



#126
JUILLET/AOÛT/SEPTEMBRE 2019

AZUR

#INFOCCI06

ENTREPRISES & COMMERCE

Un magazine



CCI NICE CÔTE D'AZUR

COMMENT ECCITY ACCÉLÈRE SON DÉVELOPPEMENT

LE FABRICANT GRASSOIS
DE SCOOTERS ÉLECTRIQUES
VIENT DE LEVER 455 000 €
VIA UNE PLATEFORME DE
FINANCEMENT PARTICIPATIF
ET A OBTENU 1 MILLION DE LA
BANQUE DES TERRITOIRES. **P.17**



Pour le bricolage, vous avez les tutos.
Pour le sport, c'est votre coach.

Pour votre protection,
Harmonie Mutuelle
vous accompagne.



Mutuelle soumise aux dispositions du livre II du Code de la mutualité, n° Siren 538 518 473, Numéro LEI 969500JULU5ZH89G4TD57, IHEREZIE
*appel non surtaxé

**UN EXPERT DÉDIÉ VOUS CONSEILLE AU QUOTIDIEN ET VOUS AIDE
À PRENDRE LES BONNES DÉCISIONS POUR VOUS ET VOS SALARIÉS.**

- Près de 300 conseillers experts de la protection sociale pour maîtriser vos restes à charge,
- Un réseau de plus de 11 000 professionnels de santé et 1 000 établissements de soins partenaires pour vous garantir un service de qualité au meilleur coût,
- Plus de 380 intervenants spécialistes de la prévention pour réaliser diagnostics et plans d'actions pour répondre à vos questions de santé en entreprise.

LE CHOIX POUR MIEUX DÉCIDER.
PRÉVENTION • SANTÉ • PRÉVOYANCE



**Harmonie
mutuelle**

GRUPE **vyv**

Découvrez nos solutions sur harmonie-mutuelle.fr/entreprises

☎ 0 805 50 00 19*





Dans ce N°... N° 126

JUILLET/AOUT/SEPT 2019

l'info

Innovation ■ p.4

A 50 ans, Sophia Antipolis voit son avenir dans l'IA

Interview ■ p.4

Bernard Gonzalez : « Le dynamisme économique est un facteur de richesse »

réseau

Numérique ■ p.14

Les forces et les faiblesses de la filière azurienne

mon entreprise en avant !

Talents ■ p.16/17

Eccity - La Chapellerie - Exocet

expertise

Développement ■ p.18

Cinq questions pour établir un plan de prospection efficace en 2019

La CCI à votre service

Commerce ■ p.20

Ma Boutique, Mes Solution : la tournée 2019 se met en place

Former

Alternance ■ p.22

Skola, une formation commerciale en immersion totale

force de proposition

RH ■ p.24

Dispositif Pacte de la Ligue contre le cancer : comment accompagner les salariés ?

promouvoir

Tourisme ■ p.26

Club Chine, top départ en septembre



Jean-Pierre SAVARINO

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

En 50 ans, Sophia Antipolis est devenue une référence mondiale dans le domaine des technologies numériques.

Partenaire de la première heure, la CCI Nice Côte d'Azur a contribué aux différentes briques qui ont façonné la technopole. A commencer par le CERAM, devenu aujourd'hui Skema Business School, Ecole Supérieure de Commerce à la pointe des classements français et internationaux. Notre implication dans Team Côte d'Azur permet depuis de nombreuses années d'assurer la promotion économique de Sophia Antipolis à l'international et d'accompagner les entreprises qui s'y installent.

C'est par ailleurs pour faciliter le recrutement des talents de Sophia Antipolis que notre CCI a créé eDRH06, la plateforme en ligne de e-services RH articulée autour du recrutement et de la formation. Nous sommes aussi un partenaire actif du Village by CA, accélérateur de startups qui vient de fêter son premier anniversaire avec un bilan très positif de 27 startups accompagnées.

Enfin, la CCI s'est fortement impliquée aux côtés de la Communauté d'Agglomération de Sophia Antipolis pour la création du Business Pole : propriétaire d'une partie des bâtiments, elle s'est aussi attachée à proposer des services autour de l'innovation, l'international, l'accompagnement des entreprises et les services liés à la mobilité internationale et au recrutement.

La technopole a démontré sa capacité à innover, rebondir, s'adapter, et a pu s'appuyer sur la force du collectif, avec des actions menées en concertation par les collectivités locales, clubs d'entreprises et réseaux professionnels.

Nous devons préparer ensemble le futur de la première technopole d'Europe, avec pour notre CCI un premier enjeu qui sera de connecter Sophia Antipolis à la mer, en faisant du Port Vauban un lieu d'expérimentation et de promotion des technologies et services liés au yachting.



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

> retrouvez Jean-Pierre Savarino sur le blog@president
www.cote-azur.cci.fr/Rubriques-CCI/PRESIDENT



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

Directeur de la rédaction
Emmanuel SOURAUD,
Membre élu délégué à la communication

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

Conception-Rédaction-Réalisation
Pôle éditorial - Service 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
Edition digitale : azur-entreprises.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

A 50 ANS, SOPHIA ANTIPOLIS VOIT SON AVENIR DANS L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

■ **INNOVATION.** ET SI LES PROCHAINES DÉCENNIES ÉTAIENT CELLES DE L'IA POUR LA TECHNOPOLE AZURÉENNE, DEVENUE UN SITE-MARQUEUR INTERNATIONAL DE L'INNOVATION. ÉLÉMENTS DE RÉPONSES AVEC LES ACTEURS, SUR LE TERRAIN.



"IA inside" pourrait-on dire, en paraphrasant un célèbre slogan. Elle se met partout, l'Intelligence Artificielle. Elle s'inscrit déjà dans les jeux vidéo, les recommandations des sites de commerce, les systèmes de traduction en ligne, les services vocaux Alexa ou Google, dans les premiers véhicules connectés qui apparaissent.

L'IA touche aussi le secteur de la santé où elle nous promet la médecine de personnalisation, de précision et de prédiction, celui de la défense, avec là, en perspective moins attrayante, les menaces de cyberguerre. Elle est au cœur de tous les projets de ville intelligente, de transformation énergétique, de formation digitale et de bien d'autres.

Elle impacte aussi toute l'économie planétaire, redistribue la donne mondiale et annonce un basculement d'une ampleur de la révolution industrielle du XIX^{ème} siècle mais sur une période beaucoup plus courte. C'est dans cette révolution en cours, sous nos pieds et dans nos têtes, que Sophia Antipolis, en son 50^e anniversaire, se positionne aujourd'hui et projette son avenir.

Avec ses labos, ses centres de recherche, ses grandes entreprises et start-ups, la technopole était déjà dans ce mouvement. Mais aujourd'hui, les planètes s'alignent : l'université monte en puissance, un pôle "automotive" émerge et un des quatre 3IA français (Institut Interdisciplinaire d'Intelligence Artificielle français) a été remporté. Sophia peut et veut accélérer. De grands acteurs de l'IA,

chercheurs ou dirigeants d'entreprise qui participent à l'aventure, en donnent ici quelques exemples. La technopole s'est en tout cas emballée. En témoigne l'engagement des entreprises dans la candidature au 3IA (62 entreprises pour un montant de 18,7 M€) avec un fort soutien du nouveau secteur de l'automotive, que ce soient les grands groupes comme Renault Software Lab avec Bruno Bocaert ou les start-up comme Epicn poc avec Pierre Sigrist.

"S'y ajoute la création d'un cluster IA avec le Village by CA en bâtiment totem pour, explique Félix E. Kudelka (fondateur de Synchronext), fédérer l'écosystème industriel qui développe des produits à base d'IA". Ou encore l'ouverture de commissions dédiés IA au Pôle SCS ou à Telecom Valley, le projet de Maison de l'Intelligence Artificielle du Département (vraisemblablement dans les locaux du CNRS), l'antenne du laboratoire de recherche mondial sur l'Intelligence Augmentée que la business school SKEMA ouvrira à Sophia Antipolis.

La CCI Nice Côte d'Azur en cercle de réflexion

Les initiatives se multiplient, donc. La CCI Nice Côte d'Azur, de son côté, se positionne en véritable cercle de réflexion à la croisée entre startupper, décideurs politiques et chefs d'entreprise afin d'inventer un nouveau modèle de partenariat pour anticiper les transformations liées à l'intelligence artificielle dans les organisations et dans la société. Une méthode qui a déjà réussi par exemple dans les smart grids.

LES ACTEURS AZURÉENS DE L'IA TÉMOIGNENT...

David Simplot est directeur d'Inria Sophia Antipolis. Assisté de l'expert scientifique Nicolas Ayache, il est le "capitaine" de l'équipe qui a gagné le 3IA. Arrivé l'an dernier d'Inria Lille, il avoue qu'au départ il n'y croyait pas trop. Un rapide benchmarking l'a fait changer d'avis. « Sur les 76 scientifiques français répertoriés parmi les meilleurs experts en IA, 20 % travaillent à Sophia Antipolis et à Nice. C'est plus qu'à Paris ou Grenoble ! » Ce qu'apporte la labellisation ? « Sophia fait désormais partie de la carte IA française et européenne. En termes d'attractivité, c'est important, aussi bien pour le recrutement de chercheurs que pour attirer de nouvelles entreprises qui veulent développer l'IA et être entourées. »

« Parmi les meilleurs experts en IA, 20 % travaillent à Sophia Antipolis et à Nice. C'est plus qu'à Paris ou Grenoble ! »

David Simplot,
directeur d'Inria Sophia Antipolis



Gilles Floyrac, aux commandes depuis janvier du site R&D d'Amadeus, premier employeur de Sophia, est à fond sur cette technologie. « Nous sommes en phase d'industrialisation de l'IA. Nous avons monté un laboratoire de recherche privé avec une dizaine d'ingénieurs et mis en place une "Académie de l'IA" avec un cursus interne de trois mois intensifs. A la fin de l'année, 200 ingénieurs auront été formés et mis à disposition du groupe. » Un exemple de ce que l'IA apporte ? « Les comparateurs de vols actuels sont dépassés. Pas assez personnalisés. Ils ne prennent pas en compte le type de voyageur (famille, enfants, affaires, temps, prix...). Le client veut que les vols les plus appropriés soient affichés dans la première page de résultats. Pour cela, il faut pouvoir recouper des milliards de possibilités. D'où le recours à l'IA. En se renforçant dans ce domaine, Sophia va nous aider à recruter les meilleurs chercheurs de tous les pays pour développer de nouveaux usages. »



Gilles Floyrac,
aux commandes
du site R&D d'Amadeus

Vincent Desnot, fondateur de Teach on Mars - leader français du e-learning pour la formation continue - joue lui aussi la carte de l'IA dans son développement. « Nous développons des assistants de formation pour le monde professionnel et notre rôle est de faire correspondre les programmes avec les besoins. Mais proposer à chacun des contenus pertinents demande beaucoup d'algorithmes. Notre équipe dédiée, baptisée "Curiosity" s'en charge. Il faut en effet comprendre en langage naturel les besoins en termes d'évolution des compétences, savoir bien indexer tous les contenus (son, vidéo et texte) et, troisième point, pouvoir générer automatiquement des contenus. Teach On Mars travaille aussi avec l'Inria et son équipe Wimmics pour créer des contenus et des activités avec l'IA. »

« Nous travaillons avec l'Inria pour créer des activités et des contenus avec l'IA »



Vincent Desnot,
fondateur de
Teach on Mars.

Pour Fredrik Brag, Pdg de Median Technologies, « L'IA va jouer de plus en plus un rôle central en imagerie médicale, non seulement dans la pratique médicale quotidienne, mais encore dans la découverte de biomarqueurs d'imagerie non invasifs. Couplée à des capacités de calculs démultipliées, elle nous permet d'entraîner un système sur d'énormes masses de données. C'est l'ouverture vers la médecine de précision : donner la bonne molécule au bon patient. »

André Labat (secrétaire général de Kinaxia, conseiller du président de la CCI sur le numérique) estime que « Le volet IA vient renforcer le triptyque gagnant de la technopole : enseignement, recherche, entreprises. Kinaxia évidemment s'y intéresse. Notre start-up, spécialisée en urbanisme réglementaire et géodécision immobilière, travaille notamment avec l'IMREDD à Nice sur les nouveaux services de la smart city. Ce qu'apporte l'IA ? D'abord une capacité de traitement des données afin de sortir les informations les plus pertinentes. »

« Le volet IA vient renforcer le triptyque gagnant de la technopole »

André Labat,
secrétaire général de Kinaxia,



■ **INTERVIEW EXCLUSIVE.** FACILITATEUR, ACCÉLÉRATEUR, MÉDIATEUR : C'EST EN SYNTHÈSE LA FAÇON DONT LE NOUVEAU PRÉFET DES ALPES-MARITIMES VOIT SON RÔLE EN MATIÈRE ÉCONOMIQUE. RENCONTRE.

BERNARD GONZALEZ : « LE DYNAMISME ÉCONOMIQUE EST UN FACTEUR DE RICHESSE »

Vous revenez dans une région où vous avez exercé il y a 2 ans à la tête de la préfecture du Vaucluse. A-t-elle évolué dans le bon sens ?

Deux ans, c'est à la fois long et court selon que je me place sur les registres d'action du préfet sur l'économie et sur l'emploi. Il faut davantage de recul, mais, si je m'en tiens au développement de l'emploi, j'arrive à Nice alors que le taux de chômage est encore à 9,3 % et celui de la région à 10,1 % alors que notre pays est à 8,4 %. Deux ans auparavant (1er trimestre 2017), ce trinôme était respectivement à 10,3 %, 11 % pour la région et 9,3 % pour le pays. Il y a donc une relativité selon les champs choisis. Globalement, la région s'est maintenue dans son classement national pour le taux de croissance et le taux d'emploi. Nous avons quelques pépites et beaucoup de contrastes ! Provence-Alpes-Côte d'Azur est la 6ème région française pour le PIB global et la 4ème pour le PIB par habitant. A l'intérieur de notre région, les Alpes-Maritimes, bien qu'au-dessus du taux national de chômage, obtiennent le meilleur résultat par rapport aux Bouches-du-Rhône, au Var et au Vaucluse.

Vous avez déclaré (source « Tribune Côte d'Azur ») être « passionné par le développement économique, la vie des entreprises, la créativité d'activité et de richesse. » Pourquoi cet attachement ?

Ces problématiques sont déterminantes pour l'attractivité d'un territoire. Elles reflètent la vitalité d'un territoire, son esprit d'initiative et son sens de l'innovation.

C'est donc pour vous une priorité ?

Oui, car le dynamisme économique est un facteur de richesse pour l'ensemble des acteurs, pour les entreprises et leurs salariés. Plus encore, il est le signe non seulement d'une bonne santé, mais également de la capacité d'un territoire à se projeter vers l'avenir.

Quel regard portez-vous sur l'économie du département ?

L'économie des Alpes-Maritimes, destination phare en matière touristique, est dominée au-delà de cette seule activité par le secteur tertiaire dans son ensemble, qui représente 73 % du chiffre d'affaires déclaré des entreprises et 86 % de l'emploi salarié. Mais elle possède également une industrie dotée de pôles d'excellence dont le dynamisme est reconnu au plan national (territoires d'industrie, French tech Côte d'Azur...), voire international (technopole de Sophia Antipolis...). Les enjeux en matière de foncier sous-tendent les questions de la construction et de l'immobilier. Et le secteur agricole, bien que très minoritaire, contribue à l'image de marque

du département (horticulture...) et à la préservation et l'entretien de l'espace dans le haut pays. L'économie maralpaine est largement portée par les PME et les petites ETI, qui représentent 80 % du chiffre d'affaires des entreprises du département. Leur chiffre d'affaires a progressé de +4,3 % en 2018 et de +4,6 % au 1er trimestre 2019, démontrant la bonne santé économique de ce tissu dans son ensemble, même si ces chiffres recouvrent des situations différenciées et si certaines entreprises peuvent rencontrer des difficultés. À ce sujet, j'invite les entreprises qui traversent des périodes difficiles à se rapprocher de leur chambre consulaire et des services de l'Etat (CCSF à la DDFIP, CRP rattaché à la DIREC-CTE régionale, tribunal de commerce...) le plus en amont possible, car plus les difficultés sont accompagnées tôt, plus l'entreprise a de chances de dépasser des problèmes passagers.

Concernant l'emploi, le taux de chômage redescend peu à peu, mais pas aussi rapidement qu'on pourrait le souhaiter. Il est de 9,3 % de la population active au 1er trimestre 2019, avec des points durs notamment dans les quartiers de la politique de la ville, et ce alors même que certaines entreprises peinent à trouver des salariés qualifiés. Les services de l'Etat, et en premier lieu Pôle emploi, s'activent pour améliorer l'adéquation entre l'offre et la demande d'emploi (plan d'investissement dans les compétences, opération « #vers un métier »...). Il s'agit d'un enjeu majeur tant pour les entreprises que pour ceux qui sont à la recherche d'un emploi. Il faut aller vite, car les besoins sont criants. Pôle emploi a pris des initiatives intéressantes. Par exemple, dans les onze agences du département, chaque semaine, des opérations de recrutement sont réalisées sur les emplois en tension. Les premiers résultats sont encourageants. Depuis octobre 2018, un millier de recrutements immédiats a été opéré.

Quel sera votre rôle sur ce plan ? Comment un préfet agit-il sur le développement économique d'un territoire ?

La région a désormais la compétence en matière de développement économique. Le rôle de l'Etat est recentré sur la mise en relation des acteurs (université, entreprises...). Le préfet a également un rôle de facilitateur, d'accélérateur, de médiateur et la vision transversale des enjeux, qui lui permet d'accompagner les projets structurants. Il est ainsi partie prenante dans les territoires d'industrie par exemple, et accompagne à leur demande les projets de grandes entreprises. Il apporte également son appui aux filières et à l'innovation, et peut accompagner les entreprises en difficulté.



Bernard Gonzales,
Préfet des
Alpes-Maritimes

« Le préfet a également un rôle de facilitateur, d'accélérateur, de médiateur et la vision transversale des enjeux, qui lui permet d'accompagner les projets structurants. »

Comment concilier sécurité renforcée et développement économique au sein d'une grande destination touristique comme la Côte d'Azur ?

Il s'agit là de deux préoccupations majeures pour le préfet que je suis et qui guident chaque jour mon action. Ces deux notions ne s'opposent pas, bien au contraire, elles sont absolument complémentaires : plus un territoire est sécurisé, plus il est prospère et peut attirer investisseurs et touristes. Nice et le département des Alpes-Maritimes en sont hélas un exemple : après l'attentat du 14 juillet 2016, il fallait rassurer et garantir à tous, un niveau de sécurité satisfaisant. Les services de l'Etat en lien avec les acteurs économiques, les collectivités, les hôteliers ont ainsi travaillé en lien pour garantir un niveau de sécurité élevé aux touristes, aux habitants de la Côte d'Azur et aux acteurs économiques de ce département.

Alors, oui la sécurité a un coût (les portiques, les effectifs de la sécurité privée, la vidéoprotection) mais elle est indispensable et constitue un vecteur du développement économique. C'est ainsi que le ministère de l'Intérieur a mis en place un label, le label "sécurité" destiné à labéliser les sites touristiques et qui donne lieu à des signatures de convention entre les services de l'Etat (forces de sécurité), les maires et les exploitants des sites. Plus

ieurs conventions de ce type sont déjà signées dans le département : le palais des festivals et des congrès de Cannes, le musée Chagall à Nice et prochainement le musée national Fernand Léger à Biot, des grands hôtels, le port de Cannes. Nous allons également en lien avec la CCI et à la demande de son président réactualiser la convention pour le co-développement des industries touristiques et de la sécurité publique sur la Côte d'Azur et dans les Alpes-Maritimes signée il y a quelques années. Je rappelle aussi que pour chaque manifestation qui rassemble un public important, un dispositif de sécurité solide est mis en place et validé lors d'une réunion de sécurité avec la participation des collectivités concernées. Enfin le dispositif de sécurité estivale dans un département touristique comme les Alpes-Maritimes permet de concentrer et conjuguer l'action des services de l'Etat autour de la sécurité de nos concitoyens (lutte contre la délinquance, sécurité routière, sécurité des plages, sécurité des hébergements, sécurité alimentaire, lutte contre les cambriolages, sécurité dans les transports collectifs, sécurité des événements et manifestations...). Ce dispositif sera officiellement lancé dans quelques jours. Donc oui, c'est possible de concilier ces deux notions, et la dernière édition du Festival de Cannes que vous venez de vivre en est un très bel exemple, tout comme la récente fête de la musique à Nice.

La CCI Nice Côte d'Azur inaugure son « Campus des Métiers » en septembre prochain. Quel est votre position sur l'apprentissage ?

L'apprentissage est une priorité forte. La loi Pénicaud a rendu plus attractive cette filière, pour qu'elle devienne une filière d'excellence. Elle met l'entreprise au cœur du dispositif pour qu'elle choisisse la formation qui sera dispensée au jeune par le CFA ou l'organisme de formation, au plus près de ses besoins de compétences, pour assurer son avenir et sa compétitivité. L'apprentissage permet d'acquérir ces compétences qui ouvrent la voie vers un emploi durable, de former une main d'œuvre qualifiée adaptée au besoin des entreprises qui ont du mal à recruter des salariés, et ainsi de faire diminuer structurellement le chômage. En complément à l'implication forte des chambres consulaires et notamment de la CCI Nice Côte d'Azur (campus apprentissage, promotion du dispositif ...), une action de sensibilisation est développée par les services de l'Etat.

Depuis mon arrivée, j'ai déjà participé à de belles actions car préfet et sous-préfets doivent aller à la rencontre des branches professionnelles, et des réunions ont été organisées avec l'Education nationale et des entreprises. Ce travail commence à porter ses fruits, avec une hausse de +10 % des résultats en matière d'apprentissage dans le département. Il sera poursuivi dans les prochains mois, afin à la fois de mieux faire connaître l'apprentissage et ses possibilités, et d'améliorer la mise en relation des entreprises et des apprentis. *suite page 8*



« La technopole de Sophia Antipolis a su démontrer sa compétitivité, sa dynamique exemplaire, son développement économique hors norme »

La technopole de Sophia-Antipolis vient de fêter ses 50 ans. Bel exemple de réussite d'un projet mené en collaboration avec les acteurs économiques, politiques et les représentants de l'Etat, la Datar à l'époque et la préfecture. Comment répondre aux enjeux futurs de la technopole ?

Le parc des hautes technologies de Sophia Antipolis, qui a fêté ses 50 ans le 13 juin 2019, a vu le jour grâce à un partenariat exemplaire entre l'Etat, les collectivités territoriales, les institutions et les acteurs privés impliqués dans la réussite de cette grande opération « d'intérêt national ». Malgré des années en demi-teinte et des périodes de crise économique, Sophia Antipolis a su maintenir sa croissance. Durant toutes ces années, l'Etat a rétrocédé progressivement au Syndicat Mixte de Sophia Antipolis – SYMISA – ses réserves foncières et a subventionné de nombreuses opérations. La technopole de Sophia Antipolis a su démontrer sa compétitivité, sa dynamique exemplaire, son développement économique hors norme, son innovation grandissante, sa référence mondiale et son écosystème unique.

Les enjeux futurs pour la technopole de Sophia Antipolis portent sur l'aménagement, le réseau routier, le logement dans le cadre de l'attractivité de la technopole. Pour répondre à ces enjeux le Gouvernement a mis en place des plans et des programmes d'investissement d'avenir visant à soutenir les projets comme la mobilité, les territoires d'industrie, l'intelligence artificielle... Au travers de ces projets, une nouvelle vision de Sophia Antipolis se construit où travaillent de façon horizontale l'Etat, les collectivités territoriales, les entreprises, l'université pour recruter, innover, attirer, rassembler, faciliter et simplifier. La technopole de Sophia Antipolis dispose de tous les atouts pour attirer les talents d'aujourd'hui et former ceux de demain. En 50 ans, So-

phia est devenue une véritable référence mondiale en matière d'innovation, de recherche et de développement. Pour les 50 ans à venir la technopole de Sophia Antipolis doit conserver ses références et pourra compter sur l'Etat pour y parvenir.

Le rôle et la fiscalité des CCI a fortement évolué depuis ces dernières années. Comment voyez-vous le rôle et l'action de la CCI Nice Côte d'Azur ?

La CCI NCA joue pleinement son rôle dans l'économie départementale, tant pour accompagner les professionnels et relayer leurs attentes et difficultés, que dans ses participations dans des projets structurants pour l'économie départementale, et son action directe dans le territoire : apprentissage, formation, ports, parcs d'activités... Une enquête réalisée par la CCI en février 2018 mettait d'ailleurs en exergue la valeur importante générée par l'établissement au regard de ses ressources.

Comme tous les établissements et administrations publics, elle est appelée à s'adapter aux nouvelles exigences de ses usagers et des territoires, dans un contexte budgétaire contraint. La loi PACTE du 22 mai 2019 a défini un nouveau modèle de fonctionnement et d'organisation des CCI, avec un recentrage des missions prioritaires de service public financées par la ressource fiscale et un développement des prestations payantes des chambres. Il devra permettre à la fois de clarifier les rôles dans l'accompagnement des entreprises et de réduire les prélèvements obligatoires sur ces dernières.

Dans le prolongement du contrat d'objectifs et de performance (COP) national du 15 avril 2019, une convention d'objectifs et de moyens (COM) régionale garantira des prestations homogènes et adaptées pour toutes les entreprises de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Elle sera mise en œuvre dès les budgets primitifs pour 2020. Les périodes de grandes réformes sont toujours génératrices d'appréhension pour les structures et personnels concernés. Toutefois, la CCI Nice Côte d'Azur, de par son dynamisme et ses sources diversifiées de financement, fera partie des compagnies les mieux préparées pour s'adapter à ce nouveau cadre.

Vous êtes passionné de cyclisme et Nice lancera le top départ d'une étape du Tour de France 2020. Où serez-vous pour cet évènement ? Dans la tribune ou au PC sécurité ?

Rien ne pouvait me faire plus plaisir qu'être le préfet du département accueillant le grand départ du Tour de France. Bien sûr, je me réjouis de découvrir en avance de phase l'itinéraire de cette course mythique et évidemment je serai au cœur du dispositif. Je sais aussi que cela sera un dossier complexe que je commence à préparer dès à présent avec tous les services de l'Etat et la ville de Nice : vous me verrez donc partout car je suis un homme de terrain : au PC, lors des réunions de préparation, sur mon vélo en reconnaissance des dispositifs de sécurité, comme je l'ai fait dernièrement sur le parcours vélo de l'Ironman. C'est d'ailleurs un très bel exemple d'un dossier où seront conciliés sécurité, développement économique et attractivité touristique des Alpes-Maritimes. Ce sera, j'en suis sûr une très belle aventure pour Nice, la Côte d'Azur et notre magnifique département. Sans oublier notre pays, car les belles images qui seront diffusées à cette occasion seront diffusées dans le monde entier ! ■

■ **INNOVATION**. LE 7 JUIN AU PORT VAUBAN, LES ENJEUX, AMBITIONS ET PROJETS DE LA FILIÈRE YACHTING-NAUTISME-SMART PORT POUR LE TERRITOIRE ET SES ENTREPRISES ÉTAIENT AU CŒUR DU DÉBAT.

ANTIBES : LE PROJET D'UNE TECHNOPOLE DU YACHTING EST LANCÉ

© Redaction



Les intervenants : Jacques Lesieur (DG Port Vauban et CCI Nice Côte d'Azur), Philippe Bardey (Président d'ACRI), Antoine Perry (dirigeant de SeaSatCom), Emmanuel Souraud (Directeur SmartServiceConnect), Amar Bouali (Directeur opérationnel de l'Inria), Philippe Prost (architecte des projets Vauban 21 et Gallice 21).

Côté mer, c'est le premier port de plaisance d'Europe. A quelques kilomètres à peine côté terre, la première technopole européenne où s'invente le monde digital de demain : deux pôles économiques de la Côte d'Azur qui pourtant n'étaient pas dans une réelle synergie jusqu'ici. L'idée de les rapprocher et de jouer la "fertilisation croisée" n'est pas nouvelle. Mais elle prend corps aujourd'hui. Elle a été inscrite dans le projet de Port Vauban 21, monté par la CCI Nice Côte d'Azur pour faire d'Antibes la référence méditerranéenne des ports du troisième millénaire. Et elle s'est développée récemment à l'occasion des 50 ans de Sophia Antipolis, avec la présentation à l'écosystème sophopolitain, du beau projet de technopole du yachting.

Les poids économiques ? Sophia Antipolis annonce 2.500 entreprises, 38.000 emplois et 5,6 milliards € de chiffre d'affaires. De son côté, la filière nautique azurienne tient en 1 079 établissements, 3 570 emplois et 736 M€ de CA. Des passerelles ont déjà été lancées. Exemple avec SeaSatCom, créée voilà 14 ans

« La fertilisation croisée entre Sophia Antipolis et le Port Vauban est inscrite dans le projet Vauban 21 et s'est développée récemment à l'occasion des 50 ans de la technopole sophopolitaine. »

Jacques Lesieur,
Directeur général du Port Vauban
et de la CCI Nice Côte d'Azur



par Antoine Perry, past président de Telecom Valley à Sophia Antipolis, sur un concept de télécom pour les yachts. Mais le mouvement est appelé à s'accélérer alors que, comme pour l'automobile, les bateaux jouent de plus en plus la connectivité.

Cette première réunion a permis de présenter l'esprit du projet. « Il s'agit de créer des espaces de co-working, de formation, de vie qui puissent assurer cette fertilisation croisée qui a réussi à Sophia Antipolis » explique Jacques Lesieur, directeur général du Port Vauban et de la CCI Nice Côte d'Azur. « Des exemples existent dans le monde comme OneOcean à Barcelone avec des espaces pour le personnel qui travaille dans le port, pour les start-ups, les jeunes en formation et les habitants. Sur le port Gallice, nous envisageons ainsi 3.000 m² pour le co-working et la formation. Sur le port Vauban, il s'agirait d'espace de vie, de fertilisation. » Autant de principes sur lesquels le monde de la technologie made in Sophia Antipolis est en phase. Avec Vauban, la technopole va prendre la mer : périple à suivre ! ■

■ **INNOVATION.** COMMENT LA CCI AGIT POUR RENDRE LES BÂTIMENTS ÉNERGÉTIQUEMENT PERFORMANTS.

LA ZAC MÉRIDIA À L'HEURE DES SMART GRIDS

S'il en était besoin, la canicule de ce début d'été montre que des actions sont impératives pour lutter contre l'emballement climatique. La Métropole Nice Côte d'Azur en donne un bel exemple : pour que la ZAC Méridia puisse éviter d'utiliser des énergies fossiles, l'EPA de la Plaine du Var a choisi de se servir de la géothermie. C'est cette énergie renouvelable qui permettra de chauffer, climatiser et rafraîchir cette ZAC de 24 hectares.

La solution est innovante. Ce réseau intelligent de chaleur et de froid aura recours à la géothermie de surface issue de la nappe des alluvions du Var. A horizon 2029, il couvrira les besoins en chauffage (7.2 GWh par an), climatisation (15.5 GWh par an) et eau chaude sanitaire

(7.5 GWh par an) de 520.000 m² de logements, hôtellerie et parahôtellerie, équipements, commerces, services et bureaux. La ZAC sera alors alimentée par 82% d'énergies renouvelables et de récupération pour le chaud et 78% pour le froid, s'est engagé le groupe Idex qui crée et exploitera ce futur réseau.

Ce projet marque aussi la concrétisation des efforts de la CCI Nice Côte d'Azur et de sa filiale énergie : création d'un Club Smart Grids Côte d'Azur, établissement d'une charte qui a défini le concept d'Ecoquartier Smart Grids, et plus récemment un référentiel pour les bâtiments Smart Grids Ready (SGR). Ce référentiel vient de recevoir le label "Capenergies" confirmant ainsi l'expertise acquise. Une expertise

complétée par le Groupement Efficacité Énergétique & Énergies Renouvelables (voir encadré). Ce référentiel a labellisé le chemin à suivre pour les objectifs "smart grids" de la ZAC Méridia et qui fait l'objet d'un "Challenge SGR" en cours dont les résultats seront donnés lors du prochain workshop Innovative City, en octobre à Nice. La charge se poursuit pour mettre l'innovation au service de la performance énergétique des bâtiments azuréens ! ■

FOCUS

"UN GROUPEMENT QUI BOOSTE LE MARCHÉ DE L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE"

C'est une donnée : locaux industriels ou professionnels et logements sont de gros consommateurs d'énergie. La transition énergétique concerne donc particulièrement ce secteur. Pour booster ce marché de l'efficacité énergétique, la CCI Nice Côte d'Azur a lancé l'an dernier avec le soutien de la FBTP 06, un Groupement Efficacité Énergétique & Énergies Renouvelables. Il rassemble des électriciens, des entreprises du génie électrique, des bureaux d'études, des fabricants de solutions EnR, et des distributeurs. Fort d'une soixantaine de membres, il vise à faciliter les mises en relation avec des clients potentiels et à réfléchir à des problématiques communes. L'une d'elles est le financement. D'où, d'ici la fin de l'année, l'organisation d'une grande réunion avec les acteurs financiers du secteur. ■

Au cœur de l'EcoVallée, Meridia utilisera les smart grids et la géothermie.

TRAVAUX DES DIGUES LAUBEUF ET DU LARGE AU PORT DE CANNES : 1^{re} PHASE RÉUSSIE !

■ **INFRASTRUCTURES.** PRÉVU SUR 3 ANS, CE CHANTIER D'AMPLEUR EXCEPTIONNELLE QUI A DÉBUTÉ EN OCTOBRE 2018 VIENT DE TERMINER SA PREMIÈRE PHASE DE TRAVAUX. POINT SUR CETTE ÉTAPE ET SUR LES PERSPECTIVES FUTURES.

La première phase du chantier de rénovation et de renforcement des digues Laubeuf et du Large s'est achevée en avril dernier avec succès : elles seront désormais beaucoup plus efficaces vis-à-vis des effets des coups de mer. L'ambition de la CCI Nice Côte d'Azur et de la ville de Cannes est de faire de cet équipement maritime un outil au service de l'attractivité touristique. Le tout s'inscrit dans une démarche de préservation de l'environnement et de la biodiversité pour confirmer la certification « Ports Propres » que le port de Cannes a récemment obtenu. Afin de limiter l'impact sur l'activité économique et touristique, le chantier se divise en effet en trois phases sur trois hivers. La rénovation totale de la digue s'achèvera en 2021, avec la construction d'un mur chasse mer et l'aménagement d'une promenade panoramique sur celui-ci. ■

> Plus d'infos : www.riviera-ports.com

DÉPART RÉUSSI POUR LA GARE DU SUD

© Rédaction



A la Halle gourmande, Max voit la vie en rose



Le bar à olives de Nicolas Alziari

■ **ZONES D'ACTIVITÉS.** LE BÂTIMENT DE LA GARE DU SUD, ENTIÈREMENT RÉNOVÉ, ACCUEILLE Désormais UN CONCEPT INÉDIT POUR NICE : UN ESPACE DE 2500 M² MIXANT BAR, FOOD CORNERS ET BOUTIQUES VINTAGE, DANS UN ESPRIT 100 % CONVIVIAL. DÉCOUVERTE.

Ceux qui ont connu la Gare du Sud en activité, avant sa fermeture en 1991, apprécieront l'exercice mené par Urban Renaissance, agence spécialisée dans la transformation et la création d'ensembles commerciaux en centre-ville et lauréate en 2017 de l'appel à projets de la ville. Sa mission : rénover et requalifier un bâtiment historique datant de la fin du 19^e, afin qu'il devienne l'un des spots les plus tendance de Nice et parachève le vaste projet urbain entamé en 2010 visant à moderniser le quartier de la « Libé », intégrant des logements, un multiplexe de neuf salles, une bibliothèque, des équipements sportifs...

Ainsi, après dix mois de travaux et dix-sept millions investis, la mission est accomplie. Voici donc « La Halle Gourmande » en lieu et place des quais et des rails du train des Pignes. La structure métallique de type Eiffel, qui a retrouvé son lustre d'antan est, elle, toujours là et chapeaute un espace de 2500 m² (sol

+ mezzanine) accueillant une offre très diversifiée : comptoir à huîtres, épicerie provençale, corner burger, bar à cocktails... mais aussi des boutiques vintage et d'artisanat ainsi qu'une antenne du Festival du Peu de Bonson. Bref, un joyeux mélange qui une fois la halle ouverte le matin (11 h) attire un public nombreux et met le site en effervescence. Le principe est simple : les clients choisissent le type de cuisine qu'ils désirent déguster (Française, Niçoise, Italienne, Thaïlandaise, Japonaise, etc.) et s'installent librement dans la halle.

Certes le concept n'est pas nouveau – on pense par exemple au Time Out Market de Lisbonne et ses 10 000 m² ou d'autres à Barcelone, Londres, Berlin – mais inédit à Nice. Et l'idée plaît, autant au public qu'évidemment aux commerçants venus s'installer ici. Exemple avec Maxime Mazzola directeur du bar « La Vie en Rose » et du corner food « Healthy », deux enseignes ouvertes par les

propriétaires du célèbre « Café des chineurs » lancé en 2014 dans le quartier du port à Nice. « On y croit fort ! Nous connaissons le Time Out Market de Lisbonne et pour nous ce type de concept basé sur le partage est une idée qui nous plaît beaucoup et qui nous a motivé pour venir ici. De plus cet esprit est en parfaite adéquation avec Nice et un quartier comme celui de la « Libé » à la fois familial, populaire et convivial ». D'ailleurs la majorité du public est pour l'heure Niçois. Même arguments pour la Maison Alziari qui inaugure pour l'occasion un bar à olives : « C'est avec une grande émotion que notre maison s'est jointe au projet de réhabilitation de l'ancienne Gare du Sud à Nice. Nous avons donc ouvert une petite échoppe à l'étage de ce magnifique bâtiment au plafond cathédrale où la variété des olives Cailletier en appellation Nice est mise à l'honneur ». Un pari architectural, commercial et gastronomique en passe d'être réussi. ■

> Nice, 35 avenue Malausséna

POURQUOI CAGNES-SUR-MER ADOPTE MOBIWOOM

■ **INNOVATION.** AVEC LA CARTE DE FIDÉLITÉ "BONJOUR CAGNES", IMAGINÉE PAR LA START-UP MOBIWOOM, FAIRE SES EMPLETTES EN CENTRE-VILLE PERMET DE PAYER SON PARKING. TOUT SIMPLEMENT.



© Rédaction

Comment parvenir à une meilleure rotation des véhicules et permettre aux usagers d'accéder plus facilement aux commerces du centre-ville ? A Cagnes-sur-Mer, la Fédération des associations de commerçants et d'artisans de la ville pense avoir trouvé la solution. Son nom ? "Bonjour Cagnes", une carte de fidélité intelligente, sans contact et multi-commerces, qui permet au client de transformer ses achats en temps de stationnement. « L'idée, explique Jean-Michel Cloppet, président de la Fédération cagnoise à l'origine de l'initiative, était de remettre le consommateur au cœur de notre réflexion en lui proposant un dispositif physique et virtuel qui simplifie considérablement le stationnement afin de maintenir et de développer les achats de proximité. »

Le principe de ce concept innovant développé par la start-up Mobiwoom ? Après chaque achat effectué chez un commerçant partenaire du dispositif, un pourcentage du montant dépensé est crédité sur la carte du client, qui peut ainsi payer tout ou partie de son stationnement dans les parkings et sur les horodateurs. A la fois carte de paiement et de stationnement, elle s'avère être aussi un puissant outil de fidélisation et un vecteur d'irrigation pour le tissu commercial

de proximité. « Le cashback abondé peut être utilisé chez tous les commerçants partenaires ou bien transformé en coupons générés directement sur la tablette ou le téléphone du client », poursuit le président. Surtout, « le dispositif, simple d'utilisation, est très flexible. Chaque commerçant choisit le montant de la somme attribuée en fonction de son type de commerce, de sa marge, de sa politique marketing... Et si celle-ci n'est pas utilisée dans les six mois, elle lui revient automatiquement. »

A ce jour, une trentaine de commerçants du centre-ville ont adhéré - gratuitement - au dispositif, financé à hauteur de 15 000 euros par la Fédération des associations de commerçants et artisans de Cagnes-sur-Mer, la municipalité, le Crédit Agricole et la CCI. Cette dernière, dans le cadre de sa démarche Fédé 2021, s'est d'ailleurs emparée de l'initiative cagnoise pour la relayer auprès des autres villes et fédérations du territoire et les accompagner dans la mise en place de cet outil aux multiples fonctions. « Avec, on peut tout faire, il suffit juste d'avoir l'idée », conclut Jean-Michel Cloppet. ■

> En savoir plus : www.mobiwoom.com

Food Hotel Tech : première édition à Nice en 2019

Destiné au monde de l'hôtellerie et de la restauration, ce salon international s'installe pour la première fois sur la Côte d'Azur les 5 et 6 novembre prochains au Palais des expositions de Nice. Food Hotel Tech se veut être le lieu de rencontre entre professionnels de l'hôtellerie restauration et start-ups innovantes afin de mieux appréhender les nouvelles technologies et la façon de les utiliser au sein des établissements de tourisme. Un rendez-vous à ne pas manquer pour les hôteliers et restaurateurs à la recherche de techniques innovantes pour la gestion de leur établissement. ■

> En savoir plus : www.fhtnice.com

Molinard à Grasse : un label Qualité Tourisme pour fêter ses 170 ans

Le 27 juin dernier, l'entreprise de parfums Molinard a fêté ses 170 ans et a reçu pour l'occasion le label Qualité Tourisme. Ce label atteste de l'excellence de l'accueil et des prestations proposées par les professionnels du tourisme. Créée en 1849, cette petite boutique du centre de Grasse est devenue un symbole de la parfumerie française. Avec sa charpente et son distillatoire dessinés par Gustave Eiffel, la Bastide Molinard dans laquelle le parfumeur s'est installé, accueille aujourd'hui clients, professionnels et touristes. L'usine compte parmi les entreprises de France les plus visitées (plus de 300.000 visiteurs par an). Déjà labellisée EVP (Entreprise du Patrimoine Vivant), l'obtention de ce label Qualité Tourisme confirme le haut niveau d'exigence que Molinard a su, depuis de nombreuses années maintenant, brillamment mettre en œuvre. ■

Ligne Nice-Pékin : c'est officiel !

Annoncée l'hiver dernier, une ligne aérienne directe entre Nice et Pékin sera mise en place à partir de cet été. Dès le 2 août, ce sont trois vols par semaine qui relieront Nice à la Chine, le mercredi, vendredi et dimanche. La liaison sera assurée par Air China avec un Airbus A330 qui pourra accueillir 227 passagers dont 28 en classe affaire. La Chine est le premier émetteur de touristes au monde et chaque année, plusieurs millions viennent passer leurs vacances sur la Côte d'Azur.

Cette nouvelle liaison s'affirme comme le catalyseur des échanges entre la Chine et la région et ouvrira un panel de nouvelles opportunités pour toutes les entreprises azuréennes. ■

■ **RESTAURATION.** LES DEUX RESTAURANTS REJOIGNENT LA CENTAINE DE TABLES AZURÉENNES QUI ONT OBTENU LE TITRE DE MAÎTRE RESTAURATEUR.

LA TABLE DES BAOUS (SAINT-JEANNET) ET ORIGINES (NICE) NOUVEAUX AMBASSADEURS DU "FAIT MAISON"

Le 28 mai, quasiment huit ans jour pour jour après son installation à Saint-Jeannet, Sébastien Liprandi s'est vu remettre par Bernard Chaix, vice-président de la CCI en charge du commerce, le titre de Maître Restaurateur. Seul titre délivré par l'Etat, ce titre distingue les meilleurs professionnels de la restauration qui proposent une cuisine authentique à base de produits frais, contribuent à l'apprentissage des jeunes et soignent la qualité d'accueil et de service... Mais privilégient aussi le circuit court : « *Ce sont ces produits-là qui m'intéressent* », explique le chef, qui propose « *une cuisine simple du marché à partir des cultures et élevages locaux* ».

L'établissement de 35 couverts rejoint ainsi les 3800 restaurateurs membres de l'association française des maîtres restaurateurs, dont une centaine sur le territoire azuréen. Des talents « Made in Côte d'Azur » qui sont accompagnés



par la CCI Nice Côte d'Azur pour se lancer dans la démarche d'obtention de ce titre exigeant.

Et le 4 juillet dernier, c'était Antoine Michon et France Hanson du restaurant Origines (Nice) qui ont également reçu le titre de Maître Restaurateur. Pour cette Cannoise et ce Parisien, l'idée de créer leur propre restaurant



sur la Côte d'Azur est devenue une évidence après avoir fait leurs armes chez des grands noms de la gastronomie azuréenne, comme par exemple Le Mas Candille ou l'Oasis. Le titre leur a été remis par Jean-Pierre Savarino, Président de la CCI Nice Côte d'Azur. ■

> En savoir plus : <https://latabledesbaous.fr/>
et <https://restaurant-origines.eatbu.com>

NUMÉRIQUE : LES FORCES ET LES FAIBLESSES DE LA FILIÈRE AZURÉENNE

■ **FILIÈRES.** LE 6 MAI DERNIER, LA CCI NICE CÔTE D'AZUR A PRÉSENTÉ LE RÉSULTAT D'UNE ENQUÊTE RÉALISÉE AUPRÈS DE 100 ACTEURS REPRÉSENTATIFS DE LA FILIÈRE DU NUMÉRIQUE. ETAT DES LIEUX ET DÉFINITION DES AXES STRATÉGIQUES POUR ACCOMPAGNER LA CROISSANCE DU SECTEUR.

Bien. Mais le numérique azuréen peut encore faire mieux. C'est ce qui ressort de l'enquête réalisée par la CCI Nice Côte d'Azur auprès de 100 acteurs de la filière (start-ups, grands groupes, PME, TPE, ETI, incubateurs et collectivités territoriales), enquête dont les résultats ont été présentés début mai par le président Jean-Pierre Savarino et les responsables de la Commission numérique, Laurent Londeix et Cédric Messina.

Ce qui marche ? L'incubation et le démarrage, satisfaisants dans un département qui compte un vivier important de start-ups et de grands comptes générant une véritable économie de sous-traitance numérique. Encourageant aussi : le territoire se structure. Il gagne en visibilité avec les labellisations Capitale French Tech ou 3IA, tandis que l'innovation technologique de Sophia Antipolis irrigue les marchés



Jean-Pierre Savarino, Président de la CCI Nice Côte d'Azur, entouré de Laurent Londeix et de Cédric Messina, responsables de la Commission Numérique de la CCI.

d'usage de la Côte d'Azur et joue même la synergie avec le secteur nautique, via le port Vauban tout proche...

Ce qui marche moins bien ? Pour Cédric Messina, Co-président de French Tech Côte d'Azur, pointe la croissance des start-ups, leur financement et le recrutement. « *Très peu d'ETI ou de PME sont issues des start-ups. Seulement 7 entreprises de plus de 150 salariés peuvent jouer un rôle de moteur sur l'écosystème. Il faut aussi favoriser le développement endogène, en faisant grandir les start-ups et donner naissance à une génération d'entrepreneurs locaux* ».

Ses recettes ? « *Augmenter le financement venant des grands groupes, travailler sur la formation (il manque des développeurs) et enfin constituer un fonds local, de proximité.* » En gros, les recettes de la Silicon Valley... Qui ont plutôt fait leurs preuves ! ■

LA FRENCH TECH SEED PACA-EST POUR DOPER L'INNOVATION DE RUPTURE

Coup de pouce "deep tech" pour les start-ups azuréennes en innovation de rupture ! Lancée fin mai par l'incubateur Paca-Est, BPI France et le consortium dédié (Université Côte d'Azur, Université de Toulon, SATT Sud-Est, TVT-Innovation, Communauté d'Agglomération Sophia Antipolis et Métropole Nice Côte d'Azur), la French Tech Seed Paca-Est s'appuie sur un fonds de 200 à 400 M€ financé par l'Etat. Le but ? Amplifier les premières levées de fonds auprès d'investisseurs privés en phase d'ultra-amorçage (2€ pour 1€ privé sur des montants d'investissements allant de 150.000 à 750.000 euros par start-up).

Le consortium tiendra le rôle de prescripteur pour les deux prochaines années avec un objectif annuel de quinze dossiers qualifiés. Très impliquée dans le développement de la French Tech azuréenne, la CCI s'est engagée dans une action de fond pour doper la filière numérique : elle apportera ses outils et compétences pour soutenir son développement. ■



Le coq bleu de La French Fab part à la rencontre des jeunes et de leurs familles dans 18 villes de France. Et c'est à Nice sur le quai des Etats-Unis les 15 et 16 juillet que s'est déroulée la première étape de sa tournée des plages. Objectif : faire découvrir à un large public - et avant tout les jeunes - tous les métiers de l'industrie. Ceci dans un village éphémère de 3 000 m² et au travers de nombreuses animations : drones terrestres, expérience virtuelle avec orange, impression 3D, animations autour du sport, des activités autour du sable avec le concours de l'École arts et métiers, etc. ■

➤ A suivre sur : **#FrenchFabTour** et **www.lafrenchfab.fr**



VOUS ÊTES CHEF D'ENTREPRISE VOUS AVEZ UN LITIGE À RÉGLER ?

La plateforme de médiation Nice Côte d'Azur peut vous aider :
information, orientation, proposition d'un médiateur,
salle de médiation...

 04 97 13 56 44

 8, avenue Félix Faure - 06000 Nice

 MEDIATION.NICECOTEDAZUR.ORG

MÉTROPOLE
NICE CÔTE D'AZUR

LA CHAPELLERIE, UN SUCCÈS QUI DÉCOIFFE

■ **COMMERCE.** EN 1991 JEAN-CHARLES BONNEVILLE CRÉAIT « LA CHAPELLERIE » À NICE. VINGT-HUIT ANS PLUS TARD, L'ENSEIGNE S'EST IMPOSÉE COMME UNE ADRESSE INCONTOURNABLE POUR TOUT AMATEUR DE CHAPEAU, QU'IL SOIT NÉOPHYTE OU AVERTI.

Un succès qui explique l'ouverture au fil du temps de quatre autres boutiques : deux supplémentaires à Nice, une à Marseille et une à Arles. Depuis la boutique « mère » de la rue Gioffredo à Nice, Nathalie Léon a réussi une très belle progression du chiffre d'affaires au cours des 3 derniers exercices. Pourquoi ? « *Un choix pléthorique, plus de cent marques et plusieurs milliers de références* », confirme la dirigeante. « *Nous proposons un éventail de produits pouvant satisfaire tous les goûts et toutes les bourses, allant de la simple casquette à quelques euros aux capelines de céré-*

monie signée Marzi, en passant par les mythiques Borsalino ». La volonté est aussi de toujours proposer des produits originaux. Nathalie Léon revient d'ailleurs d'un périple en Argentine où elle a sourcé d'authentiques chapeaux de Gaucho en feutre. Et puis évidemment l'exercice d'un métier : celui du commerce où l'on sait accueillir avec le sourire, et (re)mettre la notion de qualité de service à sa juste place, c'est à dire au centre de la satisfaction client. Tout est dit. ■

> En savoir plus : www.chapellerie.com



Nathalie Léon officie depuis trois ans rue Gioffredo

© Rédaction

EXOCET MET LES DAUPHINS À PORTÉE DE PALMES

■ **TOURISME.** QUI N'A JAMAIS RÊVÉ DE NAGER AVEC DES DAUPHINS ? DEPUIS 2011, EXOCET (ANTIBES) TRANSFORME CE RÊVE EN RÉALITÉ. AVEC SUCCÈS.



Jean-Christophe Cane, fondateur d'Exocet, à bord du Moguntia

Aller à la rencontre des dauphins et nager en pleine mer avec eux : le concept délivré par Exocet fait mouche. « *C'est une expérience unique que nous sommes trois en France à proposer et nous sommes les seuls à le faire depuis Antibes* », explique son dirigeant-fondateur Jean-Christophe Cane. Issu d'une famille de marins pêcheurs hauturiers, cet amoureux de la mer a développé cette offre de loisirs qui, étude à l'appui, générerait chaque année environ 3 M€ de retombées économiques directes et indirectes sur le territoire

azuréen. « *L'activité apparaît comme un élément déclencheur de voyage sur la Côte d'Azur et constitue en ce sens une véritable valeur ajoutée pour le territoire* ». Et pour prolonger le plaisir, Exocet (230 K€ de CA en 2018) développe depuis janvier des sorties naturalistes hivernales animées par un éthologue. Un produit orienté BtoB destiné à élargir sa clientèle, notamment aux comités d'entreprises. ■

> En savoir plus : www.exocet-mer.com

LA BONNE NOUVELLE

VULOG DÉVELOPPE L'AUTOPARTAGE AVEC LE GROUPE RENAULT

Vulog, entreprise azuréenne devenue le leader mondial des technologies de mobilité partagées s'associe à Renault pour équiper les citadines 100% électriques ZOE en autopartage ! L'entreprise dirigée par Gregory Ducongé, fondée à Nice en 2006 et basée dans l'Eco-Vallée vient de signer un accord avec le groupe automobile pour équiper nativement en autopartage les citadines ZOE, voitures 100% électriques. L'objectif est que, dès leur sortie d'usine, les véhicules Renault ZOE soient équipés de la technologie AIMA (Artificial Intelligence Mobility Applied) développée par Vulog. Dès fin 2019, ce sont 2500 véhicules ZOE qui circuleront sur les routes équipées de la technologie d'autopartage Vulog. Un partenariat qui fait suite à l'arrivée il y a

quelques mois de l'ancien directeur des opérations (COO) du groupe Renault et ancien dirigeant de Salesforce, Patrick Pélat, par ailleurs chargé par le président Emmanuel Macron d'une mission publique sur les nouveaux concepts de mobilité basés sur les véhicules électriques et autonomes. ■

© DR



Gregory Ducongé, dirigeant de l'entreprise

■ **DÉVELOPPEMENT.** LE FABRICANT GRASSOIS DE SCOOTERS ÉLECTRIQUES VIENT DE LEVER 455 000 € VIA LA PLATEFORME DE FINANCEMENT PARTICIPATIF WISEED.

ECCITY PASSE PAR LE CROWDFUNDING POUR INDUSTRIALISER SON TROIS-ROUES ÉLECTRIQUE



Christophe Cornillon (au centre) dirigeant de l'entreprise

© Dirlimage

Quelques 700 souscripteurs ont participé cet hiver à la campagne de financement participatif (ou crowdfunding) lancée par Eccity Motocycles sur la plateforme Wiseed, permettant ainsi au fabricant de scooters électriques grassois de récolter 455 K€. L'objectif ? Financer le lancement commercial et industriel de son dernier-né, l'Eccity Model 3, programmé à l'automne et assurer les livraisons des premières précommandes.

Le trois-roues électrique (6Kw, 100 km d'autonomie) assemblé à Grasse est équipé d'un système d'inclinaison breveté et de deux moteurs à l'arrière permettant à l'engin de rester stable et d'atteindre une vitesse de pointe de 120 km/h, mais aussi de naviguer aisément dans un trafic urbain ou péri-urbain dense, sans émission polluante. Pour les ingénieurs d'Eccity, ce sont deux années de recherche et de développement qui ont été nécessaires pour mettre au point ce modèle, présenté lors du dernier mondial de la moto à Paris. Son prix ne devrait pas dépasser 10.000 € après déduction du bonus écologique : 40 véhicules devraient

« Il y a un appétit de la part des collectivités et des entreprises, qui cherchent à réduire leur taux d'accidentalité »

Christophe Cornillon
dirigeant Eccity Motocycles

trouver preneur cette année, 200 en 2020... « Il y a un appétit de la part des collectivités et des entreprises qui cherchent à réduire leur taux d'accidentalité », relève le dirigeant qui vise notamment le marché de la livraison dite du « dernier kilomètre » et mène actuellement « des discussions avec des investisseurs étrangers » afin d'accompagner la montée en puissance « d'une offre innovante et pleine d'avenir », selon le dirigeant d'Eccity Motocycles, Christophe Cornillon.

Le crowdfunding étant un moyen de financement alternatif voire complémentaire aux sources de financement classiques, il mérite

toutefois d'être mieux connu, comme le prouve l'exemple d'Eccity. C'est pourquoi la CCI s'est emparée du sujet. Elle proposera un accompagnement permettant aux entreprises de leur faire gagner du temps et d'optimiser leurs chances de succès dans l'analyse, la préparation, la mise en œuvre et le suivi d'une campagne crowdfunding en dons, en prêts ou en capital. Un appel à manifestation d'intérêt a été lancé ce printemps afin de référencer deux plateformes dans chacune des catégories.

Après cette levée de fond réussie, Eccity vient d'obtenir le soutien de la Banque des Territoires. Celle-ci investit pas moins d'un million d'euros ! C'est la bonne nouvelle tombée à la mi-juillet pour le constructeur grassois, via sa filiale Eccity Lease destinée aux solutions de location longue durée proposée à la clientèle (particuliers, professionnels publics et privés, notamment les collectivités, les entreprises et les professions libérales). Un imposant coup de pouce pour la PME azuréenne ! ■

> Plus d'infos : eccity-motocycles.com

■ **DÉVELOPPEMENT.** VOTRE PORTEFEUILLE DE PROSPECTS EST FÉBRILE ?
VOTRE ACTIVITÉ STAGNE VOIRE BAISSÉ ? RÉAGISSEZ ! VOICI COMMENT DÉVELOPPER UN PLAN
DE PROSPECTION EFFICACE EN CINQ QUESTIONS.

5 QUESTIONS POUR ÉTABLIR UN PLAN DE PROSPECTION EFFICACE



1 QUELS SONT MES ENJEUX COMMERCIAUX ET MES OBJECTIFS CHIFFRÉS ?

Pour établir votre plan de prospection détaillé, commencez par définir vos enjeux commerciaux (prospector un nouveau marché, développer votre portefeuille de clients dormants, doper votre chiffre d'affaires...).

Vous devez ensuite chiffrer les objectifs de manière précise : quels sont les chiffres d'affaires escomptés ? Combien de nouveaux prospects et de rendez-vous prévoyez-vous ?

2 QUEL EST LE PROFIL DE MA CIBLE ?

Avant d'effectuer votre prospection commerciale, il faut déterminer à qui elle s'adresse.

Si votre clientèle actuelle correspond à votre cible, l'objectif sera de développer vos clients effectifs : les « actifs » (achat récent), les « inactifs » (achat non renouvelé) et les « évadés » (les clients dont vous semblez avoir perdu la trace).

Si votre cible est peu ou mal connue, la phase de profilage (persona) est indispensable pour réussir votre prospection : statut (particulier, pro...), tranche d'âge, CSP, habitudes d'achats.

TÉMOIGNAGE

JEAN-MARC CHARPENTIER, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE HITECH GROUP : "DOUBLER LE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 3 ANS"



Distributeur d'équipements utilisant les nouvelles technologies ludiques et interactives pour améliorer le bien-être, la qualité de vie et la santé des utilisateurs, le groupe propose également un centre d'exergaming à Villeneuve-Loubet. Son dirigeant a bénéficié de la formation "Développement Commercial", proposée par la CCI Nice Côte d'Azur. « Le développement commercial, c'est le nerf de la guerre pour augmenter son chiffre d'affaires et cela demande vraiment de la

technicité. J'ai l'habitude de dire que je suis dans une mine d'or et qu'avant, j'avais une petite cuillère pour creuser... Maintenant, grâce au programme Développement Commercial proposé par la CCI aux PME azuréennes, je vais avoir un marteau piqueur ! Nous avons pour objectif désormais de doubler le chiffre d'affaires dans les 3 ans, notamment en prenant position sur le marché des seniors, la fameuse silver économie. » ■



© iStock

3

QUELLES SONT LES BONNES PRATIQUES DE PROSPECTION, AUJOURD'HUI ?

En 2019, l'inbound marketing est le levier pour doper votre acquisition de leads. Son principe : attirer ses clients, au lieu de les solliciter en envoyant de la publicité (voir en point "4"). Mais rien n'interdit d'allier les deux techniques, « sortante » et « entrante », pour optimiser sa prospection commerciale. Pour maximiser vos chances, jouez sur les deux tableaux et multipliez les points de contact avec vos prospects. Combinez l'animation d'un blog ou l'envoi d'emailings ciblés avec une campagne de terrain à l'occasion d'un événement local dédié à votre domaine par exemple. La prospection commerciale omnicanale est la meilleure solution pour relancer votre activité et développer votre panel de prospects.



> En savoir plus sur la formation Développement Commercial de la CCI Nice Côte d'Azur
Contactez Sofia Oueslati - Conseillère en entreprises
Tel. 04 93 13 74 48 - Mail : sofia.oueslati@cote-azur.cci.fr

4

QUELS SONT LES OUTILS ET TECHNIQUES DE PROSPECTION À MA DISPOSITION ?

Deux stratégies sont possibles et peuvent être combinées, chacune mettant en œuvre des canaux différents.

L'outbound, ou l'art d'aller chercher le client...

Pour atteindre cet objectif, votre approche, vos messages mais aussi le choix des supports et des canaux de diffusion doivent être en phase avec le mode de fonctionnement de vos prospects : communiqués dans la presse spécialisée, affichage ou publicité payante sur Facebook, Google Adwords, présence sur des salons professionnels, prospection téléphonique ou par e-mail, sms ou courrier.

... L'inbound, ou comment faire venir les clients à soi !

Avec cette méthode de prospection « entrante », le client vient à vous spontanément, séduit par votre forte valeur ajoutée perçue.

Votre travail consiste à créer des contenus de qualité et attractifs par rapport à ses besoins pour qu'il vous trouve « naturellement ». Pour ce faire, il vous faudra travailler sur trois axes complémentaires que l'on nomme : SEO (optimisation de votre site web pour doper votre référencement naturel) ; Blogging (création de contenus régulièrement actualisés et qualitatifs sur votre blog) ; Social Selling (communiquer) régulièrement et de façon adaptée sur les réseaux sociaux.

A noter : certains outils de prospection intelligents permettent d'acquérir et de gérer plus facilement des leads. Un logiciel de Business Intelligence (Dig Dash Enterprise, Vizzboard...) vous permettra de segmenter vos cibles ou de travailler sur des messages adaptés. Un outil de marketing automation (Hubspot, Sendinblue...) permet d'automatiser les actions visant à générer un contact avec vos leads.

5

QUELS MOYENS FINANCIERS ET HUMAINS PUIS-JE MOBILISER ?

Avant de finaliser votre plan de prospection, faites un point sur les ressources dédiées.

Le budget : à définir pour vous permettre de déterminer quels types d'actions de prospection mener. Salon ? Création de contenus numériques ? Campagne payante bien ciblée sur Internet ?

Les ressources humaines : Internes ou externalisées, vos ressources doivent être orchestrées pour permettre d'atteindre vos objectifs de prospection. Pour les recruter, les structurer ou optimiser leur efficacité, la CCI Nice Côte d'Azur vous accompagne.

Le saviez-vous ?

Pour vous accompagner dans la réussite de votre prospection, la CCI Nice Côte d'Azur propose des formations dédiées pour doper l'efficacité de votre prospection commerciale.

© Rédaction



MA BOUTIQUE, MES SOLUTIONS

LA TOURNÉE 2019 SE MET EN PLACE

■ **ALTERNANCE.** FORTE DE SON EXPÉRIENCE ET DU SUCCÈS DE LA TOURNÉE DE " LA BOUTIQUE DU COMMERCE" DÉPLOYÉE EN 2018 DANS LES ALPES-MARITIMES, LA CCI NICE CÔTE D'AZUR A PROPOSÉ AUX VILLES DU DÉPARTEMENT (ET MÊME AU-DELÀ) UNE OFFRE CLEF EN MAIN. " MA BOUTIQUE, MES SOLUTIONS " EST UNE BOUTIQUE ITINÉRANTE HÉBERGEANT DES SOLUTIONS CONNECTÉES ET OUTILS INNOVANTS, FACILES À DÉPLOYER POUR LES COMMERÇANTS ET LES RESTAURATEURS.

"Ma Boutique, Mes Solutions", projet initié par la CCI Nice Côte d'Azur, est de retour pour une deuxième tournée (la première a eu lieu l'an dernier : « La Boutique du Commerce » a accueilli plus de 500 commerçants). En reproduisant les différents espaces d'un véritable magasin, l'opération se présente comme une boutique intel-

ligente, un espace de démonstration mobile dont l'objectif est triple : apporter des solutions aux commerçants pour faire face aux mutations technologiques, les accompagner dans la transition numérique pour booster leurs points de vente, mais également de valoriser les offreurs de solutions.

çants, une bonne utilisation des outils numérique ne change pas le métier, ne le déshumanise pas. Au contraire, il permet de renforcer la relation client.

Trouver des solutions faciles, qui boostent le commerce.

Pour Eric Chaumier, Président de la Fédération des Associations du Tissu Economique de l'Ouest (FATEO06), l'outil est efficace : « *En tant que représentant des commerçants du bassin cannois, j'ai voulu m'associer au projet en premier lieu pour trouver des solutions faciles qui boostent le point de vente et les restaurants, mais aussi des solutions pour se faire connaître, pour gagner du temps sur la gestion de son activité et aussi pour faire le plein d'idées. Le commerçant a la tête dans le guidon au quotidien et la Boutique, c'est une façon de lui amener des solutions au bas de sa porte* ».

© N. Hufschmitt



« Le commerçant a la tête dans le guidon au quotidien... La Boutique, c'est une façon de lui amener des solutions au bas de sa porte. »

Eric Chaumier,
membre élu de la CCI Nice
Côte d'Azur et vice-président
de la commission Commerce

En septembre, c'est une cinquantaine de solutions numériques et digitales faciles à déployer qui seront donc proposées aux commerçants des villes accueillant la boutique : Cannes, Cagnes-sur-Mer, Mougins, Saint-Laurent du Var, Nice et Antibes dans les Alpes-Maritimes mais aussi dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, avec Cavaillon, Brignoles et Sisteron.

L'idée est de démontrer que le numérique doit renforcer la valeur ajoutée du commerce, c'est-à-dire sa proximité. Le numérique ne complexifie pas, il simplifie le quotidien.

Contrairement aux idées reçues de certains commer-

En effet, la boutique hébergera des solutions connectées faciles à déployer :

« *Le but en 2019 est toujours d'aller à la rencontre des professionnels à travers cette boutique de 45m² qui présentera 56 solutions autour de plusieurs thématiques*, poursuit Eric Chaumier. La boutique proposera donc un panel de solutions relativement large : comment gagner du temps (paiement, sécurité, gestion), comment attirer de nouveaux clients et les fidéliser, comment offrir un service supplémentaire (livraison, expérience client...), comment animer tout au long de l'année et moderniser le point de vente : aménagement de vitrine, merchandising...

Les commerçants pourront voir la solution à un instant T, se la faire expliquer et murir leur projet : « *C'est un travail de fond que nous menons sur le long terme. J'ai discuté moi-même avec certains commerçants qui ont visité la boutique l'an dernier et n'avaient pas concrétisé. Ils sont plus matures cette année quant à leurs besoins et se-*

César Camy, président et directeur commercial de All my SMS : "Il faut accompagner les commerçants face à la transformation numérique"



© DR

« Nous avons choisi d'être présent dans la Boutique du commerce l'année dernière car les commerçants sont notre cœur de cible. Nous avons plus de 6 000 clients en France et dans le monde mais notre entreprise n'est pas forcément connue au niveau local. Avec le dispositif proposé par la CCI Nice Côte d'Azur, nous pouvons nous rapprocher de l'écosystème niçois et développer la notoriété de l'entreprise. Il y a aussi tout un travail d'évangélisation à faire : les commerces de proximité ont du mal à se mettre aux nouveaux outils, il faut les accompagner dans la transformation numérique. Nous ferons partie de la tournée 2019 avec cette année un commercial de l'entreprise sur place dans la boutique pour présenter notre offre. » ■

Maryse Castellani, gérante de 3 boutiques à Menton : "Pour faire les bons choix, nous avons besoin d'être guidés"



© N. Hufschmitt

« J'utilise la solution All my SMS avec pleine satisfaction car elle est facile d'utilisation et j'apprécie de pouvoir bénéficier des conseils personnalisés notamment lors de la mise à disposition de nouveautés sur la plateforme. J'ai visité la Boutique du commerce à Nice l'an dernier, c'est une excellente initiative pour des commerçants qui parfois hésitent à s'informatiser ou à mettre en place des solutions innovantes. Le client a besoin de reconnaissance, mais il faut faire les bons choix : nous avons besoin d'être guidés. » ■

ront plus à même de passer le cap de la mise en œuvre, le dispositif "Ma boutique, Mes solutions" permet de tourner le commerçant vers le numérique et ce, en accélération» indique Eric Chaumier.

Pourquoi? « Parce que le modèle économique a changé ! Désormais, il faut se mettre à la page et nous avons un rôle de facilitateur. Ce projet, initié et suivi par la CCI, est un vrai bel outil mis à disposition des commerçants. Les fédérations de commerçants sont les courroies de distribution entre la CCI et nos ressortissants. Rendez-vous à Cannes le 23 septembre pour le lancement de la tournée 2019 ! » ■

> plus d'infos :

developpementcommerce@cote-azur.cci.fr

*Une opération menée avec le soutien de la Banque Populaire Méditerranée

■ RÉSEAU. ACTEURS ET PROFESSIONNELS DE LA SÉCURITÉ NUMÉRIQUE ET DE LA PROTECTION ÉCONOMIQUE SE SONT RETROUVÉS À LA CCI NICE CÔTE D'AZUR POUR UN COLLOQUE SUR LA CYBERSÉCURITÉ.



© iStock

CYBERSÉCURITÉ : COMMENT SE PROTÉGER DES NOUVELLES MENACES ?

Durant cette dernière décennie, les entreprises ont connu une véritable révolution en ce qui concerne la numérisation des données et des méthodes de travail. Certes, cette révolution s'est accompagnée de nombreux avantages mais également de nouvelles menaces auxquelles il faut désormais faire face. Espionnage, vol de données, captation d'innovation... autant de risques qui pèsent sur une entreprise et qu'elle se doit de neutraliser. Pour informer les entreprises, la CCI Nice Côte d'Azur et ses partenaires* ont organisé le 6 juin dernier la seconde édition du colloque SecNumeco. En introduction, Fabien Paul, membre du bureau de la CCI, rappelait « que l'an dernier, 600 entreprises ont été informées sur la cybersécurité et le Règlement Général de la Protection des Données. Mais il y a encore beaucoup de

travail à faire là-dessus d'où l'importance des journées comme celles-ci. ». Car les entreprises azuréennes sous estiment grandement le risque d'une cyber attaque. Pourtant c'est une menace qui pèse sur tout le monde : grands comptes, PME, TPE et même particuliers. La plupart attendent trop souvent d'être victimes d'une attaque pour engager de réelles mesures de protection. C'est donc le bon conseil à retenir : ces solutions sont à mettre en place en amont, en mesure de prévention. ■

* l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information, la préfecture de région PACA, le Service de l'Information Stratégique et de la Sécurité Économique, la Gendarmerie des Alpes-Maritimes, le Club de la sécurité de l'information en réseaux PACA et Telecom Valley



© Rédaction

« Le coût moyen d'une attaque est de 73 000 €. Il est donc primordial pour les sociétés, les institutions ou les administrations de se protéger. »

Fabien Paul, membre du bureau de la CCI Nice Côte d'Azur

Le concept store école est installé au cœur de Polygone Riviera.



© Rédaction

SKOLA, FORMATION COMMERCIALE EN IMMERSION TOTALE

■ **ALTERNANCE.** CE PROGRAMME COURT, INNOVANT ET GRATUIT FORME AUX MÉTIERS DE LA VENTE DANS L'ENVIRONNEMENT RÉEL D'UN CONCEPT STORE, INSTALLÉ AU CŒUR DU CENTRE COMMERCIAL POLYGONE RIVIERA À CAGNES-SUR-MER.



© N. Hufschmitt

« Offrir des perspectives d'avenir à nos jeunes, mais aussi réussir à redonner le goût du travail à un public en rupture avec le parcours scolaire classique... »

Laurent Lachkar,
Vice-président de la CCI Nice
Côte d'Azur en charge de la
formation et de l'alternance

« Je suis un jeune. Je suis presque sûr de vouloir faire de la vente. J'ai été en décrochage car le système scolaire ne me convenait plus... Je fais quoi ? » La réponse : Skola ! Ce dispositif créé en 2015 par la fondation « les Apprentis d'Auteuil », organisation nationale destinée à accompagner des jeunes en difficultés, propose un concept à double détente.

Un objectif noble : réintégrer un public en difficulté dans un parcours scolaire et professionnel. Et concept original comme le précise Julie-Anne Lisiecki, chef de projet Skola. « Les apprenants, vingt au total, sont mis en situation réelle dans une vraie boutique créée pour l'occasion au cœur du centre commercial Polygone Riviera. Par roulement, ils sont soit dans le showroom, où suivis par un coach, ils assurent la vente de produits, la décoration des vitrines, l'ouverture et la fermeture de l'échoppe... Soit dans l'arrière-boutique pour recevoir des cours théoriques. »

La partie formation – onze semaines au total de mars à mai – est assurée par l'Institut du Commerce et des Services (ICS) et correspond à un module du titre « Vendeur conseiller commercial » proposé au sein de l'établissement de la CCI Nice Côte d'Azur. En validant ce module, les jeunes acquièrent toutes les compétences nécessaires pour exercer le métier de vendeur et sont donc prêts à se lancer sur le marché du travail (80 % des diplômés 2018 ont trouvé un emploi).

Mais ils peuvent aussi intégrer le programme « Vendeur conseiller commercial » proposé par l'ICS pour valider

les modules manquants et ainsi compléter leur formation. Deux options donc, vie active ou retour dans un parcours scolaire, pour une sortie 100 % positive !

Pauline, 20 ans a reçu son diplôme en juin dernier : « Skola m'a donné l'envie de grandir professionnellement. Je n'ai ni BAC, ni diplôme. Et comme je veux travailler dans l'immobilier, j'étais bloquée pour m'inscrire en BTS. Grace à Skola, je vais poursuivre la formation « Vendeur conseiller commercial » proposée par l'ICS, afin de continuer des études supérieures et me former à un métier que j'aime. » Pour Maria-Amélie, 19 ans : « Cette expérience m'a permis de me prouver que j'étais capable de repousser mes limites en travaillant plus de 35 h par semaine tout en restant alerte de la première à la dernière heure ».

Skola opère ainsi sur deux plans comme le précise Laurent Lachkar, Vice-président de la CCI en charge de la formation et l'alternance : « Offrir des perspectives d'avenir à nos jeunes, mais aussi réussir à redonner le goût du travail à un public en rupture avec le parcours scolaire classique... et pas toujours paré à fournir un effort assidu pendant des mois. Avec Skola, nous sommes certes sur un public différent et une démarche différente de ce que l'on fait habituellement... mais l'ICS sait s'adapter. » Rendez-vous en septembre pour la prochaine session. ■

Contact : Cécile Neto,
Responsable pédagogique ICS
cecile.neto@cote-azur.cci.fr



VOUS COMMENCEZ TÔT, NOS PRIX ATTRACTIFS AUSSI.

Avec le contrat Matina d'EDF Entreprises, bénéficiez d'une offre d'électricité simple adaptée à votre activité matinale avec un prix garanti sur 3 ans*.

3022

Service & appel
gratuits

edf.fr/entreprises

L'énergie est notre avenir, économisons-la !

* Offre destinée aux entreprises et professionnels pour leur site d'une puissance supérieure à 36 kVA et disposant d'un compteur Saphir ou PME-PMI. Voir caractéristiques sur le site edf.fr/entreprises

PACTE CONTRE LE CANCER : COMMENT ACCOMPAGNER LES SALARIÉS ?

■ **RH.** POUR ASSURER LE BON DÉROULEMENT DE CE PROGRAMME, LA LIGUE CONTRE LE CANCER A SIGNÉ UNE CHARTE AVEC CINQ GRANDS ACTEURS ÉCONOMIQUES DES ALPES-MARITIMES, DONT LA CCI NICE CÔTE D'AZUR.



© iStock

Le dispositif PACTE (Programme d'Actions Cancer Toutes Entreprises) est une initiative de la Ligue contre le Cancer qui a pour but d'accompagner les entreprises dans le retour à l'emploi d'un salarié malade et ce dans deux domaines cruciaux : la gestion des ressources humaines et le développement d'une démarche de Responsabilité Sociétale des Entre-

prises, la fameuse RSE. Le but est de proposer des solutions adaptées aux particularités des entreprises, modulables selon l'entreprise, le malade et les différents salariés.

Outre faciliter le retour au travail du salarié dans l'entreprise, les missions qui incombent aux différentes parties prenantes sont nom-

breuses : prévention, campagne de sensibilisation, promotion du dépistage, accompagnement psychologique des équipes, financement de la recherche contre le cancer, soutien aux malades et à leurs proches. Les services proposés par la Ligue contre le Cancer sont totalement gratuits et s'inscrivent dans les démarches de gestion des ressources humaines et de RSE menées par les entreprises. En mars 2019, l'ANDRH* Côte d'Azur, la CCI Nice Côte d'Azur, la CMAM PACA**, Pôle Emploi 06, l'UPE06 se sont engagés à promouvoir et encourager le dispositif PACTE auprès des entreprises en signant une charte de coopération. ■

> En savoir plus :

Aline Baratoux

Déléguée au développement
des partenariats avec les entreprises

Tel. 04 97 20 20 49

aline.baratoux@ligue-cancer.net

www.ligue-cancer.net

*ANDRH : Association Nationale des DRH

**CMAM PACA : Chambre des Métiers régionale

■ **EMPLOI.** LA 6^e ÉDITION DE LA RENCONTRE INTERCOMMUNALE POUR L'EMPLOI, ÉTAIT ORGANISÉE EN AVRIL DERNIER À CARROS. RETOUR SUR UN FRANC SUCCÈS.

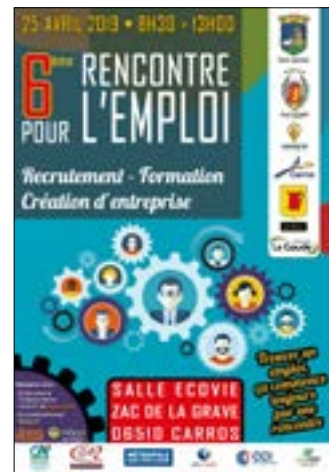
BILAN TRÈS POSITIF POUR LE FORUM EMPLOI ÉCO VALLÉE 2019

Organisée par les communes de St Jeannet, Gattières, Vence, Carros, Le Broc et La Gaude en partenariat avec la CCI Nice Côte d'Azur (en charge de l'organisation), la Chambre des Métiers et de l'Artisanat (CMAR06), le CAIPDV (union des clubs d'entreprises de la Plaine du Var) et Pôle Emploi, cette manifestation participe au rapprochement des entreprises et des demandeurs d'emploi de nos territoires en proposant des postes à proximité des habitants de l'Eco Vallée.

Pour cette édition 2019, 400 visiteurs sont venus à la rencontre des 55 exposants (33

entreprises dont 5 agences d'intérim, 9 écoles, 8 organismes pour la création d'entreprise et 6 partenaires) proposant 500 offres d'emploi à pourvoir.

La matinée a été ponctuée par des animations autour de l'emploi avec la présentation des métiers des entreprises Elis, GreenBull, Virbac, la Mesta Chimie Fine et le pôle entrepreneurial de Carros. Le petit plus de cette édition : grâce à un stand de maquillage proposé par l'école de conseil en image FAM de Nice et la présence du photographe Ludovic Depetris, les candidats sont repartis avec une photo d'identité de qualité professionnelle pour leur CV.



Au total, 485 curriculum vitae ont été récoltés par les entreprises et des recrutements sont déjà en cours... Un résultat concret. Rendez-vous est déjà pris pour l'année prochaine. ■

UNIJURIS

SOCIÉTÉ D'AVOCATS AU BARREAU DE NICE

DEPUIS 1969

ACCOMPAGNE LES ENTREPRISES ET LEURS DIRIGEANTS
DANS LEURS PROJETS PROFESSIONNELS ET PATRIMONIAUX



LAURENT AURICOSTE • LUCILE FRENEAUX • FRANÇOIS DUNAN

46 BD VICTOR HUGO - CS 81443 - 06008 NICE cedex 1
TÉL.: +33(0)4 93 87 12 66 - avocats@unijuris.fr

unijuris.fr



■ **TOURISME.** POUR SÉDUIRE LES TOURISTES CHINOIS, LE CLUB AURA NOTAMMENT POUR OBJECTIF DE CRÉER UN LABEL « CHINESE FRIENDLY » GARANTISSANT UN BON ACCUEIL À CETTE CLIENTÈLE STRATÉGIQUE.

CLUB CHINE, TOP DÉPART EN SEPTEMBRE

En 2018, plus de 115 000 touristes chinois ont visité la Côte d'Azur.



© iStock

« Nous travaillons sur une charte à appliquer pour mieux recevoir un touriste chinois »

Michel Chevillon
vice-président de la CCI Nice Côte d'Azur
en charge du Tourisme

poser les fondamentaux sur lesquels nous allons travailler », explique Michel Chevillon. « Notamment la mise en place d'une charte qui définirait des règles à appliquer pour mieux recevoir un touriste chinois, comment s'adapter à sa culture et répondre à ses attentes. Le deuxième objectif est de développer des relations entre prestataires de manière à créer, au-delà de cette charte de qualité, un label « Chinese Friendly », qui permettrait à chaque acteur de la chaîne de valeur (hôtels, restaurants, plages, commerçants...) de s'engager, chacun à son niveau, pour bien accueillir le touriste chinois. » ■

C'est le marché et la destination phare du XXI^e siècle. La fréquentation de la Côte d'Azur par les touristes chinois pourrait doubler d'ici sept ans pour dépasser les 250 000 séjours chinois en 2025 ! Une manne pour l'économie locale à ne pas rater d'autant plus qu'à compter du 2 août, l'aéroport Nice Côte d'Azur ouvre une

liaison directe avec Pékin. Voilà pourquoi la CCI Nice Côte d'Azur, sous l'impulsion de Michel Chevillon - vice-président en charge du Tourisme - a lancé la réflexion autour de la création d'un Club Chine en septembre prochain. Deux réunions de travail ont eu lieu, une en avril et une début juillet dont « l'objectif était de

POURQUOI UBITRANSPORT S'IMPLANTE À CAGNES SUR MER

■ **IMPLANTATION.** LEADER DES SYSTÈMES DE TRANSPORT INTELLIGENTS NUMÉRIQUES, L'ENTREPRISE RHÔNE-ALPINE MISE SUR LA CÔTE D'AZUR POUR ÉTABLIR SA STRATÉGIE DE DÉPLOIEMENT.



© Ubitransport

Pionnier des systèmes de transport intelligents connectés urbains, inter et périurbains, scolaires, hors grandes métropoles, Ubitransport a fait le choix de s'implanter sur la Côte d'Azur en janvier dernier. Complétant le siège, situé à Mâcon et les implantations internationales de Toronto, Montréal et Chicago, le nouveau site de Cagnes-sur-Mer va piloter la prospection internationale. Pour Nathalie Azoulay, directrice marketing « la Côte d'Azur réunit tous les atouts pour permettre à Ubitransport d'assurer son déploiement dans le monde : qualité des installations, proximité directe de l'aéroport international, attractivité du cadre de vie pour attirer les profils qualifiés, dynamisme du territoire et soutien des acteurs locaux ».

L'entreprise est aujourd'hui en pleine croissance, avec une progression de son CA de plus

« La Côte d'Azur réunit tous les atouts pour permettre à Ubitransport d'assurer son déploiement dans le monde. »

Nathalie Azoulay,
directrice marketing d'Ubitransport

de 6.528 % en 4 ans ! La société équipe aujourd'hui plus de 100 réseaux en métropole, à l'Outre-mer et au Canada et compte 50 collaborateurs. « L'aide de Team Côte d'Azur a donc été particulièrement précieuse pour nous faire connaître et aller plus facilement à la rencontre des acteurs locaux » témoigne Nathalie Azoulay. Ubitransport nourrit maintenant de grandes perspectives de développement et envisage de doubler ses effectifs. ■

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

NÉGOCE

Grossiste en fleurs fraîches

Réf. 061C0377

CA : 1 320 000 € / Prix : 200 000 € Effectif : 3 (+2 saisonniers)
Retraite, cède fonds de commerce, créé il y a plus de 60 ans. Le plus de l'entreprise : export haut de gamme vers les Etats-Unis, le Canada et l'Europe.

Cave à vin, bar à vin

Réf. 061C0390

CA : 182 000 € / Prix : 120 000 € Effectif : 2
Changement d'activité, cède fonds de commerce. Ville touristique du littoral. Activité de bar à vin à développer en saison. Locaux de 65 m². Pas de salariés à reprendre.

Négoce plomberie, sanitaire et chauffage

Réf. 062C0353

CA : 294 000 € / Prix : 60 000 € Effectif : 1
Raisons personnelles, cède parts sociales ou fonds de commerce. Clientèle de professionnels à 85 % (dont marchés publics 20 %). Local de 255 m² sur 2 niveaux.

Distribution d'outillages, machines-outils, EPI

Réf. 062C0425

CA : 510.000 €
Prix : 100.000 € (valeur fonds de commerce hors stock) Effectif : 2
Cause changement de région, cède parts sociales d'une société spécialisée dans la vente en gros d'outillages, machines outils et équipements de protection individuelle (EPI). Bonne notoriété acquise depuis plus de 10 ans. Clientèle fidèle et récurrente de professionnels. Zone intervention : Alpes-Maritimes, Monaco, Est du Var. Stock estimé : 70.000 €.

Import - export de bijoux

Réf. 062C0419

CA : 1.237.000 € / Prix : 450.000 € + stock Effectif : 3
Cause retraite cède fonds de commerce ; activité créée en 1997. Importateur et Distributeur spécialisé dans les bijoux pour hommes et femmes. Chiffre d'affaire réalisé à l'international. Stock estimé : 600.000 €.

COMMERCE

Concession moto

Réf. 061C0362

CA : 2 850 000 € / Prix : 400 000 € + stock (350 000 €) Effectif : 3
Retraite, cède parts sociales concession moto multimarques route et tout terrain avec plus de 30 ans d'ancienneté. Local de 800 m² + parking.

Boutique de souvenirs

Réf. 062C0373

CA : 100 000 € / Prix : 55 000 € Effectif : 0
Raisons personnelles cède fonds de commerce situé sur l'artère principale d'une commune très touristique du littoral. Local en bon état.

Fleuriste

Réf. 061C0398

CA : 260 000 € / Prix : 120 000 € Effectif : 2 (+1 saisonniers)
Changement de région, cède fonds de commerce, sous la même enseigne depuis 40 ans, repris en 2012, situé en centre-ville sur une voie principale et commerçante. Boutique d'angle de 40 m², vitrine d'angle de 12 m², atelier de 40 m².

Vente d'équipement nautique

Réf. 061C0365

CA : 765 000 € / Prix : 250 000 € Effectif : 2
Cause retraite, cède fonds de commerce. Activité exploitée depuis + de 25 ans. Clientèle fidèle de bateaux de luxe. Nouveau bail commercial en 2016. Local 100 m².

Traiteur, pâtisserie, sandwicherie

Réf. 061C0336

CA : 180 000 € / Prix : 150 000 € Effectif : 1
Retraite, cède fonds de commerce, repris en 2008, situé en centre-ville, quartier commerçant. Etablissement entièrement rénové en 2016. Matériels neufs.

E-commerce secteur automobile

Réf. 061C0316

CA : 400 000 € / Prix : 220 000 € Effectif : 0
Cause retraite, cède société de vente accessoires automobiles. SAS créée en 1988 et disposant de 3 sites de e-commerce. Marques déposées à l'INPI. Bonne notoriété auprès d'un réseau de revendeurs en France, et pays francophones.

HÔTELLERIE-RESTAURATION

Brasserie - Restaurant - Pizzeria

Réf. 062H0084

CA : 365 000 € / Prix : 320 000 € Effectif : 5
Pour raisons personnelles, cède fonds de commerce. Situé dans une zone en plein développement. Affaire du midi avec capacité de 60 couverts en intérieur, 60 couverts en terrasse couverte. Local de 180 m². Loyer : 38 000 €.

Bar Restaurant communal

Réf. 063H0086

Prix : 7 200 € (loyer annuel)
La commune de Castillon, village perché des Alpes Maritimes d'environ 400 habitants à 15 minutes de Menton recherche pour l'exploitation d'un établissement communal Bar restaurant un(e) exploitant(e) seul(e) ou en couple. Etablissement entièrement neuf prêt à être aménagé et équipé. Licence IV.

Bar, restaurant, pizzeria, traiteur

Réf. 065H0064

CA : 300 000 € / Prix : 250 000 € Effectif : 6
Raisons personnelles, cède fonds de commerce situé à 50 km de Nice sur l'axe Nice-Digne, au cœur d'un village médiéval, à 30 km de Valberg. Licence IV. Capacité 80 couverts en intérieur. 30 en terrasse.

Hôtel-restaurant

Réf. 065H0028

CA : 210 000 € / Prix : 260 000 € (+ murs 580 000 €) Effectif : 3
Retraite cède fonds de commerce (achat des murs possible), situé au Col de Turini, lieu mythique du sport automobile, à 50 km de Nice, Menton, Monaco. Chalet sur 3 niveaux avec 17 chambres, hammam, appartement de direction et chambres pour le personnel. Salle de restaurant (150 couverts).

INDUSTRIE-BATIMENT

Second œuvre du bâtiment, rénovation

Réf. 061C0345

CA : 770 000 € / Prix : 200 000 € Effectif : 8
Changement d'activité, cède parts sociales de sociétés spécialisées dans la rénovation et l'intervention après sinistres. Equipe de techniciens et ouvriers qualifiés, polyvalents. Idéal croissance externe.

Fabrication menuiserie alu PVC miroiterie fenêtre

Réf. 061C0406

CA : 940 000 € / Prix : 560 000 € Effectif : 8
Cause retraite, cède parts sociales. Bonne notoriété acquise depuis près de 40 ans. Clientèle professionnel à 50 %. CA en progression. Equipe polyvalente.

Charpente, couverture et zinguerie

Réf. 1819P0107

CA : 3 100 000 € / Prix : 800 000 € Effectif : 18
Retraite, cède parts sociales. Notoriété de plus de 30 ans. Entreprise structurée avec bureau d'étude intégré. Réponses à appels d'offres.

SERVICES

Événementiel : Location d'équipement

Réf. 062C0391

CA : 440 000 € / Prix : 525 000 € Effectif : 4 (+4 saisonniers)
Changement d'activité et de région, cède parts sociales. Clientèle de particuliers (mariage, fêtes de famille) à 70 % et de professionnels (traiteurs, lieux accueillant mariage, fête de famille, association). Local de 600 m² dont mezzanine 200 m².

Décoration d'intérieur

Réf. 063C0364

CA : 174 000 € / Prix : 250 000 € Effectif : 0
Retraite, cède fonds de commerce, créée depuis plus de 20 ans. Clientèle de particuliers nationale et internationale à fort pouvoir d'achat. Local de 224 m².

Studio pré-press et production graphique

Réf. 062C0363

CA : 500 000 € / Prix : 280 000 € Effectif : 5
Retraite, cède fonds de commerce ou parts sociales. Clients professionnels (grands comptes, acteurs publics), le repreneur pourra s'appuyer sur une équipe qualifiée en charge du suivi de leurs dossiers clients.

Réseau d'entretien automobile

Réf. 062C0357

CA : 250 000 € / Prix : 250 000 € + stock 5 000 € Effectif : 5
Retraite, cède parts sociales. Clientèle essentiellement locale, composée de particuliers et de professionnels (marchés publics). Portefeuille clients récurrents. 300 m² d'atelier + bureau en mezzanine, loyer : 22 000 €/an.

Entretien automobile

Réf. 062C0356

CA : 450 000 € / Prix : 290 000 € + stock 30 000 € Effectif : 3
Raisons personnelles, cède fonds de commerce. Entreprise implantée dans une zone d'activité commerciale depuis plus de 20 ans, 400 m² d'atelier, clientèle de particuliers.

Réalisation d'assainissements

Réf. 062C0408

et distribution de matériel Effectif : 14
CA : 2 200 000 € / Prix : 950 000 €
Retraite, cède parts sociales de 2 sociétés, française et monégasque, spécialisée dans la réalisation et la maintenance d'assainissement collectifs et individuels ainsi que la distribution de matériel. Forte croissance. Equipe structurée. Local de 350 m² + parking en zone franche. Bureau de 9m² dans centre d'affaire à Monaco.

Prestations de services administratifs

Réf. 062C0409

CA : 175 000 € / Prix : 120 000 € Effectif : 1
Cède activité de prestations de services administratifs (auxiliaire de transport, représentation fiscale, ...). Activité implantée à Monaco auprès d'une clientèle fidèle internationale. Reprise conditionnée à l'accord des autorités monégasques.

Edition de logiciels

Réf. 1834P0108

CA : 500 000 € / Prix : 750 000 € Effectif : 9
Cède parts sociales. Présence à l'international. Récurrence du CA (275 000€)

Location et vente de bateaux, places de port

Réf. 061C0414

CA : 130 000 € / Prix : 100 000 € + local 130 000 € Effectif : 0
Changement d'activité, cède fonds de commerce. Local situé dans un port du littoral des Alpes-Maritimes, vendu avec le fonds pour un montant de 130 000€.

Services à la personne : cession actif incorporel

Réf. 061C0423

Prix : à définir avec le dirigeant Effectif : 9
Cession de l'autorisation d'exercer un établissement de services à la personne sur le département des Alpes-Maritimes. Le cessionnaire doit être pressenti à remplir les conditions pour gérer un établissement de services à la personne. Le cessionnaire doit respecter les conditions d'organisation et de fonctionnement correspondant aux dispositions du décret N°2016 - 502 du 22/04/2016, relatif au cahier des charges national des services, d'aide et d'accompagnement à domicile.

LOCAL À VENDRE

Entrepôt

Réf. 062C0410

Prix : 80 000 €
Au cœur du centre-ville de Nice à proximité du marché de la libération (Rue Veillon), entrepôt commercial de 32 m² avec une chambre froide de 20m³. Accès sécurisé pour charger et décharger.

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

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



DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE



Nous nous engageons aux côtés des professionnels du Tourisme avec une offre spécifique, une expertise dédiée et un accompagnement en proximité.

Nous accompagnons
1 entrepreneur sur 4
de la filière Tourisme*



*Source interne CAPCA à fin décembre 2018 - hôtellerie tourisme cafés restaurants - Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel Provence Côte d'Azur. Société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit. Siège social situé Avenue Paul Arène - Les Négadis- 83300 DRAGUIGNAN. RCS DRAGUIGNAN 415 176 072. Société de courtage d'assurance immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance sous le n° 07 005 753 et consultable sur www.arias.fr. - Service Communication Crédit Agricole Provence Côte d'Azur - Maj format 06/2019 - Images: Istockphotos© Création Graphique STU6 - IP_AZURENTREPRISE_CCI_A4_FiliereTourisme.pdf