

une publication de la

 CCI NICE CÔTE D'AZUR

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

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



azur

ENTREPRISES & COMMERCES

LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE DE LA CÔTE D'AZUR

114



UNE NOUVELLE ÉQUIPE POUR RÉUSSIR ENSEMBLE

Ils et elles composent la nouvelle assemblée
de la CCI Nice Côte d'Azur : focus sur la feuille de route
de ces 59 chefs d'entreprise et commerçants unis
dans une même vision pour l'économie azurénne.

DOSSIER P. 14 À 17

DÉVELOPPER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

VIA NOS
SOLUTIONS
DE PAIEMENT
EN LIGNE



ca-pca.fr/professionnels.html

Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel Provence Côte d'Azur. Société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit. Siège social situé Avenue Paul Arène - Les Négadis- 83300 DRAGUIGNAN. RCS DRAGUIGNAN 415 124 072. 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 - 11/2016 - IP_AzurEntreprises-et-Commerces-1216-H297xL210





Sommaire

N° 114 NOV/DEC 2016

Actus

Commerce ■ p.4
Comment la CCI accompagne le commerce de proximité

Talents ■ p.7
Un grand chef rejoint les Maîtres-Restaurateurs

Aménagement ■ p.8
L'urbanisme commercial du 06

International ■ p.10
Comment les CCI soutiennent les PME

Déplacements ■ p.12
Le covoiturage s'organise

Dossier

Elections ■ p.14/19
CCI : la nouvelle équipe fixe sa feuille de route pour 2017-2022

Enjeux

Talents ■ p.20
5 jours pour entreprendre : le tremplin

À quoi sert la CCI?

Témoins ■ p.20
Interview de Matthieu Vergé-Salamon (ASM, Sophia Antipolis)

La boîte à outils de l'entreprise

Apprentissage ■ p.22
Comment la CCI vous facilite la taxe

Formation ■ p.23
La CCI forme vos futurs vendeurs

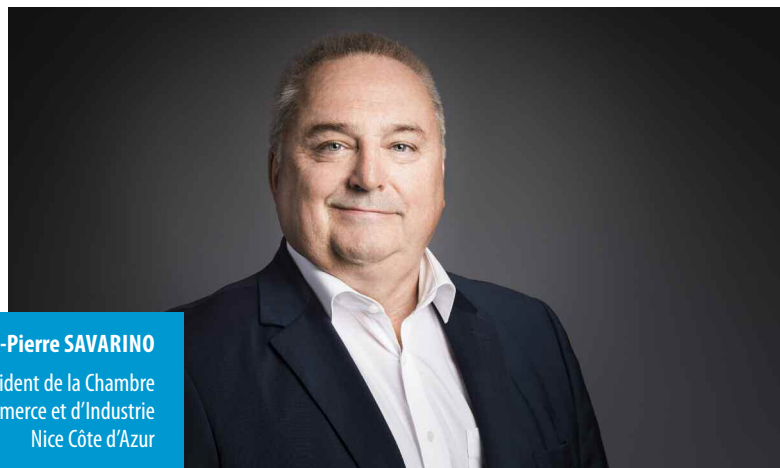
Trajectoires

Rica Lewis ■ p.24

Atosha ■ p.25

Comptoir Irlandais ■ p.25

Prestige Yacht Uniforms ■ p.26



Jean-Pierre SAVARINO

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

Réussir ensemble.

C'était le credo de notre équipe. Mais pour nous, c'est bien plus qu'un slogan de campagne. Chaque commerçant, chaque chef d'entreprise de la Côte d'Azur, quel que soit son secteur d'activité, son bassin économique ou la taille de son entreprise doit avoir une certitude : nous allons nous battre pour lui. Et réussir ensemble. Pour cela, les 59 élus qui vous représentent et les collaborateurs de votre CCI sont tous mobilisés sur un programme ambitieux, au service des entreprises de notre département.

Mon principe pour les 5 ans à venir ? Avoir un maître mot : l'efficacité. Ma pratique, c'est d'y ajouter l'écoute. Pour que les choses avancent vite et bien, j'entends favoriser un mode projet 100% collaboratif pour un monde économique fort au service du territoire azuréen, également en donnant la priorité pour notre CCI à un management d'entreprise. Chaque jour, d'ici 2021, nous vous devons initiative et dynamisme pour vous accompagner dans le développement de vos activités.

Trêve de discours, mettons-nous au travail : car comme l'a fort justement écrit Jean-Jacques Rousseau, « Si j'étais prince ou législateur, je ne perdrais pas mon temps à dire ce qu'il faut faire ; je le ferais ou je me tairais. » Comme vous, nous sommes des entrepreneurs et nous avons choisi de faire. Alors... Au travail!

> retrouvez Jean-Pierre Savarino 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 BREIF (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.



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
Jean-Pierre SAVARINO, 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

■ **COMMERCE.** ALORS QUE LA NOUVELLE ÉQUIPE D'ÉLUS À LA TÊTE DE LA CCI NICE CÔTE D'AZUR PREND ENCORE SES MARQUES, DÉJÀ PRISES ET DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE. C'EST LE CAS AVEC LE SOUTIEN APPORTÉ AU COMMERCE, EN INVESTISSANT 1 M

COMMENT LA CCI ACCOMPAGNE LE COMMERCE DE PROXIMITÉ

À peine assis dans le fauteuil de président de la CCI Nice Côte d'Azur, c'est l'un des dossiers prioritaires engagés par Jean-Pierre Savarino avec son équipe. Il vient de signer les courriers annonçant la bonne nouvelle à 28 dirigeants d'associations de commerçants du département: la CCI va les aider financièrement pour monter des projets de développement du commerce. *"Dans le cadre de notre démarche Fédé 2020, nous engageons 1 million d'euros sur les 5 ans à venir, précise Jean-Pierre Savarino. Et ça commence dès maintenant. Parce que pour nous, la CCI doit être plus que jamais un partenaire de terrain pour le commerce, qui est un secteur d'activité stratégique de notre économie faisant face à une conjoncture difficile. Alors notre rôle est d'aider tous les commerçants à se battre".*

C'est le cas avec cette initiative d'appel à projets autour d'une enveloppe financière conséquente: *"Elle va permettre d'agir dès les opérations de Noël 2016 sur la base d'un plan d'actions présenté par les acteurs du commerce, souligne Bernard Chaix, Vice-président. Bref, du concret! Au cours du 1^{er} trimestre 2017, nous ferons le bilan de cette opération avec les présidents de fédérations et d'associations et nous verrons ensemble les programmes que nous mettrons en œuvre en 2017 et 2018 en faveur du développement du commerce de proximité".*

Un message reçu 5 sur 5 du côté des associations de commerçants du 06. Plusieurs projets ont déjà été déposés, validés et vont être financés. Par exemple à Villefranche-sur-Mer, avec l'association des commerçants et artisans Cosedev. *"L'enveloppe de la CCI va nous aider à monter notre opération d'animation "La 6^e flotte américaine à Villefranche" qui se déroulera sur 3 jours en janvier prochain, explique la présidente, Caroline Beuil.*



A l'Ouest du département, la Fédération Tourisme & Commerce de Juan-les-Pins a aussi des projets. *"L'initiative Fédé 2020 est intéressante et permet d'éviter aux associations de travailler seules dans leur coin, indique Arnaud Pasquier, son président. Nous allons utiliser l'aide de la CCI pour embaucher un permanent, chargé de structurer la fédération -elle regroupe 250 commerçants- et qui devra développer un nouveau projet commercial pour la cité en 2017".*



Jean-Pierre Lellouche, président d'Action Avenir Vieux Nice et Bernard Ramin, président de Haute Vésubie Dynamique (St Martin Vésubie).

A Nice, Jean-Pierre Lellouche, président de l'association Action Avenir Vieux Nice (247 adhérents) est un commerçant expérimenté - 22 ans d'activité - mais un tout jeune dirigeant: il a pris les rênes de son association - elle fait partie de la Fédération du Commerce Niçois - en mars dernier. Et il a lui aussi dé-

président d'Action Avenir Vieux Nice mise beaucoup pour dynamiser l'attractivité du quartier et de tous ses commerces après le gros succès de la première grande braderie du Vieux Nice, organisée en septembre, et qui sera reconduite en 2017.

«L'enveloppe de la CCI va nous aider à monter une opération d'animation».

Caroline Beuil, présidente de la Cosedev (Villefranche sur Mer)

posé un dossier dans le cadre de Fédé 2020: *"Le dossier de demande d'aide était facile à remplir et de plus, un conseiller commerce de la CCI est venu nous voir et nous a bien aidés. L'appui de la CCI va être utilisé pour financer décorations et animations de notre opération de Noël, du 5 au 31 décembre. Le Vieux-Nice, c'est un décor unique et un gros potentiel, avec 500 commerçants sur le périmètre. alors il faut faire les choses bien: la ville et le Crédit Mutuel sont aussi partenaires pour installer 200 sapins devant nos commerces, une crèche animée, sans oublier 5000 ballons aux couleurs de l'association, un très authentique père Noël qui sillonnera le Vieux Nice à vélo, des friandises pour les enfants, une animation musicale dans toutes les rues...".* Un projet sur lequel le

Dans le haut et moyen-pays aussi, ça bouge: l'association Haute Vésubie Dynamique (qui regroupe 60 commerçants sur St Martin Vésubie) va pouvoir initier une nouvelle opération commerciale, comme l'explique son président, Bernard Ramin: *"Grâce au coup de pouce de la CCI, plus celui du Crédit Agricole, nous avons pu produire 1600 sacs-cabats personnalisés, distribués à tous nos commerçants adhérents pour les offrir à leurs clients. Nous avons aussi publié 5000 dépliant de promotion de l'offre commerciale et artisanale de notre vallée. Nous allons recommencer au printemps, car c'était efficace. Aujourd'hui, le commerce fait face à de nombreux défis et il doit se battre: c'est bien que la CCI soit à nos côtés".*

Le commerce azuréen ne manque pas d'idées: à ce jour, ce sont près de 30 projets qui ont déjà été déposés, pour qui la CCI a confirmé son soutien financier via son fonds de soutien dédié. Et ce n'est qu'un début: Fédé 2020 est bien un plan pour faire pétiller le commerce, dans tout le département. ■

Pour en savoir plus sur le programme Fédé 2020: www.cote-azur.cci.fr

DES DÉCISIONS IMPORTANTES SONT
ILLION D'EUROS SUR 5 ANS.

ITÉ



Studio Dinkymage/ Rédaction

LA CAMPAGNE JE CONSOMME CÔTE D'AZUR



Au quotidien, sur le terrain, la CCI accompagne les commerçants. Avec des services adaptés aux besoins de leur secteur d'activité. Mais aussi en agissant pour leur promotion. C'est le cas avec la campagne "Je consomme Côte d'Azur". Une initiative visant le grand public et mettant en valeur la diversité de l'offre commerciale azuréenne.

L'opération est menée en collaboration avec de nombreuses collectivités et associations de commerçants du département. 9 commerçants et prestataires de services azuréens ont fièrement posé pour le visuel de l'affiche, qui a été diffusée depuis plusieurs mois sur l'ensemble du département.

L'info minute

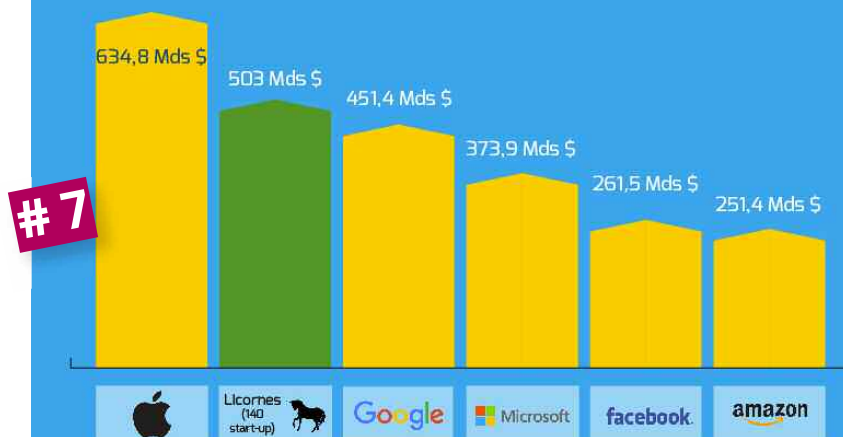


27 FAITS MARQUANTS QUE LA PLUPART DES GENS IGNORENT DES STARTUPS

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 ?

QUE VALENT LES LICORNES ?

situation en octobre 2015



#8

LES NOUVELLES LICORNES

situation en octobre 2015

	Valeur	Marché	Pays
HelloFresh	2,9 Mds \$	E-commerce	Allemagne
Bla Bla Car	1,6 Mds \$	Services	France
Stemcentrx	3 Mds \$	Soins de santé	USA
Okta	1,2 Mds \$	Cyber sécurité	USA
APTUS	1 Md \$	Logiciels et services Internet	USA

#9

LES PROCHAINES LICORNES : LES STARTUPS QUI VAUDRONT BIENTÔT 1 MILLIARD

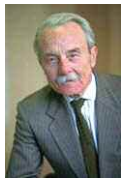
Actuellement, elles sont évaluées à plus de 500 000 \$



la suite dans le prochain numéro d'Azur Entreprises

www.ecoreuil.fr

Hommage à...



José Bona

Disparu le 23 octobre dernier, à l'âge de 95 ans, il était une grande figure du monde

économique azuréen et fut Président de la CCI.

A 30 ans, José Bona prend les rênes de Ciffréo-Bona, l'entreprise familiale, qui est déjà l'un des fleurons régionaux du négoce de matériaux de construction. Il ouvre les entrepôts de Cannes-la-Bocca, dans les années 60, bien décidé à grandir ailleurs qu'à Nice. Il expliquait : "Notre force ? Nous sommes restés des négociants, sans vouloir toucher à d'autres créneaux, nous étendre à des domaines de compétences que nous n'aurions pas maîtrisés. Nous nous sommes développés autour des professionnels et avec des professionnels, sans pour autant fermer les yeux sur de nouveaux marchés comme le bricolage. Et sans abandonner nos espaces en centre-ville".

José Bona était membre de la CCI Nice Côte d'Azur depuis 1962 : il en fut le trésorier avant d'être élu Président, de 1971 à 1973. Lors de sa présidence, il s'attacha à développer la zone industrielle de Carros, travailla à l'extension de l'aéroport Nice-Côte d'Azur et à la création de la technopole de Sophia Antipolis. la décision de transformer l'école existante en pôle d'enseignement supérieur et de l'implanter sur Sophia Antipolis, qui en était alors à ses prémices. En 1971, la commission de l'Enseignement de la CCI décidait de bâtir sur un terrain de 3 hectares à Sophia Antipolis le futur centre d'enseignement supérieur de la CCI. Projet adopté le 7 juillet 1972 (l'inauguration aura lieu le 2 mars 1979) : le CERAM (devenu aujourd'hui Skema Business School), était né.

Titulaire de l'Ordre National du Mérite, Chevalier de la Légion d'Honneur, Président honoraire de la CCI, il était aussi membre du Comité Economique et Social et présida le groupe interprofessionnel patronal du logement dans les Alpes-Maritimes.

■ **COMMERCE.** UN RAPPORT NATIONAL FAIT L'ÉTAT DES LIEUX ET AVANCE DES PRÉCONISATIONS. FOCUS.

REVITALISATION DES CENTRES-VILLES : UN RAPPORT, 5 LEVIERS D'ACTION



Une accentuation du phénomène de la vacance commerciale dans les centres-villes : c'est le constat établi par l'Inspection générale des finances (IGF) et le Conseil général du développement durable (CGEDD)... Le taux de vacance est passé de 6,1 % à 10,4 % entre 2001 et 2015. Ce phénomène, qui touche fortement les villes moyennes (de 10 000 à 100 000 habitants), est le résultat de trois phénomènes, qui peuvent se conjuguer : un tissu socio-économique fragile, un déséquilibre concurrentiel entre les commerces de périphérie et du centre-ville et la perte d'équipements structurants ou de services du quotidien. Pour la secrétaire d'Etat chargée du commerce, Martine Pinville, *"Les villes françaises sont en pleine mutation et des déséquilibres peuvent apparaître au détriment des centres-villes. Urbanisme, aménagement et commerce doivent être encore plus imbriqués"*. La vacance commerciale qui est au cœur de ce rapport en est le symptôme.

L'adaptation du commerce et plus largement de l'ensemble des parties prenantes à l'évolution des modes de vie et de consommation constitue également un enjeu d'importance pour la pérennité du commerce en centre-ville. L'IGF et le CGEDD préconisent un agenda « France commerces » dont la mise en œuvre requerrait la mobilisation concertée des commerçants et des collectivités territoriales, et pour lequel l'Etat viendrait en appui avec des outils adaptés.

16 recommandations ont été formulées, articulées autour de 5 leviers d'action : encourager la définition de stratégies locales pour le développement du commerce dans le prolongement de la loi NOTRe, avec la généralisation de plans locaux d'urbanisme intercommunaux (PLUi); mieux assurer les équilibres avec des règles d'urbanisme commercial rénovées; coordonner les acteurs : il est proposé de promouvoir les managers de centre-ville et la mise en place d'une organisation permanente des acteurs publics et privés du commerce, en s'appuyant sur les bonnes pratiques mises en place dans certains pays ; accompagner les commerçants dans leur adaptation au commerce de demain : renforcer la transition numérique des commerçants et faire intervenir le FISAC dans le cadre de stratégies de développement commercial au niveau local ; enfin, mobiliser et gérer le foncier commercial : la mission recommande enfin de mettre à disposition des villes en difficulté des moyens d'ingénierie et d'action grâce au déploiement d'un réseau d'experts et d'opérateurs urbains spécialisés, mais aussi encourager la création de foncières commerciales publiques-privées et mobiliser des financements spécifiquement sur la revitalisation commerciale du centre-ville. ■

En savoir +
le rapport complet est en ligne sur
www.economie.gouv.fr

■ **TALENTS.** EXIGEANT, LE TITRE DE MAÎTRE-RESTAURATEUR DISTINGUE LES MEILLEURS DE LA PROFESSION. LA FAMILLE SAGRANDIT AVEC BRUNO OGER (LE CANNET) ET FRANCK CIGOGNOLLA (MOUANS-SARTOUX).

UN GRAND CHEF REJOINT LES MAÎTRES-RESTAURATEURS

Ils sont désormais 110 dans les Alpes-Maritimes ! Trois chefs viennent de les rejoindre dernièrement. Le 14 octobre dernier, c'est Bruno Oger, le prestigieux chef de *La villa Archange* au Cannet qui a reçu à son tour la fameuse plaque de Maître-Restaurateur. Une nouvelle démonstration de l'importance donnée par les professionnels à ce titre : avec deux étoiles au Michelin 2016, membre des Grandes Tables du Monde et du réseau Relais&Châteaux, l'établissement de Bruno Oger - parrainé par Georges Blanc et Anne-Sophie Pic - fait partie de l'aristocratie culinaire azurée en sublimant les classiques de la cuisine française.

Parmi les nouveaux Maîtres-Restaurateurs azuréens, qui étaient rassemblés à la CCI il y a quelques jours pour l'assemblée générale annuelle de la délégation 06, on note également le renouvellement pour Chrystelle Joubert, *Le petit prince* à Cabris qui a reçu sa nouvelle plaque le 28 septembre, ainsi que Franck Cigognolla, qui dirige *Mon petit resto* à Mouans-Sartoux, le 5 octobre. Par ailleurs Claude Scuteri, *La Forge* à Carros (1 Bib



Bruno Oger, Chrystelle Joubert et Franck Cigognolla ont été reconnus Maîtres Restaurateurs.

gourmand au Michelin), a vu lui aussi son titre renouvelé pour 4 années.

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), dès 2010. La CCI a en effet accompagné de nombreux restaurateurs pour 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 (ou un salarié) a été reconnu Maître-Restaurateur. ■

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



NOS SOLUTIONS POUR OPTIMISER LA POLITIQUE SOCIALE
ET FISCALE DE VOTRE ENTREPRISE

L'Épargne Retraite

PRÉPARER L'AVENIR

L'Épargne Salariale

COMPLÉTER SES REVENUS

Service client : **04 89 81 10 00**
(coût d'un appel local)

L'URBANISME COMMERCIAL DU 06

COMMENT LA CCI INTERVIENT SUR CE DOSSIER STRATÉGIQUE

■ **AMÉNAGEMENT.** FOCUS SUR LES ACTIONS ET POSITIONS ADOPTÉES PAR LA CCI EN MATIÈRE D'URBANISME COMMERCIAL.

La CCI est un acteur de l'urbanisme commercial local, avec de nombreuses initiatives et actions : actions sur les périmètres des centres-villes et les quartiers en renouvellement urbain, action FISAC à Saint-Laurent du Var, présence de la CCI au salon MAPIC, travail avec les enseignes sur les nouveaux modèles et concepts commerciaux... Avec une constante : favoriser un équilibre au sein de l'urbanisme commercial azuréen.

Car c'est devenu évident : une nouvelle page est en train de s'écrire pour le commerce azuréen. De la fin des années soixante à celle des années 80, il avait déjà connu une première révolution avec l'essor de la grande distribution, marquée par les naissances de Cap 3000 (1969), Carrefour Antibes, Nice Lingostière et autres. La situation s'était ensuite relativement stabilisée. Mais depuis deux ou trois ans, une nouvelle vague s'est levée. Une véritable déferlante avec quelques programmes emblématiques : l'ouverture de Polygone Riviera il y a un an à Cagnes-sur-mer (40,000 m² de surfaces de vente supplémentaires), la rénovation-extension en cours du centre Cap 3000 (26,000 m² pour l'extension) et en attente de la locomotive Ikea, l'installation de Nice One (23,000 m²) près de l'Allianz Riviera. Sans oublier les projets déjà sur les rails mais pas encore réalisés comme Open Sky à Valbonne à la porte de Sophia Antipolis (43,000 m² de surfaces commerciales), l'extension de Carrefour Antibes (15,000 m²), le projet La Pépinière au Cannet-Rocheville (17,000 m²), etc.

On s'en doute : cette déferlante qui arrive, inquiète de plus en plus les commerçants de centre-ville déjà déstabilisés par la montée en puissance de l'e-commerce. Elle pose aussi de nouveau le problème des équilibres fondamentaux entre centre-ville et périphérie, entre grand commerce et petits indépendants. Cette

UN PLAN D'ACTION POUR ADAPTER LE COMMERCE DE PROXIMITÉ

Cette nouvelle page qui s'ouvre pour le commerce, Bernard Chaix en a pris acte. Pour le Vice-président de la CCI en charge du commerce, "Nous devons travailler à une pause dans les implantations, mais surtout à la mise en œuvre d'un plan d'action pour que le commerçant de proximité puisse s'adapter à la réalité du commerce d'aujourd'hui. Et là, il ne faut plus se limiter à une animation sapin de Noël, moquette rouge et braderie mais s'attaquer aux vrais problèmes du commerce en centre-ville : stationnement, livraisons, offre commerciale, installation de commerces "locomotives" trop limitée par la petite taille des cellules, formation à l'e-commerce et transformation digitale, etc. Pour tout cela, la CCI a renforcé le budget attribué au commerce de 1 million d'euros sur 5 ans".

situation, la CCI, qui tirait la sonnette d'alarme depuis plusieurs années, la prend très à cœur. Si elle ne peut plus agir directement sur les autorisations de programmes commerciaux (les CCI ne disposent plus de droit de vote en Commission Départementale d'Aménagement Commercial), elle a mis en place tout une série d'actions permettant de préserver les grands équilibres dans ce domaine stratégique de l'urbanisme commercial. Focus sur les actions engagées et à venir alors que la nouvelle mandature entend mettre l'accent sur le commerce.

La redynamisation commerciale des centres-villes. Un des volets essentiels porte sur la redynamisation commerciale des quartiers ou

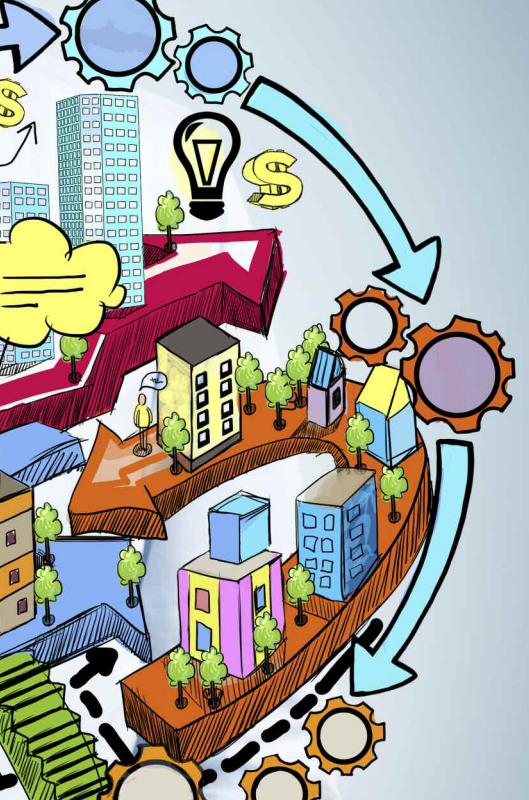
«Nous devons travailler à une pause dans les implantations, mais surtout à la mise en œuvre d'un plan d'action pour que le commerçant de proximité puisse s'adapter à la réalité du commerce d'aujourd'hui.»

Bernard Chaix, Vice-président de la CCI Nice Côte d'Azur en charge du commerce

centre-ville en perte de vitesse. Là, l'urgence, c'est de casser le cercle vicieux avec des vacances de rez-de-chaussée qui conduisent à une baisse de fréquentation et à de nouvelles fermetures. Avec les collectivités et les acteurs économiques, la CCI a orchestré la mobilisation.

Exemple à Saint-Laurent du Var où Cap 3000 va doubler le nombre de ses boutiques (300 contre 140 à l'horizon 2018-2019). Pour revitaliser leur centre, la ville et la fédération des commerçants ont souhaité candidater au dispositif FISAC (Fonds d'intervention et de sauvegarde de l'artisanat et du commerce). Un solide soutien : il permet d'obtenir des subventions pour mener des actions en faveur du commerce de proximité (communication, animation commerciale, signalétique, etc.). Pour piloter ce dossier complexe, la CCI Nice Côte d'Azur apporte son expertise et réalise les études nécessaires.

L'exemple de Cagnes-sur-mer. A Cagnes-sur-mer, impacté par l'ouverture de Polygone Riviera, la CCI s'est engagée dans la recherche



LE COMMERCE AZURÉEN EN CHIFFRES

Le panorama de l'équipement commercial des Alpes-Maritimes, dont la CCI Nice Côte d'Azur a publié l'actualisation 2016, donne le poids du commerce azuréen (plus de 15 milliards d'euros) et ses caractéristiques. Une activité très liée au tourisme (plus d'un tiers du chiffre d'affaires), avec une large majorité de surfaces GSM (plus de deux tiers pour les Grandes et Moyennes Surfaces).

Plus sur www.economie06/page/equipements_commerciaux

» 13 000 ÉTABLISSEMENTS
ENVIRON 45 000 EMPLOIS

» 15 MILLIARDS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES, DONT 10
MILLIARDS DE DÉPENSES "LOCALES" ET
5,5 MILLIARDS VENANT DU TOURISME

» 1,6 MILLION DE M² DE
SURFACES DE VENTE
DONT 1,1 MILLION POUR LES 971 GRANDES
ET MOYENNES SURFACES (GMS
REGROUPANT LES HYPERMARCHÉS,
SUPERMARCHÉS, HARD DISCOUNTERS,
ETC.)

» GRANDES ET MOYENNES
SURFACES
351,000 M² DANS L'ÉQUIPEMENT
DE LA MAISON / 320,000 M²
DANS L'ALIMENTAIRE / 30,000 M² POUR
LA CULTURE ET LOISIRS / 140,000 M²
POUR L'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE /
100,000 M² POUR L'AUTOMOBILE

» EN PROJET : 310 000 M²
ENVISAGÉS DANS LES ALPES-MARITIMES
DONT 160 000 M² DÉJÀ ACCEPTÉS EN
CDAC/CNAC. À NOTER QUE 40 % DE CES
SURFACES COMMERCIALES, SOIT
120 000 M² DE SURFACE DE VENTE,
CONCERNENT LE SEUL PÉRIMÈTRE DE
L'ECO-VALLÉE-PLAINE DU VAR,
OPÉRATION D'INTÉRÊT NATIONAL À
L'OUEST DE NICE.

rôles de la CCI Nice Côte d'Azur qui va de plus en plus apporter son expertise aux différents acteurs (collectivités, promoteurs, enseignes) pour éclairer le chemin dans ce domaine de l'urbanisme commercial. Cette expertise s'est développée à travers la préparation et le suivi d'opérations sur le terrain, dans des études ponctuelles au service des collectivités, mais aussi dans une étude fine du secteur dont les grands éléments se retrouvent dans la publication du panorama de l'équipement commercial du 06.

« La CCI joue un rôle important au niveau macroéconomique pour le respect des grands équilibres : elle apporte une vision départementale. »

Stéphane Grech, Trésorier
adjoint de la CCI Nice Côte
d'Azur en charge de
l'urbanisme commercial



de complémentarité entre enseignes nationales et commerces indépendants. *"Comment faire pour qu'une partie des 8 millions de visiteurs annuels de Polygone viennent dans le centre-ville?"*, résume Jean-Michel Cloppet, président de la Fédération de Cagnes-sur-mer. *"Nous avons aussi choisi de développer l'offre alimentaire que ne propose pas le centre commercial. Déjà, avec Cap 3000 qui n'est pas très loin, notre offre en prêt-à-porter s'est raréfiée. Avec Polygone, elle se trouve d'autant plus concurrencée. Mais en revanche, la carte des commerces alimentaires reste à jouer"*. Aux commerçants maintenant de jouer leur rôle, d'adapter leur offre, de se servir des outils mis en place (monnaie locale, communication, animation...) pour jouer en plein d'un avantage : celui du cadre historique d'une cité.

ZAC Martelly à Grasse : des commerces pour redynamiser le centre historique. Autre exemple à Grasse, dans la partie est du centre historique. À travers une opération à venir de renouvellement urbain sur un espace de 2,2 hectares, la ZAC Martelly, il est prévu la création d'un programme immobilier mixte avec logements, cinéma (1000 fauteuils), équipements publics, et... commerces. Au total environ 6,000 m² de surfaces commerciales avec 2400 m² pour l'extension du Monoprix déjà existant, 1750 m² pour l'équipement de la personne, 400 m² pour l'équipement de la maison, 520 m² dédiés à la culture et une halle "gourmande" de 1000 m². La CCI, avec la société publique locale (SPL) Pays de Grasse Développement, les promoteurs et les associations, a participé à la définition du projet et au recensement des cellules commerciales.

Apporter une expertise au plus haut niveau. Ce qui s'est dessiné et se renforcera dans la mandature qui démarre, ce sont ces nouveaux

La CCI en veille sur les grands salons. En participant aux grands salons professionnels comme récemment le MAPIC (marché de l'implantation commerciale) de Cannes ou le salon de la Franchise, la CCI assure également une veille sur les nouveaux concepts commerciaux développés par les opérateurs et enseignes au niveau national et international (magasins, centres commerciaux, retraits-parks, requalification de centres-villes et zones commerciales). De quoi apporter au commerce azuréen des réponses en phase avec ce qui se fait de mieux au niveau mondial aujourd'hui. *"Au niveau microéconomique, nous cherchons à apporter une expertise de très haut niveau sur des points précis comme déterminer les passages en nombre et en qualité dans une rue ou une zone, aider les commerces à trouver leur meilleur emplacement, etc."*, explique Stéphane Grech, membre du bureau de la CCI en charge de l'urbanisme commercial. *"Mais la CCI joue un autre rôle important au niveau macroéconomique pour le respect des grands équilibres : elle apporte une vision départementale. Chaque communauté d'agglomération veut développer des espaces commerciaux; avec le risque d'aménagement au coup par coup qui déstabiliserait le tissu commercial. Il est aussi essentiel que les collectivités puissent bénéficier d'une vision d'ensemble sur le département. C'est ce que nous apportons au niveau macroéconomique, la CDAC prenant en compte la dimension aménagement du territoire (flux routiers, environnement...) mais pas la dimension économique et concurrentielle."* ■

En savoir + www.cote-azur.cci.fr/Appui-au-territoire/Urbanisme-Commercial

■ **INTERNATIONAL.** LE RENDEZ-VOUS DE LA CROISSANCE SE FAIT BIEN SOUVENT EN DEHORS DES FRONTIÈRES DE L'HEXAGONE. L'INTERNATIONAL OFFRE EN EFFET DE NOUVELLES PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT AUX ENTREPRISES AZURÉENNES, QUI N'HÉSITENT PLUS À S'Y LANCER. CCI INTERNATIONAL PACA LES ACCOMPAGNENT DANS TOUS LEURS PROJETS D'EXPORTATION.

COMMENT LE RÉSEAU DES CCI SOUTIENT LES PME À L'INTERNATIONAL

Les Alpes-Maritimes comptent plus de 2300 entreprises exportatrices. Si les grands noms de la parfumerie grasse sont bien représentés, il n'existe plus aujourd'hui de profil type d'entreprise exportatrice. Contrairement d'ailleurs à ce que l'on peut penser, la grande majorité sont des TPE de moins de 10 personnes, dont de nombreuses start-ups dotées d'un *business model* pensé d'emblée à l'échelle internationale.

Pour les accompagner et leur donner toutes les chances de réussir le cap du passage aux marchés étrangers, les CCI de la région PACA alignent un outil à la mesure des besoins : CCI International PACA. Le dispositif a été mis en place en 2012 avec la fusion de tous les services à l'international des CCI de Provence Alpes Côte d'Azur. C'est le 1er support régionalisé du réseau consulaire. Son but : offrir une qualité de services identiques à tous les exportateurs régionaux. Cette véritable *task force* mobilisée à 100 % met à la disposition des entreprises un guichet unique qui répond à 80 % des questions immédiatement et 100 % en 48 heures. Elle dispose de 26 collaborateurs répartis sur les 7 territoires, dont des experts en développement international et référents sur les grands pôles exportateurs paca : santé-biotechnologies, énergies-environnement, agroalimentaire, mer-nautisme, défense, industrie-aéronautique, technologies de l'information et de la communication. L'équipe propose également

des expertises transversales : juridique et réglementaire, opérations collectives à l'étranger, etc.



Alexandra Fantino, export manager de Clement Design (Nice).

Parmi les PME azuréennes ayant fait le pari de l'international, Clement Design (Nice). Longtemps, pour les chefs cuisiniers à la recherche de leur tenue de travail, c'était plutôt menu unique. Un choix limité, une coupe traditionnelle, rien qui ne donne vraiment envie de commander ! L'entreprise niçoise insufflé à ce secteur d'activité un vent de nouveautés : couleurs, coupes tendances, tissus innovants... En quelques années, la sauce a pris et Clement Design est devenu la référence internationale du vêtement de cuisine, du tablier aux chaussures. La plupart des grandes toques ont succombé à la griffe et notamment Joël Robuchon avec sa fameuse veste de travail noire. "L'exportation est venue au bout de quelques années, tout naturellement.

Présent au salon professionnel Sirha de Lyon, grand rendez-vous mondial de la restauration et de l'hôtellerie... Nous avons commencé à remplir notre carnet de commandes à l'international. Aujourd'hui nous réalisons près de 27% de nos ventes avec l'étranger et commerçons avec une centaine de pays directement ou grâce à un réseau de distributeurs" indique Alexandra Fantino, export manager de l'enseigne azuréenne. "Nous utilisons depuis longtemps les services de CCI International, ne serait-ce que pour établir le certificat d'origine nécessaire dans certains pays. Les journées aides à l'export auxquelles nous assistons nous apportent également des informations précieuses sur les aides possibles dont nous pouvons bénéficier pour exporter. Tout comme les journées organisées avec les douanes très intéressantes pour faciliter l'obtention des agréments. Nous avons également participé à la journée de l'International le 29 septembre dernier animée par les experts du réseau Business France. Nous avons rencontré notamment le président de la CCI française au Japon. Un échange fructueux qui nous a convaincus de faire partie d'une mission au pays du soleil levant, avec au planning une semaine de rencontres BtoB déjà programmées".

Quel que soit le profil des entreprises voulant se développer sur les marchés étrangers, CCI International dispose d'une palette d'outils adaptés à tous les cas de figure. Son équipe a construit une offre de services des-

CHIFFRES. LES ENTREPRISES DU 06 SUR LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Les entreprises azuréennes sont très actives à l'international. Elles se classent 2e au niveau PACA derrière les Bouches-du-Rhône avec 14 % du marché (chiffre 2015). Le département compte 2306 entreprises exporta-trices dont 48 % exportent régulièrement.

Entre 2014 et 2015, les exportations du département ont bondi de 25 %. Les Alpes-Maritimes exportent principalement des produits chimiques divers, avec près de 30 % des exportations et des produits pharmaceutiques (11 %). Parmi les évolutions récentes, les hausses des exportations de produits pharmaceutiques (+35 % entre 2014 et 2015), de produits de la construction aéronautique et spatiale (x5) et d'articles de joaillerie et bijouterie (x7) sont notables. En 2015, trois pays sont destinataires de 35 % des exportations des Alpes-Maritimes : les Etats-Unis, la Suisse et l'Italie. Parmi eux, les Etats-Unis et la Suisse se démarquent avec un fort développement des ventes vers ces destinations, majoritairement dans le secteur de la construction aéronautique et spatiale pour les Etats-Unis et dans celui de la joaillerie - bijouterie pour la Suisse.

En 2015, CCI International a réalisé 683 accompagnements sur le 06, pour 411 entreprises différentes. 155 entreprises à vocation export ont été détectées. 13 événements ont été réalisés dans les Alpes-Maritimes parmi lesquels 214 prestations collectives ont été effectuées, dont 14 à l'étranger. Parmi ces événements, les ateliers Aides à l'Export restent une valeur sûre et appréciée de ce tissu d'entreprises et totalisent chaque année la participation d'une soixantaine d'entreprises.

En savoir plus : "enquête export" sur www.paca.cci.fr

tinée à couvrir l'ensemble des besoins des PME dans leur développement à l'international, à tout stade de leur maturité. Cette offre est bâtie autour des expertises et de l'ancrage territorial du réseau des CCI et des relations partenariales avec les principaux opérateurs politiques et économiques. Elle s'articule autour de 6 axes forts dont la grande majorité sont des prestations totalement gratuites. L'information est une donnée fondamentale dans toute démarche internationale. La gamme « Veille » propose donc chaque année des ateliers thématiques pour renforcer ses connaissances dans les techniques du commerce international ainsi que des rendez-vous pays et filières : informations concrètes

sur les marchés et des rendez-vous individuels avec des experts.

Pour permettre à l'entreprise d'inscrire sa stratégie dans la durée, la gamme « Méthodes » propose des outils de conseil individualisé chaîné : d'abord une expertise des besoins puis un diagnostic international pour un état des lieux et l'élaboration d'un plan d'actions. Enfin, un suivi personnalisé sur le déploiement du plan d'actions.

Pour sécuriser les projets de développement international des entreprises, la gamme « Prévention » donne accès à l'information et au conseil d'un expert de CCI International sur un large périmètre juridique et réglementaire.

En matière d'international aussi, l'humain est au cœur de l'entreprise. La gamme « Compétences » couvre ainsi les différents services pour détecter les compétences clés en interne comme en externe. CCI International a mis en place un grand nombre d'outils pour favoriser le recrutement des compétences dont Stag'export, un programme de rendez-vous entre étudiants et chefs d'entreprises. Elle dispose également d'un large catalogue de formations dans le cadre de la formation continue notamment en commerce international. Elle est aussi un point d'entrée pour sensibiliser les dirigeants au dispositif Volontariat International en Entreprise (VIE) déployé par Business France.

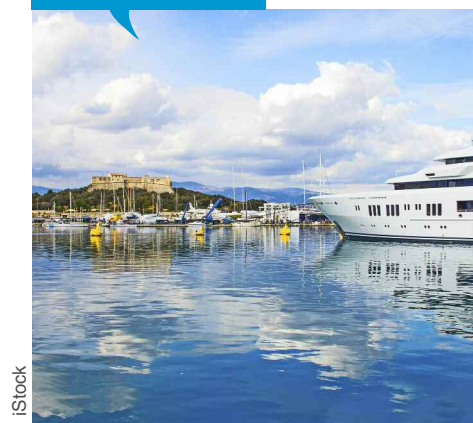
Prospection : gagner des marchés ne s'improvise pas. Avec sa gamme « Prospection », CCI International offre une visibilité maximale aux entreprises exportatrices avec son programme d'accompagnement sur des Salons professionnels à l'étranger et des missions d'affaires, un des axes les plus appréciés par les dirigeants. L'an passé, 14 entreprises azuréennes ont participé à des missions ou des salons organisés par CCI International Paca à l'étranger : Emirats Arabes Unis, Mexique, Côte d'Ivoire, Sénégal, Algérie.

Enfin, le carnet d'adresses est une des forces de CCI International PACA, qui ouvre aux entreprises ses réseaux régionaux, nationaux et internationaux pour aller plus vite dans ses démarches, exporter mieux et dans les meilleures conditions. Parmi les outils qu'elle met à la disposition des entreprises on note le guichet de l'export et ses 30 partenaires, la possibilité de portage à l'international, son expertise Méditerranée ainsi que l'appui filières avec ses conseillers référents. ■

En savoir +

Guichet unique CCI International PACA
0810 19 20 21
www.exportpaca.com

L'info minute



iStock

Les ports d'Antibes passent sous le pavillon de la CCI

La ville d'Antibes vient de confier à la CCI Nice Côte d'Azur la gestion de ses deux ports, Vauban et Gallice. Leur concession arrivant à échéance (fin 2021 pour le premier et fin 2017 pour le second), la ville récupère de droit la gérance des deux sites et elle a choisi de déléguer cette mission en lançant deux appels d'offres internationaux. Adossée à la Caisse d'épargne et à la Caisse des dépôts et consignations - des partenaires complémentaires partageant l'ADN de la gestion publique d'intérêt général - c'est la CCI qui a donc emporté cette délégation de service public, pour les 25 et 15 prochaines années.

Un projet qui s'inscrit dans un modèle de développement durable et d'intérêt général, avec une vision ambitieuse de la gestion portuaire bâtie notamment sur l'innovation continue et une haute qualité de service aux clients. "Notre volonté est de faire du Port Vauban la référence méditerranéenne des ports du 3e millénaire et un lieu d'expérimentation des savoir-faire des entreprises de Sophia Antipolis et des Alpes-Maritimes. Gallice, lui, s'inscrit dans l'excellence environnementale. Notre projet est de gérer ces ports comme des outils de développement et d'attractivité de notre territoire en s'insérant dans l'écosystème existant", souligne Jean-Pierre Savarino, Président de la CCI.

■ **DÉPLACEMENTS.** METTRE EN PLACE AVEC LES ENTREPRISES AZURÉENNES UNE FORMULE DE COVOITURAGE SUR LES TRAJETS-LES BOUCHONS AUX HEURES DE POINTE : C'EST L'OBJECTIF DU PARTENARIAT QUI A ÉTÉ SIGNÉ LE 14 NOVEMBRE DERNIER ENTRE LA CCI DE NÎMES ET ALÉNIA SPACE.



COMMENT ÇA MARCHE ?

En premier lieu, télécharger l'application Wever sur App Store ou sur Play. Ensuite comme l'explique Paul Maarek, Directeur Général d'Escota, c'est très simple. "Ceux qui disposent d'un véhicule déclarent leur trajet en partance de la communauté de leur choix (comme le quartier où ils vivent), sélectionnent leur communauté d'arrivée (leur entreprise par exemple), inscrivent leurs horaires et renseignent les infos concernant leur parcours. Les passagers potentiels peuvent consulter les différentes propositions de trajet et s'inscrire pour covoiturer. Ce qui est compliqué ensuite dans le covoiturage, c'est d'assurer la rencontre physique entre le conducteur et le passager. L'idée de Wever a été d'identifier des points virtuels sur la voirie afin que les personnes puissent se retrouver facilement".

ESCOTA, ENTREPRISES, CCI : LE DÉVELOPPEMENT DU COVOITURAGE S'ORGANISE

Cette idée du covoiturage contre les embouteillages n'est certes pas neuve à proprement parler. Dans la précédente décennie, le Département des Alpes-Maritimes, Monaco ou encore la CASA (Communauté d'Agglomération Sophia Antipolis) y ont pensé. Ils ont lancé des sites de covoiturage à l'usage entre autres des salariés. Mais ces sites, s'ils ont fait preuve de leur utilité, n'ont pas eu d'effets déterminants faute d'atteindre une taille critique en nombre d'utilisateurs.

Cette relance du covoiturage, à dix ans de distance, a cherché aussi à tirer parti des expériences déjà menées et à jouer des dernières innovations. Côté technologie, le choix s'est porté sur une start-up niçoise en plein décollage : Wever. En deux ou trois ans, elle s'est imposée comme l'un des spécialistes du covoiturage de proximité. Un co-voiturage urbain qui présente ses propres spécificités. Si de jeunes entreprises innovantes comme Blablacar ont déjà réussi à convaincre les utilisateurs sur des parcours "longs" (plus de 75 km), le créneau courts trajets reste à développer. Wever s'y est attaché en montant à travers une "appli" pour smartphones, un système calqué sur les lignes urbaines de transport en commun et en y ajoutant des programmes de fidélisation et de gestion de communautés. Simple, efficace, attrayant. L'autre idée a été de rassembler le maximum

«Il y a plusieurs dizaines de milliers de salariés potentiellement concernés».

Paul Maarek, Directeur général d'Escota

de partenaires sur ce créneau bien précis des déplacements domicile-travail.

Pilier de l'opération, Vinci Autoroutes. Le groupe, qui via Escota gère le cordon ombilical de l'A8, était d'autant plus intéressé qu'il connaît bien Wever pour l'avoir accueilli dans son "accélérateur de start-up" à Mandelieu. "Pour Escota, il est absolument nécessaire de faire tout ce qui est de nature à améliorer le fonctionnement de l'autoroute et à faciliter l'écoulement du trafic " estime Paul Maarek, Directeur Général. "Et quand nous nous intéressons aux besoins des clients, nous pensons de suite au covoiturage. Une évidence. Alors que beaucoup d'usagers partent tous les jours du même endroit, -leur domicile-, pour aller au même endroit, -leur lieu de travail-, nous nous disons qu'il est possible de jouer un rôle pour faciliter une mise en relation et leur rendre ainsi service. Et cela d'autant plus qu'aujourd'hui la technologie rend cette mise en relation très simple."

Vinci Autoroute et Wever ont donc mis l'application digitale de covoiturage à disposition des usagers (voir encadré ci-dessus) et se sont engagés à accompagner les entreprises azuréennes dans la promotion de cette solution auprès de leurs collaborateurs. Pour encourager la pratique, des avantages sont accordés suivant un principe : plus l'on covoiture et plus on est récompensé. Dans la corbeille, un accès privilégié au télépéage et un système de récompenses de partenaires commerciaux (places ou accès privilégiés pour des événements sportifs, des sites culturels et touristiques, offres de stationnement...).

Soulager le trafic aux heures de pointe. De leur côté, les clubs d'entreprises et les entreprises signataires s'engagent à faire la promotion de l'application auprès de leurs salariés, tandis que la CCI fait passer le message à travers l'ensemble de ses supports d'information. De quoi assurer une montée rapide du nombre d'abonnés à Wever qui comptait déjà plus de 5.000 inscrits avant même le lancement de cette nouvelle opération. Pour Paul Maarek, "entre Sophia Antipolis, Carros, Villeneuve-Loubet, Saint-Laurent du Var et les autres bassins de travail, il y a plusieurs dizaines de milliers de salariés potentiellement concernés. Nous pouvons espérer des milliers de nouveaux covoiturés assez rapidement."

DOMICILE TRAVAIL POUR FACILITER LE DÉPLACEMENT DES SALARIÉS ET LIMITER CCI NICE CÔTE D'AZUR, ESCOTA, LES CLUBS D'ENTREPRISES DU 06 ET LE SITE



C'est à la CCI que la convention de partenariat sur le covoiturage dans le 06 a été signée le 14 novembre dernier.

Les clubs d'entreprise* ont d'ailleurs particulièrement apprécié la participation d'Escota. "Les salariés qui travaillent à Villeneuve-Loubet ne peuvent pas faire autrement que de pren-

dre l'autoroute. Ce système les intéresse aussi beaucoup", souligne Marc Ippolito, président du Club des Entreprises de Villeneuve-Loubet. Même intérêt pour Pierre Lipsky (directeur

Thales Alenia Space Cannes) qui y voit une occasion de désengorger l'autoroute et particulièrement la section Nice-Cannes la plus encombrée.

Pour Laurent Londeix (Sophia Club Entreprises) cette application de covoiturage est bienvenue notamment pour accéder et sortir de Sophia Antipolis, une technopole qui est passée de 20 000 à 35 000 salariés avec des infrastructures qui ont peu changé entre-temps.

Quant à Jacques Pain (Pays de Grasse), même si Grasse n'est pas directement branchée sur l'autoroute, ce que demandent ses entreprises, c'est d'être connecté avec Nice. "Le club avait déjà tenté le covoiturage. Sans grand succès" rappelle-t-il. "Mais cette fois, avec les partenaires, on y arrivera. On y croit." ■

En savoir +

www.cote-azur.cci.fr
www.wever.fr

*Sophia Club Entreprises, les Clubs des Entreprises de Villeneuve-Loubet, de Carros-Le Broc, de Saint-Jeannet/Gattières/La Gaude, du Bois de Grasse du Parc d'Activités, de Saint-Laurent-du-Var et le Club des Entrepreneurs du Pays de Grasse.

BULLETIN CÔTE D'AZUR Tribune

L'INFORMATION DU DÉCIDEUR

• HEBDOMADAIRE DE L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE



• ANNONCES LÉGALES



• SUPPLÉMENT MENSUEL L'ACTUALITÉ DES RÉSEAUX ÉCONOMIQUES



• HORS SÉRIES ANNUELS



ÉDITION JUIN

www.tribuca.net



NICE ☎ 04.92.17.55.00 | ANTIBES ☎ 04.93.34.00.50 | CANNES ☎ 04.93.39.38.88
annonceslegales@tribuca.legal | redaction@tribuca.net

suivez-nous



@Tribuca



Tribune Bulletin Côte d'Azur



CCI : LA NOUVELLE ÉQUIPE

■ **ÉLECTIONS.** FOCUS SUR LA FEUILLE DE ROUTE DE L'ÉQUIPE CCI POUR 2016-2021 : REVUE DES PRIORITÉS ET OBJECTIFS DE LA NOUVELLE MANDATURE.

Une nouvelle équipe prend la barre de la CCI Nice Côte d'Azur pour 5 ans. C'est lors de l'assemblée générale d'installation du 21 Novembre 2016, présidée par le Préfet des Alpes Maritimes Georges-François Leclerc que le 29e Président de la CCI Nice Côte d'Azur et son bureau ont été élus. Jean-Pierre Savarino a été élu à l'unanimité. Avec un credo : favoriser un mode projet 100 % collaboratif pour un monde économique fort au service du territoire azuréen.

Au plan national, l'ensemble des entreprises du commerce, de l'industrie et des services était donc appelé à élire, du 20 octobre au 2 novembre, ses représentants dans les chambres de commerce et d'industrie pour un

mandat de 5 ans. Le taux de participation au scrutin s'établit au niveau national à 12,43 %. Cette élection, malgré un taux de participation en baisse d'environ 5 points par rapport au dernier scrutin, a permis à 320 000 entreprises des secteurs du commerce, de l'industrie et des services de s'exprimer pour élire 4 434 représentants dans l'ensemble des CCI de métropole et d'outre-mer. Leurs représentants partagent une cause commune : le développement économique, la formation, l'emploi, la gestion d'équipements structurants pour les territoires.

C'est une nouvelle génération d'élus de proximité et notamment de femmes chefs d'entreprise qui vont s'investir bénévolement dans le développement économique du territoire.

1 300 femmes (elles sont 19 au sein de l'assemblée de la CCI Nice Côte d'Azur) ont été élues à cette occasion, représentant désormais près de 30 % du nombre total des membres élus des CCI territoriales. C'est deux fois plus qu'en 2010. Cette nouvelle mandature, placée sous le signe des transformations, digitales, énergétiques, entrepreneuriales, démarre avec des hommes et des femmes, militants de l'entreprise, garants d'une approche pragmatique pour agir toujours au plus près des attentes des entreprises et en particulier des PME et des TPE.

Réussir ensemble! Jean-Pierre Savarino est profondément attaché à ce principe qu'il a mis en œuvre tout au long de sa vie profession-



“Ma vision de la CCI est celle d’une institution ouverte qui innove, qui prend des initiatives, parfois des risques et qui encourage le débat”.

Jean-Pierre Savarino,
Président de la CCI Nice Côte d’Azur

nelle pour créer et développer le groupe Studdiel, une entreprise de 200 salariés dont le siège est à Villeneuve Loubet spécialisée dans l’intelligence industrielle: l’électronique, la mécanique, l’informatique et les logiciels. Le groupe est également présent à l’international avec des implantations à Madrid et Cardiff. “Si j’ai appris une chose dans cette aventure quotidienne, c’est qu’on ne réussit pas seul mais, avec, et pour les autres. Le monde de l’en-

treprise est une force unie, je crois à la force du collectif sur lequel notre territoire doit pouvoir compter pour renouer avec la croissance et l’attractivité. Dans un nouveau contexte législatif et réglementaire, nous devons impulser une nouvelle dynamique”.

Homme du rassemblement, Jean-Pierre Savarino contribue depuis 20 ans au développement économique par son engagement au sein de l’Association des Partenaires pour la Promotion Industrielle Méditerranée (APPIM dont il est aujourd’hui Président Honoraire), de l’Union des Industries et des Métiers de la Métallurgie (UIMM en tant qu’administrateur), du Medef, de l’UPE 06, des Pôles de Compétitivité Mer/SCS/Optitec et Pégase PACA... Sa méthode? “C’est d’écouter d’abord, de discuter, puis de décider. J’ai la volonté d’un travail plus collaboratif, avec plus d’élus qui auront à prendre des responsabilités”.

Entouré des 59 autres membres élus, le nouveau président s’apprête à relever un vaste

programme: « ma vision de la CCI est celle d’une institution ouverte qui innove, qui prend des initiatives, parfois des risques et qui encourage le débat. De beaux défis nous attendent, riches de difficultés mais aussi d’opportunités, d’échanges et de succès à venir ».

Parmi les grands dossiers de Jean-Pierre Savarino figurent le tourisme, secteur entré dans une zone de turbulence suite à l’attentat de Nice, mais également l’aménagement du territoire avec la question sensible de l’urbanisme commercial et l’explosion de nouvelles surfaces commerciales qui fragilise les centres-villes, ou encore l’attractivité du territoire à l’international, l’amélioration des infrastructures, des transports, la question du logement des actifs. Autant de questions qu’il compte traiter de manière programmatique, en ges-

» suite page 16

Jean-Pierre SAVARINO,
Président, dirigeant de Studiel
(Villeneuve-Loubet)

Fabien PAUL, Secrétaire en
charge du Guichet Unique
Entreprise, dirigeant de RCM
Communication (Nice)

Stéphane GRECH,
Trésorier Adjoint,
dirigeant de Alliance (Nice)

Anne LECHACZYNSKI,
Secrétaire en charge de
l'International, dirigeante de la
Verrerie de Biot (Biot)

Pascal NICOLETTI,
Vice-Président en charge du
Territoire/Services, dirigeant
de Nidea (Nice)



LE BUREAU

LES 5 AXES CLÉS DE LA MANDATURE

1 - Accompagner les chefs d'entreprise et les commerçants au quotidien dans leur croissance : écoute, réactivité, animation et suivi des clubs d'entreprises, valorisation des talents pour un positionnement au plus près des entreprises.

2 - Veiller aux grands équilibres entre commerce, Industrie et Services et mettre les moyens sur l'ensemble des forces vives en dédiant une enveloppe d'1 million d'euros/ 5 ans aux associations et fédérations du commerce.

3 - Renforcer l'attractivité de la Côte d'Azur à l'International par une stratégie active de séduction des entreprises étrangères, une action collective pour valoriser l'image de Côte d'Azur, destination touristique et technologique.

4 - Faire mieux comprendre et entendre aux pouvoirs publics les éléments clés des grands dossiers qui impactent le développement économique de demain comme la Ligne Nouvelle Provence Alpes Côte d'Azur.

5 - Améliorer les performances des infrastructures économiques en investissant dans la modernisation des ports, en proposant des équipements de haut niveau pour la formation avec le Campus Régional de l'Apprentissage.

tion de projets avec établissement d'objectifs et présentation de résultats. Exactement sa façon de travailler en entreprise...

3 actions concrètes et immédiates. La nouvelle équipe n'a pas traîné et lancé sans délais un plan à court terme. Première action, c'est l'organisation de commissions et groupes de travail avec les élus. *"Nous allons mettre en place des commissions communes avec l'UPE 06: Tourisme, Industrie, International, Commerce, Aménagement du Territoire. L'objectif: avoir une ligne commune pour être plus efficaces dans nos actions de terrain"*, indique Jean-Pierre Savarino.

Seconde action: le soutien au commerce. *"Comme je m'y suis engagé, nous allons renforcer notre soutien aux associations et aux fédérations de commerçants dans le département"*, souligne le président. *"Nous avons lancé un appel à projet pour voir quelles actions innovantes de la CCI pourraient les soutenir concrètement. Dès le mois de décembre, nous allons attribuer des enveloppes financières via un comité ad hoc pour aider les commerçants dès les opérations de Noël sur la base d'un plan d'actions"* précise Bernard Chaix, Vice-président en charge du commerce. *"Au cours du 1er trimestre 2017, nous ferons le bilan de cette opération avec les Présidents de fédérations et d'associations et nous verrons ensemble les programmes que nous mettrons en œuvre en 2017 et 2018 en faveur du développement du commerce de proximité"*.

La troisième action immédiate, elle, sera dans le domaine de la formation et de l'apprentissage: *"Pour nos jeunes et notre territoire, nous lançons la deuxième phase du concours de maîtrise d'œuvre (le choix de l'architecte) de notre futur Campus Régional Apprentissage afin de sélectionner une équipe et un projet en 2017"*, affirme Jean-Pierre Savarino. *"Nous allons également mener une réflexion sur les formations qui correspondent à l'économie de demain"*, précise Laurent Lachkar, Vice-président en charge de la formation et de l'alternance au sein du nouveau bureau.

Une CCI en ordre de marche. *"Nous ne partons pas d'une page blanche, souligne Jean-Pierre Savarino. La mandature sortante a beaucoup travaillé pour maintenir le moral de nos entreprises et de nos salariés dans les difficultés de toute nature que connaît notre pays. Nous avons su négocier le virage imposé par les contraintes budgétaires et fiscales: la CCI Nice Côte d'Azur est en bonne santé financière et riche de grands projets en cours, comme le Campus Régional de l'Apprentissage ou la candidature à la reprise de nouvelles concessions portuaires"*. La loi NOTRe a redessiné les contours de l'action publique en précisant les champs de compétence des organes de l'Etat et des Régions et les convergences à mettre en œuvre entre les différentes institutions. En Provence Alpes Côte d'Azur, le Conseil Régional est le chef de file des grandes orientations économiques de notre territoire. Il les élabore



● **Laurent LACHKAR**,
Vice-Président en charge de la
Formation et de l'Alternance,
dirigeant de Lachkar Motos
(Nice)

● **Frédéric FOURQUIN**,
Trésorier, dirigeant de
Galderma R&D (Sophia
Antipolis)

● **Bernard CHAIX**,
Vice-Président en charge du
Commerce, dirigeant de Chaix
Décoration (Nice)

● **Michel CHEVILLON**,
Vice-Président en charge du
Tourisme, dirigeant de la Plage
Calao (Cannes)

● **Daniel SFECCI**,
Vice-Président en charge de
l'Industrie, dirigeant de SJD
Décoltage (Contes)

en concertation avec les collectivités et corps intermédiaires de l'Etat, parmi lesquels, le réseau consulaire. Pour le nouveau président de la CCI Nice Côte d'Azur, la feuille de route est claire sur ces aspects : *"Notre action doit s'inscrire, désormais, dans un schéma de complémentarité avec ces stratégies régionales et de partenariat avec le Conseil Régional et les collectivités locales qui ont besoin de nous pour faire remonter les besoins réels des entreprises et déployer les programmes adéquats sur le terrain. Sur le plan interne au réseau consulaire, il est essentiel d'enclencher la vitesse supérieure. Nous devons passer d'une mandature de combat à une mandature de co-construction avec les 6 autres CCI de Provence-Alpes-Côte d'Azur, en particulier avec la CCI Marseille Provence et la CCI du Var, qui sont des partenaires incontournables"*.

Comment générer de la croissance, comment rendre nos entreprises plus compétitives, comment relancer l'attractivité de notre territoire ? Pour Jean-Pierre Savarino et son équipe, *"Les vœux ne suffisent pas, il faut réfléchir au moyen de les réaliser, envisager de nouveaux modes opératoires. La CCI Nice Côte d'Azur doit se réinventer pour répondre à ces défis. Nous tous, élus, collaborateurs, en concertation et main dans la main avec les instances décisionnaires et les forces économiques, approprions-nous ces enjeux, qu'ils soient les lignes directrices de notre action, lignes essentielles et partagées par tous !"*.

Accompagner l'entreprise, c'est avant tout être sur le terrain : au plus près des chefs d'entreprise et de leurs salariés. La CCI Nice Côte d'Azur doit être le partenaire n°1 des entreprises pour les aider à développer leurs réseaux, créer des opportunités d'affaires, créer ou transmettre leur entreprise. *"Les chefs d'entreprise doivent acquérir le réflexe CCI, insiste le nouveau président. Pour y parvenir, il nous appartient de formaliser une offre de service simplifiée, lisible et gratuite, à forte valeur ajoutée. Une offre qui réponde à une question simple que se posent beaucoup d'entrepreneurs : je suis installé dans les Alpes-Maritimes, je verse une contribution à la CCI, à quoi ai-je droit ? Les collaborateurs mettent déjà leurs compétences au service des entreprises. Ils doivent être plus nombreux et plus souvent sur le terrain, pour appuyer les entreprises de leur expertise et faciliter leurs démarches dans tous les domaines, innovation, formation, export, échange d'opportunités, transition numérique. Tout cela doit concourir à donner à la CCI Nice Côte d'Azur une meilleure visibilité sur les principaux bassins économiques des Alpes-Maritimes"*.

Encore plus de partenariats. Des commissions vont être lancées sur les thématiques transport, commerce, industrie, énergie, numérique, tourisme, Urbanisme commercial, maritime, international. Certaines de ces commissions seront communes avec l'UPE. *"Car je crois en la force des partenariats qui nous lient aux acteurs institutionnels et économiques,*

QUEL EST LEUR RÔLE ?

La CCI Nice Côte d'Azur est une assemblée composée de membres élus : ce sont les 59 chefs d'entreprise, élus pour 5 ans par l'ensemble des électeurs que sont les 74 000 commerçants, industriels et prestataires de services du département. Egalement composée de membres associés, de conseillers techniques et membres honoraires, l'assemblée se réunit huit fois par an pour fixer les grandes orientations à donner à l'action de la CCI, voter le budget, délibérer des questions d'actualité... Il s'agit d'une fonction bénévole.

L'assemblée désigne en son sein un bureau, (voir sa composition ci-contre) qui est l'organe exécutif. L'équipe dirigeante est représentative, tout comme l'assemblée dont elle est issue, de l'ensemble des secteurs d'activité azuréens, mais aussi - sur un plan géographique - des grands pôles économiques départementaux.

L'action du bureau est renforcée par des commissions économiques et trois commissions institutionnelles (prévention des risques, marchés, finances) dont la présidence est confiée à des membres de l'assemblée.

Le Président représente la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice Côte d'Azur. Il en conduit les activités et détient l'autorité sur les services.

Les membres titulaires à la CCI de Région siègent à la fois à la CCI PACA et à la CCI Métropolitaine Nice Côte d'Azur. Les Alpes-Maritimes comptent 13 élus à la CCI de Région.

"L'Etat, le Conseil Régional, le Conseil départemental, les collectivités territoriales des Alpes-Maritimes, l'UPE 06, les chambres consulaires, les clubs d'entreprises, les syndicats de branche, insiste Jean-Pierre Savarino. Nous devons les approfondir et les articuler pour avancer main dans la main et optimiser nos synergies. Encore une fois, je crois en la nécessité d'une organisation qui mette l'accent sur le collectif. Comme au rugby, c'est dans la mêlée qu'on voit la cohérence de l'équipe et sa détermination à gagner le match !" ■

En savoir +

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

la liste complète des Membres élus est disponible en ligne : www.cote-azur.cci.fr/
Votre-CCI/CCI-mode-d'emploi

■ **TALENTS.** LE SUCCÈS DU STAGE PROPOSÉ PAR LA CCI NE SE DÉMENT PAS. IL PERMET À TOUS LES PORTEURS DE PROJETS DE SE TÉMOIGNAGE DE PARTICIPANTS AUX DERNIÈRES SESSIONS.

5 JOURS POUR ENTREPRENDRE : LE TREMPLIN POUR S

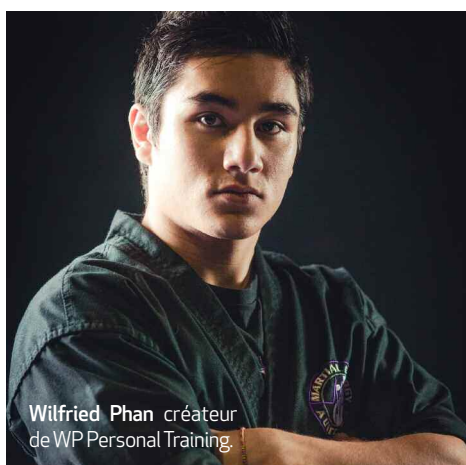
Les 5 Jours pour Entreprendre sont sans doute l'un des plus anciens outils que la CCI Nice Côte d'Azur met à la disposition des créateurs ou des repreneurs d'entreprise. Il y a plus de 500 000 entreprises créées chaque année en France. En revanche, le monde de l'entrepreneuriat ne s'improvise pas du tout : connaissance des statuts, capital social, responsabilités, business plan, benchmarking, viabilité du projet... Pour bien se préparer, à qui s'adresser, quand, où ?

Opérationnel et directement en phase avec les attentes réelles des porteurs de projets, le dispositif repose sur des ateliers animés par des professionnels (avocats, experts-comptables, organismes sociaux, assureurs, établissements financiers,...), où chaque étape clé d'une création ou d'une reprise est analysée : prévisionnel, études de marché, bilan, trésorerie, statut juridique de l'entreprise... Les futurs chefs d'entreprise bénéficient ainsi d'une vision à 360° de l'entreprise.

Inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) et au Comité Paritaire Interprofessionnel Régional de l'Emploi et la Formation (COPAREF), le dispositif 5 Jours pour Entreprendre peut être pris en charge par l'entreprise de la personne inscrite, Pôle Emploi ou les OPCA (organismes paritaires collecteurs agréés).

Mais si les 5 jours pour entreprendre sont plébiscités par les créateurs d'entreprise, c'est avant tout parce que cet accompagnement a déjà largement prouvé son efficacité. Des centaines de porteurs de projets, aujourd'hui dirigeants de leur propre entreprise sur la Côte d'Azur, l'ont suivi avec profit. Et ce sont eux qui en parlent le mieux ! Quatre d'entre eux témoignent...

Wilfried Phan (WP Personal Training) : mens sana in corpore sano. A 25 ans, Wilfried Phan a décidé de s'installer sur la Côte d'Azur après avoir obtenu son master en préparation physique et mentale. Également diplômé d'état en taekwondo, lutte et savate-boxe française, il possède aussi un beau palmarès individuel, dont un titre de champion d'Australie en Xtrem Martial Arts (mélange d'arts martiaux et d'acrobaties). Il a décidé de créer sa propre activité autour de son talent. « Je souhaite faire partager mes acquis en devenant coach sportif. C'est à mon avis la meilleure solution pour dispenser un enseignement personnalisé adapté à chaque profil. Mais se lancer n'est jamais facile ; comment mettre tous les



Wilfried Phan créateur de WP Personal Training.

atouts de mon côté pour réussir ce nouveau challenge ? Je me suis renseigné et j'ai découvert cette formation dispensée par la CCI Nice Côte d'Azur, indique le jeune champion. Les 5 Jours pour Entreprendre sont un bon moyen pour rencontrer des professionnels rompus aux problématiques du monde de l'entreprise : experts-comptables, banquiers, avocats, dirigeants... Leurs expertises apportent des éclairages très pertinents qui nous permettent d'améliorer notre projet et notamment le choix du statut social, la fiscalité, etc. Les échanges avec les autres participants sont aussi très intéressants. Car, même si les projets diffèrent, nous partageons des problématiques communes. Cette formation est une véritable opportunité pour se familiariser avec le monde de l'entreprise et entrer de plain-pied avec les obligations qui attendent un futur dirigeant. L'autre atout ? Un accompagnement personnalisé de la part de la CCI qui nous suit tout au long de notre parcours et valide la formation par un quizz ».

Carole Lemarcis : savoir rebondir ! Secrétaire commerciale, assistante dentaire puis licenciée suite à des problèmes de santé, Carole Lemarcis aurait pu se morfondre. Il n'en a rien été. L'esprit de sportive a pris le dessus : elle décide d'ouvrir un magasin dédié entièrement à son sport de prédilection. « Je suis une ex-basketteuse : j'ai longtemps été confronté aux problèmes de la taille ! Pour moi, mais surtout pour mes enfants qui flirtent tous avec les 2 mètres ». Pas facile en effet de trouver chaussure à son pied lorsqu'on chausse du 45 et au-delà... « Mais attention, la boutique ne sera pas uniquement une boutique pour les grandes tailles et les basketteurs mais une boutique dédiée à ce sport. Mes articles s'adresse-



« L'approche à 360° est remarquable et permet de se familiariser en peu de temps à toutes les problématiques qui attendent un entrepreneur »

Carole Lemarcis, porteuse de projet.

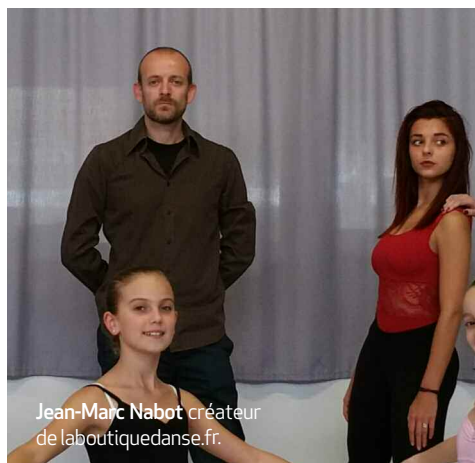
ront aussi bien aux enfants qu'aux adultes, aux sportifs comme aux supporters, aux néophytes et aux simples curieux. J'en profiterai d'ailleurs pour ouvrir un espace de chaussures de villes en dehors des baskets.

Si son projet était bien avancé, la créatrice est réaliste : « Je ne connaissais pas le monde de l'entreprise. C'est pourquoi j'ai souhaité suivre les 5 Jours pour Entreprendre de la CCI. L'approche à 360° est remarquable et permet de se familiariser en peu de temps à toutes les problématiques qui attendent un entrepreneur : statut social, obligations légales, etc. Mais cela va plus loin et la formation aborde de nombreux aspects sur la viabilité du dossier, les aides possibles comme les prêts à taux zéro ou la mise en relation avec les banques. Autre point fort : la CCI nomme un référent chargé de suivre notre projet jusqu'à l'ouverture et au-delà. La personne connaît notre démarche et on peut la contacter directement sans avoir à tout réexpliquer. Les 5 jours ont confirmé ma volonté et je devrais ouvrir Number 5 d'ici quelques mois ».

Jean-Marc Nabot (la boutiquedanse.fr) : faire d'une passion une entreprise. Ancien directeur des systèmes d'information chez un grand équipementier automobile, Jean-Marc Nabot s'est lancé lui aussi : il est aujourd'hui le créateur d'un site de vente en ligne d'articles et de matériel de danse. « Ce projet m'accompagne depuis très longtemps. Je baigne dans le milieu de la danse depuis mon enfance, ma mère étant professeur et chorégraphe de danse classique. Très tôt, je l'ai assistée dans ses spectacles et concours et j'ai pu développer un réseau dans toute l'Europe. Au cours de mes différents échanges, j'ai pu me rendre compte du besoin évident pour les professionnels

FROTTER À LA RÉALITÉ DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE AVANT DE SE LANCER.

E LANCER EN TOUTE CONFIANCE



Jean-Marc Nabot créateur
de laboutiquedanse.fr.



Gilles Rougeaux
créateur d'A2E2.

Rédaction

comme pour les pratiquants amateurs et de la difficulté de se fournir en matériel de danse dans la région. Avec laboutiquedanse.fr, ma volonté est de proposer des gammes complètes et le choix le plus large possible, directement aux pratiquants. Mais aussi de nouer des partenariats avec des écoles et des conservatoires de danse.

Le monde de l'entreprise, ce créateur le connaît bien. Mais il a préféré tout de même se remettre en cause... *Outre mon parcours professionnel, j'avais déjà pu me familiariser avec le monde entrepreneurial en vendant des prestations de conseil depuis 2010. Toutes les conditions étaient donc réunies pour me lancer. Cependant il est bon de venir confronter son projet avec des professionnels. C'est pourquoi j'ai décidé de suivre les 5 Jours pour Entreprendre de la CCI Nice Côte d'Azur. L'expérience s'est révélée très enrichissante. Chaque participant a des problématiques personnelles, un parcours qui lui est propre mais les grandes interrogations sur les obligations et les aides possibles sont les mêmes. On peut suivre cette formation en ayant un projet en cours ou venir finaliser et valider les derniers points. La formation est un bon tremplin pour les futurs dirigeants ».*

Gilles Rougeaux (A2E2) : nouveau départ pour le Colonel. Ancien officier supérieur de la Gendarmerie, Gilles Rougeaux a décidé de prendre une retraite anticipée pour travailler à nouveau, en créant sa propre entreprise. « Un projet de conseil et d'accompagnement dans le domaine de la sûreté et de la sécurité que je mûris depuis longtemps. Dans cette perspective, je viens juste de créer ma société A2E2 Conseils, domiciliée à Nice et spécialisée dans la sécurité publique et privée : management des

risques, projets sensibles, aide à la décision, etc. Orienté sur le marché français et l'international, je suis partenaire également d'Arkaliz, qui est le premier écosystème d'expertise géopolitique conseillant les hauts dirigeants dans leurs stratégies à court, moyen et long termes. Mais en région, les TPE, PME comme les collectivités territoriales sont confrontées elles aussi à des problématiques de plus en plus complexes en la matière : sécurité des personnes, des biens, des données informatiques, etc. Par ailleurs, la réglementation engage toujours davantage la responsabilité des personnes ou des collectivités. C'est donc aussi sur cette cible que je veux développer mon offre. Mon rôle ? Agir en amont et mettre en place les pare-feux nécessaires adaptés à chaque situation sous forme de préconisations, mais également conseiller le décideur et l'accompagner dans sa démarche.

Le Colonel est lui aussi un pragmatique, qui n'a pas hésité à se poser les bonnes questions en lançant son projet : « Parce qu'on peut être très avancé sur son projet sans pour autant maîtriser les codes du chef d'entreprise. C'était un peu mon cas. Les 5 Jours pour Entreprendre offrent un balayage complet et très concret des obligations qui attendent le futur dirigeant. Bien évidemment en 5 jours, on ne peut pas entrer dans les détails et analyser chaque point en profondeur : statut, assurances, crédit, obligations légales, etc. Mais l'intérêt est que ces points sont tous abordés. Chaque participant repart avec une trame, les bonnes questions à se poser et à poser aux assureurs, à l'avocat pour le choix du statut, à l'expert-comptable. C'est une formation très positive ». ■

+ Sur www.cote-azur.cci.fr
ou contactez la CCI au 0 820 422 222

L'info minute

Un guide RH pour les entreprises



Ce nouveau guide est une véritable "boîte à outils" RH à destination des chefs d'entreprises : depuis le recrutement

(recherche, sélection, intégration des candidats, aides à l'embauche etc.) à la formation professionnelle, en passant par les obligations légales en vigueur : droit du travail, démarches administratives, etc. bjectif de recenser l'ensemble des prestations permettant aux chefs d'entreprises de mettre en place, de structurer et d'optimiser leurs pratiques en matière de gestion des ressources humaines. Réalisé par la Maison de l'emploi de la communauté d'Agglomération de Sophia Antipolis, en partenariat avec Edrh Sophia Antipolis, un service CCI Nice Côte d'Azur, le guide est disponible gratuitement en téléchargement sur www.cote-azur.cci.fr.

La Côte d'Azur repositionnée destination mondiale

Un contrat de destination « Côte d'Azur, terre d'événements » a été signé lors de la conférence annuelle du Tourisme par David Lisnard, président du CRT avec le Ministre des Affaires Étrangères et le Directeur général d'Atout France. Une démarche qui fait suite à l'appel à projets de contrat de destination touristique visant à favoriser l'émergence ou la consolidation de destinations fortes à dimension internationale. Réintégrant la Côte d'Azur sur la carte de France des destinations mondiales et dans ce cadre, le Gouvernement va abonder de 1 million d'euros la relance de la destination azurée, qui vise 2,1 millions de visiteurs générés en 2020 par ses seuls événements sportifs, culturels ou professionnels (+25% en 4 ans).

■ **TÉMOINS.** À QUOI SERT LA CCI? UN CHEF D'ENTREPRISE AZURÉEN EXPLIQUE POURQUOI ET COMMENT IL UTILISE LES SERVICES DE LA CCI POUR SE DÉVELOPPER.

MATTHIEU VERGÉ-SALAMON (ASM) : "CETTE CCI EST VRAIMENT À L'ÉCOUTE DES PME"

Dirigeant d'ASM, une belle PME de Sophia Antipolis spécialisée dans les automatismes et la robotisation qui conçoit et construit des machines spéciales, Matthieu Vergé-Salamon est un repreneur heureux. Après une carrière dans la finance internationale en Grande-Bretagne, il décide de poser ses valises en PACA et envisage de reprendre une PME. Ce sera ASM (pour automatisations Systèmes Mécaniques), créée en 1998 par Claude Putteman : une entreprise leader déjà réputée auprès des industriels de la région qui ont une problématique de chaîne de production ou d'assemblage de pièces et qui veulent automatiser leur outil de production. ASM a conçu et installé plus de 200 machines de production, prototypes et installations pilotes en France et à l'international (lignes d'assemblage entièrement automatisées, poste robotisé auto-adaptatif, convoyage, pesage et mélange automatisés pour des parfumeurs industriels...).

Un pari osé : reprendre une entreprise en binôme grâce à des compétences complémentaires. Mais un pari réussi : "Avec mon associé, nous avons repris l'entreprise en 2010. Nous avons trouvé l'opportunité via la bourse de cession-reprise créée par la CCI, qui permet de mettre repreneurs et cédant en contact. Parce qu'elle a accompagné efficacement notre processus de reprise, j'ai découvert ses nombreux services et depuis, nous avons aussi fait appel régulièrement à la CCI. Par exemple pour mieux gérer notre croissance, en partici-



Dinkymage

« Tout d'abord, la CCI a accompagné efficacement notre processus de reprise »

pant à son programme PME Performance +, au programme Cedre pour intégrer la RSE à notre stratégie, ou encore pour piloter l'éco-énergie de notre tout nouveau bâtiment (800 m² sur Sophia Antipolis pour un budget de l'ordre de 2 millions d'euros, bâtiment à Hautes Performances Energétiques "Effinergie+" : optimisation énergétique, géothermie, puits provençal, brise-lumières, panneaux solaires...). Bref, si je devais synthétiser, je dirais simplement que je trouve cette CCI particulièrement dynamique et vraiment à l'écoute des PME locales ayant de l'ambition".

Car c'est bien une entreprise à fort potentiel : dotée de son propre bureau d'études, ASM enregistre chaque année depuis 2010 une croissance à deux chiffres. "Nous ne sommes pas attachés à un secteur d'activité, explique

son dirigeant. Nos interventions couvrent aussi bien les domaines de la santé que de la parfumerie, en passant par la mécanique, l'électronique ou encore l'agroalimentaire. Notre panel de compétences s'étend du poste de travail assisté (semi-automatique) à la ligne de production entièrement automatisée, et grâce à l'intégration de HighTaiX en 2014 (filiale acquise dans les Bouches-du-Rhône), le groupe s'est renforcé en soudure ultrason et en robotique rapide. Depuis avril 2016, nous sommes aussi présents à Lyon dans le Rhône. Mais tout comme la CCI, nous misons beaucoup sur la proximité : nous faisons des machines de production, alors il nous faut pouvoir assurer la maintenance en cas de problème et rester au plus près du client". ■

+ SUR asm-indus.com

**BOURSE DE
L'APPRENTISSAGE**

ENTREPRISES

→ DÉPOSEZ VOTRE OFFRE

→ CONSULTEZ LES PROFILS



APPRENTISSAGE06.FR

un service

 CCINICE CÔTE D'AZUR

VOTRE CONCENTRÉ D'AÉROPORT



NOUVELLE APPLI

TOUS LES SERVICES DE L'AÉROPORT DANS VOTRE SMARTPHONE

Téléchargez-la dès maintenant



AÉROPORT
NICE CÔTE D'AZUR

L'info minute

Gros succès pour **Industria** et les **Entrepreneuriales 2016**

33 exposants et 1200 visiteurs se sont donné rendez-vous à l'Hippodrome de Cagnes-sur-Mer pour la 15^e édition du salon **Industria** les 17 et 18 novembre 2016. 34% de nouvelles entreprises ont été décomptées parmi les participants pour échanger sur le thème de l'industrie du futur. Une nouvelle fois, le salon a prouvé qu'il pouvait fédérer l'ensemble des industriels de la région.

La 15^e édition des **Entrepreneuriales** avec 3 000 visiteurs à l'Allianz Riviera le 1^{er} décembre, n'a pas démenti le succès de fréquentation enregistré l'année précédente. Une fois de plus, ce salon s'est affirmé comme incontournable pour les services aux dirigeants d'entreprise. Avec 90 exposants, 4 tables rondes plénières, 5 ateliers, de nombreux rendez-vous organisés pour favoriser les opportunités d'affaires, l'événement permet aussi de prendre de la hauteur et de la distance avec le quotidien.

Soft landing pour **Bosch**

Après un an dans les locaux de la CCI au Business Pôle en « soft landing », **Bosch Visiontech** a inauguré son centre de Recherche et Développement au cœur de Sophia Antipolis. Le groupe allemand occupe désormais un plateau de 1,000 m² sur Business Pôle 2 où travaille une cinquantaine de collaborateurs et ingénieurs. Dédié au véhicule autonome, ce Centre de R&D a déjà finalisé les composantes d'un premier produit, cœur de la prochaine génération de caméras frontales pour voiture. Un projet de développement intéressant pour Sophia Antipolis, avec des perspectives d'emploi, puisque le groupe n'exclut pas une croissance jusqu'à une centaine de postes.

■ **GESTION.** LE PÔLE TAXE D'APPRENTISSAGE DE LA CCI PROPOSE UN SERVICE DE PR COMPTABLES ET LES ENTREPRISES. FOCUS.

COMMENT LA CCI VOUS FACILITE LA TAXE

Les entreprises participent au financement de l'apprentissage et des formations technologiques et professionnelles via la taxe d'apprentissage. Son rôle : favoriser l'égal accès à l'apprentissage sur le territoire national et contribuer au financement d'actions visant au développement de ce mode d'enseignement performant, en phase avec le monde de l'entreprise. Dès la première année d'activité, dès le premier salarié, la base de calcul est la même que celle des cotisations de Sécurité Sociale : un pourcentage de la masse salariale de l'entreprise. Sont exonérées les professions libérales, les entreprises ayant pour activité exclusive la formation première, les entreprises ayant employé au moins un apprenti au cours de l'année de référence et dont la masse salariale annuelle brute n'excède pas six fois le SMIC annuel (dont le montant était de 105 596 € en 2016). Toutes les autres entreprises doivent obligatoirement effectuer leur versement avant le 1^{er} mars de chaque année, à un unique organisme collecteur de la taxe d'apprentissage (OCTA). Le cas échéant, le montant dû sera majoré de 100%...

Pour vous faciliter cette obligation, la CCI vous offre un accompagnement « à la carte » tout au long de l'année, via son pôle taxe d'apprentissage. Celui-ci propose un service de proximité pour les cabinets comptables et les entreprises. Les différentes formules incluent gratuitement l'assistance d'un expert à distance ou sur site pour le calcul et la répartition de la taxe afin de simplifier les démarches et traiter rapidement les dossiers. D'autre part, la transparence, la sécurisation et la confidentialité des données sont garanties ainsi qu'un suivi des dossiers tout au long de l'année. Chaque année, le service innove pour mieux expliquer et simplifier la gestion de la taxe d'apprentissage, conformément aux constantes évolutions réglementaires.

Les entreprises ont le libre choix de leur organisme collecteur de taxe d'apprentissage (OCTA). La loi du 5 mars 2014 relative à la formation professionnelle, à l'emploi et à la démocratie sociale a modifié le paysage de la collecte de la taxe d'apprentissage. Son but : améliorer la transparence et la lisibilité des circuits de collecte en rationalisant le réseau des organismes habilités. Ainsi, depuis Janvier 2016, la taxe d'apprentissage est collectée au niveau régional par un organisme collecteur régional interconsulaire unique, ou au niveau national, par des organismes habilités par l'Etat dans leur champ de compétence professionnelle ou interprofessionnelle.



En PACA, l'OCTA Régional Interconsulaire est composé de la CCI de Région (qui gère l'organisme interconsulaire), de la Chambre des Métiers et d'Artisanat et de la Chambre d'Agriculture. Cette nouvelle répartition offre toujours aux entreprises le libre choix de leur organisme de collecte, sans que la clause d'une convention ou d'un accord collectif n'intervienne sur leur choix. Ce dispositif vous garantit de bénéficier d'un service de proximité, de maintenir vos versements en région et de financer les formations au service des entreprises et des actifs du territoire.

Un service de facilitation qui est plébiscité par les entreprises. Parmi les utilisateurs de ce service, Xavier Di Maggio, Responsable financier au Radisson Blu Hôtel de Cannes, témoigne : « Depuis 2013, je fais appel au service taxe apprentissage de la CCI. Chaque début d'année, un expert se déplace directement sur site pour m'accompagner sur la déclaration de la taxe d'apprentissage. Le rendez-vous dure une petite heure pendant laquelle il me présente les évolutions réglementaires de la taxe, ce qui me permet d'être à jour par rapport à la législation. Ensuite, je choisis le centre de formation qui recevra la contribution. En général, nous la versons aux établissements de formation de notre secteur d'activité mais l'expert peut également m'aider dans ce choix en me proposant plusieurs écoles habilitées à recevoir la taxe. Enfin, nous remplissons le formulaire directement sur place ;

E D'APPRENTISSAGE



iStock

Rédaction



Xavier Di Maggio,
Responsable
financier de
Radisson Blu
Hôtel (Cannes).

« Cet accompagnement, qui est gratuit pour les entreprises, me permet d'avoir une veille réglementaire et de compléter la déclaration de manière simple et efficace. »

à la fin du rendez-vous, la déclaration est ainsi finalisée et prête à être envoyée. Pour le Responsable financier au Radisson Blu, cet accompagnement, qui est gratuit pour les entreprises, me permet d'avoir une veille réglementaire et de compléter la déclaration de manière simple et efficace. »
Plus qu'un simple organisme collecteur, l'OCTA Régional Interconsulaire est donc à l'écoute et à disposition des entreprises pour toutes informations sur la taxe d'apprentissage et faciliter les démarches.

En savoir +
04 92 29 45 50
taxe.apprentissage@cote-azur.cci.fr
www.cote-azur.cci.fr

FORMATION. L'INSTITUT DU COMMERCE ET DES SERVICES (ICS) RENFORCE SON OFFRE EN FORMATION AUX MÉTIERS COMMERCIAUX.

LA CCI FORME VOS FUTURS VENDEURS EN ALTERNANCE



iStock

Déjà proposée en alternance en entreprise ou en statut temps plein sur 1 an, la formation Vendeur-Conseiller Commercial, s'agrandira en janvier 2017 avec une nouvelle section, cette fois-ci sur 6 mois. Développée par l'Institut du Commerce et des Services (ICS, nouvel établissement créé par la CCI Nice Côte d'Azur pour répondre au mieux aux besoins des entreprises de ces secteurs d'activité, cette formation produit des diplômés immédiatement opérationnels ou pouvant suivre un complément de formation pour se spécialiser. La certification, de niveau bac,

s'appuie sur des ateliers, cours et travaux pratiques sur des cas réels en entreprise. Ce nouveau format permettra aux diplômés de devenir opérationnel très rapidement. La montée en compétences des candidats sera également renforcée par leurs différents stages dans le commerce et la vente. ■

En savoir +
www.ics-formations.com
icsformations@cote-azur.cci.fr
04 93 13 74 51

TPE, PME et PMI

Vous êtes sur un **marché porteur** ?
Vous avez **des projets** et votre entreprise se **développe** ?

Ardan

est une **aide financière** conçue pour **booster vos projets**

Dispositif
Actions Régionales
pour le Développement
d'Activités Nouvelles

Contact | Marjorie Bourse
Conseiller en Financement d'Entreprises
0800.422.222
marjorie.bourse@cote-azur.cci.fr

un programme proposé par

CCINICE CÔTE D'AZUR

L'info minute

Eccity : un club de clients ambassadeurs

Le petit producteur azuréen de scooters électrique, basé à Grasse a créé un club d'ambassadeurs pour porter son marketing. Objectif de Christophe



Cornillon, Pdg (photo) : dans le cadre d'un programme de parrainage, la marque leur offrira des avantages permettant, notamment, d'acquérir un scooter électrique avec une remise pouvant atteindre 50%.

Croissance pour Arkopharma

Le groupe azuréen fondé en 1980 à Carros, leader européen de la santé naturelle avec 207 M€ de chiffre d'affaires (1 400 collaborateurs), a racheté son distributeur au Portugal. Il concrétise ainsi ses ambitions : exporter la qualité du « Fabriqué français » en Europe et dans le monde.

Une Golfeur Box made in Côte d'Azur

Kallistea (Sophia Antipolis), jeune entreprise dirigée par Damien Vera-Finocchi, lance avant les fêtes un nouveau concept : la première box à abonnement bimestriel, dédiée au passionné de golf. Son contenu : une sélection de 5 à 7 produits mais également des programmes sportifs, des conseils nutritionnels, des bons plans...

Partenariat pour Ask

L'entreprise de Sophia Antipolis, leader des solutions sans contact pour le transport et l'identité, a conclu un protocole d'accord avec le groupe industriel Paragon en vue de créer ensemble un champion européen des solutions de contrôle d'accès, de traçabilité et d'identification réalisant plus de 110 millions d'euros de chiffre d'affaires.

■ **INDUSTRIE.** COMMENT L'ENTREPRISE AZURÉENNE A SU S'ADAPTER, POUR DEVENIR LEADER SUR SON MARCHÉ.

RICA LEWIS (CARROS) : LA VIE EN BLEU

Rédaction



Dominique Lanson, dirigeant de l'entreprise

La saga Rica Lewis commence par une histoire d'amour. La fille de Rica Levy, la fondatrice, tombe amoureuse d'un GI et décide de partir vivre aux USA avec lui. Elle envoie à sa mère des jeans dont la renommée commence alors à dépasser largement les frontières américaines. Pressentant le succès, la société éponyme Rica Lévy International devient la pionnière du jean en France.

L'histoire aurait pu s'arrêter en 1988, où la griffe peine à s'imposer dans un environnement hyperconcurrentiel. C'était sans compter sur un bon génie car il en faut toujours un dans les belles histoires. Dominique Lanson arrive dans l'entreprise qui vient d'être reprise par la famille Italienne Riorda à la barre du tribunal de commerce de Marseille. Issu de la grande distribution, le nouveau dirigeant opère un virage stratégique en imposant la marque dans les hypermarchés avec le succès qu'on lui connaît aujourd'hui. « Le pari était très risqué, reconnaît-il. Car il ne s'agissait ni plus ni moins que de faire évoluer les menta-

lités sur l'idée qu'un vêtement aussi emblématique que le jean pouvait être vendu en grande surface, sans perdre de son « charme ». Pour y parvenir, un seul mot d'ordre ou plutôt deux : qualité et innovation. Le dirigeant déplace le siège de l'entreprise sur Carros et choisit de positionner la marque sur le segment premium en misant sur la qualité de ses vêtements dans toute la chaîne de fabrication mais aussi dans le choix des collections et la variété des coupes.

Côté innovation, Rica Lewis a toujours eu l'esprit pionnier. « Nous avons créé le premier jean en coton équitable labellisé par Max Havelaar en 2006. Aujourd'hui nous innovons encore en lançant sur le marché des jeans Fibreflex® avec Thermolite® en vente depuis l'automne, et avec Coolmax®, à partir de l'été 2017. Une première en grande distribution française ! Ces gammes font appel aux technologies de pointe en termes de thermorégulation. La première emmagasine la chaleur du corps pour protéger l'utilisateur du froid. La seconde évacuant l'excès de chaleur grâce à une fibre à multicanaux ». Ce n'est pas la seule nouveauté. « Nous venons de racheter Ober, le spécialiste du denim au féminin, pour proposer une gamme réservée aux femmes biens dans leur corps qui assument leurs formes ». Outre le marché français, Rica Lewis est aujourd'hui présente en Italie, au Benelux, au Portugal, en Espagne et en Russie. A près de 90 printemps, l'esprit Rica Lewis est toujours vert... ou plutôt au beau fixe : tout en bleu « jean ». ■



azur
ENTREPRISES - COMMERCE

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



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

POURQUOI L'INDIEN ATOSHA S'EST IMPLANTÉ À GRASSE

L'entreprise, créée en 1995 est basée à New Delhi en Inde : elle vient de s'implanter à Grasse. Logique. Atosha se positionne à l'échelle mondiale comme un producteur de premier plan en matière d'arômes, parfums et huiles essentielles. Rencontre avec Bimal Bedi, son dirigeant.

Quelle est votre activité ?

Notre filiale française, Etosha Sarl a été créée pour développer notre centre créatif international à Grasse, chargé de mener des recherches sur les fragrances industrielles pour la production de savons, détergents, cosmétiques et soins du corps.

Pourquoi avez-vous choisi la Côte d'Azur ?

Nous avons mené des études poussées pour finalement choisir de nous implanter à Grasse. Les principales raisons qui sont ressorties de nos recherches, ce sont l'envi-



Bimal Bedi, dirigeant.

ronnement et les conditions climatiques idéales pour de la recherche en parfumerie, la proximité de matières premières naturelles et synthétiques de qualité et la main-d'œuvre qualifiée que nous pouvons trouver dans la région.

Quel soutien particulier avez-vous reçu de Team Côte d'Azur ?

L'équipe nous a beaucoup aidés à chaque étape de notre projet, du choix de l'emplacement à la création de la société. Nous avons la sensation d'être entrés dans un écosystème « business friendly » : c'est très appréciable.

Quelles sont vos perspectives de développement ?

Cette installation est la première phase d'un plan de développement à long terme en France. Nous avons démarré notre activité avec 4 employés et envisageons d'augmenter nos effectifs dans le futur. Si l'environnement reste aussi favorable à l'industrie nous pourrions passer à la deuxième phase et installer un centre de production automatisé pour attaquer les marchés européen et africain. ■

■ **COMMERCE.** OUVERTE LE 16 SEPTEMBRE AU COEUR DE NICE, LA BOUTIQUE PROPOSE UNE LARGE DÉCOUVERTE DE PRODUITS AUTHENTIQUEMENT MADE IN IRELAND.

LE COMPTOIR IRLANDAIS : CHALEUREUX

Entretien avec Jean-Alain Leocard, dirigeant de l'enseigne niçoise de cette franchise qui compte 45 magasins en France.

Quel est le profil de l'entreprise ?

Une boutique passion! Nous faisons découvrir le meilleur de l'Irlande sous toutes ses formes: de l'épicerie fine, une cave riche des meilleurs whiskeys et un large choix de cidres et de bières irlandaises - il n'y a pas que la Guinness -, de très beaux textiles, des objets décoratifs, les arts de la table, des bijoux celtiques traditionnels... Une découverte qui n'en est d'ailleurs pas toujours une pour mes clients, car nombreux sont ceux qui entrent ici pour retrouver les produits qu'ils ont eu déjà l'occasion de découvrir lors d'un voyage en Irlande.

Quelle est votre valeur ajoutée ?

L'authenticité, la qualité et l'originalité. Mais aussi d'accompagner nos clients dans la découverte de nos produits. Le whisky est aussi riche de subtilités que le vin. Faire découvrir et conseiller ce que nous avons sélectionné de meilleur va bien au-delà du simple acte de vente ! J'aime faire partager mes coups de

cœur et les acheteurs de la marque ont une expertise totale pour dénicher les meilleures opportunités.

Vos objectifs ?

En peu de temps la fréquentation de la boutique est devenue très prometteuse. Nous sommes donc optimistes pour les mois à venir. Dans nos projets pour 2017, nous voulons organiser des soirées privées de dégustation, bien sûr autour de l'univers du whiskey... et pourquoi pas, avec de la musique traditionnelle.

Votre priorité, en ce moment ?

Réussir cette période de fin d'année où manifestement les clients vont se presser de plus en plus nombreux chez nous pour trouver des idées de cadeaux. Ça tombe bien : rien qu'en whiskeys, nous avons plus de 600 références à leur proposer ! ■



Rédaction



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

■ **REPRISE.** NICOLAS HUERTAS A RÉALISÉ SON PROJET ENTREPRENEURIAL GRÂCE À LA BOURSE DE CESSION-REPRISE DE LA CCI NICE CÔTE D'AZUR. PARCOURS.

LE PRESTIGE DE L'UNIFORME



Nicolas Huertas, reprenneur de l'entreprise.

Créer, ou reprendre? Pour le jeune Nicolas Huertas, le choix a été vite fait: «Après mes études, j'ai décroché un premier job à Paris mais je n'avais qu'un objectif, ou plutôt deux: revenir sur la Côte et monter ma propre boîte». En parcourant les annonces de la CCI, il trouve un projet de reprise qui lui convient: une entreprise de textile personnalisé. «L'intérêt de ces offres est que la CCI réalise en amont un gros travail. Elle ne se contente pas de collecter les ventes mais valide aussi l'adéquation du prix avec la réalité du marché et s'assure de la viabilité de la structure cédée. On a affaire à des professionnels et cela fait gagner du temps. C'était en 2010. Après 6 ans d'activité et une belle progression du chiffre d'affaires, j'ai décidé de diversifier mon activité. J'ai donc une nouvelle fois feuilleté les offres et découvert la vente de Prestige Yacht Uniforms ».

2 frères, 1 projet. Pour finaliser le rachat, il s'associe avec son frère Florian: «Nous ne connaissons pas le milieu du yachting, mais l'activité de

la société est complémentaire à celle que je développais déjà: vendre de l'habillement personnalisé. La différence est qu'ici nous ne proposons que du haut de gamme, les grands noms du textile spécialisé dans le monde marin: Slam, Helly Hansen, Gill, Henri Lloyd... Notre offre est très complète et concerne aussi bien les uniformes techniques que de services». Un positionnement en phase avec le marché: la grande plaisance compte près de 5 000 unités, concentrées en grande majorité l'été entre Imperia et Saint-Tropez. «Implantés sur le port de Golfe-Juan, nous sommes au cœur du marché. PYU est bien sûr présent sur Internet, mais dans ce milieu la prospection et le relationnel font la différence. L'accompagnement des anciennes gérantes nous a permis d'aborder notre nouvelle activité dans les meilleures conditions. Nous avons en effet pris les commandes de PYU en mars 2016 en pleine saison. Nous avons d'ailleurs décidé de salarier une des anciennes propriétaires pour nous accompagner dans notre développement». Car les opportunités de progression ne manquent pas. Au-delà du yachting, PYU s'adresse aussi au monde de l'hôtellerie de luxe ou des capitaineries. «Nous allons d'ailleurs recruter en début d'année une quatrième personne pour notre atelier de retouches et de marquages ».

79, Avenue des Frères Roustan
06220 Vallauris
09 81 23 76 70
info@prestigeyachtuniforms.com
www.prestigeyachtuniforms.com

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

Testez votre projet avec l'auto diagnostic 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
cession.reprise@cote-azur.cci.fr



■ NÉGOCE

Vente et installation de cuisines professionnelles Réf. 1587P0105

Zone industrielle Effectif: 5

CA: 1 600 000 € / Prix: 430 000 € (FDC)

CChangement d'activité, cède 85% des parts sociales d'une société de vente et installation de cuisines professionnelles en collectivité et 100% des parts d'une société d'étude et de vente de matériel NILMA.

Négoce de produits frais

Réf. 1140P0088

Ville Effectif: 4 (+ 1 commercial à temps partiel)

CA: 480 000 € / Prix: 50 000 €

Cause retraite, cède fonds de commerce ou parts sociales d'une société spécialisée dans le négoce de produits frais, créé en 2008. Clientèle de professionnels. Local 150 m² équipé de chambres froides.

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.

Distribution de matériels de ventilation

Réf. 061C0204

et climatisation

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

Zone activité

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 de mobilier de bureau

Réf. 061C0019

Ville

Effectif: 2

CA: 780 000 € / Prix: 170 000 €

Cause retraite, cède fonds de commerce de vente de mobilier de bureaux. Bonne notoriété depuis 20 an. Situé au cœur d'une zone d'activité commerciale, à proximité de l'autoroute. Magasin de 1000 m².

Aquariophilie - Oisellerie

Réf. 063C0246

Centre-ville

Effectif: 0

CA: 120 000 € / Prix: 40 000 € (+ murs 270 000 €)

Raisons personnelles, cède magasin spécialisé en aquariophilie et oisellerie, situé sur un axe passant. Local de 72 m².

Bijoux fantaisies de créateurs

Réf. 061C0270

Ville

Effectif: 0

CA: 85 000 € / Prix: 97 000 €

Cause retraite, cède fonds de commerce d'une bijouterie fantaisie et accessoires: sacs, foulards, pochette avec une activité secondaire de prêt à porter. Boutique de 25 m² située sur une avenue commerçante.

Papeterie - Reprographie

Réf. 062C0271

Ville

Effectif: 2

CA: 560 000 € / Prix: 250 000 €

Cède fonds de commerce d'une société de vente d'articles de papeterie, fournitures de bureau, consommables informatiques et service de reprographie sous enseigne nationale. Clientèle fidélisée de professionnels.

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
Ville
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.

Réf. 062C0244
Effectif: 0

Matériaux de construction bricolage
Arrière-pays mentonnais
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.

Réf. 064C0231
Effectif: 4

Épicerie 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 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

Électricité générale
Ville
CA: 300 000 € / Prix: 250 000 €
Changement d'activité, cède activité d'électricité générale sur le bassin cannois. Clientèle de professionnels à 60 %. Equipe autonome. Bonne progression du CA.

Réf. 1061C0282
Effectif: 3

Pressing Bio - Blanchisserie - Laverie automatique
Ville
CA: 85 000 € / Prix: 90 000 €
Changement de région, cède fonds de commerce de pressing bio, blanchisserie et laverie automatique. Pas de concurrence, progression constante du CA. Logement compris dans bail commercial. Local de 110 m².

Réf. 062C0274
Effectif: 1

Marquage publicitaire par broderie et transfert
Zone industrielle
CA: 115 000 € / Prix: 100 000 €
Raisons personnelles, cède fonds de commerce d'une société de marquage publicitaire par broderie et transfert. Clientèle de professionnels. Local de 200 m².

Réf. 061C0278
Effectif: 0

Référencement et positionnement de sites internet
Activité à transférer
CA: 439 000 € / Prix: 150 000 €
Double activité, cède fonds de commerce d'une société spécialisée dans le référencement et positionnement de sites internet garanti par contrat en 1ère page de Google. Récurrence du CA. Cession du portefeuille et de la marque.

Réf. 061C0263
Effectif: 0

Agences de voyages
Ville
CA: 210 000 € / 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

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

Vente et installation de fermetures PVC
Ville
CA: 150 000 € / Prix: 95 000 €
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: 170 000 € / Prix: 100 000 €
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.

Réf. 065C0181
Effectif: 1

HÔTELLERIE / RESTAURATION

Bar musical
Vieux Nice
CA: 200 000 € / Prix: 140 000 €
Double activité, cède fonds de commerce d'un bar musical; clientèle fidèle trans générationnelle. Concept unique dans le Vieux Nice. Bonne rentabilité.

Réf. 062H0048
Effectif: 2

Hôtel bureau
Haut Pays Niçois
CA: 130 000 € / Prix: 220 000 €
Cause santé cède fonds de commerce d'un hôtel bureau rénové, homologué 2 étoiles, situé dans un village, sur la route de Digne, à 1 h de Nice. Possibilité d'achat des murs (410 000 €). 16 chambres. Appartement de fonction de 4 pièces.

Réf. 065H0050
Effectif: 1 (+1 saisonnier)

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. Surface 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: 300 000 € (+ murs 700 000 €)
Cause retraite: cède bar hôtel restaurant magasin souvenirs, aux portes du Mercantour. 17 chambres avec hammam 4 places et douche massante. 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. Surface totale de 800 m² 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

Mécanique de précision
Zone industrielle
CA: 320 000 € / Prix: 450 000 €
Départ à la retraite, cède fonds de commerce d'une société spécialisée dans la mécanique de précision. Portefeuille client stable d'industriels de PACA. Atelier de 230 m² avec bureau de 15 m².

Réf. 062C0275
Effectif: 2

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 plage de métaux ferreux et non ferreux. Activité positionnée à 50% sur une niche.

Réf. 0337P0025
Effectif: 6

Charpente, couverture et zinguerie
Zone industrielle
CA: 4 200 000 € / Prix: 985 000 €
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

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



Ramel Communication - 13078

PAS ENCORE PARTI ET DÉJÀ INFORMÉ !

TWITTER @A8_VINCI 

Avant de partir,
suivez en temps réel sur Twitter la circulation
pour préparer votre trajet sur l'autoroute A8
entre Aix-en-Provence et l'Italie.

#A8_VINCI

#NouveauService