipof) pour parler au quotidien d'emploi, de développement économique, de formation ?

André Marcon, président de CCI France (l'établissement national fédérateur et animateur des Chambres de Commerce et d'Industrie françaises) appelle les entrepreneurs et les chefs des 2 900 000 entreprises ressortissantes à ne pas manquer ces élections : *«Elles sont importantes pour faire entendre la voix de celles et ceux qui créent l'activité économique, pour dire aux pouvoirs publics comment le marché de l'emploi et de la formation doit s'adapter aux besoins réels des entreprises pour*

rappeler que l'internationalisation et la transition numérique sont des opportunités et des leviers de croissance. Se présenter aux élections, c'est agir pour son territoire. Voter pour des entrepreneurs engagés, c'est vouloir accompagner les entreprises au quotidien. J'appelle les chefs d'entreprise, femmes et hommes de conviction, à voter massivement aux élections dans les CCI pour peser sur les décisions économiques de demain». Ces élections interviennent dans un contexte national de profonde réorganisation territoriale et au moment où le réseau des CCI en France évolue pour toujours mieux accompagner les entreprises dans les mutations économiques, écologiques et numériques. Avec un échelon régional associé à une présence de proximité territoriale, les CCI sont des acteurs dédiés au service du développement territorial et à l'accompagnement des entreprises en particulier des TPE et PME.

Comment voter ? Le vote se déroulera par correspondance ou par internet, du 20 octobre au 2 novembre. Une plateforme nationale de vote sera accessible à l'adresse suivante : www.jevote.cci.fr. A noter que la parité sera un axe fort de ce scrutin : les candidats titu-

L'AGENDA DES ÉLECTIONS

» MARS 2016
RÉCEPTION PAR COURRIER D'UNE
FICHE DE RENSEIGNEMENTS
CONCERNANT VOTRE ENTREPRISE,
POUR VÉRIFIER LES
INFORMATIONS QUI Y FIGURENT
(LA DATE LIMITE DE RETOUR ÉTAIT
LE 2 MAI).

» DU 18 JUILLET AU 25 AOÛT
CONSULTATION DES LISTES
ÉLECTORALES ET RECOURS
GRACIEUX AUPRÈS DE LA CCI, À LA
PRÉFECTURE ET AU GREFFE DES
TRIBUNAUX DE COMMERCE.

» À PARTIR DU 20 OCTOBRE
RÉCEPTION DE VOTRE MATÉRIEL
DE VOTE. POSSIBILITÉ DE VOTER
JUSQU'AU 2 NOVEMBRE, PAR
INTERNET OU PAR
CORRESPONDANCE.

» 10 NOVEMBRE 2016
AU PLUS TARD
PROCLAMATION DES RÉSULTATS

lares à la CCI régionale devront obligatoirement avoir un suppléant de sexe opposé.

Si vous êtes le dirigeant de votre entreprise (voir l'encadré « Qui peut voter ? »), vous êtes normalement inscrit d'office sur les deux listes électorales constituées, d'une part, pour l'élection des membres de la CCI Nice Côte d'Azur et, d'autre part, pour celle des délégués consulaires (ils sont « grands électeurs » pour élire les juges des Tribunaux de commerce). Il est possible de vérifier votre inscription entre le 18 juillet et le 25 août et, si nécessaire, effectuer un recours gracieux pour demander des modifications. Un modèle sera disponible en ligne sur le site de la CCI. Vous pourrez ainsi voter et permettre à votre entreprise de s'exprimer pour désigner celles et ceux qui la représenteront.

Si vous êtes ressortissant d'un Etat membre de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen, vous serez appelé à élire également les délégués consulaires.

Si vous êtes le représentant de plusieurs entreprises ou établissements de la circonscription de la CCI, vous pouvez voter pour chacune de vos entreprises pour les membres.

En revanche vous ne pouvez voter que pour

QUI PEUT VOTER ?

Tous dirigeant(e)s d'une entreprise inscrite au registre du commerce et des sociétés des Alpes-Maritimes. Le corps électoral est composé d'électeurs répartis en trois collèges (commerce, industrie et services). Peuvent donc voter :

- à titre personnel, les commerçants (immatriculés au Registre du Commerce et des Sociétés), les chefs d'entreprise individuels (inscrits au Répertoire des métiers et immatriculés au RCS) et les conjoints collaborateurs de ces derniers.
- par l'intermédiaire d'un représentant les sociétés commerciales par la forme, les établissements publics industriels et commerciaux et leurs établissements secondaires.

Pour rappel, en vertu des dispositions de l'article L.713-3-I du Code de commerce, sont assimilés à des dirigeants les personnes qui exercent dans l'entreprise des fonctions de : président-directeur général ; directeur général ; président ou membre de conseil d'administration ; président ou membre de directoire ; président de conseil de surveillance ; gérant ou de cogérant ; président ou de membre du conseil d'administration d'un Etablissement public industriel et commercial ; directeur d'un Etablissement public industriel et commercial. Pour les sociétés anonymes, seuls les présidents-directeurs généraux sont inscrits d'office. Pour les SAS, seuls les présidents sont inscrits d'office.

Conjoint-collaborateur : à noter que la disposition de « 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) est désormais étendue aux personnes liées par un Pacte Civil de Solidarité (PACS).

« Voter pour des entrepreneurs engagés, c'est vouloir accompagner les entreprises au quotidien. »

André Marcon,
Président de CCI France

une seule entreprise par ressort de tribunal de commerce pour les délégués consulaires. Si tel est votre cas, merci de choisir celle au titre de laquelle vous voulez être inscrit sur la liste électorale des délégués consulaires. En tant que dirigeant d'une société, si vous ne souhaitez pas être électeur, vous pouvez désigner toute autre personne occupant au sein de l'entreprise une des fonctions mentionnées dans le préambule. Vous pouvez également mandater un cadre dirigeant de la société occupant des responsabilités de direction commerciale, technique ou administrative au sein de l'entreprise ou de l'établissement.

Vous pouvez également désigner en tant que mandataire une personne exerçant au sein de l'établissement des fonctions impliquant des responsabilités de direction commerciale, technique ou administrative. Il peut s'agir soit de la personne ayant la capacité d'engager l'établissement à l'égard des tiers (ex. directeur d'établissement ; fondé de pouvoir, ...) ; soit d'un représentant de l'établissement exerçant des fonctions impliquant des responsabilités de direction commerciale, administrative ou technique, mandaté par le représentant légal de l'entreprise.

Des candidats élus pour 5 ans. Il s'agit d'un scrutin plurinominal majoritaire à un tour. Sont élus les candidats qui obtiennent le plus grand nombre de voix. Les membres des CCI sont élus par leurs pairs, chefs d'entreprise 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. Les candidats se présentent soit pour un mandat régional (CCI de Région) qui leur donne droit à exercer également un mandat local, soit pour un mandat local.

Pour être éligible à un mandat dans une CCI, il faut être âgé(e) d'au moins 18 ans, jouir de ses droits civiques et de ne pas être frappé d'une sanction d'interdiction de gérer ou de déchéance. L'activité ou l'entreprise représentée doit justifier de deux ans d'existence au moment du dépôt de la candidature. Il n'y a aucune condition de nationalité, ni de limite d'âge pour être élu membre d'une CCI. Toutefois, pour accéder aux fonctions du bureau des CCI et des CCI régionales, y compris à la présidence de la CCI, il faut être âgé de moins de 70 ans à la date du dernier jour du scrutin (2 novembre 2016).

Les candidats se présentent de manière individuelle ou sous forme de regroupements de candidatures. Ils peuvent appartenir à des organisations patronales mais représentent au sein de la CCI les intérêts généraux de leur activité professionnelle (Commerce, Industrie ou Service). Les nouveaux élus consulaires seront en place avant le 24 novembre pour les CCI territoriales, avant le 8 décembre pour les CCI de Région. ■

En savoir +

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

A ceux qui agissent, s'investissent, s'engagent, risquent, innovent, exportent... Découvrez leurs parcours et leurs témoignages sur :
www.scoop.it/t/cci-community

* en savoir plus sur les missions et l'organisation de la CCI Nice Côte d'Azur :
presentation.cote-azur.cci.fr

■ **INITIATIVE.** EN JUIN, LA CCI A LANCÉ LA SECONDE VAGUE DE SA CAMPAGNE DE PROMOTION DU COMMERCE ET DES SERVICES, POUR INCITER AZURÉENS ET VISITEURS DE LA DESTINATION À CONSOMMER «LOCAL».

«ACHETEZ ET CONSOMMEZ CÔTE D'AZUR : NOUVELLE VAGUE D'UNE CAMPAGNE AU LONG COURS



Les 9 commerçants et prestataires de services qui ont posé pour l'affiche officielle.

Studio Dinkymage

Après les terribles intempéries du 3 octobre 2015 et dans la perspective des fêtes de fin d'année, la CCI avait lancé une campagne de promotion du commerce et des services. Une initiative qui vient d'être renouvelée toujours avec objectif de motiver les consommateurs à soutenir l'économie azuréenne, en privilégiant le tissu commercial local pour leurs achats de fin d'année. Car plus que jamais, fin 2015 il fallait donner un coup de pouce : croissance atone, impact des récents attentats sur le comportement des consommateurs, montée en puissance du commerce sur internet, sans oublier les énormes dégâts causés par les intempéries à de nombreux commerces et entreprises de services... Autour du slogan «Je consomme Côte d'Azur», la première campagne de communication a été lancée le 7 décembre et s'est déployée largement dans les communes impactées par les intempéries mais aussi sur l'ensemble des Alpes-Maritimes. Plusieurs villes et communautés d'agglomération* ont 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 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.

La campagne prolongée avec une seconde approche. Au-delà de la période stratégique des fêtes de fin d'année et des soldes, la CCI a donc décidé de conduire son initiative dans la durée avec une nouvelle identité basée sur le slogan «Faites équipe avec l'économie Côte d'Azur». Comme le premier volet de la campagne, le visuel conclu sur une valeur que chacun peut partager : «Soyons tous solidaires avec notre économie». Cette seconde vague a démarré en juin et se poursuivra sur toute l'année 2016. A nouveau, de nombreuses collectivités et unions commerciales ont été sollicitées pour s'associer à l'initiative et déployer la campagne sur leur territoire. ■

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

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

MANNEQUINS D'UN JOUR...

Dirigeants d'entreprises de services et commerçants, ils sont 9 à s'être prêtés spontanément au jeu. Plutôt que d'utiliser un visuel impersonnel avec des mannequins professionnels tirés d'une banque d'image, le département communication de la CCI a choisi de faire appel à de vrais acteurs de la vie économique azuréenne, pour la photo illustrant cette seconde vague de la campagne...

Issus des différents bassins économiques (notamment ceux touchés par les intempéries en octobre dernier) et représentant plusieurs secteurs d'activités, ils symbolisent le professionnalisme et la diversité de l'offre de services sur la Côte d'Azur. Avec un beau sourire! Merci à (de gauche à droite sur la photo) : Didier Hess (pharmacie Internationale à Nice), Florence Dubois (agence immobilière des écoles au Cannet et cabinet Clémenceau à Vallauris), Christian Morisset (chef-propriétaire du restaurant le Figuier de Saint-Esprit à Antibes), Béatrice et Michel Fichter (hôtel Le Romanesque à Cannes), Georges Criscione (garage Alberti à Nice), Bruno Merchadier (boucherie Charles' Butcher à Beaulieu sur Mer), Henri Derpas (maraîcher Champssoleil à la Trinité) et Jacky Scardino (boulangerie Le Petit Cagnois à Cagnes sur Mer).

Faites équipe avec l'économie azurienne...

ACHETEZ
ET CONSOMMEZ **CÔTE
D'AZUR**



Soyons **tous solidaires** avec **notre économie.**

CCI **Allo**
0 800 422 222
appel gratuit sur téléphone fixe

www.cote-azur.cci.fr



une initiative

FAIRE AVANCER TOUTES LES ENVIES D'ENTREPRENDRE



CCINICE CÔTE D'AZUR



FÉDÉ 2020,
LE PLAN DE LA CCI
POUR

FAIRE PÉTILLER LE COMMERCE AZURÉEN



■ **COMMERCE.** PILIER HISTORIQUE ET INCONTOURNABLE DE L'ÉCONOMIE DE LA CÔTE D'AZUR, LE SECTEUR EST LIÉ À CEUX DU TOURISME ET DES SERVICES. IL JOUE AUSSI UN RÔLE IMPORTANT DANS L'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION, LA CCI MET TOUTE SON ÉNERGIE POUR ACCOMPAGNER LE COMMERCE FACE AUX MUTATIONS ET POUR SAISIR LES OPPORTUNITÉS. LE PLAN FÉDÉ 2020 EN FAIT PARTIE.

Avant d'ajouter « et d'industrie » à leur dénomination, les CCI étaient tout simplement « des chambres de commerce ». C'est dire que la défense de cette activité a toujours fait partie de leur ADN. Depuis, si d'autres missions sont venues enrichir leurs responsabilités, aucune mandature n'a cessé de soutenir cette force de proximité que sont les commerces de centre-ville. Dans le 06, le commerce de gros et de détail représentent près de 20 000 établissements pour plus de 71 000 emplois. Au-delà des données, cette profession si diverse irrigue le tissu économique et social des villes et des villages azuréens. Implantés au cœur des cités, les commerces sont le puits,

la preuve de vie d'une commune. Mais, la période connaît des mutations économiques, technologiques, sociétales qui redéfinissent en profondeur le comportement des consommateurs ainsi que l'offre commerciale. Ces mutations impliquent une nouvelle dynamique. La CCI a décidé d'agir aux deux bouts de la chaîne : en jouant sur l'esprit de solidarité des consommateurs (*voir l'article en page 12 de ce numéro sur la nouvelle campagne «Achetez et consommez Côte d'Azur»*) mais également en soutenant le tissu commercial local à tous les stades de son activité, depuis la création d'un commerce à sa transmission en passant par son développement.

50 % de Fédérations en plus. Comment ? En s'appuyant sur des relais suffisamment représentatifs du monde du commerce. Et quel meilleur interlocuteur que les Fédérations ? A condition bien évidemment qu'elles réunissent la plus grande majorité des commerçants azuréens. Cela a été l'objet d'un premier plan ambitieux lancé en 2013 : Fédé 2015. Le programme s'articulait autour de 4 thématiques clés : une vision stratégique, le management et l'organisation interne, le réseau et les relations et, enfin, la capacité de développement. L'idée : faire évoluer ces entités existantes dans leurs rôles, leur poids et leurs objectifs en renforçant celles qui existent et aussi en

L'ACTIVITÉ COMMERCE SUR LA CÔTE D'AZUR EN CHIFFRES

» 19 459 ÉTABLISSEMENTS

» 71 420 EMPLOIS
DANS LE SECTEUR

» 1 450 M€ DE MASSE SALARIALE

Données 2015 - economie06.fr



FÉDÉRER LES FORCES DU COMMERCE 06

Lancée le 26 avril dernier, Fédé 2020 prend le relais. «En 2013, quand nous nous sommes engagés dans la démarche Fédé 2015 tout était à construire. Nous avons rapidement constaté des résultats prometteurs. En 2013, nous étions 8 fédérations, aujourd'hui nous sommes 12 et travaillons à la création en fin d'année d'une 13^e fédération sur Villeneuve-Loubet, notre union fait notre force. Il faut continuer, c'est l'objectif de Fédé 2020», a indiqué Jean-Pierre Savarino, Vice-président de la CCI lors du lancement. Avant de rappeler que la CCI agit au quotidien avec les fédérations et unions commerciales de tout le département : «Avec Jacques Kotler, Président de la Commission Commerce et Laurent Lachkar, Vice-Président de la CCI, ainsi que toutes nos équipes, nous avons par exemple beaucoup travaillé aussi sur l'Ouest du département, avec la Fédération des Associations du Tissu Economique de l'Ouest du 06 (FATEO 06). Notamment pour apporter ensemble un soutien aux commerces impactés par les intempéries d'octobre 2015. Le commerce de proximité a un rôle primordial dans l'économie de notre département. Les fédérations sont les acteurs d'un réseau associatif solide pour notre territoire, nos partenaires indispensables et nos référents dans cet univers en mutation.

**«Notre union fait notre force.
Il faut continuer : c'est l'objectif
de Fédé 2020.»**

Jean-Pierre Savarino,
Vice-président de la CCI Nice Côte d'Azur

commerçants sont devenues des interlocuteurs de poids auprès des pouvoirs publics se posant comme le moteur d'une nouvelle dynamique commerciale. En clair, des partenaires incontournables.

Un fonds de soutien pour accompagner les projets des Fédérations. Forte du succès de Fédé 2015, la CCI a décidé de renouveler la démarche, en lançant Fédé 2020 le 26 avril dernier, en présence de 11 présidents de fédérations de commerçants et 50 représentants d'unions commerciales de toutes les Alpes-Maritimes. Ce nouveau plan départemental, toujours en partenariat avec les unions commerciales et les collectivités

» suite page 16

créant avec les commerçants de nouvelles fédérations de façon à couvrir l'ensemble du territoire. Les moyens humains et matériels affectés au programme ont abouti à des avancées significatives.

Le conseil et l'accompagnement ont permis aux 8 fédérations existantes de se renforcer. La CCI a également contribué à créer 4 nouvelles structures de façon à mailler entièrement le territoire : Antibes Cœur d'Azur, la Fédération des Acteurs Economiques Laurentins (Saint Laurent du Var), la Fédération Interprofessionnelle du Pays Vallée d'Azur Mercantour et la Fédération Shop dans les Cimes (Tinée). Les 12 entités regroupent aujourd'hui une centaine d'associations de commerçants soit près de 3 000 membres répartis sur 64 communes azuréennes. Plus représentatives, mieux structurées, les fédérations de

MERCURE D'OR : LA CÔTE D'AZUR RÉCOMPENSÉE AU GRAND CHALLENGE NATIONAL

Chaque année, le **Challenge du Commerce et des Services** est une occasion exceptionnelle pour le réseau des CCI de France de mettre en valeur l'activité des commerçants et prestataires de services, et des unions commerciales, en récompensant ceux d'entre eux qui excellent en termes d'innovation commerciale, de qualité, d'apprentissage et de formation, d'expansion commerciale, d'e-commerce, etc. Un jury national composé d'une vingtaine de personnalités de compétence reconnue dans le domaine du commerce et de la distribution, décerne deux Prix distincts aux commerçants et unions commerciales lauréats : le « **Mercury d'Or** » récompense les performances individuelles des entreprises commerciales et de services. Le « **Panonceau d'Or** » récompense, lui, les performances collectives des Unions Commerciales ayant au minimum 3 ans d'existence.

Parmi les candidats de la 41^e édition, deux candidatures ont porté haut les couleurs du commerce de la Côte d'Azur et ont reçu un prix. Au Pays du Citron a obtenu un Mercury d'Or dans la catégorie « développement économique et commercial ». Jean-Michel Cloppet, président de la Fédération des Associations de Commerçants et



Artisans de Cagnes-sur-Mer a obtenu pour sa part le panonceau d'or dans la catégorie « meilleures unions commerciales de France ».

Au Pays du Citron : une enseigne en or. Tout est bon dans le citron ! Surtout dans le citron de Menton. Faute de débouchés pourtant, les producteurs locaux envisageaient sérieusement d'arrêter leur plantation. C'était sans compter sur Au Pays du Citron. Une arrivée qui a tout changé et leur a permis de reprendre des couleurs ! « Ce prix récompense notre stratégie de développement et notre choix

d'entreprise se réjouit Fabrice Puech, créateur et dirigeant avec son épouse Sonia. L'aventure a commencé en 2001. Il s'agissait alors de tester lors d'une fête agricole nos recettes « maison » à base d'agrumes. Le succès fut au rendez-vous et nous avons décidé d'en faire une profession. Pendant quelques années nous avons développé des produits confitures, liqueurs aux épicerie fines de la région avant de franchir le pas en 2008 et d'ouvrir notre propre enseigne avec pour maîtres-mots qualité et innovation. Enrichissant au fil des saisons notre carte, déclinant le précieux agrume sous toutes ses formes : alcoolisée, sucrée, salée, acidulée, amérisée, tantôt frappé et tantôt chaud... Avec plus de 200 références Au Pays du Citron a acquis une belle notoriété. Cet été, nous proposerons deux nouveaux produits. Un parfum créé par notre laboratoire, *Lady Lemon* et un vinaigre balsamique au citron. Aujourd'hui, les producteurs locaux nous fournissent environ 60 tonnes de citrons de Menton par an, soit le tiers de la production locale. Une récolte qui ne suffit plus. Le 5 octobre 2015, nous avons signé un « bail à ferme » pour un terrain de 3 hectares sur Menton avec le projet de planter d'ici 2020 plus de 1000 citronniers ! Après Menton, l'enseigne a ouvert à Lyon et une boutique verra le jour le 1^{er} juillet à Cannes ».

territoriales, reprend et amplifie l'action de terrain, en continuité du programme d'accompagnement au niveau administratif (obligations juridiques, relationnel adhérents, infos et réglementation), stratégique (structuration interne, feuilles de route, évolutions du commerce), partenarial (chartes/conventions, recherche de financements, lien avec les collectivités) et opérationnel (suivi des projets, accompagnement quotidien).

Si les fondamentaux demeurent donc avec le soutien, le conseil et l'accompagnement des fédérations dans toutes leurs obligations légales et leurs décisions stratégiques, ce nouveau volet apporte des nouveautés importantes. Parmi la plus notable, un fonds de soutien qui décerne au travers d'un dossier de subvention présenté devant un jury, des financements dédiés à la mise en place d'animations spécifiques ou au recrutement d'un emploi aidé.

Favoriser les rencontres, avec un club des Fédérations commerciales. Autre volet fort : la montée en puissance de rencontres et d'échanges entre les différentes unions commerciales à travers la création d'un club des Fédérations destiné au partage des bonnes pratiques et à « booster » l'effet réseau. Preuve que le fameux *benchmarking* n'est pas réservé aux grosses entreprises, mais aussi au commerce de proximité. La CCI Nice Côte d'Azur fait en effet des réseaux d'entreprises un de ses axes centraux d'action, avec pour outil sa plateforme collaborative Ecobiz ([**«Lors des intempéries du 3 octobre, 72 entreprises ont été touchées au Cannet. Nous sommes allés sur le terrain avec la CCI pour informer les commerçants et les artisans sur les aides et les procédures à suivre : guichet unique, formalités, etc.»**](http://www.cote-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Gérard Stella,
Président du Groupement des Artisans et Commerçants de Rocheville



azur-ecobiz.fr) qui compte bien sûr une communauté dédiée au secteur du commerce. L'idée avec ce club est de permettre la mise en place des projets à l'échelle départementale, d'organiser des voyages thématiques, des rencontres mais aussi de développer des offres mutualisées en matière de produits ou services.

Fédé 2020 s'engage également dans la voie de la dématérialisation avec dans le courant de l'année la mise à disposition d'outils en ligne pour accompagner les associations dans leur gestion quotidienne. Enfin, le volet pédagogique n'est pas oublié avec le financement d'un module au Diplôme Universitaire Ingénierie et Management du Commerce (IMaC) à chaque représentant de fédération. Créé par l'Université Nice Sophia Antipolis en partenariat avec la CCI Nice Côte d'Azur, ce diplôme est destiné aux acteurs du commerce d'aujourd'hui et de demain. Cette formation en e-learning répond aux attentes des professionnels en poste dans ce domaine d'activité et permet de répondre aux multiples enjeux du développement économique, de la compétitivité du territoire et de la performance des entreprises commerciales avec des thématiques telles que : « aménagement et urbanisme commercial », « recherche de financements », « développement durable » ou encore « management et animation de réseaux ».

Vous êtes commerçant et vous souhaitez bénéficier du programme Fédé 2020 ? Il vous



Fédération des Associations de Commerçants et Artisans de Cagnes-sur-Mer : l'innovation en tête.

La Fédération rassemble près de 300 commerces sur le millier que compte la ville et regroupe 8 associations. Sur les 35 dossiers retenus par le jury national 7 associations ont été récompensées pour leur contribution à l'économie locale. Parmi elles celle de Cagnes-sur-Mer. Un prix qui vient mettre en lumière son approche novatrice.

« La CCI Nice Côte d'Azur nous a fortement soutenus, souligne d'emblée son président Jean-Michel Cloppet. Avec elle nous avons engagé une

série d'actions pour évaluer l'état du commerce cagnois : étude d'urbanisme commercial, enquête qualitative auprès des clients, rédaction d'une charte qualitative... Une fois le cadre posé, nous avons pu définir un plan d'actions ambitieux. En lançant d'abord une signature Esprit Cagnes afin de créer une identité commune et mis en place une communication multicanal. Parmi les trois points novateurs, la fédération a développé une application smartphones : Citipoint. Cette application de fidélisation donne droit à des cadeaux et des remises auprès des commerçants participants.

«La CCI Nice Côte d'Azur nous a fortement soutenus pour évaluer l'état du commerce cagnois : étude d'urbanisme commercial, enquête qualitative auprès des clients, rédaction d'une charte qualitative... Une fois le cadre posé, nous avons pu définir un plan d'actions ambitieux.»

Jean-Michel Cloppet,
Président de la Fédération des Associations de Commerçants et Artisans de Cagnes-sur-Mer

Nous avons également créé une monnaie locale complémentaire. Baptisée Renoir, elle contribue à promouvoir une économie locale et circulaire autour des notions d'identité cagnoise, de qualité d'accueil et de l'offre commerciale. Dernier challenge, la création d'un site web marchand collectif, véritable place de marché virtuelle permettant aux commerçants de proposer leurs produits par le biais d'internet ».

En savoir + www.cci.fr

suffit tout simplement d'adhérer à une association de commerçants. S'il n'y a pas d'association commerciale dans votre commune, alors pourquoi ne pas la créer? La CCI Nice Côte d'Azur est à vos côtés et vous accompagnera dans ces démarches.

Commerce Lab : quand la CCI de demain imagine le commerce du futur. Le Commerce Lab qui s'est tenu à Gréoux-les-Bains le 7 juin est une première. Pour la première fois en effet, plus de 600 participants, quelque 250 personnes connectées en direct par *streaming*, commerçants et décideurs économiques de la région, guidés par l'éclairage d'experts, étaient invités à échanger, à se projeter et à imaginer ensemble le commerce du futur et donc le futur du commerce.

L'initiative, menée par la CCI Régionale et les CCI de PACA, est directement issue d'un travail collectif ambitieux : le Commerce Book (disponible en ligne sur le site de la CCI). Ce document est le fruit de l'investissement des élus et des collaborateurs du groupe de travail commerce des CCI de PACA. Il rappelle le poids et l'importance stratégique du commerce dans la région : 51 % des établissements inscrits aux RCS, 38 % de l'emploi salarié (soit 426 000 salariés), 51,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Au-delà des chiffres, le Commerce Book s'interroge sur la façon de redynamiser le secteur afin de préserver et développer des activités à forts enjeux en matière d'emploi non délocalisable, de lien social et d'attractivité touristique.

La première édition de Commerce Lab s'inscrivait dans cette démarche prospective, nouant un dialogue constructif entre commerçants, experts, élus du monde politique et économique sur la base des pistes proposées par le Commerce Book. La CCI Nice Côte d'Azur était présente à ce temps fort avec plus de 50 d'acteurs économiques azuréens pour participer aux 3 ateliers d'ébullition collective (le commerce en réseau, commerce et client : la révolution du commerce sera humaine ou ne sera pas, commerce et urbanisme intelligent) ainsi qu'aux tables rondes, afin de réfléchir aux pistes et actions qui feront le commerce de demain dans le 06 comme dans toute la région. Cette première édition s'est clôturée par la remise de prix « Ambassadeur du commerce du futur » à des tandems composés d'un responsable d'association de commerçants et d'un étudiant au sein d'une école de commerce des CCI.

Parmi les associations distinguées figurent la Fédération des Associations de Cagnes sur Mer et le Groupement des Artisans et Commerçants de Rocheville. Depuis sa création en 2004, ce dernier développe de nombreuses opérations pour dynamiser son quartier. Son implication dans l'aide apportée aux sinistrés du 3 et 4 octobre en a apporté une nouvelle preuve. « 72 entreprises ont été touchées au Cannet, souligne son président Gérard Stella. Nous sommes allés sur le terrain avec la CCI Nice Côte d'Azur pour informer les commerçants et les artisans sur les aides et les

procédures à suivre : guichet unique, formalités, etc. Nous avons également travaillé avec la Communauté d'Agglomération des Pays de Lérins sur les aides apportées aux sinistrés et organisé avec des associations locales des événements de solidarité. L'association était invitée à participer à la table ronde sur les réseaux. De nombreuses pistes ont été ouvertes au cours de cette journée très instructive. Seul bémol, nous aurions aimé intervenir aux trois rendez-vous ! Notamment à la table ronde sur l'urbanisme commercial, le quartier Rocheville étant en pleine restructuration ».

Après Commerce Lab, pas question pour les CCI de PACA de laisser retomber la pression. L'émulation collective s'est poursuivie le 30 juin dernier au Palais des Congrès d'Arles, sur un sujet transversal et prioritaire en termes d'enjeux pour tous les entrepreneurs et décideurs : quelle transformation numérique pour les entreprises et territoires à l'heure de l'uberisation ? Un rendez-vous marqué par un workshop 100 % interactif et un format resserré. 3 plateaux se sont enchaînés pour mesurer les enjeux, anticiper les ruptures, imaginer sa propre révolution numérique à l'heure où les modèles économiques classiques explosent... ■

En savoir +

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

■ **GRANDS ÉQUIPEMENTS.** FOCUS SUR L'HIPPODROME, QUI OCCUPE 60 HECTARES AU CŒUR DE LA CÔTE D'AZUR : SES CHIFFRES AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE.

HIPPODROME DE LA CÔTE D'AZUR : UNE VÉRITABLE ENTREPRISE

Frédéric Gibrat-Pôle Company

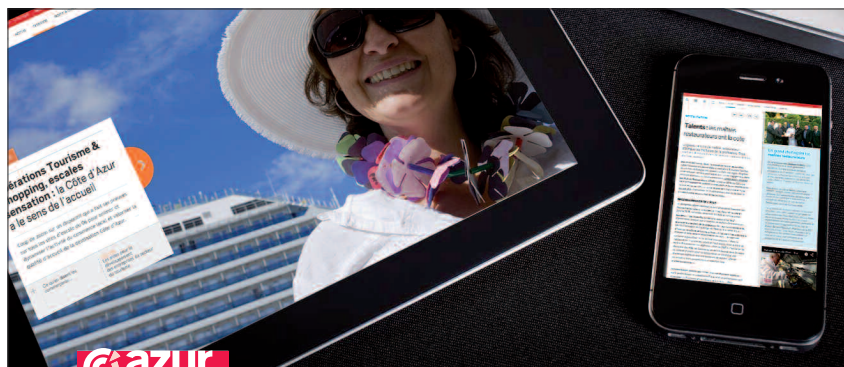


L'Hippodrome de la Côte d'Azur tient bon la corde. Sur son site de Cagnes sur Mer, il se positionne comme 1^{er} hippodrome de province et réalise 500 millions d'euros de paris, soit quasiment le chiffre de l'hippodrome de Longchamp à Paris, et attire chaque année près de 80 000 turfistes dans ses tribunes de 6 000 places, son restaurant panoramique de 350 couverts. Ces bons résultats ne l'empê-

chent pas d'être touché comme les autres hippodromes par une diminution de sa fréquentation. « C'est une tendance de fond », reconnaît François Forcioli-Conti, le président de la Société des Courses de la Côte d'Azur chargée de gérer et faire vivre l'infrastructure, avec 40 salariés permanents renforcés par l'embauche de 150 à 230 saisonniers. « Pari en ligne, applications mobiles, etc. nous

sommes confrontés à un changement de comportement des joueurs. Certes nous avons des atouts qui permettent de limiter cette érosion. L'hippodrome organise aussi bien des courses de trot, de galop que d'obstacle durant deux meetings dont un en hiver quand beaucoup d'autres hippodromes sont obligés de fermer. Nous avons également fortement investi dans la modernisation des tribunes et des pistes pour rester en tête des hippodromes français. Mais, face à cette évolution, il fallait également se réinventer ». La politique de diversification date des années 2000. « La qualité exceptionnelle du site ne nous permettent plus de laisser l'espace en jachère la moitié de l'année ! ».

Sensibiliser un nouveau public. « Les pouvoirs publics nous ont en effet confié un outil extraordinaire : 60 hectares face à la mer, dont 2 000 places de parking... Il faut savoir en contrepartie apporter notre pierre aux relations sociales, à l'économie du territoire. Si notre principale mission est l'encouragement de la race chevaline, nous avons également une mission touristique et d'animation à jouer. Il nous a paru d'abord indispensable de développer une politique de mise en valeur de nos activités à travers différentes manifestations afin que les Cagnois mais aussi tous les azuréens considèrent notre site comme un véritable atout pour le département. C'est l'objet des



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

CCINICE CÔTE D'AZUR

RES CLÉS, SON PROGRAMME D'INVESTISSEMENT ET SON RÔLE JOUÉ

SE ET UN ATOUT POUR L'ATTRACTIVITÉ



André Viguière
L'équipe dirigeante de l'hippodrome autour du Président, François Forcioli-Conti.

« Nous avons un outil extraordinaire : 60 hectares face à la mer, il faut savoir en contrepartie apporter notre pierre aux relations sociales, à l'économie du territoire. »

François Forcioli-Conti,
Président de la Société des Courses de la Côte d'Azur

« Soirées de Villes » et du Palio de l'Amitié » que nous organisons durant l'été. Dans le même esprit d'ouverture nous avons créé récemment le « Club Partenaires » associant un grand nombre de sociétés commerciales régionales. Nous menons également une politique d'ouverture en direction de la jeunesse en favorisant les courses de poneys attelés. Dans le même temps, nous avons voulu ancrer l'hippodrome dans sa dimension internationale à l'image de la Côte d'Azur, en participant ou en créant différents challenges et circuits tels que la coupe du monde de trot, le challenge européen « All Weather », le défi du galop, l'union hippique de la Méditerranée, etc. ». L'hippodrome est ainsi en relation avec plus de 10 pays notamment la Suède, la Russie, les pays du Maghreb et bien sûr avec de nombreux hippodromes italiens. « Nous avons également développé l'activité jumping. Deux concours de saut d'obstacles, l'un en avril, le second en octobre réunissent durant 5 semaines près de 1 000 chevaux et l'élite internationale de ce sport, soit un apport de l'ordre de 4 000 personnes pendant la durée des concours et lors de périodes touristiques creuses ». La Société s'efforce ainsi de diversifier sa clientèle en donnant aux réunions de courses une attractivité pour les familles et en cherchant à faire de l'hippodrome un lieu de vie à part entière au service du développement azuréen. ■



L'HIPPODROME, AUSSI UN OUTIL POUR L'ÉVÉNEMENTIEL AZURÉEN

Depuis quelques années, l'hippodrome accueille également des manifestations d'envergure qui n'ont rien à voir avec le monde équestre mais qui contribuent à accroître sa notoriété et son rôle dans l'économie azuréenne. « Cette politique de diversification a été difficile à mettre en place du fait du statut associatif qui limitait jusqu'à présent l'activité rémunérée des associations à leur objet social. De sorte que pendant plusieurs années, il nous a été interdit de recevoir une quelconque contrepartie financière pour les foires et salons organisés sur le site. Heureusement, les statuts de nos sociétés de courses, dont les termes sont définis par décret ministériel, ont récemment évolué en permettant désormais de percevoir des recettes complémentaires. Parmi les rendez-vous importants le Salon du palais Gourmand. Mais aussi des événements autour de la moto, de l'auto, de la vigne, sans oublier Industria, le salon industriel de la Côte d'Azur. » Autant d'événements qui ont permis à l'hippodrome de recevoir en 2015, 300 000 visiteurs.

A suivre !

■ Des entreprises innovantes azuréennes récompensées



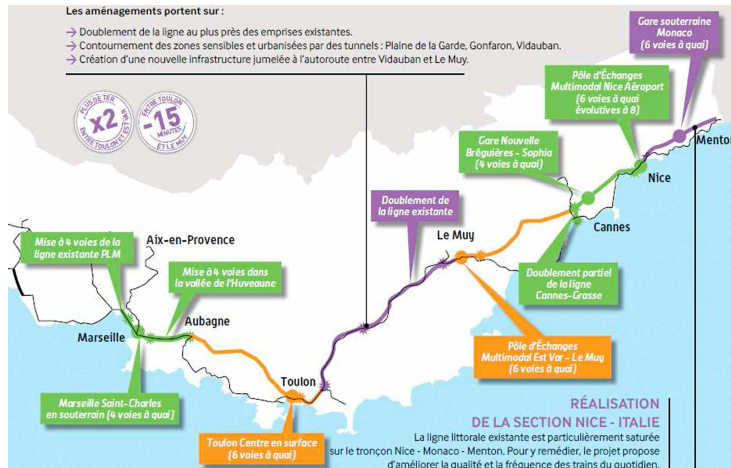
Le 20 Juin, au HUB BPI France à Paris, ont été remis les prix Alliancy « Innover ensemble : se transformer plus vite ! ». Dans la catégorie Croissance, le double partenariat Wildmoka - Avisto et Wildmoka - Orange a été récompensé.

■ Ubaldi (Nice) ouvre un nouveau concept store
L'enseigne azuréenne d'équipement électroménager et high-tech dirigée par Walter Ubaldi (12 magasins de Cannes à Menton et Monaco) continue son expansion. Le Multistore (électronique, électroménager, cuisine, salon et la chambre), dernier né des magasins de la centrale d'achat niçoise a été inauguré au centre commercial Castelli, à St Isidore. Un beau parcours depuis le petit magasin de vente de cassettes vidéo des débuts, passé dans les années 80 au matériel électronique !

■ ASK (Sophia Antipolis) s'associe avec Think&Go
spécialiste des solutions "sans-contact" sécurisées destinées aux marchés de l'identité, a signé un partenariat avec Think&Go pour créer la prochaine génération d'écrans connectés destinés aux usagers des transports publics. Ces derniers pourront capturer de nouveaux services proposés par les opérateurs de Transport : prendre des coupons, acheter des magasins de proximité, télécharger les premières pages d'un livre, recharger sa carte de transport, etc., en posant simplement leurs cartes de transport sans-contact ou leurs smartphones directement sur l'écran.

■ **TRANSPORTS.** UN DOSSIER STRATÉGIQUE POUR LA CÔTE D'AZUR ET SON ÉCONOMIE : LE PROJET DE LIGNE NOUVELLE PROVENCE CÔTE D'AZUR NÉCESSITE UNE VRAIE MOBILISATION POUR FAIRE ENTENDRE LA VOIX DES ENTREPRISES.

MOBILISATION SUR LE DOSSIER DE LA LIGNE NOUVELLE



Dans le 06, 2 nouvelles gares seront créées et une boucle ferroviaire reliera Nice à Sophia Antipolis en 7 mn.



La CCI, qui s'est beaucoup investie sur la question des transports dans le département, compte faire en sorte que la Côte d'Azur ne manque pas la marche de la concertation, une étape essentielle pour la concrétisation du projet dans sa première phase : un tracé qui part de l'aéroport jusqu'à la ligne Cannes-Grasse et passant par Sophia Antipolis, permettant de réaliser un circuit en boucle.

Pascal Nicoletti, élu CCI en charge du dossier des transports a présenté le plan de mobilisation pour cette phase de concertation, qui s'est ouverte le 21 avril dernier. Une concertation qui permet aux parties prenantes de s'exprimer sur les variantes de tracés et emplacements des gares qui seront présentées à l'enquête d'utilité publique. La CCI qui, à l'ouverture de cette étape a réaffirmé son engagement en faveur du projet de ligne nouvelle, compte assurer la mobilisation afin que la voix des entreprises azuréennes soit entendue dans ce dossier majeur pour le développement du territoire azuréen.

Le projet s'établit en plusieurs phases. La priorité 1, ce sont les tronçons Siagne-Nice et Marseille-Aubagne, mentionnés dans les priorités nationales à engager avant 2030, avec des enveloppes respectives de 4,2 Mds € et 2,5 Mds. Puis en priorité 2, on trouve les tronçons Le Muy-Siagne et Aubagne-Toulon, à engager entre 2030 et 2050 (budgets de 2,1 Mds € et 3,8 Mds €). En 3e rang des priorités, les tronçons Toulon-Le Muy et Nice-Italie ferment la marche du projet, devant être réalisés au-delà de 2050.

Les bénéfices attendus? Des atouts non négligeables pour les déplacements, notamment des actifs. Avec la priorité 1, deux gares nouvelles seront créées dans le 06 : Nice-Aé-



N. Hufschmitt

« L'enjeu de la concertation? Obtenir début 2017 une validation ministérielle du tracé, conditionnée à un bilan positif de la concertation. Ceci permettant d'engager la réalisation du dossier d'enquête publique. »

Pascal Nicoletti, Elu CCI en charge du dossier.

roport et Sophia Antipolis. Une boucle ferroviaire sera ainsi réalisée, grâce à deux nouvelles voies sur 24 km, dont 19 km en tunnel. La Côte d'Azur gagnera un TER toutes les 8 mn entre Cannes et Nice en heure de pointe et un temps de parcours de 7 mn entre Nice et Sophia Antipolis.

La priorité 2, elle, prévoit une gare nouvelle au Muy et devrait permettre 6 TER/heure dans chaque sens entre l'est Var et les Alpes-Maritimes, avec un temps de parcours de 15 min entre Le Muy et Sophia Antipolis. Le temps de parcours Marseille-Nice serait lui ramené à 1h40, au lieu de 2h30 actuellement, cette phase offrant par ailleurs un doublement du nombre de trains grandes lignes en heure de pointe.

La concertation? Depuis avril, elle est préparée par une sensibilisation des élus locaux sur les bénéfices du projet et le recueil de

leurs points de vue sur les variantes de tracés et les positions des gares. Des ateliers thématiques avec les associations et les acteurs socio-économiques de la région sont organisés à Nice et Marseille. Au programme, information et échanges sur le projet et ses bénéfices, en abordant notamment la saturation ferroviaire, l'environnement et le développement durable.

La phase de concertation publique se déroulera à la rentrée, de septembre à novembre. Elle doit permettre des échanges et le recueil des points de vue du public sur les variantes de tracés et les positions des gares. Pour Pascal Nicoletti, l'enjeu est clair : *« Obtenir début 2017 une validation ministérielle du tracé, conditionnée à un bilan positif de la concertation. Ceci permettant d'engager la réalisation du dossier d'enquête publique »*. Pour cela, la CCI mobilise la task force socio-professionnels (CCI/UPE/syndicats professionnels et de salariés, clubs d'entreprises) : participation aux réunions publiques et aux ateliers thématiques, envoi de courriers d'avis, organisation de la mobilisation des entreprises et des actifs via les supports de communications, les divers événements professionnels et partenaires, des campagnes d'e-mailings... tout cela bien sûr, en coordination avec le réseau des CCI de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. *« Cette phase de concertation est déterminante pour ce grand projet stratégique pour notre économie, nos entreprises : chacun doit se mobiliser et y participer, pour soutenir le projet »*, insiste Pascal Nicoletti. 2030 peut sembler bien loin, mais cette fois, il ne faut pas rater le train... ■

+ SUR
www.cote-azur.cci.fr

■ **TOURISME.** NOUVELLE RÉUSSITE D'UNE OPÉRATION D'ACCUEIL DE CROISIÉRISTES, ASSOCIANT LE COMMERCE.

ESCALE SENSATIONS À CANNES

176 % des croisiéristes effectuent une visite de la ville lors de leur escale et 99.7% en reviennent satisfaits, avec le souhait pour 86 % d'entre eux de revenir sur la Côte d'Azur. Conscients de l'enjeu en termes d'image et du potentiel économique, la CCI Nice Côte d'Azur et ses partenaires (La Ville de Cannes, le French Riviera Cruise Club, l'Association des Commerçants Meynadier-Forville, les Galeries Lafayette Cannes, le Palais des Festivals et des Congrès, la Faculté des Métiers, Fragonard) ont organisé le 20 juin dernier l'opération « *Cannes, the Thrilling visit* » à l'occasion de l'escale* de deux importants navires de croisières, les *MSC Fantasia* (appartenant à la compagnie italienne MSC) et *Brilliance of the Seas* (de la compagnie maritime américano-norvégienne Royal Caribbean International), avec à leur bord pas moins de 6000 croisiéristes, européens et américains en majorité. Une belle opportunité pour promouvoir toute la diversité de l'offre commerciale cannoise.

Faisant partie de la démarche des «Escalaes sensations» développée par la CCI avec le French Riviera Cruise Club, cette opération

d'accueil personnalisé des croisiéristes a pour objectif de contribuer à l'animation et à la dynamique commerciale. Un accueil privilégié avec groupe de jazz, sosies d'acteurs (ville du cinéma oblige), des dégustations de produits locaux, des animations, et surtout la remise de réductions et cadeaux auprès des commerçants affichant le fanion *Welcome to Cruise Passengers* sont autant d'actions mises en place pour valoriser l'image du commerce de centre-ville et donner envie aux croisiéristes de revenir.

Un concept qui marche et qui est plébiscité tant par les croisiéristes que les commerçants : pour cette nouvelle «Escalaes sensations», plus de 90 commerçants cannois des rues Meynadier, d'Antibes, Hoche, Félix Faure, Maréchal Joffre, Marché Forville, Centre Commercial Gray d'Albion et Quai St Pierre s'étaient mobilisés et arboraient les couleurs *Welcome to Cruise Passengers* sur leur devanture. La croisière se porte bien à



Rédaction

Cannes, avec des clients fidèles comme le *Norwegian Epic* de la compagnie NCL tous les vendredis, le *MSC Fantasia* tous les lundis et la compagnie Aida présente très régulièrement avec ses passagers allemands. Cannes accueille aussi des petites unités en rade ou à quai, comme les *Windstar cruise*, *Seadream yacht club* et le *Star Flyer* en escale débarquement-embarquement. Au total, 54 escales avec 365 000 passagers seront effectuées à Cannes en 2016 et 122 escales (296 000 passagers) sont déjà programmées à cette date pour 2017. ■

En savoir +

www.frenchrivieracruiseclub.com

* voir le planning des escales de croisières sur www.riviera-ports.com

JOURNÉES DE L'INTERNATIONAL 2016

VENDREDI 30 SEPTEMBRE à NICE

CCI Nice Côte d'Azur - 20, Boulevard Carabacel

**SE DÉVELOPPER À L'INTERNATIONAL,
AGIR AVEC LE RÉSEAU CCI**



- Plus de 40 experts pays réunis pour étudier vos projets internationaux sur 50 pays
- 2 ateliers sur des zones stratégiques à fort potentiel de développement : l'Asie et le Moyen-Orient
- Pour chaque entreprise, un programme de rendez-vous individuels préparés et ciblés

Programme et inscription :

www.b2match.eu/journees-internationales-paca



en partenariat avec :



■ **TUTORAT.** LA CCI MET À VOTRE DISPOSITION UNE FORMATION POUR SAVOIR TUTORER UN ALTERNANT.

DEVENEZ MAÎTRE D'APPRENTISSAGE

La qualité de vos alternants dépend de vous : la formation de Tuteur-Formateur permet d'acquérir les connaissances nécessaires à l'exercice du tutorat afin de mieux intégrer un jeune apprenti ou en contrat de professionnalisation, de le former, le suivre et l'accompagner. Il s'agit donc d'une formation managériale, ouverte à toute personne amenée à assurer un rôle tutoral au sein de l'entreprise : Maître d'apprentissage, tuteur, responsable RH, assistant RH, gérant, chef de service, manager, recruteur etc.

Basée sur des échanges d'expériences, complétés d'apports théoriques et de travaux individuels, la formation permet d'appréhender le rôle majeur de la fonction tutorale dans la réussite de la formation en alternance et ses enjeux dans l'entreprise. au programme : comprendre l'apprenant et ses spécificités, en faisant l'acquisition des outils et compétences nécessaires à la transmission de savoir-faire et l'encadrement d'un apprenant. Mais aussi de maîtriser les outils de l'alternance afin de favoriser la réussite de l'apprenant en partenariat avec le centre de formation, ou encore aborder la communication interpersonnelle.

La formation est organisée dans les locaux de la CCI à Nice (Eco Vallée) et Cannes (aéroport Cannes Mandelieu) par le Point A (service de la CCI dédié pour vous informer et vous aider à concrétiser tout projet d'apprentissage mais aussi assurer la gestion de vos contrats d'apprentissage). Elle se déroule en sessions interentreprises de 10 à 14 personnes sur 14 heures, lors de deux journées en discontinu. Le coût de cette formation est de 250 euros, pouvant être pris en charge à 100% par votre organisme paritaire collecteur agréé (OPCA) dans la plupart des cas. ■

En savoir +
Point A - CCI Nice Côte d'Azur
pointa@cote-azur.cci.fr
0 820 427 777

Prochaines sessions de formation 2016 :
27 septembre, 4 et 11 octobre, 8 et
15 novembre, 5 et 12 décembre

■ **ALTERNANCE.** LA CCI ACCUEILLE CHAQUE ANNÉE UN MILLIER D'ALTERNANTS DANS CONFIRMANT SON RÔLE CENTRAL DANS LE DISPOSITIF DE L'APPRENTISSAGE.

1 000 ALTERNANTS FORMÉS

Alternance et apprentissage : c'est le moment d'y penser ! Vous avez une entreprise, un commerce où vous êtes artisan et vous souhaitez recruter un jeune en alternance ou un apprenti : c'est le moment de vous renseigner. Alors que la rentrée 2016 approche, les premiers recrutements ont été ouverts à partir de mars-avril. Ils se prolongeront jusqu'à la mi-novembre. Mais pour avoir les meilleures chances de trouver le bon alternant ou le meilleur apprenti, mieux vaut s'en occuper dès aujourd'hui. L'alternance est un système de formation fondé sur une phase pratique et une phase théorique qui alternent. Il permet aux jeunes d'apprendre un métier en étudiant les bases théoriques et en les appliquant concrètement sur le terrain. Deux types de contrats sont possibles : apprentissage et professionnalisation. Le premier débouche sur un diplôme d'Etat qui va du CAP au Master (bac +5) en passant par le BTS, la Licence... Le contrat de professionnalisation, lui, est qualifiant : il atteste que l'on a acquis une qualification professionnelle reconnue (diplôme ou titre professionnel, certificat de qualification professionnelle, etc.).

Pas toujours facile cependant de s'y retrouver. C'est pourquoi la CCI Nice Côte d'Azur a mis en place un service qui accompagne les entreprises pas à pas dans les démarches liées à l'alternance et qui peut aller jusqu'à l'accompagnement des apprentis dans les six premiers mois. Le contact est celui du Point A, comme Apprentissage. Une interface entre les jeunes, les entreprises et les CFA pour la formation et l'insertion par la voie de l'apprentissage. Ses conseillers spécialisés informent les jeunes et proposent une offre de service complète aux entreprises souhaitant utiliser l'apprentissage comme levier. Le Point A azuréen enregistre chaque année 2200 contrats d'apprentissage, informe 16000 jeunes et chefs d'entreprise, accompagne 2100 jeunes et entreprises.



Pour les entreprises, le Point A décline ainsi de multiples services. Il regroupe toutes les informations (aides, formations, CFA, ...) des Alpes-Maritimes à travers son guide de l'apprentissage. Il met à disposition un "développeur de l'apprentissage" bien au courant de toutes les aides, des formes de contrat les mieux adaptés. Un "développeur" qui vous accompagne aussi bien dans les démarches administratives que dans la recherche d'un apprenti et d'un centre de formation.

Autres aides apportées : celle de la bourse de l'apprentissage qui rapproche les offres et les demandes de contrats d'alternance (www.apprentissage06.fr), l'Atelier "réussir ses recrutements d'alternants", ou encore la formation de tuteur formateur et les différentes manifestations autour de l'emploi des jeunes comme la Nuit de l'Oriente. Des actions en faveur de l'alternance qui vont encore monter en puissance à travers le grand projet de campus de l'apprentissage que développe la CCI à Nice, dans l'Eco Vallée.

1000 alternants dans les cinq établissements de formation de la CCI. Le dernier né est l'Institut du Commerce et des Services, (voir ci-contre) et qui couvre les besoins des secteurs

BOURSE DE L'APPRENTISSAGE
→ DÉPOSEZ VOTRE OFFRE → CONSULTEZ LES PROFILS

ENTREPRISES
APPRENTISSAGE06.FR
un service
 CCI NICE CÔTE D'AZUR

PAR LA CCI



L'EXEMPLE DE DANIEL DESAVIE, RESTAURATEUR À VALBONNE

Le chef azuréen fait appel à l'alternance depuis 16 ans. "J'y suis allé petit à petit", explique-t-il. "J'ai commencé par un alternant, puis deux. Le CFA Nérée et le CFA de Nice notamment m'ont proposé des candidats. Aujourd'hui, je suis monté jusqu'à 7 alternants. Ils restent deux ans et je les fais tourner en cuisine, en salle. Ils peuvent ainsi toucher aux sauces, à la pâtisserie, à la cuisson et connaître toutes les composantes du métier. Certains abandonnent en cours de route parce qu'ils se sont rendu compte qu'ils s'étaient trompés de métier ou qu'ils n'avaient la forme physique pour tenir. C'est la règle du jeu. Mais avec les anciens, nous gardons des contacts. Ils viennent nous revoir et nous nous rappelons ensemble les bons et parfois... les moins bons souvenirs. Comme dans une famille !"

du commerce, de la distribution, de la banque et de l'assurance.

L'IFPS (Institut de Formation Pharmacie Santé) à St-Laurent-du-Var est lui spécialisé dans les métiers de la pharmacie, des services à la personne ainsi que de la vente et du commerce.

L'Institut de Formation Automobile (IFA) adresse les métiers du secteur de l'automobile, du motocycle et des véhicules professionnels avec des CAP (maintenance des motos, peinture en carrosserie...), des Contrats de Qualification Professionnelle (conseiller de vente, peintre confirmé...), des Bac Pro (maintenance des véhicules auto...) et des BTS pour devenir manager d'atelier.

L'INB Côte d'Azur au port de Villefranche Darse à Villefranche-sur-Mer ouvre sur les métiers du nautisme, services et industrie nautiques avec des formations techniques et commerciales. Enfin, l'IFAERO est lui dédié aux métiers aéronautiques (entraînement pilotes sur simulateur, formation des équipages de cabine, pilotage de drones et métiers de la sécurité-sûreté. ■

En savoir + www.cote-azur.cci.fr
www.apprentissage06.fr
 Contact Point A : 0 820 427 777
pointA@cote-azur.cci.fr

■ FORMATION. COUP DE ZOOM SUR LE NOUVEL ÉTABLISSEMENT DE LA CCI.

ICS : FORMER LES PROS DU COMMERCE ET DU SERVICE DONT LES ENTREPRISES ONT BESOIN

Le 10 mai dernier, plus de 80 représentants du monde enseignant, économique et institutionnel* étaient réunis au cœur de l'Eco-Vallée dans les locaux de la CCI à Nice Premium, pour l'inauguration de l'Institut du Commerce et des Services (ICS).

Face aux demandes récurrentes des entreprises du commerce, de la vente et de la grande distribution de bénéficier d'une offre de formation adaptée aux spécificités de leur secteur d'activités, ce nouvel établissement de la CCI Nice Côte d'Azur propose des formations de niveau Bac à Bac + 3, en alternance : Gestionnaire d'unité commerciale avec ou sans spécialisation distribution, Responsable-Manager de la distribution, Responsable de développement commercial avec ou sans option bancaire.



Pour les entreprises, l'ICS se distingue par ses formations constamment renouvelées en fonction de l'évolution du marché. Côté étudiants, ils bénéficient d'un accompagnement personnalisé et d'un enseignement en petit groupe (15 par classe) dispensé par des professionnels en activité. Des avantages essentiels qui garantissent la réussite des contrats de professionnalisation dans un contexte économique où cette voie de formation est une réelle chance pour l'entreprise de tester une pré-embauche et un tremplin vers l'emploi pour le jeune : 70% des jeunes en alternance trouvent un emploi durable à la suite de leur formation.

Bernard Kleynhoff, Président, aux côtés de Dominique Ivaldi, membre élu de la CCI Nice Côte d'Azur a salué cette nouvelle formation : « *Au-delà de la transmission des connaissances, notre centre de formation vise également à former les futurs professionnels, capables de travailler en équipe, être porteurs de projets et pour certains, devenir les managers de demain* ».

43 étudiants accompagnés de leurs formateurs et maîtres d'apprentissage ont d'ailleurs pu témoigner de leur motivation et de leur formation. Des entreprises impliquées comme le Château de

Bellet, Metro, la Banque Populaire Côte d'Azur ont évoqué leurs attentes et l'intérêt d'une formation terrain pour ces futurs diplômés, immédiatement opérationnels sur le marché de l'emploi.

L'inauguration a également été l'occasion d'officialiser la convention de partenariat entre le CFPB (Centre de Formation des Professions Bancaires) et l'Institut du Commerce et des services pour le développement de la formation de « Responsable de développement Commercial option Banque Assurance ». La première promotion de cette nouvelle formation accueille actuellement 16 jeunes aux cotés de banques partenaires que sont la Société Générale, Le Crédit Lyonnais et la Banque Populaire Côte d'Azur. De 43 étudiants aujourd'hui, l'ICS en accueillera une centaine lorsqu'il aura intégré le futur Campus Régional de l'Apprentissage à la rentrée 2019 ■

*dont Georges Bisson pour la Chambre de Métiers et de l'Artisanat Région PACA, Yves Costa pour le Rectorat de Nice, Franck Martin pour le Conseil Départemental 06, Bernard Monier pour la Mairie d'Antibes et Mme Sasso pour la Mairie de Cagnes-sur-Mer

■ **COMMERCE.** FOCUS À NICE SUR LA BELLE RÉUSSITE DE CONSULTANTS DEVENUS... COMMERÇANTS DE PROXIMITÉ.

APERITIV : ET DE DEUX !

Rédaction



Thomas Benillouz et Erwan Guillon, dirigeants de l'entreprise.

Défi réussi pour Thomas Benillouz et Erwan Guillon. Après leurs études à l'EDHEC et 5 ans dans un cabinet de conseil en stratégie à Paris, ils ont décidé de devenir commerçants en s'associant pour créer leur propre enseigne, entièrement dédiée à l'univers de l'apéritif avec un grand A. Un vrai concept, porté par une identité forte, une gamme originale et qualitative répartie en quatre espaces : cave (on y trouve tout, même les gins ou les whiskies les plus rares), épicerie, fromagerie et charcuterie. Ça marche : une belle clientèle est fidélisée et depuis quelques mois, ils ont ouvert leur second point de vente à Nice, sur la très commerçante avenue Ma-

lausséna. « La nouvelle boutique ? il nous a fallu 6 mois pour trouver le bon local ! Nous avons tout fait pour l'ouvrir début décembre afin de profiter de la période des fêtes, très porteuse dans notre secteur, explique Thomas Benillouz. Deux ans et demi après celle de la rue Cassini, elle démontre que l'idée d'Aperitiv tient la route : les résultats sont supérieurs à nos prévisions ».

Le secret d'Aperitiv ? Pour Erwan Guillon, c'est avant tout le produit, une sélection drastique par la qualité et l'authenticité : « Nous avons assemblé une belle gamme de plus de 1000 références, en travaillant patiemment

avec une centaine de fournisseurs. Ce qui est compliqué côté gestion ! Nous ne sommes pas une grande surface. Mais, au-delà de l'identité de marque, du marketing, du bon usage des réseaux sociaux et de la fidélisation de clientèle, c'est la vraie valeur ajoutée du concept. Et on goûte tout ce qu'on vend ! ». Thomas Benillouz souligne : « Dès le départ, on s'est démarqués du principe de l'épicerie fine de luxe ou d'une approche type musée de l'apéro ou tout est rare et cher ». Le tandem a choisi de ne pas investir uniquement le produit d'exception : « Même si nous en avons beaucoup, nous vendons aussi des produits pour tous les jours, à prix très accessibles. Mais toujours originaux : nos clients aiment les découvertes. D'ailleurs le panier moyen dans nos deux boutiques tourne autour de 25 euros ». Les best sellers ? « Nous vendons les fameuses Socca Chips de Luc Salsedo, un énorme carton : plus de 45 paquets par jour ! ».

Pour aider à ce beau développement, il a fallu embaucher : 3 salariés sont venus rejoindre les 2 créateurs de l'enseigne azurienne... Qui réfléchissent à un troisième point de vente. La franchise ? « On y pense aussi depuis le début, mais ça se construit : il faut se rémunérer, apporter une vraie valeur ajoutée aux franchisés, ne pas dénaturer le concept... », confirment les deux ex-consultants devenus commerçants de proximité. Avec un enthousiasme plus solide que jamais. ■

■ **BIOTECH.** SA DIRIGANTE À REÇU LE TROPHÉE DE FEMME CHEF D'ENTREPRISE PROMETTEUSE POUR LA PACA.

OFFICINEA (GRASSE) RÉVOLUTIONNE LA BIO-COSMÉTIQUE

Rédaction



Claire Gagliolo, dirigeante de l'entreprise.

150 ingrédients d'origine pétrochimique, dont bon nombre de composants indésirables : c'est ce qu'une femme, en cherchant à prendre soin d'elle, applique quotidiennement sur sa peau... Face à ce constat, Claire Gagliolo, scientifique hors pair, avait créé Officinéa à Grasse en 2007. Son objectif : inventer une nouvelle génération de cosmétique sans pétrole, sans toxicité pour répondre aux attentes de toute femme soucieuse de sa beauté tout

autant que de sa santé. Cet objectif reste plus que jamais celui de Candice Colin. Cette entrepreneuse s'est associée à Claire Gagliolo en juillet 2013 et assure depuis la présidence d'Officinéa : « Nous avons intégré toute la R&D pour créer de nouveaux produits : c'est notre ADN. Parallèlement, nous avons mis en œuvre un réseau de vente directe pour la distribution », indique Candice Colin. Installée dans la pépinière InnovaGrasse, Officinéa se trouve dans le même bâtiment que deux unités de recherche publique dont la Faculté de Chimie de Nice Sophia-Antipolis. L'entreprise dispose ainsi d'un laboratoire et mène ses propres recherches grâce à une équipe de chercheurs intégrée. Elle y développe de nouveaux actifs à partir de plantes et compte déposer un premier brevet cette année. Le second volet, c'est la distribution. Dans un marché de la cosmétique hyperconcurrentiel et dominé par des géants, le choix a été fait de

la vente directe : là où personne n'attendait une petite PME innovante. Méthode Tupperware revisitée par Candice Colin : Quelque 200 conseillères ont déjà été recrutées et Officinéa se charge de leur donner en main tous les outils nécessaires. « Nous fournissons des outils modernes pour des femmes modernes qui veulent faire du commerce et prendre leur vie en main ». Qui sait ce que cela veut dire. Expatriée à Moscou en 2005 pour suivre son mari, elle avait alors dû abandonner ses fonctions de conseillère en communication et marketing exercées dans de grands groupes financiers à Paris. Pour continuer à travailler, la seule solution qui s'était alors offerte à elle, c'était d'apprendre le russe et de lancer sa propre société. C'est ce qu'elle a fait en créant MX Service, chargé de la distribution de Magimix en Russie. Depuis, ce virus de l'entreprise ne l'a plus quitté et l'engage aujourd'hui en plein dans la révolution bio cosmétique. ■

■ **IMPLANTATION.** UNE NOUVELLE ENTREPRISE À FAIT LE CHOIX DE LA CÔTE D'AZUR POUR S'IMPLANTER ET SE DÉVELOPPER. RENCONTRE.

ELLCIE HEALTHY VOIT LOIN

Elcie Healthy est une startup E-santé qui produit des lunettes connectées. Fondée en 2016 par Philippe Peyrard, ancien Directeur Général Délégué d'Atol Les Opticiens, elle a récemment été implantée sur la Métropole Nice Côte d'Azur par Team Côte d'Azur. Elcie Healthy s'est vite intégrée au sein de l'écosystème azurien et participe activement aux activités de la French Tech Côte d'Azur. «Startup dédiée aux lunettes connectées intelligentes : au travers de capteurs nous recueillons des données qui sont envoyées vers un smart phone ou n'importe quel gateway afin de nourrir nos algorithmes. En fonction des cas d'usage, des prédictions de comportement ou d'actions permettront d'anticiper les risques pour la santé, le bien-être ou la sécurité des porteurs», explique Philippe Peyrard. «On peut ainsi lister quelques cas d'usage relatifs à : l'endormissement au volant, au suivi des séniors avec prédiction de chute ou encore des



Team

Philippe Peyrard,
dirigeant.

lunettes d'activité permettant de recueillir des données physiologiques bien sûr mais aussi de prédire ou prévenir des excès sportifs ou des effets secondaires de l'activité comme l'exposition aux UV, la survenance de problèmes musculaires ou encore un défaut d'hydratation».

Pourquoi la Côte d'Azur? «Il y a ici toutes les ressources dont une startup a besoin telles que

de nombreux laboratoires de recherche à la pointe de l'innovation permettant notamment d'intégrer des programmes de haut niveau. Ceci apporte bien sûr de la valeur ajoutée à notre société et une avance technologique indéniable. Par ailleurs, le tissu économique et industriel de la région est dense et apporte une solution de facilité pour la mise au point des prototypes mais aussi pour lancer les premières séries industrielles. C'est un aspect primordial pour moi qui suis très attaché au 'Fabriqué en France'. J'ai pu bénéficier de l'intégration à l'Incubateur PACA-Est et de l'appui de Team Côte d'Azur. »

Les perspectives? «Plus de 65% de nos concitoyens portent des lunettes correctrices et près de 100% des lunettes de soleil pour leurs activités « outdoor » : apporter des informations, vitales pour certaines, est un plus que personne ne peut ignorer... Vous le verrez bien !». ■

■ **E-COMMERCE.** MONPETITBIKINI.COM, À GRASSE, COMMENCE À VOIR GRAND. RETOUR SUR UNE BELLE RÉUSSITE.

MONPETITBIKINI, O COMPLEXES !

Fondé en 2011 par Audrey Lieutaud, le site azurien d'e-commerce spécialisé dans les maillots de bain et les accessoires de plage a débuté dans le garage de la villa des parents. Comme dans la légende de quelques beaux champions de la high tech. Depuis, il a déjà bien progressé. En 2015, il a réalisé plus de 2,5 M€ de chiffre d'affaires avec une croissance annuelle à trois chiffres. Aujourd'hui, il compte 10 salariés et aligne à partir d'une plateforme logistique à Carros, un catalogue de plus de 4.000 articles de 35 marques venant du monde entier (Australie, Etats-Unis, Amérique Latine et bien sûr Europe). Et 2016, s'annonce comme une nouvelle année d'expansion fulgurante pour Audrey Lieutaud, plus que jamais placée en mode "start-up". Ça bouge de partout : début juin, ouverture d'un nouveau site web innovant en version "responsive" qui fait également la part belle aux réseaux sociaux, aux vidéos, à l'expérience client, à l'interactivité; consolidation sur l'international (ouverture en Espagne et Italie en 2015, puis Grande-Bretagne et Allemagne en début d'année); déménagement sur Mouans-Sartoux au Parc de l'Argile, dans des locaux plus spacieux; et surtout, grande étape



Audrey Lieutaud, entourée de son équipe.

engagée l'été dernier, développement d'une marque baptisée tout simplement Monpetitbikini. Saluée en 2014 comme une "pépète en devenir" du Pays de Grasse, la société, au départ, se contentait de distribuer des marques dans une ligne "maillots tendance et petits prix". Désormais, dans ce même esprit qui lui a si bien réussi, elle dessine aussi ses modèles et les commercialise tout en maintenant sa "market place".

Sa recette ? «Des produits d'entrée de gamme, accessibles à toutes, mais très tendance, avec beaucoup de couleurs. Dans le contexte économique actuel, tout est vendu en séparable, avec la possibilité de mixer les hauts et les bas», explique Audrey Lieutaud. Diplômée d'un Master en management spécialisation luxe, elle sait jouer à fond l'air du temps, le marketing

et la technologie. Bouillonnante, endurante à l'image de son mari sportif de haut niveau, elle ne manque pas d'idées. Ainsi, elle prépare une petite boutique "pop up" dans ses nouveaux bureaux pour exposer ses propres modèles. Elle lance dès cet été des distributeurs automatiques de maillots de bain dans le sud-est avec l'objectif de quelques centaines d'appareils. Elle s'ouvre, en association avec des partenaires, aux maillots de bain "piscine". Autre projet en cours, Audrey Lieutaud, qui a été jusqu'à présent la reine du financement autonome, prépare pour cet été une levée de fonds (de l'ordre du million d'euros) pour accélérer notamment son expansion à l'international. De quoi, sans complexes, se rapprocher peu à peu de son rêve : faire de Monpetitbikini, le "Victoria's Secret" du maillot de bain. ■

■ **START-UP.** DEPUIS FÉVRIER, LA JEUNE POUSSE FONDÉE PAR THOMAS COTE A DÉPLOYÉ SON SYSTÈME INNOVANT DANS TOUT LE 06.

WEVER REPENSE LE COVOITURAGE URBAIN



Thomas Cote, dirigeant de l'entreprise.

Rédaction

Un réseau social de covoiturage urbain pour partager ses déplacements? C'est la bonne idée lancée par Wever, qui met en relation, en temps réel, des passagers et des conducteurs partageant les mêmes trajets urbains, rapprochant des personnes autour d'activités et/ou de centres d'intérêt communs en optimisant les inévitables trajets en voiture. "L'idée est née... de la difficulté à me rendre à Sophia Antipolis en bus ! J'attendais celui de la ligne 230, qui était en retard et qui à plusieurs reprises ne s'était pas arrêté, car il était complet. Dans le même temps, je voyais passer un flot de voitures disposant de places libres qui allaient dans ma direction" indique Thomas Cote, dirigeant. Fondée en 2015 avec l'aide de l'incubateur PACA-Est, le concept a remporté le Challenge Jeunes Pousses de Telecom Valley, le prix PME innovante du numérique PACA 2015 et séduit les deux accélérateurs azuréens, celui de Vinci à Mandelieu et d'Allianz au grand stade de Nice ou le 17 février, la start-up azuréenne a célébré le déploiement de son offre dans tout le 06. "Nous faisons du covoiturage avec une approche Blablacar. Mais il s'agit de covoiturage urbain et la plateforme est construite comme un réseau social avec un système de récompenses. En quelque sorte, nous avons créé un éco-

système de covoiturage urbain connecté avec des événements". explique Thomas Cote. Quand un usager déclare un trajet, il construit une ligne de transport en commun avec une communauté de départ, une arrivée, des "stations" tout au long du parcours et des horaires. Ce qui facilite grandement l'utilisation. Pas besoin de détours pour le "chauffeur", tandis que pour le passager, la géolocalisation lui permet d'aller au point d'arrêt le plus proche.

Le business model ? Wever ne prend pas de commission sur les éventuels partages de frais. Mais autour du transport, il relie ses communautés aux organisateurs d'événementiel, aux commerçants, aux offreurs de services. Ils recherchent une mise en relation avec des clients potentiels et ciblés et ce sont eux qui offrent les "récompenses" et les avantages de proximité (bons d'achat dans la grande distribution, cartes de carburant, tickets pour des spectacles, places de parking réservées, etc.). Aussi, pour Thomas Cote, "Wever tient plus du côté de Groupon que de celui de Blablacar". Ce qui explique que la jeune pousse décline son service pour les organisations professionnelles, événementielles ou marketing ayant des besoins importants de stationnement, d'accessibilité ou d'exigences en termes de responsabilité sociétale. La start-up, qui compte déjà 10 salariés et est en pleine levée de fonds, prépare le déploiement de son service sur l'ensemble du territoire national en septembre. ■

<http://wever.fr/>

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

Testez votre projet avec l'autodiagnostic en ligne sur www.ccinice-cote-azur.fr et participez à la formation-action «5 jours pour entreprendre», avec les experts du pôle entreprendre 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 d'articles souvenirs provençaux Réf. 061C0268
Activité à transférer Effectif: 1
CA: 170 000 € / Prix: 120 000 € (valeur FDC)
Cause retraite : cède parts sociales d'une société spécialisée dans le négoce d'articles souvenirs provençaux. Conception de modèles exclusifs et de qualité. Clientèle de professionnels fidélisée, 100 clients réguliers.

Négoce de matériel pour le bâtiment Réf. 062C0245
Ville Effectif: 2
CA: 213 000 € / Prix: 100 000 €
Cause retraite, cède fonds de commerce d'une entreprise spécialisée dans le négoce de matériel pour le bâtiment, créée en 1974. Forte notoriété auprès de professionnels (entreprises et collectivités), site internet performant, fortes marges, potentiel de développement sur un marché porteur.

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 Réf. 062C0233
Zone industrielle 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.

Distribution de matériels de ventilation et climatisation Réf. 061C0204
Zone industrielle Effectif: 1
CA: 580 000 € / Prix: 60 000 €
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. Local de 240 m² dont 60 m² de bureaux pour un loyer annuel de 23 700 €, bail neuf jusqu'en 2023. Stock de 90 000 €.

■ COMMERCE

Point chaud, pâtisserie, snack Réf. 061C0217
Ville Effectif: 3
CA: 150 000 € / Prix: 105 000 €
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 de 50 m².

Vente et installation de cheminées et poêles à bois Réf. 062C0267
Ville Effectif: 2
CA: 800 000 € / Prix: 250 000 € (valeur FDC)
Cause retraite : cède parts sociales d'une société spécialisée dans la vente et l'installation de cheminées et poêles à bois. CA stable et bonne rentabilité. Local (show-room et stockage) bien situé en zone d'activité.

Tabac Jeux Réf. 062C0244
Ville Effectif: 0
CA: 220 000 € / Prix: 350 000 €
Raisons familiales, cède fonds de commerce de tabac, jeux, bimbeloterie, vente Nice-Matin. Clientèle de quartier, de passage et touristique, situé dans un quartier commerçant, en centre-ville.

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
Village médiéval
CA: 200 000 € / 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.

Réf. 061C0224
Effectif: 1 (en saison)

Vente de produits multimédia
Ville
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.

Réf. 062C0173
Effectif: 1

Cave à vins et spiritueux
Centre-Ville
CA: 190 000 € / Prix: 80 000 €
 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: 320 000 €
 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

Transport routier de proximité – Stockage
Zone industrielle
CA: 440 000 € / Prix: 300 000 €
 Cède fonds de commerce d'une entreprise spécialisée dans le transport de marchandises avec une activité secondaire de stockage. Clientèle fidélisée de professionnels : boutiques de confection sur le littoral de Monaco à Saint Tropez. Deux baux commerciaux idéalement situés en zone industrielle.

Réf. 1852P0109
Effectif: 4.2

Référencement et positionnement de sites internet
Activité à transférer
CA: 510 000 € / Prix: 300 000 €
 Cède fonds de commerce d'une société spécialisée dans le référencement et positionnement de sites internet. Récurrence du CA. Cession du portefeuille et de la marque. Excellente rentabilité.

Réf. 061C0263
Effectif: 0

Agences de voyages
Ville
CA: 230 000 € / Prix: 240 000 €
 Cause préparation départ retraite pour un des 2 associés, cède parts sociales d'une agence de voyage. Bonne notoriété depuis plus de 30 ans auprès d'une clientèle de particuliers. Membre d'un réseau national. Stabilité du CA. Local 70 m².

Réf. 061C0266
Effectif: 3

Salle de remise en forme
Ville
CA: 140 000 € / Prix: 250 000 €
 Cause mutation conjoint, cède l'activité d'une salle de remise en forme, sous franchise (bonne notoriété nationale depuis 20 ans). Locaux neufs de 1000 m². Fichier clients de 700 abonnés.

Réf. 062C0269
Effectif: 2

Edition de logiciels
Ville
CA: 550 000 € / Prix: 600 000 €
 Cède parts sociales d'une société spécialisée dans l'édition de logiciels avec des services associés : installation, formation et maintenance. Présence à l'international. Récurrence du CA (230 000 €).

Réf. 1834P0108
Effectif: 10

Marquage publicitaire
Ville
CA: 80 000 € / Prix: 70 000 €
 Cède parts sociales d'une société de marquage publicitaire sur tous supports. Chiffre d'affaires stable. et marge importante. Local de 70 m², comprenant un espace de vente, un atelier et un studio.

Réf. 061C0249
Effectif: 0

Location de véhicules de tourisme
Ville
CA: 2 440 000 € / Prix: 2 000 000 €

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

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).

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: 555 000 € / 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

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 syndicats 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: 170 000 € / 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

HÔTELLERIE / RESTAURATION

Restaurant (actuellement haute gastronomie)
Village
CA: 120 000 € / Prix: 110 000 €
 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)

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

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: 100 000 € / Prix: 130 000 €
 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: 290 000 € / Prix: 600 000 € + murs 1 300 000 €
 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

Fabrication serrurerie métallerie
Zone industrielle
CA: 575 000 € / Prix: 350 000 €
 Retraite: cède parts sociales d'une société spécialisée dans la serrurerie et métallerie, coupe pliage de métaux ferreux et non ferreux. Activité positionnée à 50% sur une niche.

Réf. 0337P0025
Effectif: 6

Charpente, couverture et zinguerie
Zone industrielle
CA: 3 500 000 € / Prix: 1 400 000 €
 Cède les parts sociales de sociétés créées il y a plus de 30 ans spécialisées en charpente, couverture et zinguerie. Entreprise structurée avec bureau d'étude intégré. Réponses à appels d'offre.

Réf. 1819P0107
Effectif: 23

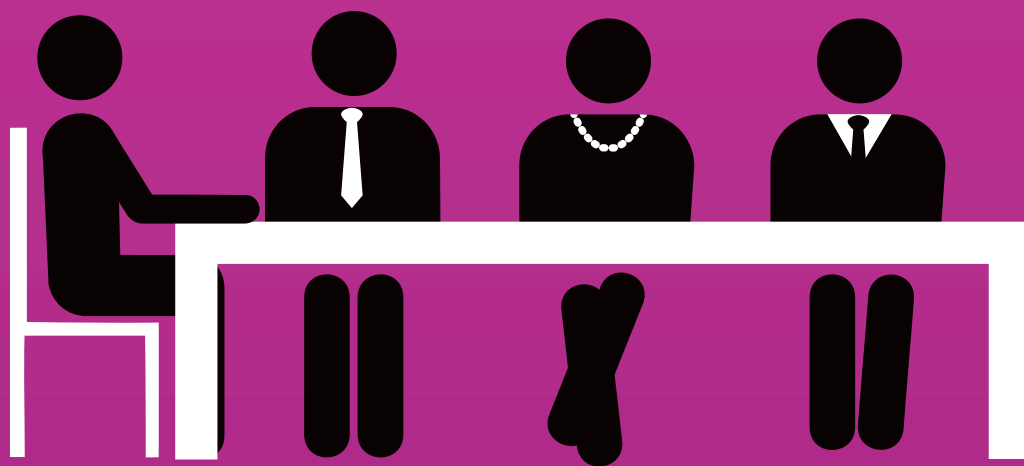
Mécanique de précision et plasturgie
Zone industrielle
CA: 800 000 € / Prix: 450 000 €
 Cause de départ à la retraite, cède titres d'une société spécialisée dans la mécanique de précision (outillage, tôlerie) et plasturgie. Clientèle exclusivement professionnelle. Présence d'hommes clés techniques.

Réf. 1444P0100
Effectif: 7

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

*Nice Job !**

OPTIMISEZ VOS ÉVÉNEMENTS



Avec le Centre d'Affaires,
vous organisez votre
business à la carte.

INFORMATION/RESERVATION
04 93 21 30 73

Visite sur
www.nice.aeroport.fr

