

#149

NOVEMBRE/DECEMBRE 2025

AZUR

le magazine de la



CCI NICE
CÔTE D'AZUR

ENTREPRISES & COMMERCE

MARTINE CLARET

POUR HORUS PHARMA, L'INNOVATION
EST UN PROCESSUS CONTINU

RENCONTRE AVEC
LA DIRIGEANTE
DU LABORATOIRE
OPHTALMOLOGIQUE
AZURÉEN **P.14**



Ose !

édition

Nice

Le Cercle Business des

ENTREPRENEURES

SAVE THE DATE

L'entrepreneuriat féminin sous toutes ses formes :
apprendre, transmettre, oser, évoluer

10 février 2026

Campus Sud des Métiers

13 avenue Simone Veil 06200 Nice

Infos & Inscription sur
ose.cote-azur.cci.fr



Au programme

- Ateliers
- Tables rondes
- Village des partenaires
- Concours de pitches :
mettez en avant votre projet,
gagnez en visibilité et accélérez
votre développement !

organisé par



avec le soutien de



en partenariat avec



Dans ce
numéro...



L'info

Grands équipements

Comment la CCI va investir sur le port
de St Laurent du Var ■ p.4

Grands rendez-vous

Talent in Tech, Business Transfer Forum :
beaucoup de monde ! ■ p.6

Entrepreneuriat

4 nouvelles DéCCIdeuses ■ p.8

Dossier

Filière

Zoom sur la croissance bleue
azuréenne ■ p.10

Rencontre avec...

Martine Claret, Horus Pharma ■ p.14

Arnaud Pinte, Club des Entrepreneurs
de Grasse ■ p.15

Entreprise(s)

Smart Clic ■ p.16

Box Color ■ p.16

Alziari ■ p.17

Sur le terrain

Industrie

Cap'IA : la suite du programme ■ p.18

Réseau

La Place Business

Convention d'affaires MICE & Leisure
le 22 janvier ■ p.20

Territoire(s)

Événement

Les Ultim de retour au port Vauban ■ p.23

**JEAN-PIERRE
SAVARINO**

PRÉSIDENT
DE LA CHAMBRE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
NICE CÔTE D'AZUR



© Loïc Bisoli

La résilience des entreprises, un exemple à suivre

Cette année 2025 se termine dans un contexte où la visibilité est plus que jamais compliquée. L'actualité est rythmée par les tensions géopolitiques au plan international et le blocage parlementaire au plan national, dont l'épisode budgétaire illustre la difficulté à tracer des perspectives claires pour l'État, nos concitoyens et bien sûr, le monde économique dans son ensemble.

Un monde économique où pourtant, on peut aller chercher des exemples.

Face aux incertitudes, aux difficultés les chefs d'entreprise ne baissent pas les bras, heureusement. En bons loups de mer, ils sont à la barre, gardent le cap malgré des repères souvent mouvants, affrontent les vents contraires comme les tempêtes en prenant soin de leur équipage. Je souhaite rendre hommage à leur abnégation et leur foi en l'avenir, qui est quelque chose qui se surmonte. On ne subit pas l'avenir, on le fait, a écrit Georges Bernanos.

En attendant d'écrire avec vous 2026, je voudrais réaffirmer que la CCI, elle aussi, tient son cap.

Plus que jamais, elle s'investit dans de nombreux domaines pour servir le développement économique de notre territoire dans le sens de l'intérêt général. Qu'il s'agisse de créer des événements pour animer notre tissu d'entreprise et favoriser leurs relations d'affaires, d'accompagner celles et ceux qui veulent transmettre, créer ou reprendre une entreprise, gérer de grands équipements, imaginer et réaliser de nouvelles structures pour permettre de développer les PME/PMI azuréennes, d'anticiper les grandes mutations mais aussi de former les jeunes professionnels dont nos entreprises ont besoin... Pour cela, chaque jour toutes ses équipes sont sur le pont, à vos côtés. Et ce sera toujours le cas en 2026.

En espérant que cette nouvelle année permette à chacun et chacune d'entre vous d'entreprendre dans un contexte apaisé ou la sérénité et la vi-

sibilité seront de retour, je vous souhaite dès à présent beaucoup de réussite. Nous serons heureux, élus et collaborateurs de votre CCI, de vous y aider.

Editeur

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

Directeur de la publication

Jean-Pierre SAVARINO, Président

Rédacteur en chef

Christian PROUD-DIAZ,
Responsable Communication institutionnelle
christian.prouddiaz@cote-azur.cci.fr

Conception-Rédaction-Réalisation

Pôle communication institutionnelle
Chambre de Commerce et d'Industrie
Nice Côte d'Azur
Tél. : 04 93 13 74 76
E.mail : azur.entreprises@cote-azur.cci.fr

Edition digitale : <https://www.cote-azur.cci.fr/azur-entreprises-et-commerces/>
(abonnement en ligne gratuit)

Photo couverture : Rédaction
Impression : Trulli (Vence, 06)

Tiré à 3000 exemplaires + diffusion digitale
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)

CCI NICE CÔTE D'AZUR

Suivez-nous sur



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

Régie publicitaire contactez Gersende Giordano au 04 93 13 73 52 ou par mail : gersende.giordano@cote-azur.cci.fr



Point essentiel du projet, la requalification de tout le quai de la Pérouse. Avec la promenade paysagère, l'agrandissement des terrasses, la voie partagée (cyclable, piétons) : une nouvelle ère pour le port.

COMMENT LA CCI VA INVESTIR SUR LE PORT DE SAINT-LAURENT-DU-VAR

GRANDS ÉQUIPEMENTS

Ayant emporté la délégation de service public pour la gestion du port, la CCI prévoit un important programme d'aménagement pour améliorer l'activité du site.

Depuis plus de cent ans, la CCI gère des ports sur la Côte d'Azur. Une expertise historique* au cœur de son ADN : ses domaines d'expertise couvrent l'ensemble des activités portuaires : commerce (croisière, navettes portuaires et côtières, ferries, fret), plaisance, yachting et super yachting, carénage, parking, espaces événementiels, ingénierie portuaire, domanial. Ce qui lui a permis d'emporter la délégation de service public confiée par la Métropole Nice Côte d'Azur pour le réaménagement et l'exploitation du port de Saint-Laurent-du-Var, l'un des huit ports de la métropole et son plus grand port de plaisance, avec 1 083 anneaux et 39 cellules commerciales, dont 32 commerces de bouche. Une attribution confirmée le 11 juillet dernier, pour une durée de 20 ans à compter du 1^{er} janvier 2026.

Le port de Saint-Laurent-du-Var a déjà connu des transformations majeures ces dernières années avec la réfection complète des commerces et les travaux menés sur la digue. Mais cette fois, il s'agit d'aller bien plus loin. La requalification du site a ainsi vocation à se poursuivre pour les vingt prochaines années, avec des espaces publics résolument tournés vers la transition écologique et l'adaptation au change-

ment climatique. Une approche consacrant la végétalisation, les mobilités douces et favorisant notamment les déplacements piétons...

Une démarche forte va donc être menée au plan environnemental. Avec une gestion exemplaire des déchets, incluant la pré-collecte bi-quotidienne des déchets des restaurants. Mais aussi une réduction de l'empreinte carbone avec pour objectif un port neutre énergétiquement, notamment par l'installation de panneaux photovoltaïques. La qualité de l'eau, la biodiversité marine et terrestre sont aussi au cœur du projet, avec l'installation de nurseries à poisson, le déploiement de Molluscan (huîtres connectées) pour détecter les pollutions et une forte végétalisation du port : 166 arbres seront plantés et 4 000 m² d'espaces seront végétalisés.

Autre objectif assigné : améliorer l'attractivité économique du port et offrir un cadre de standing pour les usagers, les activités nautiques et les commerces, mais aussi rénover les installations et l'outillage en optimisant notamment le plan d'eau. En outre, il est prévu de développer l'interface ville-port-plage, en faisant du port une partie intégrante de la dynamique littorale

locale. Ces objectifs ont été fixés non seulement en fonction des évolutions que connaît le secteur de la plaisance mais également en lien avec les préoccupations des usagers du port en matière de stationnement, de circulation, d'attractivité ou encore d'impact en phase chantier.

Au total, ce sont plus de 34 millions d'euros de travaux qui seront réalisés pour moderniser les infrastructures, qui permettront au port de plaisance de Saint-Laurent-du-Var de rivaliser avec les plus grands ports de la Côte d'Azur. Les travaux porteront sur de nombreux aspects... Tout d'abord, la requalification des espaces circulés et piétons devant les commerces tout en accroissant la capacité de stationnement pour les usagers et les clients des commerces par la construction de deux parkings en ouvrage. 695 places de stationnement seront ainsi proposées, contre 584 actuellement. Par ailleurs, la station-service du bord de mer sera remplacée par un parking en ouvrage et un yacht-club destiné à renforcer l'interface ville-port. La création d'une maison des associations permettra également de dynamiser la vie associative portuaire. Futur phare de la vie du port, le bâtiment permettra aussi de développer une nouvelle activi-



À l'entrée ouest du port, un tout nouveau bâtiment sera créé pour accueillir le yacht-club, la maison des associations, ainsi qu'une activité événementielle et business.

été événementielle et business, qui contribuera à dynamiser encore le site. Un vrai plus qui tient à la nature même de la CCI, gestionnaire expérimenté de grands équipements portuaires mais aussi acteur central de l'animation économique sur la Côte d'Azur. La Place Business, service CCI de mise en relation BtoB qui facilite l'accès aux donneurs d'ordres locaux (voir page 20), va se doter d'un lieu de rencontres physiques dans le nouveau bâtiment avec l'organisation de 30 événements business chaque année. 7 événements grand public seront aussi organisés chaque année : fête du port, fête de la Saint Laurent, marché Noël, journées École au port, forum des associations... Plus des événements pour les plaisanciers : cafés pontons, soirée des plaisanciers, campagnes de sensibilisation...

Autre grand objectif de cette nouvelle ère pour le port, l'amélioration des services. Que soit pour les plaisanciers, les usagers, les commerçants et bien sûr pour les visiteurs. Dans cet esprit, la modernisation du plan d'eau existant va aussi être réalisée dans une optique d'adaptabilité aux nouveaux standards et en vue d'améliorer le confort de navigation. On peut également noter un service domanial dédié pour un meilleur accompagnement des commerces, la labellisation qualité tourisme du port, la mise en œuvre d'un poste de sécurité 24h/24 et 7j/7... Enfin, il faut noter que les personnels actuels du port vont intégrer les équipes de la CCI : toutes sont mobilisées pour réussir en quelques semaines la reprise du port. ■

* La CCI gère également les ports Gallice et Vauban à Antibes, ainsi que le vieux port de Golfe-Juan

MARCHÉS PUBLICS

DE NOUVEAUX SIGNATAIRES POUR LE SMALL BUSINESS ACT 06

Depuis le lancement de la démarche, 42 collectivités, organisations et entreprises azuréennes ont signé la charte, qui engage les donneurs d'ordre à privilégier l'économie locale et à simplifier l'accès des petites structures aux marchés publics.



Jean-Pierre Sautarel, directeur général de 3F Sud et Valérie Copin, présidente du CA de In'Li, du Groupe ActionLogement ont signé la charte SBA 06 avec Jean-Pierre Savarino, Président de la CCI.

Durant le salon IBT le 2 octobre dernier, deux nouveaux partenaires ont rejoint la démarche initiée par la CCI pour faciliter l'accès des TPE/PME aux marchés publics des Alpes-Maritimes. Jean-Pierre Sautarel, directeur général de 3F Sud et Valérie Copin, présidente du CA de In'Li - 2 structures du Groupe ActionLogement (acteur de référence du logement social et intermédiaire en France) - ont signé la charte SBA 06.

Ils ont été suivis par RTE Réseau de Transport d'Electricité Méditerranée, représenté par Jean-Hubert Félix, Directeur des Affaires Publiques, qui est devenu le 14 octobre (lors de la soirée du Club Energie Côte d'Azur) le 42^e signataire de la charte, réaffirmant ainsi son engagement en faveur du tissu économique local.

Lancé en 2021 pour favoriser l'accès des TPE et PME aux marchés publics des Alpes-Maritimes, le Small Business Act 06 est une charte qui vise à soutenir l'emploi local et structurer un écosystème économique durable, fondé sur la coopération entre acteurs publics et privés. Une démarche vertueuse, basée sur 22 propositions issues du Code des marchés publics, comme le « sourcing » de solutions et de fournisseurs, le recours à la négociation dans les procédures adaptées ou des clauses de révision de prix.

Première institution azuréenne à se positionner comme donneur d'ordre, la CCI Nice Côte d'Azur a elle-même franchi une nouvelle étape. Dans le cadre du Small Business Act 06, elle organise désormais des rencontres directes entre ses équipes et les entreprises du territoire. La première s'est déroulée le 10 décembre dès 7h30, à l'aéroport. Objectif : rendre plus visibles les projets CCI à venir et leurs modalités d'attribution. Des projets autour des ports gérés par la CCI (Vauban, Gallice, Saint-Laurent-du-Var - voir ci-contre), le Campus Sud des Métiers, les Studios de la Victorine, l'Hôtel d'entreprises Argila, et le siège de la CCI à Nice. Ces opérations concernent des secteurs variés : BTP, innovation environnementale, logistique urbaine, équipements portuaires, sécurité, gestion des espaces verts, facility management ou encore data centers.

Ce nouveau format de rencontres vise trois priorités : l'innovation technique et énergétique, la sécurisation et la gestion d'équipements, le développement durable dans les infrastructures publiques, et la modernisation des établissements. Tout en permettant aux acteurs économiques locaux de mieux se positionner sur les appels d'offres c'est aussi pour la CCI, l'occasion d'identifier les opportunités de partenariat. ■



GRANDS RENDEZ-VOUS



TALENT IN TECH, BUSINESS TRANSFER FORUM : POURQUOI LES ENTREPRENEURS PARTICIPENT MASSIVEMENT

Beaucoup de monde sur les éditions 2025 de deux grands rendez-vous proposés par la CCI et ses partenaires : Talent in Tech, le salon des métiers du numérique (6 novembre à Antibes) et le Business Transfer Forum (13 novembre à Nice).

Le 6 novembre, l'Azur Arena d'Antibes accueillait le Salon Talent in Tech 2025, organisé par la CCI. Avec 1020 participants, soit 30 % de plus que l'édition précédente, et le soutien de 10 partenaires engagés, l'événement a confirmé son rôle majeur dans l'attractivité et le développement des métiers du numérique sur la Côte d'Azur. Entre entreprises, écoles, startups et candidats, l'Arena s'est transformée en véritable carrefour d'échanges et de découvertes. Tout au long de la journée, le programme a enchaîné ateliers, animations et conférences, allant de l'intelligence artificielle aux métiers de la cybersécurité, en passant par l'entrepreneuriat et les nouvelles compétences numériques. Les participants ont pu assister à des job datings, des démonstrations, des sessions de networking, une conférence inspirante par Lobna Calleja sur l'impact de l'IA dans les RH et la gestion des talents. Ainsi qu'à deux temps forts : le Fundtruck, concours binational destiné aux startups inno-

vantes, et le Hackathon Top Tech, qui a réuni quatre équipes étudiantes pour 24 heures de programmation intensive. Ce sont finalement Parent Cool, créée par une DéCCIdeuse (voir en page 8) à Sophia Antipolis, et Eathwake, basée à Nice, qui ont remporté le Fundtruck, tandis que le Hackathon a été remporté par l'équipe de l'école d'informatique 42 Nice.

Pour Aurélie Meunier, business manager chez Matawan (Assistance et services informatiques à Sophia Antipolis), cette édition était l'occasion de combiner visibilité et mission sociale : « C'est la deuxième fois que je participe à ce forum en tant qu'exposante et partenaire. Ce salon répond à deux objectifs : gagner en visibilité sur le bassin sophilopolitain et offrir des opportunités à des personnes en recherche d'emploi. Rencontrer des personnes positives, aider des étudiants, même si je n'ai pas forcément de stage à offrir, leur donner des conseils sur leur CV... il y a plein de raisons de repartir avec le sourire. » Jérémie Semel, responsable des admissions de Iris (École supérieure d'informatique à Nice), insiste, lui, sur la dimension pédagogique et partenariale de l'événement : « Si je suis ici aujourd'hui, c'est d'abord pour faire connaître l'école, installée à Nice depuis deux ans. L'objectif est de rencontrer des étudiants et de développer des partenariats avec des entreprises afin de placer nos alternants. Quand on est une école récente dans une région, participer à ce type d'événements est essentiel. C'est le meilleur moyen de se faire connaître. » Du côté des candidats, Louis Potron, étudiant en master cyber-

sécurité à Epitech Nice, confie que le salon change complètement la donne par rapport à l'envoi de CV en ligne : « C'est la première fois que je participe à un salon de ce type. Rencontrer les recruteurs en face-à-face permet de mettre un visage sur un parcours, une personnalité. Aujourd'hui, j'espère déposer cinq CV et cibler le domaine de la cybersécurité offensive, qui me passionne. » Enfin, pour Cécile Bencheit, responsable des relations écoles chez Amadeus (Sophia Antipolis), le salon est aussi une vitrine pour l'entreprise : « Beaucoup connaissent Amadeus de nom, mais pas forcément nos activités. Participer à ce forum permet de rendre notre entreprise plus visible et d'identifier des profils intéressants pour des stages, des alternances ou des postes à temps plein. »

Dans un contexte où la transmission d'entreprise devient un levier essentiel de pérennité économique, la CCI organise également le Business Transfer Forum, volet azuréen d'une manifestation régionale portée par les CCI de PACA. La 3^e édition vient de se dérouler au Campus Sud des Métiers. L'objectif : réunir dirigeants, cédants et repreneurs pour fluidifier les échanges, apporter des conseils concrets et sécuriser des projets souvent longs et complexes. Les chiffres confirment l'urgence : 26 624 entreprises du département, soit 36 % de l'activité locale, sont aujourd'hui concernées par une cession potentielle. Le vieillissement des dirigeants entraîne une dépendance directe de plus de 109 000 emplois, soulignant la nécessité d'anticiper ces transitions pour préserver compétences



ISES

© Rédaction

et savoir-faire. Avec près de 25 000 structures de moins de 50 salariés dirigées par des entrepreneurs de plus de 55 ans, l'enjeu dépasse le simple aspect économique : c'est aussi une question de continuité sociale et territoriale. Toute la journée, experts-comptables, avocats, banquiers et conseillers spécialisés répondent aux questions clés : quand transmettre, comment valoriser son entreprise, quelles implications fiscales ou patrimoniales, et comment structurer un projet de reprise sur 12 à 18 mois, la durée moyenne observée. Les pitches reprenneurs et cédants complètent le dispositif en facilitant les mises en relation et en accélérant les opportunités.

Parmi les participants, Arnaud Cheminant, un Valbonnais qui porte un projet de reprise dans les métiers d'art et la restauration du patrimoine : « Le reprenariat est un véritable modèle d'entrepreneuriat, pourtant encore trop peu mis en avant. Au Business Transfer Forum, on rencontre en un seul lieu des experts, cédants et conseillers capables d'accompagner efficacement. » Grâce à son pitch de deux minutes, il a pu faire avancer son projet : « J'ai désormais une piste sérieuse et des négociations en cours. Le forum m'a permis d'échanger avec d'autres reprenneurs et d'être mis en relation avec les bonnes structures. En clair, on y gagne du temps, du soutien, et on avance vraiment. » ■

> retrouvez tous les rendez-vous de la CCI sur : www.cote-azur.cci.fr/agenda/

LOGEMENT

UN MANIFESTE ET UNE STRATÉGIE À LONG TERME

Face à la crise du logement qui s'aggrave d'année en année, la CCI et les professionnels proposent une nouvelle vision.

Alors que l'instabilité ministérielle nuit à la continuité des politiques publiques, la CCI propose une vision à long terme, articulée autour de deux leviers : la prospective territoriale et des propositions concrètes à destination des pouvoirs publics. « Le logement est un élément essentiel de l'attractivité de notre territoire azuréen et de la compétitivité de ses entreprises. Il a besoin d'une stratégie de long terme, pas d'annonces ponctuelles au gré des changements de ministres », souligne Cyril Messika, président de l'Observatoire Immobilier d'Habitat (OIH) de la CCI Nice Côte d'Azur. « En moins de dix ans, dix ministres se sont succédé à ce poste. Cela illustre parfaitement le manque de continuité dans un domaine qui, au contraire, demande de la stabilité et de la visibilité. »



Cyril Messika, Président de l'Observatoire Immobilier d'Habitat Côte d'Azur.

Présenté lors de l'Assemblée Générale de la CCI, le document « Côte d'Azur 2040 » s'inscrit dans cette volonté de projection. Piloté par la Commission Aménagement du Territoire, il esquisse les grandes orientations du territoire à horizon 2040, en intégrant notamment les enjeux de foncier, de mobilité, d'urbanisme commercial et bien sûr, de logement. Ce travail de prospective servira à définir la feuille de route opérationnelle de la CCI, en cohérence avec les priorités locales. Car avec Côte d'Azur 2040, la CCI veut structurer une vision stratégique claire : comment habiter, se déplacer et travailler sur notre territoire dans les quinze prochaines années. C'est une manière d'anticiper, de donner du sens et d'éviter les politiques au coup par coup.

En parallèle, la CCI relance le « Manifeste de la Filière Immobilier pour un territoire intelligent et durable », initialement publié en 2021. Le document, rédigé avec le concours de 20 contributeurs et partenaires de l'Observatoire Immobilier d'Habitat, recensait déjà 50 propositions autour des enjeux prioritaires du logement sur la

Côte d'Azur. Confrontée à une crise qui s'amplifie et à l'approche des élections municipales de 2026, la CCI a choisi d'en actualiser le contenu. L'objectif : fournir aux décideurs publics, notamment les élus locaux, une base de réflexion et d'action adaptée à la réalité du terrain. Le manifeste intégrera également un volet consacré à l'immobilier d'entreprise, afin de mieux penser les mixités d'usage entre habitat, bureaux et commerces. « Nos propositions ont une vocation pédagogique », rappelle Cyril Messika. « Nous voulons aider les élus à comprendre la complexité des enjeux, mais aussi leur montrer que des solutions existent, prêtes à être mises en œuvre. »

Fruit d'un travail collectif et pluridisciplinaire, cette démarche mobilise un large éventail d'acteurs : la FPI, la FBTP06, la FNAIM, la Chambre des Notaires, la Banque des Territoires, INL' PACA, la CECAP, EDF, GRDF, l'UPE06, ainsi que le SACA, qui ont activement contribué à la réflexion. Le document final sera publié début 2026 et présenté lors de la réunion annuelle de l'OIH en mars, juste avant les élections municipales. Il sera ensuite adressé à l'ensemble des nouveaux élus du département, dans l'espoir de nourrir un débat constructif. « Nous voulons provoquer un vrai dialogue avec les maires et les pouvoirs publics », insiste le président de l'OIH. « Car pour qu'il y ait dialogue, il faut être deux. Et trop souvent, nous avons l'impression de crier dans le désert. » Malgré les obstacles, la CCI reste déterminée à faire entendre la voix des professionnels. « La boîte à outils est prête », conclut Cyril Messika. « Les acteurs de la filière sont alignés, les solutions existent, elles sont concrètes. Reste à ce que la volonté politique suive. Car face à l'urgence, il faudra bien agir... ■

> plus sur : www.cote-azur.cci.fr/animation-de-filieres-professionnelles/filiere-immobilier/



© Rédaction

C'est au sein de l'incubateur créé par la CCI que les 4 entrepreneures développent leur projet.

LES DÉCCIDEUSES : FOCUS SUR LES 4 NOUVEAUX PROJETS ACCOMPAGNÉS

ENTREPRENEURIAT

Chloé Sasaa, Nina Pierquet, Prescilla Cizeron et Sandra Le Jan viennent d'intégrer l'incubateur azuréen avec des projets innovants qui repensent l'hôtellerie, la parfumerie de niche, la mode responsable et les services aux familles. Rencontre.

Nina Pierquet a créé Daily Bird pour proposer une solution "human tech" adaptée à l'hôtellerie haut de gamme. « Après plusieurs années dans le secteur, j'ai constaté que les équipes, très mobiles, étaient submergées par des outils complexes et dispersés. Les CRM sont souvent figés, les PMS concentrés sur la gestion des réservations et de la facturation et la majorité des collaborateurs en contact avec les clients n'ont pas accès aux informations au bon moment. Résultat : chacun gère l'information via mails, WhatsApp, papier ou post-it : plus personne ne peut se concentrer sur l'expérience client. Pour cela, Daily Bird est une plateforme collaborative qui facilite la communication ascendante, centralise les informations et permet à toutes les équipes de participer à la personnalisation du séjour. Dans le luxe expérientiel, chaque détail compte, et pour que chaque collaborateur puisse contribuer à cette expérience, il faut que tout le monde dispose des bonnes informations, au bon moment. Pour mon projet, rejoindre Les Déccideuses a été un tournant. J'étais à un moment clé du projet, un peu perdue sur des questions structurelles. L'incubateur m'a apporté accompagnement, motivation et vision globale, mais aussi cette solidarité entre entrepreneures qui rassure et donne confiance. »

Projet porté par Sandra Le Jan, Parfum d'éthique, fait le lien entre seconde main et parfum de niche.

« Mon parcours a d'abord été dans le développement RH : promotion interne, développement des compétences, marque employeur... J'y ai beaucoup appris sur l'humain et la gestion de projets, mais j'avais envie de donner un sens plus écologique à mon travail. Je suis passionnée par la se-

conde main : c'est ainsi que je consomme mes vêtements, ma décoration et ma maroquinerie... et je voulais trouver un moyen de créer un business autour de cette démarche durable. C'est ainsi qu'est née l'idée de Parfum d'éthique : récupérer des stocks dormants de parfumerie de niche, fabriqués à Grasse et les proposer avec un packaging légèrement imparfait mais un jus intact, pour éviter le gaspillage et prolonger leur vie. Depuis mon arrivée en septembre au sein des Déccideuses, j'ai bénéficié de nombreuses formations, de mises en relation avec des fabricants grasseois, - sur une nouvelle gamme de bougies notamment - et d'événements qui enrichissent ma culture entrepreneuriale et managériale. Aujourd'hui, mon objectif immédiat est de préparer les ventes de Noël. Ensuite, développer le marché italien. »

Chloé Sasaa lance Watowear, avec objectif de re-connecter garde-robe et personnalité.

« Aujourd'hui, avec la *fast fashion* et les réseaux sociaux, on a vite tendance à se perdre dans les tendances et à oublier qui l'on est vraiment. Mon application apprend à vous connaître - vos goûts, votre personnalité, vos aspirations - et vous aide à utiliser ce que vous avez déjà dans votre dressing ou à trouver des pièces qui vous correspondent réellement, pas juste celles qui sont à la mode. J'ai rejoint l'incubateur Les Déccideuses en juillet. Après avoir lancé ma première entreprise il y a 17 ans, j'ai compris que l'accompagnement pouvait m'aider à gagner en efficacité. Depuis, j'ai été mise en relation avec des experts pour la partie juridique et administrative, mais aussi pour préparer mes levées de fonds, travailler sur mon pitch et rendre mon entreprise plus attractive pour les in-

vestisseurs. Travailler dans un environnement mixte, où les énergies féminines et masculines se complètent, stimule la créativité et crée un véritable équilibre. Cela permet d'avoir une vision différente, d'être plus productif et de faire avancer son projet plus sereinement. »

Parent Cool, projet de Prescilla Cizeron est une plateforme pour les familles.

« Elle centralise toutes les activités, sorties et services "*kids friendly*" pour les familles azuréennes. Mon objectif est de faire gagner du temps aux parents. Mais aussi mettre en lumière les professionnels locaux adaptés aux enfants. J'ai rejoint Les Déccideuses parce que je ne voulais pas entreprendre seule. C'est un réseau bienveillant, motivant, où l'on avance ensemble. L'accompagnement est concret et humain : ateliers, coachings personnalisés, intervenants de qualité, mais aussi échanges avec d'autres entrepreneures. Cela m'aide à structurer mon projet, à surmonter les moments de doute et à garder le cap. Les Déccideuses sont un vrai tremplin pour gagner en confiance. Mais aussi en compétence et être entourée d'une communauté de femmes inspirantes et bienveillantes. En ce moment, je me prépare pour la finale nationale du FundTruck à Paris, après avoir remporté la finale régionale. Parallèlement, Parent Cool continue de croître : plus de 100 partenaires ont rejoint la plateforme et nous avons dépassé les 5000 visites en seulement deux mois. Pour 2026, je souhaite étendre le projet sur toute la région PACA et, pourquoi pas, lever des fonds pour aller au plan national ». ■

> en savoir plus : www.les-deccideuses.com



VOUS CHERCHEZ À DÉVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ OU RACHETER UNE SOCIÉTÉ ?

La CCI Nice Côte d'Azur identifie pour vous
des entreprises ciblées selon vos critères :
secteur, taille, localisation, potentiel.

Une prospection efficace, confidentielle et sur mesure
pour accélérer vos opportunités business.

+ d'infos



Contactez
votre
conseiller

laurence.thibaud@cote-azur.cci.fr
Tarification sur devis



Au cœur de votre histoire



ZOOM SUR LA CROISSANCE BLEUE AZURÉENNE

FILIÈRE

Alors que le 30 septembre, la CCI a présenté son étude "Croissance Bleue 06", consacrée à l'avenir de la filière maritime dans les Alpes-Maritimes, retour sur les enseignements de cette réalisation menée par le pôle Etude Economique de la CCI, qui a permis de dresser un diagnostic approfondi du secteur maritime local, de co-construire des solutions avec les acteurs du territoire, et de formuler des recommandations concrètes pour accompagner la transition écologique du secteur à l'horizon 2030.

Un moteur stratégique pour les Alpes-Maritimes en quête de durabilité : il y a quelques semaines, la CCI, avec le soutien du Fonds d'Intervention Maritime, a dévoilé l'étude "Croissance Bleue 06", un diagnostic complet du secteur local. Fruit du travail du pôle Étude Économique de la CCI, ce rapport co-construit avec les acteurs du territoire propose des solutions concrètes pour accompagner la transition écologique du maritime et préparer l'avenir de cette filière stratégique.

Car dans les Alpes-Maritimes, l'économie bleue est bien plus qu'un décor ou une extension naturelle de l'activité touristique. Elle constitue un véritable pilier économique, aujourd'hui structuré autour de 2120 établissements qui

La filière en chiffres

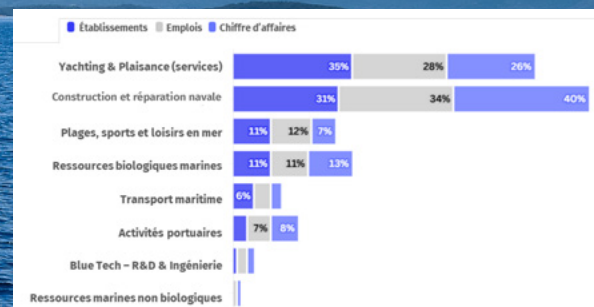
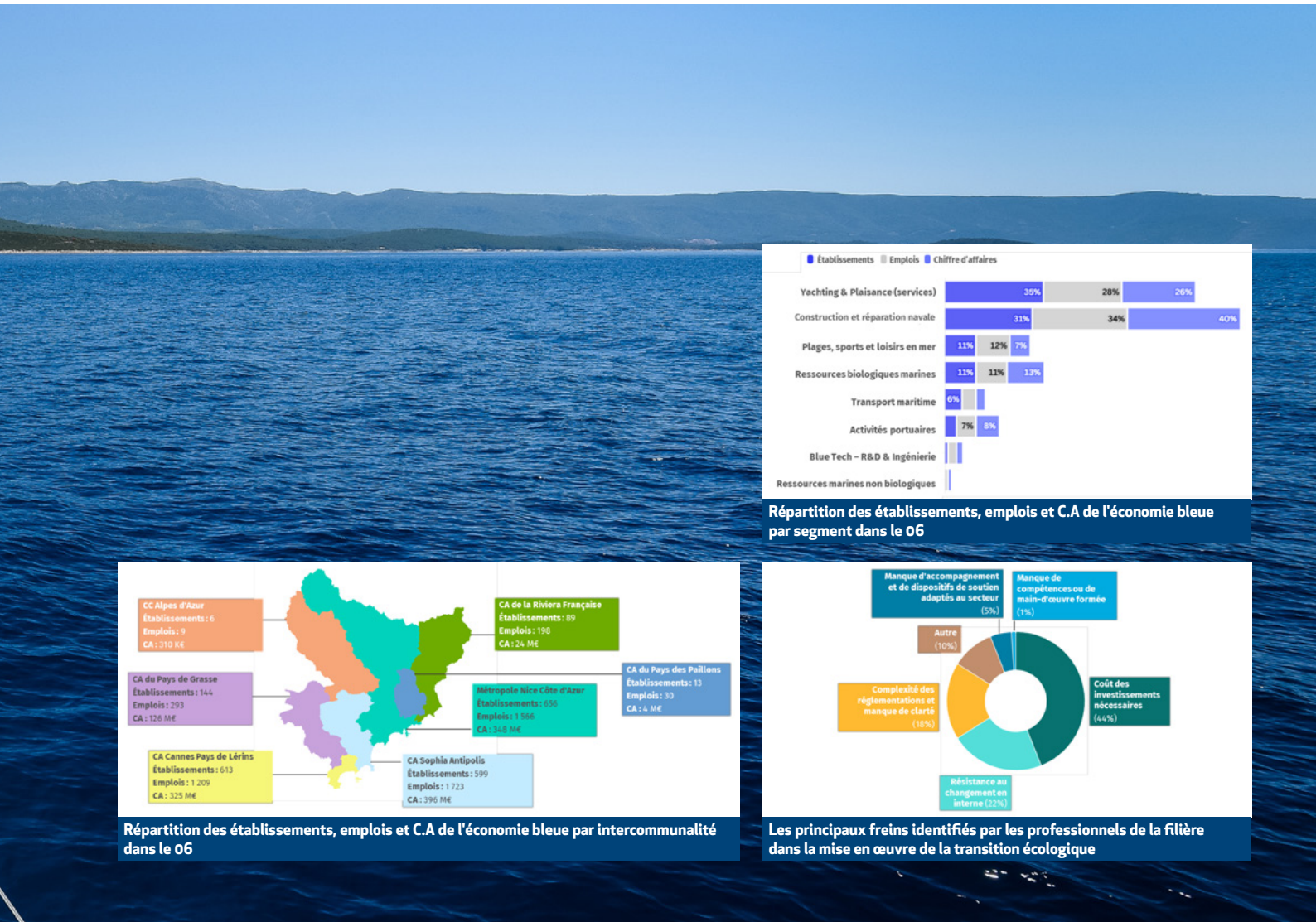
2120
entreprises

5000
emplois directs

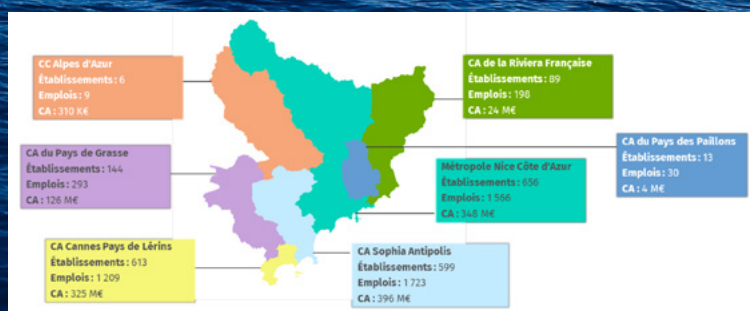
1,2 milliard
de chiffres d'affaires

mobilisent plus de 5000 emplois directs et génèrent 1,2 milliard d'euros de chiffre d'affaires. À elle seule, elle rivalise avec la filière spatiale, autre symbole d'excellence du territoire. Cette empreinte économique s'explique par la diversité des activités qui la composent, depuis le nautisme et la construction navale jusqu'à l'aquaculture, la recherche marine, la logistique portuaire ou encore les technologies de surveillance environnementale.

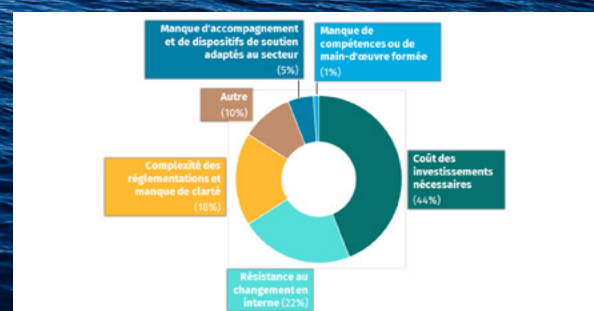
Le nautisme, locomotive d'un ensemble pluriel conserve une position prédominante, impulsé par la notoriété internationale de la Côte d'Azur et par ses conditions de navigation exceptionnelles. Les entreprises spécialisées dans la location et la vente de bateaux, la maintenance,



Répartition des établissements, emplois et C.A de l'économie bleue par segment dans le 06



Répartition des établissements, emplois et C.A de l'économie bleue par intercommunalité dans le 06



Les principaux freins identifiés par les professionnels de la filière dans la mise en œuvre de la transition écologique

la réparation et l'ingénierie navale concentrent plus de 60 % de l'activité. Cette domination s'explique par un tissu d'entreprises familiales, artisanales mais aussi industrielles, capables de répondre aux exigences d'une clientèle internationale. Autour de ce noyau central gravitent des segments souvent moins visibles, mais en forte croissance. Les ressources biologiques marines, qui incluent l'aquaculture et la transformation des produits de la mer, comptent parmi les activités les plus dynamiques.

Le département voit également émerger une véritable expertise dans les biotechnologies appliquées à la mer, ouvrant la voie à de nouveaux modèles de production durable. En parallèle, les Alpes-Maritimes s'imposent progressivement comme un territoire référent pour la Blue Tech. Ce segment en pleine expansion réunit environ quarante entreprises spécialisées dans des domaines variés : acoustique sous-marine, mesures environnementales, gestion de la pollution marine, biosécurité des élevages aquacoles, innovation *antifouling* ou systèmes d'atténuation des vagues. Grâce à l'écosystème de Sophia Antipolis, ces entreprises disposent d'une proximité stratégique avec les laboratoires de recherche,

4 leviers pour dynamiser l'économie bleue

Outre le diagnostic, l'étude avance quatre axes d'intervention pouvant contribuer à faire de la transition écologique un levier de croissance pour les entreprises de l'économie bleue maralpinaise :

■ Simplifier le cadre réglementaire

Clarifier et harmoniser les normes, réduire les délais administratifs et renforcer les contrôles permet aux entreprises d'innover plus rapidement et d'avoir une meilleure visibilité.

■ Soutenir la R&D et l'innovation marine

Faciliter l'accès au financement, encourager les partenariats avec les laboratoires et structurer

les plateformes d'expérimentation accélère l'émergence de solutions durables.

■ Ancrer une culture maritime écoresponsable

Mesurer l'impact environnemental, sensibiliser acteurs et grand public, et promouvoir les circuits courts favorise une filière durable et responsable.

■ Renforcer l'attractivité et la résilience du territoire

Valoriser le patrimoine maritime, créer des instances de dialogue et promouvoir le territoire attire investisseurs, talents et entreprises, faisant du département un modèle de développement durable méditerranéen.

les acteurs publics et les clusters technologiques. Cette synergie place le 06 dans une position idéale pour devenir un pôle d'innovation maritime au niveau européen.

Toutefois, le modèle économique maritime azuréen est confronté à un paradoxe majeur : sa prospérité repose sur un environnement ex-

trêmement sensible. Le littoral maralpin concentre une densité urbaine forte, une zone touristique parmi les plus fréquentées de Méditerranée et des espaces naturels que les pressions humaines fragilisent fortement. Pollution de l'eau, de l'air, des sols, dégradation

> suite en page 12

des fonds marins, artificialisation des côtes et dérèglement climatique bouleversent les équilibres naturels et économiques.

Ces pressions se traduisent déjà par des impacts mesurables sur les entreprises : multiplication des phénomènes extrêmes, élévation du niveau marin, érosion accrue des plages, raréfaction des ressources halieutiques, menaces sur les infrastructures portuaires. Pour de nombreuses sociétés, ces risques sont synonymes de coûts supplémentaires, de perte de compétitivité et parfois même de menaces sur la pérennité de leur activité. Deux tiers des entreprises maralpines déclarent agir pour réduire leur impact environnemental. Cependant, les initiatives restent souvent limitées par des obstacles structurels. Le coût des investissements verts, les réglementations complexes, la résistance au changement et les habitudes professionnelles freinent encore une transition pourtant indispensable. Cette situation crée parfois un décalage entre les ambitions affichées et les transformations réellement engagées sur le terrain.

Désormais, l'avenir de l'économie bleue dans les Alpes-Maritimes repose sur une idée centrale : la transition écologique peut devenir une opportunité économique. Les entreprises capables d'innover dans le yachting durable, les matériaux décarbonés, le recyclage des déchets marins, la surveillance environnementale ou les biotechnologies océaniques bénéficieront d'un avantage compétitif grandissant. À l'heure où l'industrie maritime internationale cherche à réduire drastiquement son empreinte carbone, le territoire dispose d'atouts uniques pour devenir une vitrine de pratiques exemplaires.

Investir dans la durabilité n'est pas seulement un enjeu de conformité réglementaire : c'est aussi une manière de renforcer la marque Côte d'Azur. Le développement d'une identité maritime tournée vers la préservation des écosystèmes, la sobriété énergétique et l'innovation technologique pourrait devenir un atout déterminant pour attirer de nouveaux talents, de nouvelles entreprises et un tourisme plus responsable. La transformation de l'économie bleue maraîchine ne pourra réussir qu'à condition de s'inscrire dans une coopération élargie avec les territoires voisins, notamment italiens et monégasques. La Méditerranée nord-occidentale peut devenir un laboratoire européen de solutions maritimes durables, à condition de mutualiser les compétences, les investissements et les dispositifs de recherche. En jouant collectif, le 06 peut renforcer sa résilience, préserver son littoral et consolider une filière maritime innovante, capable de se réinventer face aux défis du XXI^e siècle. ■

> Téléchargez
l'étude complète :



La ferme aquacole de pleine mer azurienne se développe en baie de Cannes, près des Îles de Lérins.

© Aquafrais

Aquafrais (Cannes) : l'aquaculture premium face aux défis de la croissance bleue

Aquafrais élève dorades et loups avec un positionnement local et haut de gamme. Entre exigences de qualité, adaptation au changement climatique et attentes des consommateurs, l'entreprise incarne les enjeux de la croissance bleue en Méditerranée. Depuis 35 ans, Aquafrais mise sur la qualité plutôt que sur le volume. « Nous ne sortons de l'eau que le poisson commandé. À 10 h 30, tout est prêt à partir. On livre un poisson sorti de l'eau depuis moins de 24 heures », explique Jérôme Hémar, directeur général. Dans un marché où 85 % du poisson consommé en France est importé - principalement de Grèce ou de Turquie - l'entreprise se distingue par des cycles d'élevage plus longs, des densités inférieures aux standards bio et le refus des peintures antifouling, courantes mais polluantes. Le réchauffement de la Méditerranée bouleverse déjà l'activité d'Aquafrais. La hausse des températures réduit l'oxygène disponible dans l'eau, les tempêtes et phénomènes météo extrêmes se multiplient, et la nécessité de réduire les émissions de CO₂ impose une adaptation continue.

« Le changement climatique a trois effets majeurs sur notre métier », rappelle Jérôme Hémar, évoquant la température, les tempêtes et la pression environnementale. Pour répondre à ces défis, l'entreprise a investi plus d'un million d'euros dans des systèmes de mesure en temps réel, le déplacement des enclos vers des eaux plus profondes et des installations capables de résister aux tempêtes cinquantenales. Ces mesures permettent de garantir la sécurité des poissons et la continuité de l'activité tout en maintenant la qualité premium qui fait la réputation d'Aquafrais.

Au-delà des contraintes climatiques, l'entreprise doit aussi faire face à des idées reçues sur l'aquaculture et à un besoin croissant de traçabilité. « Une meilleure traçabilité des produits de la mer aiderait certainement les consommateurs à faire le choix du local », souligne Jérôme Hémar. Cette exigence répond à une demande de produits locaux, durables et ultra-frais, qui constitue aujourd'hui un levier central dans l'économie bleue française.

Port Vauban : quand la transition écologique devient une opportunité de croissance

Le Port Vauban d'Antibes, premier port de plaisance d'Europe, fait de la transition écologique un levier de développement. « Si nous ne sommes pas performants sur ce terrain, nous ne pourrions pas nous développer comme nous le souhaitons », affirme Didier Ochs, directeur d'exploitation. Cette approche se traduit par des actions concrètes sur la gestion de l'eau. La consommation d'eau potable par les activités portuaires est importante, que ce soit pour les douches, les toilettes ou le lavage des bateaux. Face aux restrictions imposées par les autorités, le port a investi dans un désalinisateur d'eau de mer pour produire de l'eau de lavage et expérimente l'utilisation d'eau de REUT, des eaux usées traitées, pour nettoyer bateaux et équipements. « Il y a une volonté de bien faire, mais le

passage à l'action est plus difficile », souligne Marion Lefevre, responsable environnement.

Les services proposés par le port permettent d'accompagner les plaisanciers vers des comportements plus responsables : la collecte des emballages et du verre a triplé entre 2024 et 2025, celle des cartons a doublé. L'innovation va au-delà de l'eau. Le port est le premier au monde à pouvoir avitailler un yacht en hydrogène liquide, permettant une production électrique autonome pendant plusieurs jours. Cette démarche s'inscrit dans la modernisation du port, qui a vu son chiffre d'affaires passer de 6-8 millions en 2017 à 40 millions d'euros aujourd'hui, et son taux de remplissage moyen des quais passer de 65-70 % à plus de 90 %.



HÔTEL D'ENTREPRISES

**Vous êtes dirigeant d'entreprise
et vous cherchez des locaux à louer
pour installer ou développer vos activités
dès 2027 ?**

4400 M² D'ATELIERS DIVISIBLES AVEC UN MINIMUM DE 490 M²
1900 M² DE BUREAUX DIVISIBLES AVEC UN MINIMUM DE 150 M²



Une **localisation idéale**
à Mouans-Sartoux, au parc
d'activités de l'Argile



Infrastructures **modernes**
et espaces **collaboratifs**



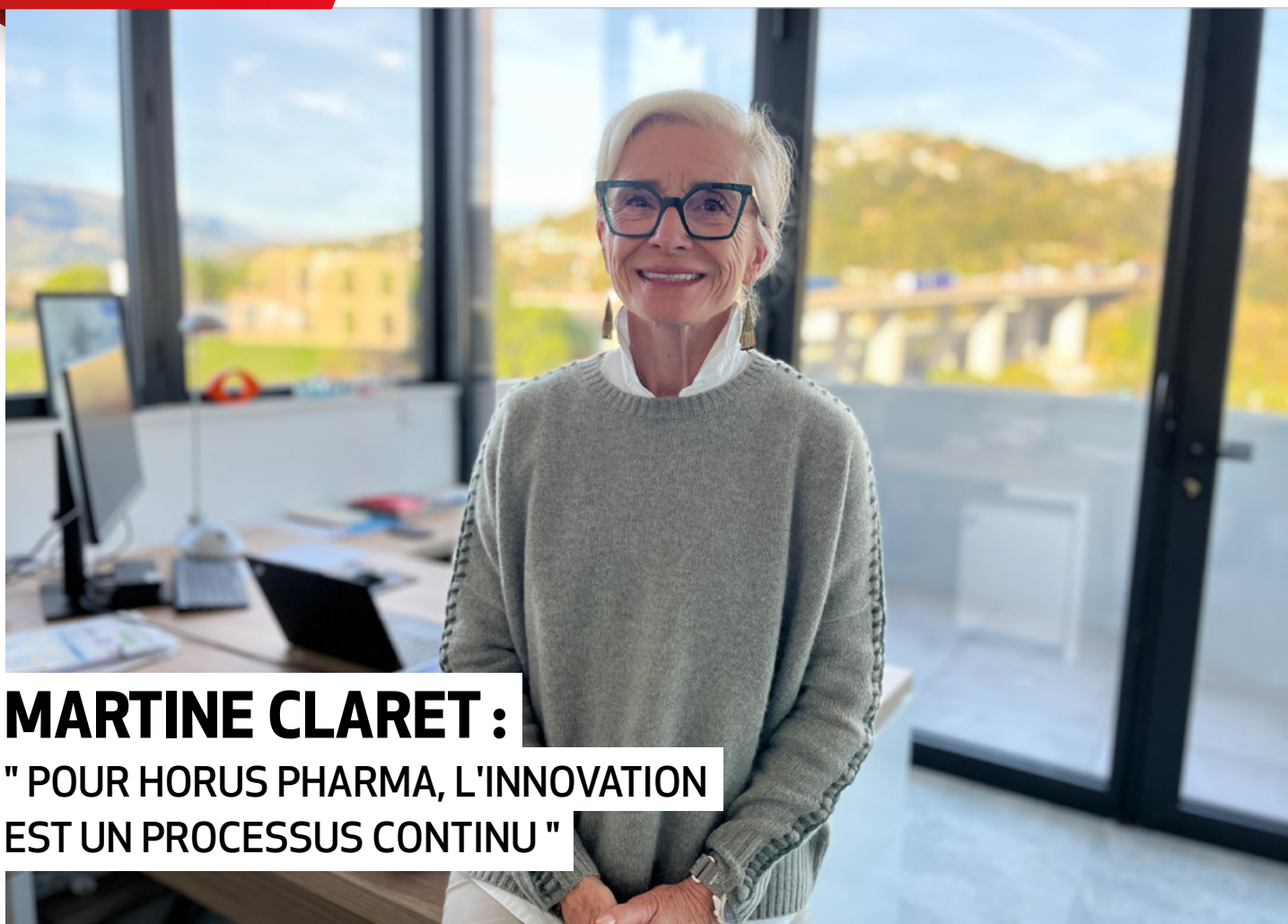
Argila accueille votre
entreprise, quel que soit
son **secteur d'activité**

Prenez **rendez-vous**
pour plus **d'informations**



**CCI NICE
CÔTE D'AZUR**

Au cœur de votre histoire



MARTINE CLARET : " POUR HORUS PHARMA, L'INNOVATION EST UN PROCESSUS CONTINU "

SANTÉ

Fondé en 2003, le laboratoire ophtalmologique indépendant et familial s'impose comme l'un des champions de la croissance sur la Côte d'Azur, avec un taux annuel moyen de 12,69 %. Entretien avec sa dirigeante.

Après avoir franchi la barre symbolique des 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2024, l'entreprise azuréenne - son siège est à Nice - vise le double d'ici quatre ans. Rencontre avec Martine Claret, qui revient sur le parcours de l'entreprise et évoque les perspectives 2026.

En 2003, vous créez avec Claude Claret Horus Pharma sur la Côte d'Azur. Vingt-deux ans plus tard, comment vous positionnez-vous sur votre marché ?

Sur le plan national, nous sommes le deuxième laboratoire d'ophtalmologie indépendant en France, en clair : ne faisant pas partie d'une multinationale. Ce positionnement nous distingue, car la plupart des laboratoires français sont intégrés à de grands groupes. Nous avons su combiner croissance et indépendance : nos filiales sont présentes en Espagne, au Benelux, dans les pays nordiques, en Suisse, et nous avons des contrats de distribution dans d'autres pays hors Europe. On peut

dire que nous sommes une « petite multinationale », avec des racines bien ancrées sur la Côte d'Azur.

L'innovation, parce que vous avez créé de nouvelles solutions, est-ce un des facteurs clés de la réussite d'Horus Pharma ?

L'innovation est un terme souvent galvaudé, mais pour nous, c'est un processus continu. Nous distinguons l'innovation de rupture, comme l'utilisation de l'ARN messager pendant le Covid, et l'innovation continue, pour améliorer progressivement des produits existants, développer de nouvelles formulations ou proposer des services complémentaires. La majorité de nos progrès se fait par de petits pas, qui, cumulés, deviennent de véritables avancées. Chaque médicament, chaque dispositif médical doit apporter un progrès tangible pour le patient.

Quels ont été les grands tournants de la saga Horus Pharma ?

Dès le départ, nous avons innové avec un collyre sans conservateur pour la sécheresse oculaire, contenant de l'acide hyaluronique, alors inédit dans ce type de traitement. Nous avons également obtenu sa prise en charge par la Sécurité sociale, permettant un accès pour tous les patients. Ensuite, nous nous sommes rapprochés de l'Institut de la Vision à Paris un des plus importants centres de recherche ophtalmologique en Europe. L'année 2010 a marqué notre ouverture à l'international. Parmi les lancements marquants, figurent celui d'un implant intraoculaire à libération prolongée pour l'œdème maculaire diabétique, une complication grave du diabète, ainsi que les membranes amniotiques lyophilisées pour la cicatrisation cornéenne que nous pouvons proposer grâce à notre statut de banque de tissus. Nous avons également lancé des produits d'hygiène et de soin pour les paupières, innovants et sans conservateur. Pionniers du « sans conservateur », devenu un standard européen, nous défendons cette approche, car les conservateurs sont nocifs pour la santé et l'environnement.

Quels sont vos produits phares ?

Nous avons une approche globale de la santé oculaire. Avec un large portefeuille de 70 produits nous couvrons l'ensemble des besoins des patients et des professionnels de santé

" On peut dire que nous sommes une « petite multinationale », avec des racines bien ancrées sur la Côte d'Azur ".

(sécheresse oculaire, glaucome, infections, inflammations, allergies...) y compris sur des segments de niche. Nous commercialisons aussi des compléments alimentaires à visée oculaire et nous avons récemment développé une gamme dermo-cosmétique haut de gamme et sans conservateur pour le contour de l'œil, Clarté Laboratoire, qui illustre notre capacité à innover tout en restant centrés sur notre expertise initiale.

Quand et comment vous êtes-vous ouvert à l'international ?

Notre expansion internationale a commencé en 2015 avec l'ouverture de filiales en Espagne et en Belgique, puis aux Pays-Bas et plus récemment dans les pays nordiques et en Roumanie. Nous combinons filiales et partenariats de distribution sur plus de trente pays, ce qui représente aujourd'hui 15 % de notre chiffre d'affaires.

Est-ce facile de rayonner à l'international depuis la Côte d'Azur ?

Ce n'est pas simple de rayonner depuis la France ! Les prix français des produits de santé étant particulièrement bas et utilisés comme base de référence sur les marchés européens, cela impacte notre développement à l'international. Quant à la Côte d'Azur, bien qu'enclavée et peu industrielle au regard d'autres régions, grâce à son aéroport et à sa situation en Europe c'est un atout : elle attire les collaborations étrangères et valorise notre image de laboratoire innovant et indépendant.

Quel bilan pour 2025 et quelles perspectives pour 2026 ?

L'année 2025 est en ligne avec nos prévisions avec un chiffre d'affaires prévu de 118 millions d'euros. Notre indépendance nous permet de rester agiles malgré les contraintes réglementaires et les pressions sur les prix. Confrontés à un contexte où les médicaments essentiels portés par les PME et ETI sont fragilisés, avec des conséquences pour la santé des Français et notre souveraineté sanitaire, nous voulons être optimistes pour 2026 : nous poursuivons la croissance du chiffre d'affaires, le développement international et la diversification de nos gammes non remboursées, incluant produits d'hygiène, compléments à visée oculaire et cosmétiques. L'objectif est de sécuriser notre indépendance, tout en continuant à innover et à consolider notre position sur le marché européen.

> en savoir plus : www.horus-pharma.com



Arnaud Pinte,
président du club.

© Rédaction

UNE NOUVELLE VISION POUR LE CLUB DES ENTREPRENEURS DU PAYS DE GRASSE

Depuis quelques mois, Arnaud Pinte a succédé à Charlotte Daeffler à la tête de la structure, créée il y a 25 ans.

Le dirigeant d'iPepper Group, une entreprise spécialiste de la DataTech dont le siège est à Mouans-Sartoux, apporte un regard neuf sur un club traditionnellement centré sur les secteurs du parfum et de l'arôme. Pour le nouveau président, « Le Club des Entrepreneurs du Pays de Grasse, c'est un collectif engagé au service de ses territoires et de ses entreprises. J'ai tout de suite été séduit par l'ouverture et la bienveillance de ce club, confie Arnaud Pinte. Son profil atypique – ni grassois d'origine, ni issu du monde des parfums et arômes – est devenu une force. « J'arrive avec un regard neuf, et je découvre un territoire épatant, avec toute la chaîne de valeur, de la fleur jusqu'au flacon », souligne-t-il.

À la tête d'un club qui compte près de 200 adhérents, sa stratégie se décline en trois axes majeurs. Le premier est l'extension du réseau, visant à doubler le nombre d'adhérents : « Nous avons quasiment toutes les entreprises significatives du territoire, mais il en manque encore de très belles. À nous de faire du prosélytisme pour les attirer ». Le second axe repose sur l'ouverture et la complémentarité avec d'autres associations du territoire, de la French Tech à Nice Start(s) Up, afin de mutualiser les événements et bonnes pratiques. Le troisième et plus stratégique concerne l'économie régénérative, concept central de son mandat. « L'idée est que tout ce que j'entreprends ait un impact positif sur mon environnement. Par exemple, nous travaillons sur la réutilisation des déchets, la revégétalisation des

bâtiments ou l'amélioration de la mobilité durable de nos salariés ». Ces initiatives incluent la mise en place de navettes et de covoiturage, pour réduire l'empreinte carbone des déplacements professionnels.

Mais pour lui, l'économie régénérative ne peut se développer que si les entreprises sont robustes financièrement et structurellement. « Si vous êtes à flux tendu, l'économie régénérative n'a pas de sens. Cette année, nous avons pris pour thème la robustesse, qui regroupe toutes nos actions », explique-t-il. Dans ce cadre, le club met en place des cercles d'aide et de co-développement, où les dirigeants partagent leurs problématiques dans un cadre confidentiel. Si le Club des Entrepreneurs du Pays de Grasse reste ancré localement, sa vocation dépasse aujourd'hui les frontières du seul pays grassois. Arnaud Pinte souligne le caractère transterritorial de certaines initiatives : « Nous avons des adhérents à Sophia Antipolis ou même dans le Var, qui se retrouvent dans la vocation de l'économie régénérative ». Le club participe également à l'Opération d'intérêt régional Naturalités de la Région Sud, une initiative valorisant les savoir-faire territoriaux : « La région nous demande de dupliquer notre modèle pour aider d'autres filières. Car la filière la plus aboutie reste Grasse Expertise, avec plus de 80 entreprises du parfum et des arômes réunies ». ■

> en savoir plus :
www.club-entrepreneurs-grasse.com

SERVICES



COMMENT SMARTCLIC FAIT UN ATOUT DU HANDICAP

© Rédaction

Basée à Cagnes-sur-Mer, l'agence spécialisée dans les articles promotionnels fait travailler des jeunes en situation de handicap.

Depuis 15 ans, Smartcllic accompagne les entreprises dans tous leurs besoins de communication imprimée et personnalisée. Mais au-delà du B2B, l'entreprise a fait de l'inclusion un pilier de son développement. Vincent Daumas, dirigeant, explique les motivations de sa démarche. « J'ai créé l'entreprise à 26 ans, au cœur du village de Saint-Jeannet, puis à Cagnes-sur-Mer », précise-t-il. Spécialisée dans le B2B, la société propose une gamme complète de produits imprimés et personnalisés. « Si un client veut organiser un salon professionnel, nous gérons tout : des goodies aux flyers, en passant par l'habillage des équipes et la fabrication du stand ». Smartcllic a également développé des plateformes de commandes en ligne pour réseaux et franchises. Elles permettent aux clients de commander facilement des produits personnalisés à leur identité, tout en laissant la possibilité d'adapter certains éléments aux couleurs locales. « Nous fabriquons et livrons via un réseau de 100 usines en France et en Europe. Nos clients n'ont qu'un interlocuteur unique pour tous leurs besoins marketing ».

Mais au-delà de son activité commerciale, Smartcllic s'illustre par son engagement social et inclusif. Dès 2018, l'entreprise a initié un partenariat avec l'Institut Médico-Educatif de Grasse puis avec l'IME de Mirasol à Mougins. Ces collaborations permettent à des jeunes adultes en situation de handicap, encadrés par des éducateurs, de participer activement à la préparation et l'expédition de commandes. « Ils travaillent à leur rythme, mais de manière autonome. Sur chaque commande préparée, une carte est signée par le jeune qui l'a réalisée, pour expliquer la démarche RSE et donner du sens à leur mission », explique Vincent Daumas. Aujourd'hui, une vingtaine de jeunes travaillent dans les deux ateliers de 200 m², pour des clients comme Orpi, Swiss Life, John Taylor, les groupes Mane et Robertet. Le partenariat avec les IME ne se limite pas aux missions professionnelles. Smartcllic organise également des événements conviviaux, comme des repas de Noël et des animations, favorisant le lien entre ses équipes et les jeunes accueillis par l'IME. Cette démarche a valu à l'entreprise le prix French Tech Côte d'Azur dans la catégorie inclusion sociale en 2023. « Car l'idée de ma démarche, c'est vraiment de créer de l'inclusion et d'avoir un impact local concret, qui va au-delà du simple don financier ». ■

> en savoir plus: smart-clic.fr

COMMERCE



Sonia Attal, dirigeante de l'entreprise.

© Rédaction

BOX COLOR : L'INNOVATION COMMERCIALE EN MARCHÉ

À Antibes, la fondatrice des boutiques Box Color s'appuie sur l'accompagnement de la CCI pour renforcer son positionnement et adapter son activité aux nouveaux enjeux du commerce.

Depuis plus de quarante ans, Sonia Attal évolue dans le secteur de l'habillement. Après avoir travaillé pour de grandes enseignes parisiennes, elle revient à Juan-les-Pins où elle ouvre en 2007 sa première boutique indépendante, Box Color. L'enseigne s'est depuis déclinée en plusieurs points de vente, chacun doté d'une identité visuelle propre : « Un magasin bleu, un vert, un rose et un orange ». Une stratégie qui repose sur la différenciation et le soin du concept : « Dans notre métier, le produit est important, mais l'enveloppe dans laquelle on le présente l'est tout autant ».

Toujours à la recherche d'amélioration, la commerçante s'est tournée vers la CCI pour bénéficier d'un accompagnement à la fois sur le numérique et sur le merchandising à travers le dispositif Mon Projet d'Entreprise, conçu pour aider les commerçants à développer leur activité. Ce programme sur-mesure, partiellement ou intégralement financé par la Région Sud et les CCI de PACA, accompagne les commerçants dans la structuration, la relance ou la transmission de leur entreprise, en intégrant des solutions numériques et de merchandising adaptées. « Ce que j'aime, c'est que la CCI nous offre des outils pour avancer. On ne se sent jamais seuls. Ils sont là pour nous faire progresser », souligne-t-elle. Elle a ainsi participé à plusieurs at-

eliers sur la visibilité en ligne et la communication sur les réseaux sociaux : « Il ne faut pas vivre sur ses acquis. Même avec mon expérience, j'ai toujours envie d'apprendre. » Ces sessions lui ont permis de mieux structurer sa présence sur Instagram et TikTok, et de repenser l'agencement de ses boutiques.

Sonia Attal a également tiré profit des diagnostics proposés par les conseillers de la CCI pour repenser la lumière, la disposition des produits et la présentation générale de ses points de vente. « Ces échanges nous permettent de confronter nos pratiques à un regard extérieur, souvent plus technique. C'est essentiel pour rester au niveau. » Curieuse des nouveaux outils, elle s'intéresse aussi à l'intelligence artificielle appliquée au commerce : « J'ai voulu comprendre comment ces technologies pouvaient m'aider à améliorer la mise en valeur des produits ou simuler un nouvel aménagement. »

Car pour cette dirigeante, la clé réside dans la remise en question permanente : « Il ne faut pas dire : "Je sais tout". Non, tout avance, il faut rester ouvert. » Une philosophie qui explique la longévité et la singularité de Box Color, et qui illustre l'objectif des accompagnements de la CCI : permettre aux commerçants d'anticiper, de s'adapter et de continuer à se réinventer. ■



David Piot, dirigeant
- avec son frère Vincent -
de l'entreprise depuis 2019.
Alziari est aussi un bel
exemple de transmission
familiale.

ALZIARI : 155 ANS D'OLIVES, DE TRADITION ET D'AUDACE

COMMERCE

Depuis 1868, l'iconique entreprise niçoise
a écrit une saga qui ne doit rien au hasard.

Distinguée récemment par la CCI lors des Estivales de l'Éco comme marque ambassadrice Côte d'Azur 2025, l'entreprise familiale continue de faire rayonner l'olive de Nice, alliant tradition, qualité et innovation. Car l'histoire d'Alziari est celle d'une maison qui a su traverser le temps, les crises agricoles et climatiques, tout en restant fidèle à ses racines et à son territoire.

David et Vincent Piot incarnent aujourd'hui la nouvelle génération à la tête de l'entreprise. Après plus de vingt ans d'implication chacun dans des domaines complémentaires, ils ont repris le flambeau de leurs parents en 2019. Vincent supervise le marketing, la communication et la relation client, tandis que David développe les ventes aux professionnels et supervise l'expansion internationale. Leur vision commune a permis de conjuguer savoir-faire artisanal et stratégie moderne, avec aujourd'hui une présence dans une trentaine de pays. « Je ne ferais rien sans l'ensemble de mes équipes », souligne David Piot.

Cette conviction reflète la culture de collaboration et d'engagement qui a toujours été au cœur de la maison Alziari. Avec une trentaine de salariés permanents et jusqu'à 50 selon la saison, l'entreprise couvre tous les métiers : agriculture, production, logistique et conditionnement. L'une des clefs de la réussite d'Alziari réside dans la maîtrise totale de la

chaîne de production. Autrefois dépendante des producteurs locaux, l'entreprise est devenue elle-même productrice. « Nous avons commencé avec un hectare et aujourd'hui nous cultivons 70 hectares en appellation d'origine contrôlée et en bio », explique David Piot.

Cette autonomie assure qualité, réactivité et pérennité. Elle permet aussi de préserver l'appellation emblématique de l'olive de Nice, tout en traversant les aléas climatiques et la pression foncière autour de la ville. Les Piot ont également diversifié la géographie de leurs cultures pour limiter les risques liés aux intempéries. La maison a planté des oliviers dans différentes zones de Provence et continue de développer ses parcelles, garantissant ainsi une production constante malgré les aléas climatiques.

La recette : l'art de l'assemblage et la diversification. Dès le XX^e siècle, le fondateur Alziari a fait un choix stratégique audacieux : assembler différentes variétés d'olives plutôt que de produire en monoculture, garantissant un goût unique et constant, année après année. Cette approche, comparable à l'assemblage dans le vin, est restée un pilier de la maison. Aujourd'hui, Alziari décline cette expertise à travers trois cuvées d'huile d'olive, mais aussi dans une gamme élargie : olives de table,

tapenades, huiles aromatisées, savons et confitures, tous ancrés dans le terroir méditerranéen. Cette diversification, progressive et réfléchie, permet de rester fidèle à l'identité niçoise tout en répondant aux attentes d'une clientèle variée. Alziari a su conjuguer tradition et modernité. Les moulins ont été modernisés pour répondre aux volumes croissants, tout en conservant un outil historique pour les cuvées emblématiques. La relance de la savonnerie, utilisant des huiles déclassées pour fabriquer des savons, témoigne également de cette volonté de mettre l'innovation au service de la qualité et de l'artisanat. Le contrôle strict de la production et de l'assemblage permet d'assurer une constance de qualité exceptionnelle. Chaque année, les différentes cuvées sont ajustées pour conserver le goût et la personnalité qui font la renommée de la maison.

La relation avec le client est centrale chez Alziari. En conservant environ 60 % de ses ventes en direct, l'entreprise peut ajuster son offre selon les besoins et fidéliser une clientèle locale, touristique et intergénérationnelle. Cette proximité permet également de rajeunir l'image de la marque sans renier ses racines, en proposant des formats et des produits adaptés aux nouvelles tendances : huiles aromatisées, tapenades pour l'apéritif ou petits conditionnements cadeaux. « Le dynamisme et l'écoute du client sont essentiels », souligne David Piot. Cette stratégie permet à la maison de rester à la fois traditionnelle et contemporaine, un équilibre rare pour une entreprise patrimoniale.

Traversant les crises agricoles, les aléas climatiques et la pression foncière, Alziari incarne la résilience et l'excellence niçoise. D'ailleurs, la maison continue de planter de nouveaux oliviers et d'investir dans la qualité pour garantir la production et diversifier ses cultures. Sa capacité d'anticipation et son dynamisme font d'elle une entreprise résolument moderne, tout en restant profondément attachée à son patrimoine et à l'histoire de Nice. Alziari démontre que savoir-faire, audace et maîtrise totale de la production sont les clefs d'une réussite durable. Entre tradition et innovation, la maison familiale prouve que l'olive de Nice reste un symbole gourmand, économique et culturel, traversant le temps avec élégance et qualité. ■

> en savoir plus : www.alziari.com.fr

CAP'IA :

QUELLE EST LA SUITE DU PROGRAMME ?

INDUSTRIE

L'intelligence artificielle n'est plus une simple tendance technologique : elle s'impose comme un levier stratégique pour les entreprises, qu'elles évoluent dans l'industrie, le BTP ou la logistique. La CCI aide les entreprises azuréennes à passer de la théorie à l'action avec l'intelligence artificielle.

Pour cela, la CCI a conçu un parcours structuré et progressif, à l'initiative de sa commission Industrie & BTP présidée par Fabienne Gastaud, pour éveiller les dirigeants d'entreprises à l'IA et renforcer la robustesse des entreprises du territoire. Son objectif : sensibiliser ces acteurs aux enjeux et aux bénéfices de l'IA, en leur apportant une meilleure compréhension de ses applications concrètes et les encourager à passer à l'action. Le parcours CAP'IA se distingue par sa progression méthodique. La première étape, tenue le 18 juin dernier, a été un déclic. À travers des démonstrations et des cas d'usage concrets, il a montré comment l'IA peut révolutionner les métiers de l'industrie et du BTP : optimisation de la production, suivi des chantiers ou encore conception et étude de faisabilité.

Pour Jean-Noël Sarfati, Chef de projets *Supply Chain* chez Tournaire (Grasse), fabricant de contenants en aluminium pour la parfumerie et la pharmacie à Grasse, cette première conférence a été révélatrice. « J'utilisais déjà ChatGPT dans mon quotidien professionnel, mais cette conférence m'a permis de comprendre le véritable potentiel de l'IA. Ce qui m'a marqué, c'est l'accent mis sur la manière de formuler nos demandes à ChatGPT. Auparavant, nous étions restrictifs, deux ou trois lignes suffisaient. Désormais, nous fournissons beaucoup plus d'informations, et l'outil est bien plus puissant. »

La deuxième étape du parcours consiste à découvrir l'IA en action au sein d'entreprises locales. En octobre, les participants ont pu visiter sur Grasse Arfitec Group - leader en systèmes de nébulisation et de brumisation - et STME, spécialiste du second œuvre technique du bâti-

ment, ainsi que WIT (solutions de pilotage à distance) et Transcan (transport et logistique) à Nice et Carros. Ces visites permettent de voir l'IA sur le terrain, d'échanger avec des équipes qui l'utilisent au quotidien et de comprendre comment ces technologies peuvent répondre aux enjeux spécifiques des entreprises. Ainsi, chez STME, tous les salariés ont accès à l'abonnement ChatGPT+, ce qui a permis d'améliorer les performances et de mesurer un véritable retour sur investissement.

Après ces visites, le parcours proposera des ateliers collectifs animés par des experts, destinés à transformer l'inspiration en actions concrètes. Les dirigeants pourront explorer les pistes d'intégration de l'IA dans leurs activités, réfléchir aux solutions adaptées à leurs besoins et envisager les étapes pour les mettre en œuvre efficacement. Le parcours se conclut par un pré-diagnostic numérique & IA (*voir encadré*), destiné à évaluer les besoins réels de chaque entreprise, identifier les leviers de transformation digitale

Pré-diagnostic Numérique & IA : évaluez votre maturité numérique et vos opportunités IA

En complément - et accessible à tout moment du parcours - Cap'IA propose aux entreprises du BTP et de l'Industrie de bénéficier d'un pré-diagnostic personnalisé. Un accompagnement individuel pour évaluer la maturité numérique de l'entreprise, identifier ses axes de progression et définir des recommandations pour accélérer sa transformation digitale et l'intégration de l'IA. D'une durée de 2 heures, il peut être réalisé en présentiel ou en distanciel. Après cette première étape, un plan d'actions est proposé, en lien avec les objectifs stratégiques et opérationnels de l'entreprise.

Le dispositif a déjà bénéficié à une dizaine d'entreprises azuréennes, dont La Nouvelle Sirolaise de Construction (Carros), spécialisée dans les travaux publics. Convaincue par la présentation sur l'approche IA animée par Salah Eddine Benzakour lors de la conférence d'ouverture du parcours, Stéphanie Bres, la dirigeante de l'entreprise a souhai-

té franchir le pas. Ce qu'elle a le plus apprécié dans ce pré-diagnostic ? « l'approche 360°. On n'a pas écarté de domaines, on a tout regardé. C'est très bien fait, on se retrouve avec une matrice claire, avec les points faibles et les forces de l'entreprise en lien avec le numérique ». Suite au diagnostic, l'entreprise prévoit de lancer plusieurs projets sur le numérique et l'IA, notamment l'intégration de solutions d'IA directement sur les chantiers, après avoir « pris le temps de digérer le diagnostic et sa synthèse qui sont très riches d'enseignement ». Stéphanie Bres met en avant la valeur du regard externe : « L'avantage, c'est qu'on en ressort avec une vision de notre situation et maturité numérique. Des stratégies de direction sont données, avec des recommandations pour orienter nos décisions et projets ». A noter que ce pré-diagnostic est mis à disposition gratuitement par la CCI.

> Contact : transition.numerique@cote-azur.cci.fr



Jean-Noël Sarfatti,
Chef de projets Supply
Chain de Tournaire
(Grasse).



Jean-Pascal Decroix, dirigeant de STME (Grasse) : « Pour moi, l'IA est un véritable assistant de performance. »

Depuis deux ans, j'ai compris que l'IA allait transformer nos métiers. Tout a commencé lorsqu'un collaborateur m'a présenté une modélisation incendie réalisée en quelques semaines grâce à l'IA, alors qu'il lui aurait fallu six mois auparavant. J'ai immédiatement décidé de ne pas rater cette révolution et d'intégrer ces outils dans l'entreprise.

Chaque service a choisi l'IA la plus adaptée à son activité, et j'ai pris en charge les abonnements comme n'importe quel logiciel professionnel. Nous avons organisé des ateliers internes pour apprendre à utiliser ces outils, et aujourd'hui, l'IA fait partie du quotidien de tous : bureau d'études, RH, DAF, maintenance, exploitation... Nous utilisons huit ou neuf IA différentes. Difficile de mesurer précisément l'impact, mais les résultats sont là : carnet de commandes plein jusqu'en 2026, marges en progression, coopération renforcée entre les équipes. Je ne peux pas tout attribuer à l'IA, mais elle contribue clairement à cette dynamique. Pour moi, l'IA est un véritable assistant de performance. Elle augmente nos capacités, mais ne remplace pas nos connaissances. Je rappelle toujours que celui qui appuie sur le bouton reste responsable du résultat : l'IA n'excuse pas les erreurs. Bien utilisée, elle nous fait gagner du temps, de la précision et de la sérénité... à condition de rester exigeants et lucides. »

et définir un plan d'action concret pour intégrer l'IA dans leurs processus. Pour Jean-Pierre Savarino, président de la CCI Nice Côte d'Azur, le message est clair : « L'intelligence artificielle transforme profondément nos industries et le secteur de la construction. Elle peut augmenter la productivité, optimiser les processus et renforcer la compétitivité des entreprises. » Dans le BTP, l'IA facilite la planification des projets, améliore la sécurité sur les chantiers et réduit les coûts grâce à l'automatisation des tâches administratives et à la maintenance prédictive. Dans l'industrie, elle révolutionne la production, la logistique et la maintenance, tout en offrant une analyse des données pour anticiper les risques et identifier de nouvelles opportunités. ■

> en savoir plus : www.cote-azur.cci.fr

PITCH FINANCEMENT : 15 MINUTES POUR FAIRE RÉUSSIR SON PROJET D'ENTREPRISE

Chaque mois, la CCI organise des sessions gratuites permettant aux porteurs de projets, créateurs ou repreneurs d'entreprise azuréens de structurer le pitch de leur projet devant un panel d'experts de l'entrepreneuriat, afin d'être prêt pour le jour j.

Conçu pour les entrepreneurs ayant finalisé leur business plan, ce rendez-vous permet de présenter leur projet à des experts de l'entrepreneuriat, tout en bénéficiant de conseils personnalisés pour peaufiner leur stratégie avant de rencontrer des financeurs.

Le format est clair et efficace : 15 à 20 minutes de présentation avec support PowerPoint, suivies d'une séance de questions-réponses. Les participants présentent l'ensemble de leur projet : étude de marché, analyse de la concurrence, prévisionnel financier, ressources mobilisées... Chaque session est adaptée selon le secteur d'activité : des experts du tourisme, de l'industrie ou d'autres filières peuvent être invités si leur expertise est pertinente pour la réussite du projet. Les porteurs de projet sont accompagnés individuellement par les services de la CCI avant le pitch. Des rendez-vous préparatoires permettent de structurer le discours, d'optimiser le contenu et d'anticiper les questions des partenaires. Ce suivi s'adresse aux candidats ayant participé à des formations comme « 5 jours pour entreprendre » ou bénéficié d'un accompagnement individuel « Bâtir un projet entrepreneurial durable ».

Lors du pitch, un panel de partenaires et d'experts se tient à disposition pour évaluer et conseiller le projet : banques (BP-MED), assureur (AXA), expert-comptable (NUMBR), fiscaliste (Duodecimal), ainsi que l'élu référent sur l'entrepreneuriat, et d'autres spécialistes selon le secteur. Cette configuration permet aux porteurs de projet d'affiner leur présentation et d'identifier les financements adaptés, qu'il s'agisse de prêts bancaires, de prêts d'honneur ou de dispositifs comme Initia-

tive Côte d'Azur. Depuis sa création en 2021, le Pitch financement a accompagné plus d'une vingtaine de candidats chaque année, contribuant à renforcer la dynamique entrepreneuriale locale et à donner de la visibilité aux projets. Désormais, la CCI ouvre ces sessions à toute personne dont le projet est abouti, après validation de sa faisabilité et de la structuration de son dossier.



Tatiana Rozoum, repreneuse azuréenne d'une entreprise a participé à une cession Pitch de la CCI.

Tatiana Rozoum (repreneuse) : « Je recommande à 100 % de faire ce pitch avant même d'aller voir les banques. Au final, le

temps qu'on gagne en ayant un rendez-vous chez une banque est énorme. Le fait de préparer le pitch de financement assez rapidement est vraiment super et très utile : ça a permis de structurer mon projet, de présenter mon histoire clairement, puis d'aborder les établissements bancaires en toute confiance. J'ai eu la chance de travailler avec les équipes de la CCI, qui me suivent depuis plus d'un an sur ce projet. Elles m'ont expliqué les attentes et m'ont guidée pour organiser mon pitch. Elles m'ont aidée à structurer mon histoire, à conceptualiser ma présentation et à orienter mon argumentaire de façon très claire. Ce que j'ai particulièrement apprécié, c'est leur vision dès le départ. L'équipe est vraiment à l'écoute : elle sait identifier ce qui est essentiel, ce qui est intéressant à mettre en avant et ce qu'il vaut mieux prioriser. L'accompagnement est tellement professionnel que ça enlève toute inquiétude : il suffit de se remettre au travail et d'appliquer les conseils reçus. Le résultat est un pitch solide, clair et efficace, prêt à convaincre. ■

> en savoir plus : www.cote-azur.cci.fr/solutions/pitcher-son-projet/

C'est à Juan-les-Pins dans le palais des congrès Antipolis que l'événement se tiendra en janvier prochain.



MICE & LEISURE 2026 :

LA CÔTE D'AZUR SE POSITIONNE COMME DESTINATION PHARE DU TOURISME D'AFFAIRES

DÉVELOPPEMENT

Le 22 janvier prochain, la CCI Nice Côte d'Azur organise la convention d'affaires annuelle dédiée aux professionnels du tourisme, du MICE et de l'événementiel.

Porteurs de projets concrets de séminaires, team buildings, incentives et événements clients... Cette année, entre 40 et 50 donneurs d'ordre seront présents à la convention d'affaires MICE* & Leisure organisée par La Place Business, service de facilitation des relations d'affaires de la CCI. Une opportunité exceptionnelle pour les prestataires locaux de valoriser leur savoir-faire et de générer de nouvelles affaires. Une fois de plus, la rencontre rassemblera sur la Côte d'Azur des acteurs locaux aux côtés de décideurs régionaux, nationaux et internationaux en quête de lieux, de prestataires et de nouvelles collaborations. L'objectif de cette journée est clair : faire gagner du temps aux professionnels en leur proposant une prospection ciblée. Hébergeurs, agences événementielles, traiteurs, transporteurs, prestataires techniques ou encore organisateurs d'activités pourront rencontrer, lors de rendez-vous programmés de 15 minutes, des « Top Buyers » venus spécialement pour découvrir la richesse de l'écosystème touristique azuréen. L'événement bénéficie du soutien de nombreux partenaires institutionnels et privés**, contribuant au dynamisme de l'écosystème MICE.

Nouveauté 2026 : la convention s'appuie sur un partenariat avec le Groupe SNCF, permettant d'accueillir une délégation de Top VIP acheteurs parisiens. Ces professionnels voyageront en TGV privatisé, en première classe avec res-



"Le train est particulièrement attractif pour les clients tourisme d'affaires".

Nathalie Lanier, Directrice des voyages en groupe de SNCF Voyageurs

tauration et animations, transformant le trajet en un véritable temps productif, tout en mettant en valeur la Côte d'Azur comme destination de tourisme d'affaires. Nathalie Lanier, Directrice des Voyages en Groupes chez SNCF Voyageurs, détaille ce dispositif : « Nous avons la responsabilité de tous les voyages de plus de dix passagers sur le périmètre TGV France et Europe. Sur le marché du tourisme d'affaires en groupe, nous avons deux zones principales : Paris et la Côte d'Azur, entre Cannes, Antibes, Nice et Monaco. La Côte d'Azur est notre deuxième marché émetteur sur ce segment. » Pour Nathalie Lanier, ce partenariat dépasse le simple transport : il s'agit de créer une expérience événementielle dès le départ. « Ces cinq heures à bord du TGV sont du temps utile. Nos clients peuvent commencer leur événement dans le train : réunions, animations, *one-to-one* entre collaborateurs... Quand ils arrivent, ils sont déjà pleinement dis-

ponibles pour la convention et les rencontres business. » Elle souligne également l'importance du train dans une logique RSE et environnementale. « Sur le train, l'empreinte carbone est de 4 grammes par kilomètre par passager, contre 280 grammes pour l'avion. De plus, le temps de trajet est exploitable pour travailler ou échanger, ce qui rend le train particulièrement attractif pour les clients tourisme d'affaires. » Enfin, elle explique l'intérêt de travailler avec les acteurs locaux : « La Place Business nous a permis de rentrer dans un réseau de professionnels locaux et d'établir des collaborations solides. Ce n'est pas parce qu'on s'appelle SNCF que l'on peut entrer sur ce marché seul ; il faut travailler avec les acteurs du territoire. »

La délégation parisienne participera également à un Éductour, conçu pour faire découvrir des lieux emblématiques et partenaires de la convention. Pendant plusieurs jours, les professionnels parisiens auront l'occasion de visiter des établissements comme la Maison Albar et le Château de Crémât à Nice, ou encore l'Hôtel 1932 à Antibes. Avec l'objectif de permettre aux décideurs de se projeter dans l'organisation de leurs événements, qu'il s'agisse de séminaires, de team buildings ou d'incentives clients. Cet Éductour est un instant privilégié pour leur expérience de la destination et valorise le potentiel des prestataires locaux dans un contexte professionnel et immersif.

DÉVELOPPEZ ET OPTIMISEZ VOTRE VISIBILITÉ

avec le magazine économique
des entreprises de la Côte d'Azur



**"La convention
MICE & Leisure
est un outil de
développement
très performant".**

Marie Gamart, Responsable commerciale, communication & événementiel du Château de Crémât

Marie Gamart, Responsable commerciale, communication & événementiel du Château de Crémât (Nice) a choisi de participer à la convention d'affaires en étant sponsor de l'Éductour : « La convention MICE & Leisure est un outil de développement très performant. Je trouve ce type d'opération très efficace pour développer le tourisme d'affaires sur la Côte d'Azur. Elles valorisent la diversité et la qualité de l'offre locale, tout en renforçant l'attractivité de la région face à la concurrence internationale. Pour un établissement comme le nôtre, ces visites ciblées sont déterminantes : elles permettent de créer des liens avec des décideurs, de générer de la confiance et de concrétiser des projets rapidement. Enfin, adhérer à la Place Business est un vrai levier de développement pour nous. Cela nous offre visibilité, accès à des événements ciblés et opportunités de partenariats. »

En 2026, la montée en puissance de la convention se traduit par son organisation dans un espace plus vaste, le Palais des Congrès Antipolis, pour accueillir confortablement tous les participants à l'événement et les délégations. Chaque année, la convention attire un nombre croissant de donneurs d'ordre et devient un rendez-vous stratégique pour les prestataires azuréens qui souhaitent développer leur activité sur le marché MICE. ■

* Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions

** Institutionnels et financiers: Antipolis - Palais des Congrès, Crédit Agricole (Partenaire de la Filière Tourisme), Département des Alpes-Maritimes, Digilangue, Cyber ID, We Acteam, Alive Events, Groupe Protector, United Airlines. Sponsors Éductour: Hôtel 1932, Maison Albar, Château de Crémât, tous membres de La Place Business.

La Place Business est soutenue par Malongo, Harmonie, Mutuelle, Le Journal des Entreprises, Chopard, Mane et Amadeus.

> en savoir plus: laplacebusiness.com



AZUR

#INFOCCI06

CCI NICE
CÔTE D'AZUR



Votre contact régie publicitaire

Gersende GIORDANO regie@cote-azur.cci.fr T. +33 4 93 13 75 73



PORT VAUBAN : LES ULTIM DE RETOUR À ANTIBES EN 2026

ÉVÉNEMENT

Les géants de la classe Ultim, ces voiliers les plus rapides au monde, reviennent à nouveau au port Vauban l'an prochain.

C'est un événement nautique qui a toute sa place dans le plus grand port de plaisance de Méditerranée et qui génère d'importantes retombées pour l'économie locale en attirant un large public : plus de 25 000 visiteurs sur 3 jours ont été décomptés lors de la phase de test* l'an dernier. Celle-ci s'était déroulée de Concarneau à Antibes, donnant lieu à de spectaculaires *runs* de vitesse au pied des remparts. Le port Vauban confirme cet essai réussi en accueillant une toute nouvelle course en 2026 : l'Odysée Ultim.

Ainsi, le port azuréen accueillera à nouveau du 29 avril au 10 mai prochains les plus grands et les plus rapides voiliers du monde : des maxi-trimarans faisant plus de 32 mètres de long, capables de voler au-dessus de l'eau grâce à leurs *foils* et dépassant avec élégance les 90 km/h sur l'eau. Bien au-delà de la vitesse du vent. Leur design innovant réduit la traînée, offrant des performances exceptionnelles et marquant une nouvelle ère dans la course au large. Ces bateaux incarnent l'esprit d'exploration des marins modernes. À la barre, on trouve également les skippers français les plus capés de la course au large : Armel le Cleac'h, Charles Caudrelier, Thomas Coville, Tom la Perche et Anthony Marchand, ou encore Franck Cammas et le niçois Sébastien Josse...

Ce projet dont ce sera la première édition va rallier Antibes à Olympie, en Grèce, puis retour à Antibes avec un tour de la Méditerranée sur les traces d'Ulysse passant par Malte, les Baléares...

si Éole le permet. C'est tout simplement la plus grande course offshore en équipage - 2 000 milles nautiques de parcours, 5 jours de course au large - jamais lancée en Méditerranée. Née d'une ambition partagée par CapMed, l'organisateur, avec la ville d'Antibes-Juan-les-Pins, le port Vauban et la Société des Régates d'Antibes et dans l'esprit des célèbres Voiles d'Antibes, cette nouvelle course mêle performance, aventure et innovation. elle est en résonance directe avec les atouts de Sophia Antipolis, première technopole d'Europe, qui est à quelques kilomètres à peine des quais du port.

Un événement prestigieux qui prendra donc son départ du port Vauban, mais où se déroulera également son arrivée, confirmant le statut de capitale de la voile du bassin azuréen. Durant deux jours de sensations fortes, les remparts antibois serviront à nouveau de toile de fond pour des *runs* de vitesse au plus près du public. Le record

Lors d'une phase de test en 2024 les trimarans de la classe Ultim ont rivalisé de vitesse au pied des remparts d'Antibes. Un spectacle unique !



© Alexis Courcoux

à battre ? Il est de 37,94 nœuds... Pour cette première de l'Odyssée Ultim, l'organisateur attend cette fois pas moins de 100 000 personnes sur le village de la course, qui sera installé au cœur du port. Un vrai plus pour la notoriété et l'animation du port, de la ville comme de la destination Côte d'Azur, l'Odyssée Ultim prenant place dans le calendrier événementiel juste avant le Festival de Cannes et le Grand Prix de Monaco. C'est donc une belle opportunité de faire du B2B et d'inviter des clients et/ou collaborateurs à partager des moments d'exception (dès 1500 € en rejoignant le club des dirigeants). ■

** la phase de test s'est déroulée en 2024, en accueillant au port 5 bateaux de la classe Ultim pour l'arrivée de la course "la Finistère-Atlantique"*

> en savoir plus : leportvauban.com
et sur odyssee-ultim.com

RSE

LA CCI NICE CÔTE D'AZUR, PREMIÈRE CCI DE FRANCE LABELISÉE ENGAGÉ RSE-AFNOR

Le label a été remis le 25 novembre dernier.

© CCI Nice Côte d'Azur



Fondé sur la norme internationale ISO 26000, c'est le label de référence pour évaluer la maturité des engagements sociaux, environnementaux et économiques, tout en valorisant les bonnes pratiques.

Jeudi 20 novembre 2025, la CCI Nice Côte d'Azur a officiellement reçu le label engagé RSE de l'AFNOR. Elle devient ainsi la 1^{re} CCI de France à être labellisée "Engagé RSE" avec AFNOR Certification. L'évaluation, qui repose sur 47 critères répartis en 8 thématiques, couvre des domaines tels que la gouvernance, les ressources humaines, l'impact environnemental, l'ancrage territorial ou encore la performance économique.

La RSE est à la fois un moyen de contribuer à l'amélioration de la société et à la préservation de l'environnement. En l'intégrant à la stratégie d'une entreprise, on peut transformer son organisation et renforcer ses performances. Il s'agit en effet d'un outil puissant d'innovation et de création de valeur.

Pour Jean-Pierre Savarino, Président de la CCI Nice Côte d'Azur : « L'obtention du label Engagé RSE constitue une reconnaissance pour l'action concrète que nous menons au quotidien dans l'accompagnement des entreprises à adopter une démarche responsable et durable. La CCI Nice Côte d'Azur a beaucoup évolué ces dernières années et est devenue une entreprise publique performante, moderne et humaine dont les actions prennent systématiquement en compte, par-delà l'intérêt général, les trois piliers de la RSE : l'environnement, l'économie et le social. »

Reconnaissance d'une démarche structurée et cohérente et engagée depuis plus de 18 mois, le label Engagé RSE vient compléter les certifications déjà obtenues par la CCI Nice Côte d'Azur dans ses établissements, avec Qualiopi pour la formation et Ports Propres pour les ports de Golfe-Juan, Gallice et Vauban. Son périmètre couvre toutes les activités de la CCI du service aux entreprises en passant par la formation et la gestion portuaire.

Franck Scarlatti, Directeur général de la CCI Nice Côte d'Azur confirme : « La CCI accompagne, dans le cadre de ses missions de service public, les entreprises de son territoire dans leur démarche RSE. Cette labellisation a valeur d'exemplarité et permet accroître sa crédibilité dans l'exercice de ses activités. Par des pratiques durables différenciantes et une anticipation des réglementations, la CCI dispose donc d'un nouvel atout dans le cadre des procédures de mises en concurrence tout en développant sa marque employeur ». ■

> en savoir plus sur les solutions de la CCI pour les entreprises souhaitant s'engager dans une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) : www.cote-azur.cci.fr/solutions/diagnostic-rse



Adeline Paul-Sabater, directrice de la boutique Calzedonia à Cap 3000 (à droite sur la photo) avec Amira, son alternante : elle est 100% convaincue de l'efficacité des formations commerce du CSM, tout comme **Germain Clémenti, dirigeant de La Fenêtre Cannoise.**



CAMPUS SUD DES MÉTIERS : FOCUS SUR LE PARCOURS COMMERCE

FORMATION

Le Campus Sud des Métiers propose des formations dans le commerce, la vente et la relation client, adaptées à différents niveaux et ambitions professionnelles. Chaque parcours permet d'acquérir des compétences concrètes et opérationnelles, tout en offrant des perspectives d'évolution dans un secteur dynamique.

Pour répondre aux besoins en recrutement de ce secteur stratégique de l'économie azurienne et former ceux qui souhaitent débiter dans le commerce, le campus propose des formations qui permettent d'acquérir rapidement des compétences polyvalentes et opérationnelles. Focus sur un parcours complet, en phase avec la filière. Car la formation est 100 % adaptée aux attentes des entreprises. Par exemple, le cursus Employé Polyvalent du Commerce et de la Distribution (EPCD) prépare à occuper différentes fonctions en magasin ou en grande distribution : accueil et orientation des clients, gestion des encaissements, mise en rayon, réassort des produits et suivi des stocks. Sur un parcours légèrement plus long et approfondi, le Bac Pro Métiers du Commerce et de la Vente-option Animation et Gestion de l'Espace Commercial combine enseignements généraux et pratiques pour former des professionnels capables de gérer et d'animer un point de vente.

Adeline Paul-Sabater (directrice boutique Calzedonia Cap 3000) confirme l'adéquation des formations avec le besoin de la filière commerce. « Nous accueillons des alternants depuis trois

ans. Au départ, c'était un test : nous avons recruté quelqu'un sur un contrat d'été et nous nous sommes dit "pourquoi ne pas tenter l'alternance ? Finalement, ça s'est tellement bien passé que nous avons immédiatement voulu continuer. L'expérience est extrêmement riche, autant pour l'entreprise que pour l'apprenti. Car on apprend beaucoup des jeunes que l'on accompagne : leur regard neuf, leurs projets, leur façon d'aborder les problématiques du commerce... Pendant trois ans, j'ai eu une alternante que j'ai suivie de près. J'étais sa tutrice, et je l'ai accompagnée jusque dans la présentation de ses mémoires à l'école. Je participais à ses projets, et c'était vraiment passionnant. Souvent, ses idées pouvaient être appliquées directement en magasin. Par exemple, des projets sur l'amélioration de la satisfaction client, la gestion des stocks... Nous les testions ensemble sur le terrain. L'expérience ayant été très positive, nous avons décidé de poursuivre sur cette lancée. C'est pour cette raison que nous avons de nouveau recruté une alternante cette année : c'est une vraie valeur ajoutée. »

Gérer et piloter : Bac +2. Pour ceux qui sou-

haitent développer des compétences en gestion et management commercial, le Campus Sud des Métiers propose des formations de niveau Bac +2. Tout d'abord le BTS management commercial opérationnel (MCO), qui est une formation axée sur le management de l'équipe commerciale. L'alternant apprend à diriger une équipe et à gérer une unité commerciale. La formation porte aussi sur la gestion opérationnelle, la relation client et la vente-conseil. Puis le BTS négociation et digitalisation de la relation client (NDRC), où l'alternant apprend à créer et développer une clientèle. Formé à la communication et à la négociation, l'élève apprend notamment à suivre la relation client via différents supports et outils numériques. Les deux parcours, en alternance, permettent d'appliquer les compétences directement sur le terrain et d'acquérir une expérience professionnelle reconnue.

Se spécialiser et diriger : Bac +3 / Bachelor. Pour les étudiants souhaitant piloter des stratégies commerciales et se spécialiser, le Bachelor Responsable développement commercial (RDC) forme à l'élaboration et à la mise en œuvre de stratégies commerciales dans divers secteurs, à

ALTERNANCE

COMMENT LE CAMPUS
FORME LES TUTEURS

Accueillir un alternant, c'est l'aider à grandir dans le monde professionnel. Pour accompagner les entreprises dans cette mission, le Campus Sud des Métiers propose une formation courte et pratique pour devenir un tuteur efficace et bienveillant : « Accompagnement dans la fonction tutorale ».

Germain Clementi (La Fenêtre Cannoise) : « L'un de mes apprentis a réalisé 30 000 € de chiffre d'affaires dès son quatrième mois. »

« Je prends des alternants en commerce depuis quatre ans, car je suis moi-même issu du CSM et j'ai eu une très bonne expérience, confirme le directeur l'enseigne azurienne de menuiserie. Former des jeunes motivés me paraît naturel : je leur transmets le métier et j'essaie de leur donner envie de rester dans l'entreprise. Après une formation terrain de quelques semaines avec moi, ils deviennent rapidement autonomes. Contrairement aux idées reçues, ils peuvent être très performants : l'un d'eux a réalisé 30 000 € de chiffre d'affaires dès son quatrième mois. Je n'ai jamais été déçu, car c'est du donnant-donnant : s'ils sont motivés et que nous nous impliquons, ça fonctionne. Leur jeunesse apporte aussi un vrai renouveau. J'ai même proposé une embauche à l'un d'eux, qui est finalement parti pour une belle opportunité au Congo. Pour moi, il est illogique que des entreprises ne profitent pas de l'alternance : c'est un avantage économique et opérationnel évident. »

la négociation avec des clients clés et au management de projets commerciaux. Le Bachelor Responsable de commerces et de la distribution forme l'alternant à devenir l'interface entre la direction et les équipes d'un point de vente dont il assure la responsabilité au niveau de la gestion commerciale, administrative, logistique et humaine.

Formations spécialisées et métiers clés. Parallèlement à ces parcours par niveau, le campus propose des formations spécialisées pour se diriger vers des métiers précis du commerce, dont la formation de gestionnaire d'unité commerciale, ou encore celle de Vendeur-Consellier omnicanal, qui prépare à la gestion de la relation client sur tous les canaux, avec des compétences en conseil, vente, animation de l'expérience client et utilisation des outils numériques. Là encore, ce sont des formations qui offrent une spécialisation concrète et directement applicable, permettant aux étudiants de répondre aux besoins spécifiques du marché. ■

En savoir plus > www.campussuddesmetiers.com/les-formations/commerce-vente-relation-client/

Le tuteur, ou maître d'apprentissage, est souvent le premier repère d'un alternant.

Ce rôle ne se limite pas à superviser des tâches : il implique de transmettre savoirs, savoir-faire et savoir-être, tout en accompagnant l'intégration et la progression de l'alternant. Gilles Spagnol, directeur du pôle accueil-hébergement secteur Nice-Menton à l'ADAPEI des Alpes-Maritimes, partage son expérience : « J'ai été agréablement surpris par cette formation. Au départ, je pensais que ce serait assez basique. On connaît les rouages et on peut se dire que ce genre de formation est une obligation un peu inutile. Mais elle est essentielle. Beaucoup de choses se font naturellement... et d'autres auxquelles on ne pense pas du tout. Par exemple, je n'avais jamais vraiment réfléchi à l'importance d'aligner ce que l'alternant découvre en entreprise avec son cursus et son calendrier de formation. La formation m'a aussi rappelé qu'il existe des étapes, des critères, une véritable organisation à respecter pour faciliter l'expérience, à la fois pour l'alternant et pour la qualité du travail qu'il va fournir. »

Pour Gilles Spagnol, cette formation permet de mieux planifier l'accompagnement, de faciliter l'intégration et de rendre l'expérience motivante pour l'alternant : « Nous, on connaît l'entreprise, mais quelqu'un qui arrive et doit jongler entre travail et formation a besoin d'un accompagnement clair et structuré. Elle m'a apporté une meilleure compréhension du rôle que j'ai à jouer et des outils concrets pour accompagner au mieux. »

D'une durée de deux jours (14 heures), la formation peut se dérouler en présentiel ou en distanciel et s'adapte aux besoins de chaque entreprise. Elle s'adresse à toute personne amenée à exercer la fonction de tuteur ou de maître d'apprentissage, qu'elle soit novice ou expérimentée. Les participants apprennent à comprendre leur rôle, structurer leur accompagnement, transmettre efficacement leurs savoir-faire et gérer les situations du quotidien.

Gilles Spagnol (ADAPEI 06) a suivi la formation.



Chaque séquence combine échanges, mises en situation, études de cas et outils pratiques, permettant aux participants d'intégrer immédiatement les bonnes pratiques dans leur entreprise. La formation aborde la sélection et l'intégration de l'alternant, la communication interpersonnelle, les obligations réglementaires et les méthodes pédagogiques pour susciter l'envie d'apprendre et faciliter la transmission des compétences.

Pourquoi former les tuteurs ? Parce que c'est investir dans le futur collaborateur, valoriser les ambassadeurs de votre entreprise et favoriser la montée en compétences tout en limitant les ruptures de contrat. Le Campus Sud des Métiers et son Espace Accompagnement des Parcours (EAP) accompagnent ainsi tous les acteurs de l'alternance, qu'il s'agisse des alternants eux-mêmes ou des entreprises qui les accueillent. Grâce à cette formation, les alternants bénéficient d'un encadrement structuré et les tuteurs voient leur engagement reconnu et professionnalisé, comme le confirme Gilles : « Cette formation est plus qu'utile. Elle est essentielle ». ■

En savoir plus > www.campussuddesmetiers.com/

MULTI-FERMETURES (PÉGOMAS) : REPRISE FAMILIALE RÉUSSIE

Services

Fondée en 2006 par Patrick et Carmen Moya, l'entreprise spécialisée dans la rénovation de menuiseries vient de franchir une étape clé : sa transmission aux deux fils du couple.

Une opération menée dans un cadre totalement familial, soutenue par le dispositif régional « Mon projet d'entreprise » et par l'accompagnement de la CCI Nice Côte d'Azur, comme l'explique David Moya, aujourd'hui cogérant avec son frère Sylvain et fils des créateurs de l'entreprise. « Dès le départ, nous avons contacté la CCI pour mener à bien notre projet de faire une reprise familiale. L'équipe du pôle entreprendre nous a aidés à nous préparer, à identifier les points clés, notamment pour les demandes d'aides. » Grâce à cet accompagnement, les deux repreneurs obtiennent rapidement un prêt à taux zéro auprès d'Initiative Terre d'Azur. « Notre pitch était tellement bien préparé grâce à la CCI que nous avons eu une réponse favorable une demi-heure après l'entretien ! », se félicite David Moya.

Le projet permet de pérenniser une entreprise familiale solidement ancrée sur le marché local. Multi-fermetures a construit sa réputation sur un positionnement clair : la rénovation chez les particuliers. « On ne fait pas de gros chantiers ou de constructions neuves. Notre cœur de métier, c'est vraiment la menuiserie en rénovation pour les particuliers », précise le nouveau dirigeant. L'entreprise, qui compte quatre salariés et deux travailleurs non salariés, se maintient sur une trajectoire de croissance régulière. Elle a réalisé 1 million d'euros de chiffre d'affaires lors du dernier exercice, et vise un maintien autour d'un million d'euros cette année. « On augmente toujours un petit peu, c'est constant », résume David Moya.

Un projet bien anticipé : depuis plusieurs années, les futurs repreneurs ont progressivement pris les rênes sous l'œil du fondateur, Patrick Moya. « Nos parents nous ont donné petit à petit les commandes, avant de nous lais-

ser l'entreprise. Ils ont toujours vérifié que nous pouvions nous en sortir », souligne David.

Une nouvelle ère s'ouvre, avec une modernisation et de nouvelles ambitions. Avant même la finalisation officielle de la transmission le 26 juin dernier, David et Sylvain ont imprimé leur marque. Refonte des logos, nouveau site internet, présence accrue sur les réseaux sociaux, renouvellement de la flotte de véhicules, premières campagnes d'affichage... La priorité de 2025 reste toutefois une transition en douceur pour la clientèle : « Nous voulons une reprise fluide. Pour les clients, rien ne change : ce sont les mêmes personnes qu'ils connaissent qui restent aux commandes », assure le cogérant. L'entreprise se prépare cependant à renforcer ses équipes. « On va devoir embaucher, c'est



Sylvain et David Moya, repreneurs de l'entreprise.

sûr. On cherche un poseur et un commercial », annonce David Moya. Le dirigeant ne cache pas son enthousiasme quant au soutien reçu : « La CCI a été extraordinaire. Elle nous a donné des

clés pour discuter du business, du business plan... La communication a été très facile et ça nous a permis d'être plus sereins ». ■

En savoir plus > multi-fermetures.fr

Vous voulez créer votre entreprise ?

La formation 5 jours pour entreprendre est faite pour vous !

Contactez le service Création d'entreprise
de la CCI Nice Côte d'Azur
creation@cote-azur.cci.fr - 04 93 13 73 00



Au cœur de votre histoire



NÉGOCE

Négoce de vêtements professionnels et EPI
CA : 1.100.000 € - Prix : 1.000.000 €
Effectif : 3
Cède parts sociales. Plus de 20 ans d'ancienneté. Zone d'intervention : PACA. Clientèle fidèle et diversifiée composée en majorité de professionnels ainsi que des particuliers et de collectivités. Réponse aux A.O.

Réf. PAC255640C

COMMERCE

Boutique linge maison - Nice
CA : 400.000 € - Prix : 220.000 €
Effectif : 2
Cause départ à la retraite, cède fonds de commerce d'une boutique de linge de maison avec un univers Premium, dans le centre-ville de Nice depuis 1990. Surface de vente 50m² et réserve de 50m².

Réf. PAC262082C

Fabrication et vente de produits énergétiques
Prix : 50.000 €
Cède les actifs d'une entreprise de fabrication et vente de produits énergétiques : site e-commerce, recettes, machines, logistique et bail.

Réf. PAC261414C

Site internet de vente de vêtements pour bébés
CA : 40.000 € - Prix : 95.000 €
Cède Pepites.co, un site internet spécialisé dans la vente de vêtements éthiques pour bébés et accessoires de puériculture, créé il y a 3 ans.

Réf. PAC259021C

Bijouterie - Nice
Prix : 109.000 €
Cède fonds de commerce d'une bijouterie situé sur un emplacement numéro 1 à Nice. Bail tout commerce, 25m².

Réf. PAC259587C

Bar à ongles clé en mains - Quartier port, Nice
CA : 205.000 € - Prix : 145.000 €
Effectif : 4
Cause changement de région cède une activité de prothésiste ongulair, idéalement situé dans un centre commercial dynamique.

Réf. PAC259674C

Papeterie - Nice centre
Prix : 150.000 €
Changement de région cède fonds de commerce, avec possibilité d'acheter les murs commerciaux. Situé en centre-ville de Nice. Bonne rentabilité. Superficie : 51 m², réserve 17 m², vitrine 20ml.

Réf. PAC254354C

Chocolaterie artisanale - Nice
CA : 400.000 € - Prix : 390.000 €
Effectif : 3 (2 en saison)
Changement de région, cède fonds de commerce. Recettes transmises avec savoir-faire. Boutique 50 m² située en hyper centre. Labo fonctionnel et spacieux 220 m² en zone industrielle.

Réf. PAC255303C

HÔTELLERIE / RESTAURATION

Restaurant - Antibes
CA : 450.000 € - Prix : 400.000 €
Effectif : 6
Cède le fonds de commerce d'un restaurant situé dans la zone piétonne du vieux Antibes, sur un emplacement privilégié. Surface : 36m² et une terrasse. Licence IV.

Réf. PAC262029H

Restaurant - Nice
CA : 165.000 € - Prix : 155.000 €
Effectif : 1
Cède le fonds de commerce d'un restaurant convivial situé à Nice, ouvert depuis plus de 11 ans et bénéficiant d'une clientèle locale fidèle. Surface : 45m². 20 couverts en intérieur et 6 couverts en terrasse.

Réf. PAC261153H

Restaurant - Le Cannet
CA : 600.000 € - Prix : 290.000 €
Effectif : 5
Cède fonds de commerce d'un restaurant de cuisine asiatique et sushis. 28 couverts en terrasse et 24 en intérieur.

Réf. PAC259279H

Restaurant - La Colle-sur-Loup
CA : 80.000 € - Prix : 480.000 €
Cède murs et fonds de commerce d'un restaurant situé en plein cœur de La Colle-sur-Loup. Surface 45m², nombre de couverts : 44.

Réf. PAC259112C

Coffee shop avec terrasse - Sophia Antipolis
CA : 310.000 € - Prix : 250.000 €
Effectif : 3
Opportunité de reprendre, clé en mains, une activité en franchise de pâtisseries américaines, boissons chaudes, froides, snacking salé et fait-maison.

Réf. PAC259496C

Auberge communale - Briançonnet
Recherche, un couple de gérants ou 2 associés expérimentés en hôtellerie et restauration pour la reprise de l'auberge communale "Le Chanant", située dans le haut pays grassois.

Réf. PAC259078C

Restauration rapide-snack
CA : 210.000 € - Prix : 240.000 €
Effectif : 1
Raisons personnelles, cède fonds de commerce. Etablissement idéalement situé dans le vieux-Nice, à quelques mètres de la Promenade des Anglais. CA en progression. Idéal pour un couple, professionnels de la petite restauration et sens du service.

Réf. PAC256434H

Meublé de tourisme (avec l'immobilier) - Nice
CA : 150.000 € - Prix : 1.698.000 €
Effectif : 0
Départ à la retraite, cède parts sociales. Villa Belle Époque de 265m² au cœur de Nice, dans un quartier prisé, bien desservi par tramway et gare. Divisée en 8 T2 Duplex lumineux, style mini-loft, sur 3 niveaux, la villa est entourée d'un jardin paysager avec terrasses (terrain de 454m²). Autorisation permanente en meublés touristiques, exploité pendant 6 mois de l'année, avec un minimum de nuitées. Potentiel de développement important en étant exploité à l'année, avec un chiffre d'affaires prévisionnel pouvant atteindre 300.000 €.

Réf. PAC257060H

Bar restaurant Licence IV - Saint Martin du Var
CA : 500.000 € - Prix : 450.000 €
Effectif : 5 (dont 2 dirigeants)
Cède fonds de commerce situé sur la place du village. Capacité 70 couverts à l'intérieur et 50 en terrasse. Vendu clé en main.

Réf. AC256160H

Offre de restauration pour le déjeuner
CA : 590.000 € - Prix : 440.000 €
Effectif : 7
Retraite, cède fonds de commerce composé d'un restaurant et un snack avec une activité supplémentaire de traiteur sans service. Idéalement situés dans une zone d'activité dynamique et dense, peu de concurrents.

Réf. PAC253695H

SERVICES

Fabrication et vente de décoration et signalétique
CA : 350.000 € - Prix : 70.000 €
Effectif : 2
Cède fonds de commerce. Clientèle fidèle composée de grands comptes, commercialisation sur l'ensemble du territoire national et DROM. Référencement auprès de nombreuses enseignes de la grande distribution. 2 salariés autonomes et expérimentés.

Réf. PAC262143C

Service à domicile personnes âgées et handicapées
CA : 1.600.000 € - Prix : 1.100.000 €
Effectif : 50
Cède fonds parts sociales de 2 agences spécialisées dans la dépendance (80% du CA) pour un volume de 5.500/6000 heures par mois. Autorisations départementales délivrées jusqu'en 2029. Stabilité et autonomie de l'équipe administrative.

Réf. PAC261768P

Maintenance et dépannage de chaufferies collectives
CA : 185.000 € - Prix : 100.000 €
Effectif : 0
Cède fonds de commerce spécialisée dans la maintenance et le dépannage de chaufferies collectives gaz et fioul, créée il y a plus de 40 ans. Clientèle fidèle et diversifiée. Pas de local à reprendre. Profil : croissance externe.

Réf. PAC262126C

Transport de personnes
CA : 790.000 € - Prix : 595.000 €
Effectif : 10
Cause changement d'activité, cède parts sociales. Clientèle touristique. Partenariat avec des professionnels du tourisme. Inclus dans la cession 9 véhicules en bon état.

Réf. PAC259392C

Centre de bronzage UV
CA : 140.000 € - Prix : 130.000 €
Effectif : 0
Changement d'activité, cède fonds de commerce. Le centre dispose de 5 cabines reconditionnées à neuf. CA en croissance, clientèle fidélisée et récurrente, très bonne e-réputation. Surface de 50m² - Loyer annuel de 12k€ HT. Possibilité d'acheter les murs.

Réf. PAC259440C

Agence immobilière - Nice
CA : 210.000 € - Prix : 150.000 €
Effectif : 0
Changement d'activité, cède fonds de commerce. Clientèle nationale et internationale. Développement depuis un an d'une activité de gestion. Trois négociateurs indépendants renforcer la force commerciale. Local entièrement rénové de 22m². Loyer de 6.870 €/an.

Réf. PAC259156C

Aménagement cuisine, salle de bains, rangements
CA : 800.000 € - Prix : 500.000 €
Effectif : 3
Cède fonds de commerce d'un magasin franchisé spécialisé dans la vente de cuisines, salles de bain et rangements sur-mesure. L'enseigne parmi les leaders nationaux du secteur d'activité.

Réf. PAC256735C

Application phytosanitaire et élagage
CA 600.000 € - Prix 330.000 €
Effectif : 4
Cause changement d'activité, cède fonds de commerce. Zone d'intervention : Alpes-Maritimes. Bonne notoriété acquise depuis plus de 40 ans auprès d'une clientèle de professionnels (85 %) et de particuliers (15 %). Equipe compétente et autonome.

Réf. 061C0566

INDUSTRIE / BÂTIMENT

Vente & location de matériel de sécurité
CA : 146.000 € - Prix : 80.000 €
Effectif : 2
Cède le fonds de commerce d'une entreprise spécialisée dans la vente et location de matériel de sécurité pour le travail en hauteur auprès de professionnels. Local aménagé en showroom de 230 m². Profil : croissance externe ou particulier souhaitant se lancer dans le secteur.

Réf. PAC261700C

Plomberie et climatisation
CA : 726.000 € - Prix : 380.000 €
Effectif : 7
Cède le fonds de commerce. Clientèle de professionnels récurrents et de particuliers. 6 salariés sont présents (5 techniciens, 1 administratif). Local de 154 m² / 5 places de parkings pour 48 000 € / an. Profil : croissance externe ou particulier expérimenté.

Réf. PAC261716C

Entreprise générale du bâtiment
CA : 4.000.000 € - Prix : 1.300.000 €
Effectif : 17
Changement d'activité, cède parts sociales. Entreprise spécialisée dans la rénovation de résidentiel haut-de-gamme, de Monaco à Cannes, qui propose un service sur-mesure, de la conception à la réalisation du projet. Carnet de commandes rempli à 2 ans pour des gros chantiers.

Réf. PAC259271P

Vente et installation de cuisines professionnelles
CA : 600.000 € - Prix : 150.000 €
Effectif : 2
Départ à la retraite, cède parts sociales. Positionné spécifiquement sur le marché des collectivités publiques (environ 80 % du chiffre d'affaires) mais également sur le secteur professionnel privé (20 % du chiffre d'affaires).

Réf. PAC254902C

Mobilier de hall et urbain
CA : 720.000 € / Prix : 790.000 €
Effectif : 6
Retraite, cède actions d'une entreprise créée il y a 30 ans. L'entreprise propose une large gamme de produits pour la réception de courriers ainsi que pour l'aménagement de halls d'immeubles, notamment dans des copropriétés.

Réf. PAC253697C

Menuiserie serrurerie FDC
CA : 405.000 € - Prix : 651.000 €
Effectif : 2
Changement d'activité, Bonne visibilité. Vaste local rare en centre-ville. Bonne notoriété acquise depuis plus de 20 ans auprès d'une clientèle de particuliers (80 %) et de professionnels (20 %). Locaux à racheter d'une superficie de 228m² dont 1 magasin de 28m² avec 2 bureaux et un atelier de reproduction de clé et 1 entrepôt de 150m² avec 50m² en mezzanine sur un terrain sécurisé de 360m². Prix des murs : 545.000 €.

Réf. PAC250308C

Terrassement, Maçonnerie Générale Et Gros Œuvre
Ca : 7.000.000 € / Prix : 5.100.000 €
Effectif : 13
Raisons personnelles, cède parts sociales. Bonne notoriété acquise depuis plus de 50 ans auprès d'une clientèle de particuliers, site internet présentant les différents domaines d'intervention. Entreprise structurée avec une équipe de techniciens qualifiés et polyvalents. Bonne rentabilité. Locaux de 600 m² et un hectare de terrain. Loyer annuel 100.000 €. Matériel et outillage en bon état pour une valeur de 530.000 €.

Réf. 062c0568

Fabrication de fermetures du bâtiment
CA : 840.000 € - Prix : 610.000 €
Effectif : 2
Retraite, cède parts sociales. Bonne notoriété acquise depuis plus de 25 ans. Clientèle diversifiée et fidélisée de professionnels. Zone d'intervention : Alpes-Maritimes. CA en progression. Locaux d'une superficie de 440 m²; Loyer annuel HC : 51.000 €.

Réf. PAC243148P

Électricité du bâtiment
CA : 1.100.000 € - Prix : 260.000 €
Effectif : 5
Départ à la retraite, cède fonds de commerce d'une activité d'électricité bâtiment, sur des chantiers et travaux de différentes tailles allant de 50k€ à >100k€. Equipe technique autonome. Croissance externe idéale (PAC, alarmes/video-surveillance etc.).

Réf. PAC256656C

Consultez toutes les annonces
sur www.cote-azur.cci.fr

Répondre à une offre, passer une annonce
ou en savoir plus sur nos services?

Tél. : 0 800 422 222
cession.reprise@cote-azur.cci.fr



JOURS PRO



CITROËN

Prolongation
exceptionnelle



Citroën ë-C3 Van

disponible immédiatement en stock limité

à partir de **129 € HT/mois⁽¹⁾**

après un 1^{er} loyer de 4 591 € HT, Prime CertiNergy déduite

JUSQU'À

8
ANS

CITROËN,
WE CARE
GARANTIE

CITROËN PRÉFÈRE TotalEnergies. Modèle présenté : ë-C3 VAN teinte blanc Banquise : 23 000 € HT. (1) Crédit-bail sur 48 mois et 40 000 Km d'une Citroën ë-C3 Société Électrique 113ch, boîte automatique, VAN neuve, avec option Pack Business, au prix de 23 625 € HT (tarif Citroën VU 09/25). 1^{er} loyer à la livraison de 8 674 € HT, suivi de 47 loyers mensuels de 129 € HT, hors prestations facultatives. Option d'achat finale en cas d'acquisition de 10 281 € HT. Les clients éligibles bénéficient d'une Prime CertiNergy* de 4 900 € affectée au paiement du 1^{er} loyer. Offre non cumulable, réservée aux professionnels (hors loueurs, administrations, collectivités locales, flottes et protocoles nationaux), dont le parc automobile total est au maximum de 100 véhicules, pour le crédit-bail du véhicule précité avec engagement de reprise par votre point de vente pour le montant de l'option

d'achat finale, conditionné à un kilométrage contractuel maximum de 40 000 km et à un état standard, valable du 01/12/25 au 31/12/25, dans les points de vente du réseau Citroën participants, et sous réserve d'acceptation par CREDIPAR, SA au capital de 138 517 008 €, RCS Versailles n° 317 425 981, 43 rue Jean Pierre TIMBAUD 78300 POISSY, mandataire d'assurance n° ORIAS 07 004 921 (www.orias.fr), n° ADEME FR231747_03GHJZ. Véhicule éligible au programme CITROËN WE CARE de garantie jusqu'à 8 ans ou 160 000 km. Les conditions générales du programme CITROËN WE CARE sont disponibles dans le réseau CITROËN et sur Citroën.fr.

GR O U P E
CHOPARD
Laissez-vous transporter

NICE • NICE ACROPOLIS • CANNES
ANTIBES • CAGNES/MER
GRASSE • MENTON