

50 LE MAGAZINE DES **personnalités**

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR
ANNUUEL - EDITION 2018

NOUVEAUX JURYS

NEW JURIES

*Stéphane Soto,
Jean-Luc Chauvin,
Philippine Léon
Di Fede, Patrick Valverde*

ÉDITORIAL EDITORIAL

*Notre région doit devenir la
Silicon Valley de l'Europe
Our region must become
the European Silicon Valley*

GROS PLAN FOCUS

*B. Buridant & V. Deruelle
à la tête du réseau
FrenchFounders, the head of
FrenchFounders network*

A close-up portrait of a man with short brown hair and a light beard, wearing a white collared shirt. He is looking directly at the camera with a neutral expression.

Éric LÉANDRI

PDG de Qwant - CEO at Qwant



CHARTREUX
DEPUIS 1929

Les vins du *Cellier* des Chartreux

contiennent du soleil, *du mistral*, de la pluie et encore du soleil. Ils contiennent aussi du travail, du talent, *de l'amitié*. Ces vins sont faits avec respect, plaisir et fierté par les *quatre-vingt-un* vigneronns du Cellier des Chartreux à Pujaut en Provence.



CHARTREUX
DEPUIS 1929

  www.cellierdeschartreux.fr

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

1412 - D6580 - 30131 Pujaut - France
tél : +33 4 90 26 30 77
email : caveau@cellierdeschartreux.fr

Notre région doit devenir la Silicon Valley de l'Europe

Our region must become the European Silicon Valley

Dans la compétition économique mondiale, les territoires sont en concurrence pour attirer des investisseurs, pour développer de la croissance et de l'emploi. Ce contexte favorise les métropoles « monde » mais également les régions dynamiques.

Le territoire de Provence Alpes Côte d'Azur a tous les atouts pour devenir l'une des régions les plus attractives de France et d'Europe. Elle possède des zones portuaires, des technopoles, des centres de recherche, des universités, des clusters d'entreprises mais également un patrimoine culturel exceptionnel et plus de 300 jours de soleil par an. Notre région doit devenir la Silicon Valley de l'Europe. Pour cela, nous devons mettre en lumière ce formidable capital humain et technologique qui composent notre territoire.

Si les stratégies liées au marketing territorial sont exogènes car elles ont pour but d'attirer des investisseurs, elles sont aussi endogènes. En effet, pour être un bon ambassadeur de son territoire, il faut connaître les atouts de ce dernier avant d'envisager de le défendre.

Avec une diffusion du magazine des 50 Personnalités à l'échelle de la région Provence Alpes Côte d'Azur mais également un lancement à New York et dans les capitales des pays du Maghreb, ce magazine doit devenir une vitrine de notre région ainsi qu'un outil de veille, de networking pour les opérateurs économiques Français et étrangers.

Dans cet esprit, nous avons conclu un partenariat avec le réseau international francophone FrenchFounders, implanté à New-York, Shangai, Singapour, Londres, Paris, Hong Kong et San Francisco. Ce partenariat a pour objectif de créer des synergies internationales pour attirer des investisseurs et pour permettre aux entreprises de la région de conquérir des marchés internationaux.

The Provence Alpes Côte d'Azur Region has it all to become one of the most attractive French region in Europe. The PACA must become the European Silicon Valley. In order to achieve that, we have to highlight the technologic and human capital that composed our territory. The 50 Personnalités magazine will be distributed in Provence Alpes Côte d'Azur and launched in New-York and in capitals of Maghreb. It must become a showcase of PACA but also a monitoring and networking tool for economic operators from everywhere. With that in mind, we have partnered with the international network FrenchFounders implanted in New-York, Shangai, Singapore, Londres, Paris, Hong Kong and San Francisco. This partnership aims to create international synergies in order to attract investors and to allow local companies to capture the international market.

Jamil Zéribi



Ce magazine est édité par la société Grand Sud Network
29 Rue Gustave Eiffel - 84 000 Avignon
RCS 818 380 758
Site web www.grandsudnetwork.com

Contact

jamil.zeribi@grandsudnetwork.com
Numéro ISSN - 2273-9858

Responsable de la publication

Jamil Zéribi

Responsable du développement

Cyril Fabre

Conception graphique

Agence Arôme - www.arome.fr

Co-direction artistique et photographies

Mary-Laëtitia Gerval

Journalistes

Marie-Rachel Aparis, Gaëlle Cloarec, Hervé Tusseau

Impression

Orta - 30 Boulevard Limbert - 84 000 Avignon



5 MILLIONS
D'HABITANTS
A 5 MILLION POPULATION

150
MILLIARDS
D'EUROS DE PIB
BILLION OF GDP

7% DE LA RICHESSE
NATIONALE
OF NATIONAL WEALTH

500 000
ENTREPRISES ENVIRON
ABOUT 500 000 COMPANIES

1ère DESTINATION TOURISTIQUE FRANÇAISE
1ST FRENCH TOURISTIC DESTINATION

3ème POSITION EN FRANCE POUR
L'ACCUEIL DES CADRES
3RD PLACE IN FRANCE FOR THE EXECUTIVES WELCOMING

3ème RÉGION LA PLUS
PEUPLÉE DE FRANCE
3RD MOST POPULATED REGION IN FRANCE

PARMI LES **20** RÉGIONS D'EUROPE
AYANT LE PIB LE PLUS ÉLEVÉ
AMONG THE HIGHEST GDP EUROPEAN AREA

3ème RÉGION AU REGARD DU
NOMBRE D'ÉTUDIANTS :
161 791 ÉTUDIANTS
3RD STUDENT AREA : 161 791 STUDENTS

1ère UNIVERSITÉ DE FRANCE
(AIX-MARSEILLE) EN NOMBRE
D'ÉTUDIANTS : **70 000**
MOST POPULATED UNIVERSITY IN FRANCE
(AIX-MARSEILLE), 70 000 STUDENTS

1er PRODUCTEUR MONDIAL
DE VIN ROSÉ
ROSÉ WINE WORLDS PRODUCER

1ère RÉGION DE FRANCE
POUR LA
PRODUCTION DE
FRUITS ET LÉGUMES
1ST FRENCH REGION FOR
FRUITS AND VEGETABLES
PRODUCTION

3ème RÉGION POUR LE NOMBRE DE CHERCHEURS
3RD REGION IN TERM OF RESEARCHER POPULATION



AVIGNON
TERRES DE CRÉATION

CRÉATEUR D'ENVIES



avignon-terresdecreation.com



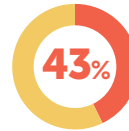
PATRIMOINE NATUREL

1 517 000 HECTARES DE FORÊT
HECTARES OF FOREST



700 km
DE LITTORAL
OF COASTLINE

4 PARCS NATIONAUX SUR LES 10 PARCS NATIONAUX DE FRANCE
NATIONAL PARKS AMONG 10 NATIONAL PARKS IN FRANCE



DES EXPLOITATIONS AGRICOLES
PRODUISENT SOUS
SIGNE OFFICIEL DE QUALITÉ
OF FARMS PRODUCE UNDER QUALITY LABEL

UN VERGER DE **3 500 000** OLIVIERS, SOIT PRÈS DE 2/3 DU TOTAL FRANÇAIS
A **3 500 000** OLIVE TREES ORCHARD: ALMOST 2/3 OF THE FRENCH OLIVE TREES

INDUSTRIE DE LA MER

135 PORTS DE PLAISANCE, 1ÈRE RÉGION FRANÇAISE
EN CAPACITÉ D'ACCUEIL
MARINAS, 1ST FRENCH REGION FOR CAPACITY FOR BOATS



50 % DE LA FLOTTE MONDIALE DE
HAUTE PLAISANCE
OF THE YACHTING INDUSTRY WORLD FLEET

LA MER GÈNÈRE **3** MILLIARDS D'EUROS DE
CHIFFRES D'AFFAIRES
THE SEA INDUSTRY GENERATES **3** BILLION EUROS REVENUE

60 000

PERSONNES VIVENT DE LA MER EN RÉGION
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR
PEOPLE MAKE A LIVING FROM THE SEA INDUSTRY IN PROVENCE ALPES CÔTES D'AZUR

TOURISME

215 MILLIONS DE NUITÉES
MILLION OVERNIGHT STAYS

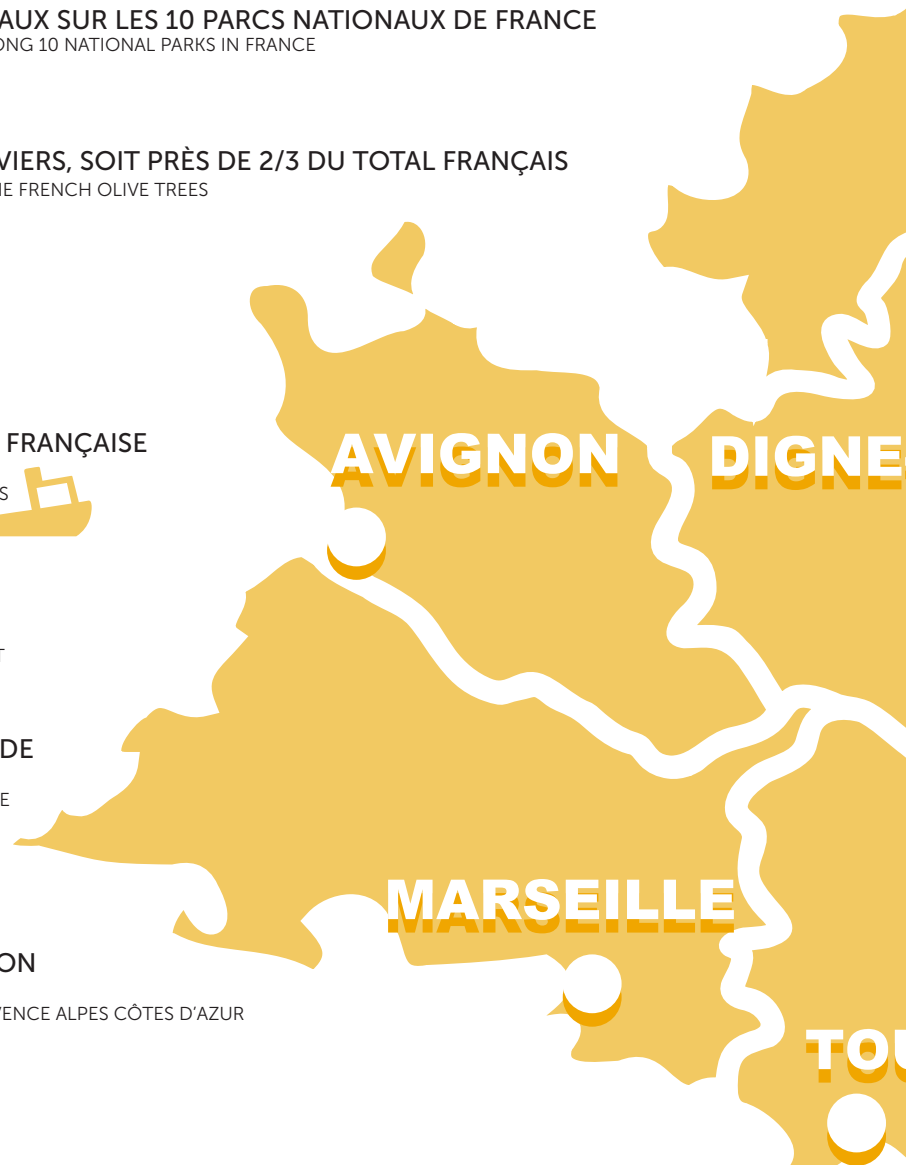


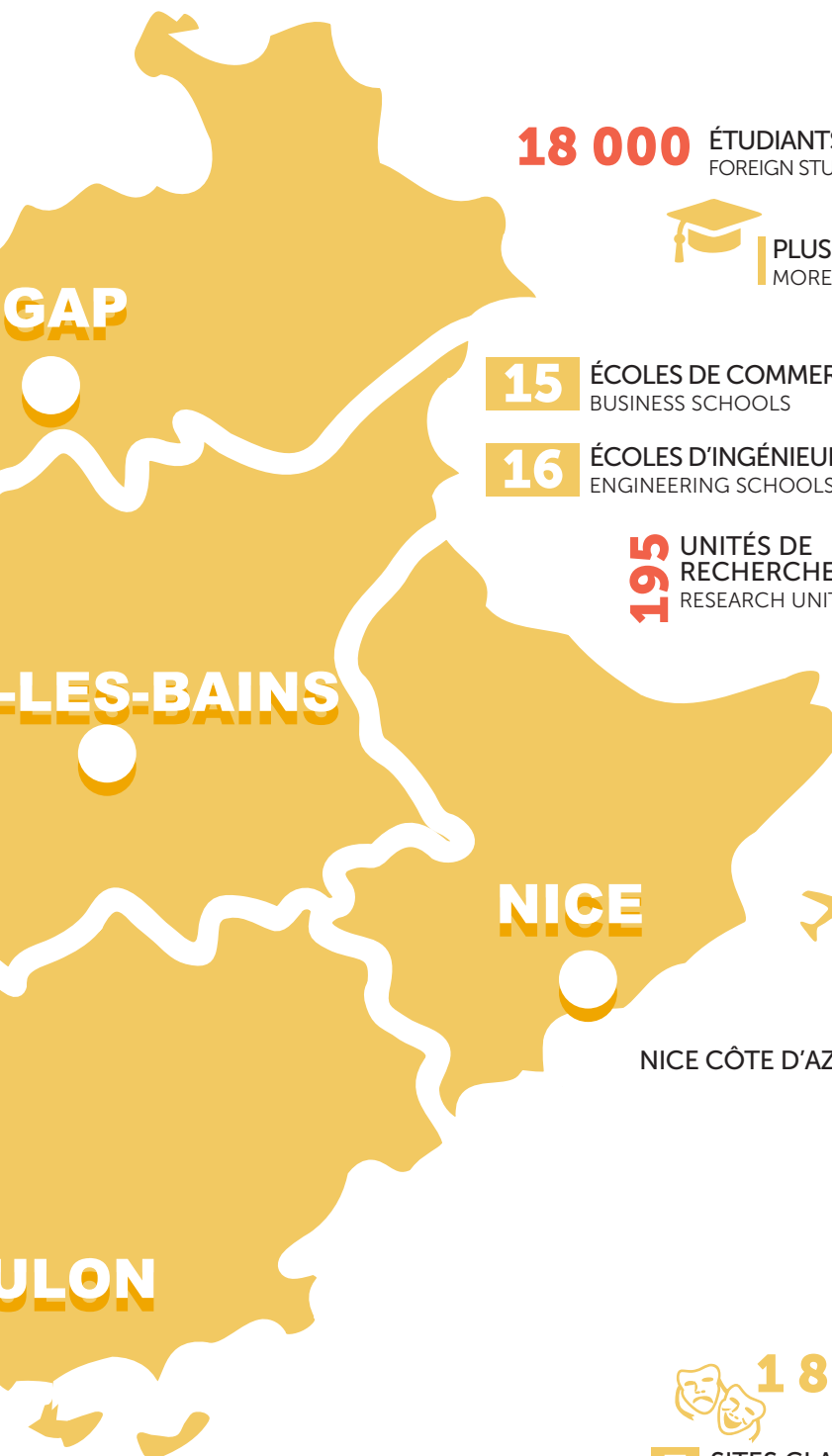
141 000
EMPLOIS JOBS

25 000 ÉTABLISSEMENTS DANS LES SECTEURS CARACTÉRISTIQUES DU TOURISME
ESTABLISHMENTS IN THE TOURISTIC MARKET

13 %
DU PIB RÉGIONAL
OF REGIONAL GDP

18 MILLIARDS D'EUROS DE RECETTES TOURISTIQUES CHAQUE ANNÉE
BILLION EUROS REVENUE FROM TOURISM EACH YEAR





UNIVERSITÉ

18 000 ÉTUDIANTS ÉTRANGERS DE 90 NATIONALITÉS DIFFÉRENTES
FOREIGN STUDENTS WITH MORE THAN 90 DIFFERENT NATIONALITIES



PLUS DE
MORE THAN

40%

DE DOCTORANTS ÉTRANGERS
FOREIGN PHD STUDENTS

15 ÉCOLES DE COMMERCE
BUSINESS SCHOOLS

16 ÉCOLES D'INGÉNIEURS
ENGINEERING SCHOOLS

195 UNITÉS DE
RECHERCHE
RESEARCH UNITS

22 ÉCOLES INTERNATIONALES
INTERNATIONAL SCHOOLS

45 SECTIONS INTERNATIONALES
INTERNATIONAL SECTIONS

TRANSPORT

1 335 KM
DE RAIL RAIL SYSTEM



TGV

MARSEILLE
PARIS **3H20**

MARSEILLE
LYON **1H30**

MARSEILLE
BARCELONE **5H**



AVION PLANE

PARIS
NICE **1H30**

NICE CÔTE D'AZUR, 2ÈME AÉROPORT FRANÇAIS AVEC **12,5**
MILLIONS DE VOYAGEURS
NICE CÔTE D'AZUR : 2ND FRENCH AIRPORT WITH **12,5**
MILLION PASSENGERS

CULTURE



1 800

FESTIVALS ET MANIFESTATIONS PAR AN
FESTIVALS AND EVENTS PER YEAR

5

SITES CLASSÉS AU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO
SITES LISTED AS A UNESCO WORLD HERITAGE SITE

UN RÉSEAU DE **123** MUSÉES LABELLISÉS DONT 5 MUSÉES NATIONAUX
A NETWORK OF LABELLED MUSEUMS INCLUDING 5 NATIONAL MUSEUMS

Provence Alpes Côte d'Azur

INTERVIEW

Paul Hermelin : « Il faut attirer des investisseurs audacieux dans notre région »

Paul Hermelin : « We need to attract bold investors in our region »

L'Avignonnais Paul Hermelin est à la tête de Capgemini depuis 2012. Cette entreprise de services informatiques est un poids lourd de l'économie Française avec ses 13 Milliards d'Euros de CA en 2017 et ses 200 000 salariés dans le monde. X, ENA, membre du cabinet de Jacques Delors, proche collaborateur de Dominique Strauss-Kahn à Bercy, Paul Hermelin possède un regard et une expertise fine des enjeux de l'économie Française. Sa parole est rare, il a accepté de répondre à nos questions.

Paul Hermelin, from Avignon, is running Capgemini since 2012. The computer company has generated 13 billion Euros of sales in 2017 and employs 200 000 people all over the world. X, ENA, Jacques Delors office's member, Dominique Strauss-Kahn's close associate in Bercy, Paul Hermelin has an original vision on French economy issues. He agreed to answer some of our questions.

Propos recueillis par Jamil Zéribi

- Capgemini est implantée sur la métropole Aix-Marseille, est-ce un signe qui symbolise l'attractivité grandissante de notre Région ?

Capgemini is implanted in the Aix-Marseille metropole, does it mean our region's attractiveness is growing?

Le Groupe Capgemini est présent dans la région depuis longtemps ! Nos implantations principales sont à Marseille et Sophia Antipolis, plus des satellites à Bagnols sur Ceze ou à Cadarache ainsi qu'aux Milles. Nous avons quelques clients majeurs sur ces territoires à l'instar d'Airbus, Orano... Nous y sommes en croissance et nous recrutons régulièrement des jeunes talents.

The Capgemini Group has been active in our region for a long time now! Our main implantations are in Marseille and Sophia Antipolis, and some more branches in Bagnols sur Ceze, Cadarache and the Milles. There, we have big clients such as Airbus, Orano... We are growing and are regularly recruiting young talents.

- Vous êtes originaire d'Avignon, c'est un territoire qui vous est cher ?

You are from Avignon, is that a special place to you?

Je me sens complètement avignonnais. J'ai grandi ici et j'y cultive de belles et rares amitiés, certaines nouées au lycée Mistral et d'autres depuis. Je tente de contribuer au dynamisme économique de notre ville avec le pôle French Tech et l'accélérateur The Bridge. Mais, les très grandes entreprises qui pourraient être des clients pour Capgemini ne sont pas très présentes sur ce territoire, j'ai donc peu d'occasions d'y venir en tant que PDG...

I am deeply Avignonnais. I grew up here, I am maintaining very strong friendships, some forged in HighSchool (Mistral). I am trying to be part of our city's economic dynamism with French Tech and The Bridge. Yet, big companies that work with Capgemini are not implanted in our territory. When I come back in Avignon it is not as a CEO.

- Même si les difficultés demeurent dans certains secteurs, la France va mieux sur le plan économique, quel regard portez-vous sur cette évolution ?

Even though some difficulties remain, the French economy is doing better. What do you think about this evolution?

L'économie est indissociable du reste. Pour investir, les décideurs économiques doivent être optimistes et le climat est de ce point en amélioration sensible même si la brusque remontée des prix du pétrole et les menaces protectionnistes ont un peu assombri l'horizon. Et l'économie est indissociable du social. Et là il faut avancer. Il y a eu des changements dans notre référentiel avec les ordonnances sur le droit du travail et les nouvelles règles sur la formation professionnelle. A nous de les faire vivre par un renouveau du dialogue social dans nos entreprises !

The economic decision makers need to be optimistic in order to invest. Despite the oil price increase and some protectionist threats, the climate remains favorable. Economy is indissociable from social progress. There has been some changes in our baseline like new rules on vocational training and changes on labour law. Now we need to encourage social dialogue inside our companies.

- La région Provence-Alpes-Côte d'Azur peut-elle et doit-elle devenir la Silicon Valley de l'Europe ?

- Should or could the region become the European Silicon Valley ?

Pour être une autre Silicon Valley, que faut-il ? Des universités dynamiques, tout d'abord. Et on progresse vite à cet égard. Des entrepreneurs énergiques, nous en avons, et le soleil les attire. Il faut ensuite des investisseurs audacieux. Nous sommes sans doute sous-dotés dans ce domaine car les vrais grands du capital développement et du capital risque sont encore trop regroupés à Paris.



Paul Hermelin, PDG de CAPGEMINI

Credit photo : Najim Barika

« Les vrais grands du capital développement et du capital risque sont encore trop regroupés à Paris. »

Et enfin il faut avoir accès à un marché friand d'innovations. Souvent l'Europe, contrairement aux États-Unis, regarde les risques encourus par les entrepreneurs innovants comme une menace sur les bénéfices au lieu de les considérer comme des opportunités.

Donc au total, ça va mieux mais c'est pas gagné!

First we need dynamic Universities. I noticed that we made progress in this area and we got some very active entrepreneurs attracted by our weather. Now we need to find bold investors. For now, big risks and development capital fund still remain in Paris. Finally, we need to invest in the innovation market. In Europe, unlike in the USA, people sees in innovation the risks before the opportunity.

To conclude I would say that things are getting better but there is a long way to go.

La particularité du magazine des 50 Personnalités repose sur la sélection méticuleuse des entrepreneurs présents dans cet opus. Pour nous rapprocher au plus près de la vérité des territoires, nous avons choisi de composer un jury d'experts qui maîtrise parfaitement les différents écosystèmes de la région. Ces jurys, issus des différents départements de notre région, ont sélectionné les personnalités honorées dans le magazine. Voici la présentation des membres de ce jury.

The 50 Personalities magazine's specificity lies in a careful selection of entrepreneurs. In order to get closer to territories peculiarities, we decide to select a jury of experts who understand perfectly our region's diverse ecosystems. These juries come from different areas of our region and have selected the personalities honored in this magazine. Please find here our jury members introduction.

JEAN-LUC CHAUVIN

Président de la CCI Marseille Provence

CCI Marseille Provence President

Jean-Luc Chauvin est Président de la CCIMP (Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence). C'est un chef d'entreprise reconnu et un grand défenseur des entreprises de la métropole Aix-Marseille. Engagé depuis 2003 au sein du Medef et de l'Union Patronale des Bouches-du-Rhône, en 2010 il devient Président de cette puissante organisation représentative des entreprises. En 2016, il est élu à la tête de la CCI Marseille Provence.

Jean-Luc Chauvin is the president of CCIMP (Chamber of Commerce and Industry Marseille Provence). He is a reputed business leader and a strong protector of Aix-Marseille business companies. Committed, since 2003, to his missions for the MEDEF & UNION PATRONALE of les Bouches-du-Rhône, he became President of this powerful organization in 2010. In 2016, he was elected to lead Marseille Provence CCI.



Credit photo : H. Hôte / CCIMP



Credit photo : Daniel Kapikian

ISABELLE CORBIN

Directrice de Pays d'Aix Développement

Director of Pays d'Aix Development

Pays d'Aix Développement (PAD) est l'agence, qui depuis 1994, est en charge du développement économique du grand périmètre aixois. Le Pays d'Aix regroupe 36 communes sur les 92 existantes dans la métropole. Avec ses 2 principaux bassins Nord et Sud, ce territoire représente un potentiel économique puissant, composé de grands donneurs d'ordres et de très nombreuses PME PMI performantes, à forte valeur ajoutée. Le pays d'Aix héberge des implantations nationales de près de 200 entreprises étrangères (USA, Allemagne, Royaume Uni, Japon). L'agence traite plus de 450 dossiers par an, dont près de 200 implantations réalisées.

Pays d'Aix Development (PAD) agency has been working for the economic development of Aix-en-Pce territory since 1994; Pays d'Aix represents 36 municipalities out of the 92 other existing ones in France. With two mains areas: North and South, the territory has a huge economic potential composed of great ordering persons and many dynamic SMEs with high added value. Pays d'Aix houses 200 foreign companies (USA, Germany, UK, Japan). The agency handles 450 files every year, with almost 200 business implantations made.

TECHNISOL

KNAUF
KISENTIALS



DEMANDEZ LE GUIDE DE LA CHAPE 2018

contact@technisol-france.fr

CONTACTER LE 04 90 62 80 00

CHAPE FLUIDE SUR PLANCHER CHAUFFANT À EAU • SUR DALLE BÉTON • SUR ISOLATION THERMIQUE
SUR ISOLATION ACOUSTIQUE • SUR PLANCHER ÉLECTRIQUE • POUR LA RÉNOVATION

TECHNISOL FRANCE SAS - 113, avenue Henry Bureau - CS 10021 - 84210 Althen-des-Paluds - www.technisol-france.fr

STÉPHANE SOTO

Directeur de Medinsoft

Medinsoft Director

Stéphane Soto est ingénieur en Génie Industriel. Il a été durant 10 ans, directeur commercial, marketing et communication d'un éditeur de logiciels leader francophone en systèmes d'information documentaire. Depuis 2009, il dirige Medinsoft, l'association qui fédère l'industrie de l'IT en Provence. C'est l'équipe de Medinsoft qui a obtenu le label French Tech et a initié cette formidable dynamique d'innovation au sein de la Métropole Aix-Marseille. Pendant plus de 3 ans, Stéphane Soto a brillamment représenté le label à l'échelle locale et internationale.

Stéphane Soto is an engineer in industrial engineering. For 10 years, he worked as a communication, marketing and commercial director for a software company. Since 2009, he has been leading Medinsoft, which federates the IT industry in Provence. The Medinsoft team was awarded by French Tech label and has initiated a creative dynamic in Aix-Marseille area. For more than 3 years, Stéphane Soto has successfully represented this label both locally and internationally.



Credit photo : Medinsoft



Credit photo : Fred Habrioux

PHILIPPINE LÉON DI FEDE

Directrice adjointe de la Tribune-Bulletin de la Côte d'Azur

Tribune-Bulletin de la Côte d'Azur associate Director

Fondé en 1974 et racheté en 1981 par Philippe Léon, un professionnel de la presse, Tribune-Bulletin Côte d'Azur est implanté sur les trois principales villes du département des Alpes-Maritimes (Nice, Antibes/Sophia Antipolis et Cannes). Habilité depuis sa création pour la parution des annonces légales, il relaie chaque vendredi, option print ou numérique, une information vérifiée et exhaustive sur l'activité des entreprises et des collectivités locales. Avec l'arrivée de Philippine Leon Di Fede aux côtés de son père, l'hebdo prend son envol multi-canal : infos quotidiennes en direct via tribuca.net, réseaux sociaux, vidéos, newsletters, la rédaction s'est dotée d'un web-journaliste et d'un développeur.

Founded in 1974 and bought out by Philippe Leon, a media professional, Tribune-Bulletin Côte d'Azur is established in three Alpes-Maritimes cities (Nice, Antibes/Sophia Antipolis and Cannes). Journal of legal notices, published every Friday (print or digital), it offers quality news on local business activities. Since Philippine Leon Di Fede has joined her father, the weekly paper has widened its distribution medium: live daily news on tribuca.net, social media, videos, newsletters... A web-journalist and a developer have now joined the editorial staff.

IMPRIMERIE
OFFSET **OU** NUMERIQUE



IMPRIM'VERT[®]

DÉMULTIPLIEZ VOTRE COMMUNICATION



**Parce que la technologie perpétue la tradition,
vos impressions sont désormais sublimes**

GRAND TIRAGE ET PETITES QUANTITÉS • CHOIX DE PAPIERS CLASSIQUES ET DE CRÉATION • IMPRIMÉS TOUTS TYPES D'ÉVÉNEMENTS • PACKS ENTREPRISE • CATALOGUE • CARTE DE VISITE • ATELIER FAÇONNAGE INTÉGRÉ PELLICULAGE • VERNIS SÉLECTIF • DORURE À CHAUD • DÉCOUPE SPÉCIFIQUE • DCS CARRÉ-COLLÉ • BROCHAGE SÉRIGRAPHIE NUMÉRIQUE GRAND FORMAT • AFFICHIL • BÂCHIL • SIGNALÉTIQUE • PANNÉAU • VITROPANIL • PLV

ORTA
IMPRIMERIE



30, Boulevard Limbert - 84000 Avignon - www.imprimerie-orta.fr
Mail : imprimerie-orta@orange.fr - Tél. : +33 (0)4 90 82 27 38

LIONEL LEVY

Chef à l'InterContinental Marseille - Hôtel Dieu

InterContinental Marseille Chef - Hôtel Dieu

Après avoir fait ses armes auprès des plus grands Chefs, Éric Fréchon et Alain Ducasse pour ne citer qu'eux, à 27 ans, Lionel Levy ouvre son premier restaurant à Marseille intitulé Une Table, Au Sud. Une aventure riche et fructueuse qui durera 13 ans. À l'aube de la quarantaine, il décide de voguer vers un nouveau défi : l'InterContinental Marseille Hôtel-Dieu. Une adresse d'exception où le challenge sera de créer trois espaces aux personnalités bien distinctes, dans lesquels Lionel Levy y exprime sa créativité en déclinant la gastronomie méditerranéenne.

Lionel Levy has worked with the greatest Chefs: Éric Fréchon and Alain Ducasse to name but two. At 27, he opened his first restaurant in Marseille: Une Table, Au Sud. A successful adventure that lasted 13 years. Moving into his forties, he has decided to embark in a new challenge: InterContinental Marseille Hôtel-Dieu. A high standing establishment with three very different spaces where Lionel Levy can express his creativity sublimating Mediterranean gastronomy.



Credit photo : DR



Credit photo : DR

JULIA ZECCONI

Directrice de Made In Marseille

CEO of Made In Marseille

Julia Zecconi est la fondatrice du site Made In Marseille. Ce site d'information qui rassemble 200 000 lecteurs par mois est suivi par 80 000 personnes sur les réseaux sociaux. Plus de 8 millions de pages ont été lues depuis la création de ce média en ligne. Made In Marseille propose un journalisme de solutions, ancré dans le quotidien, résolument constructif, loin des clichés anxigènes. En 2018, Made In Marseille s'est offert une nouvelle charte graphique, un nouveau logo et un site flambant neuf.

Julia Zecconi is the Made In Marseille founder. This website gathers 200 000 readers per month and is followed by 80 000 people on social-media. More than 8 million articles have been read since the very start. Made In Marseille offers a "Way-out journalism". Meaning a positive journalism made to provide answers, far from clichés and stressful news. In 2018, Made In Marseille redesigned its website with a fresh graphic charter and a new logo.



**INITIATION
à 10 euros**

**NOUVELLE ZONE
D'ENTRAINEMENT**
(practice et putting green)

**NOUVELLE POLITIQUE
COMMERCIALE**
(colisations et green fees)

**DE NOMBREUSES
SURPRISES
INNOVANTES**



PATRICK VALVERDE

Directeur de Toulon Var Technologie Innovation

Director of Toulon Var Technologie Innovation

Patrick Valverde est directeur de Toulon Var Technologie Innovation (TVT), c'est le « Monsieur Innovation » du territoire Varois depuis près de 30 ans. TVT Innovation accompagne les structures innovantes, assure leur hébergement à travers un espace dédié de 1400 m² et anime cet écosystème labellisé « Réseau thématique French Tech » pour le projet Toulon Ruche Digitale. TVT Innovation enregistre près de 6 000 participants annuels à plus de 200 événements, 15 entreprises hébergées annuellement. Depuis 2015, 31 projets sont passés dans le Training Camp, 16 startups ont été boostées dans l'accélérateur, 2 500 étudiants ont été formés au numérique chaque année.

Patrick Valverde is the director of Toulon Var Technologie Innovation (TVT). For 30 years he has been called « Mister Innovation ». TVT Innovation works alongside innovative structures and houses in a 1400 m² space and coordinates the labeled ecosystem « French Tech thematic network » for the Toulon Ruche Digitale project. TVT Innovation has close to 6 000 participants per year, more than 200 events, 15 hosted companies. Since 2015, 31 projects have gone through the Training Camp, 16 start-ups have been boosted by the business accelerator, 2 500 students have been trained to digital every year.



Crédit photo : TVT Innovation



Crédit photo : Arnaud Brunet

RICHARD MARTIN

Fondateur, directeur du Théâtre Toursky

Fondateur and director of the Théâtre Toursky

Richard Martin est un acteur culturel Français de premier plan. Auteur, comédien, metteur en scène, dramaturge, c'est en 1970 dans le quartier populaire de la Belle de Mai à Marseille qu'il crée le Théâtre Toursky. Ce lieu deviendra au fil des années un espace pluridisciplinaire où les créations vont s'ancrer puis voyager de part le monde. Richard Martin défend un théâtre engagé socialement, ouvert sur la méditerranée, sur l'international et mobilisé sur les enjeux démocratiques. Le parcours de cet humaniste est jalonné de créations, de pièces de théâtre, de films et de téléfilms avec les plus grands acteurs culturels de notre pays.

Richard Martin is a driving force in French culture. Author, actor, stage director, playwright, he created, in 1970, the Théâtre Toursky in the working-class neighborhood of la Belle de Mai in Marseille. Over the year it became a multidisciplinary and creative space. Richard Martin is standing up for a theatre committed to social issues, opened to the world and focused on democratic aims. This humanist's path is marked by theatre plays, movies, television film. He has worked with the French culture greatest figures.

Economie

Aménagement

Appels d'offres

Annonces légales

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

J'ai mis en ligne
mon appel d'offre

J'exporte
maintenant
au Canada

J'ai déménagé
mon siège
social

J'ai créé
une nouvelle
société

Tout savoir
plus simplement

DANIEL MARGOT

Président de la CCI des Alpes de Haute-Provence

President of the CCI of the Alpes de Haute-Provence

Daniel Margot est le fondateur et le dirigeant de la Savonnerie de Haute Provence. Une entreprise créée en 2003 spécialisée dans l'industrie de la cosmétique. Les parfumeurs de luxe tels que Guerlain, Chanel, Dior, Hermès...sont clients de la Savonnerie de Haute Provence. Engagé pour le développement de son territoire et la défense des entreprises, Daniel Margot est également Président de l'agence de développement économique des Alpes de Haute-Provence, Président de la CCI des Alpes de Haute-Provence.

Daniel Margot is the founder and CEO of the Savonnerie of Haute Provence. Founded in 2003, the company is specialized in the cosmetic industry. Among its clients, the greatest perfumers: Guerlain, Chanel, Dior, Hermès... Daniel Margot is committed to his region's development and its businesses. He is also the President of the economic development's agency and the CCI's President of the Alpes de Haute-Provence.



Credit photo : AD04

JAMIL ZÉRIBI & CYRIL FABRE

Responsables de la rédaction du magazine des 50 Personnalités

Chiefs editor of 50 Personnalités Magazine



Credit photo : Mary-Laëtitia Gerval

Jamil Zéribi et Cyril Fabre sont les dirigeants de la société Grand Sud Network qui édite le magazine des 50 Personnalités. Grand Sud Network est une agence de conseil en communication et un éditeur de médias (Magazine des 50 Personnalités, site InfoAvignon, le Guide des Réseaux économiques du Vaucluse, le Grand Prix du Bâtiment durable en Vaucluse). Cette société conseille, accompagne, forme et propose ses outils de communication, son réseau et ses événements aux acteurs économiques, institutionnels et culturels qui souhaitent se développer et promouvoir leur image.

Jamil Zéribi et Cyril Fabre are running the Grand Sud Network company which edits the 50 Personnalités Magazine. Grand Sud Network is a consulting agency in communication and a publisher (the 50 Personnalités Magazine, the InfoAvignon website, the Guide des Réseaux, le Grand Prix du Bâtiment durable en Vaucluse). The company guides, trains and helps the driving forces that wish to promote their public image.



OUVERT À TOUS!

CONFIDENTIEL

AVI. SOCIAL FOOD & BAR NORD



Sur la route des vins des Côtes du Rhône,
45° EST du Ventoux, 62° SUD de la Cité des Papes,
dernière recette incontournable des plaisirs !



Une belle dose de convivialité, un bouquet garni de simplicité, authenticité et partage
et un soupçon de vintage. Une once de différence et de la qualité en abondance !

Une pincée d'âme, une bonne coudée de gourmandises et de terroir.

Shaker avec passion et flamber avec une équipe dynamique.

BAR À VINS ★ CHAMPAGNE ★ COCKTAILS ★ TAPAS
CUISINE GOURMANDE ★ LOCALVORE
ANIMATIONS ★ MUSIQUE ★ ÉPICERIE LOCALE ★ PRODUITS FRAIS

Au rez-de-chaussée du Novotel Avignon Nord - 135 Avenue Louis Pasteur 84700 Sorgues

☎ 04.90.03.85.00 📍 Confidentiel Avignon 📷 @confidentielavignon

LAURENT GARCIA

Rédacteur en Chef de l'Echo du Mardi

Echo du Mardi Chief editor

Laurent Garcia est journaliste, rédacteur en Chef de l'hebdomadaire des décideurs du Vaucluse. Créé en 1839, après s'être intitulé « Le Mercure Aptésien » puis « les Petites affiches de Vaucluse », il est devenu depuis quelques années « l'Echo du Mardi ». Le lectorat de ce journal d'annonces légales composé d'entrepreneurs, d'élus, de professions libérales, de responsables d'organismes professionnels et de collectivités apprécie notamment ce support pour le recul pris sur l'actualité, la qualité des dossiers et la richesse des informations.

Laurent Garcia is the journalist and chief editor of Vaucluse's decisions-maker weekly paper. Founded in 1839, it had several names : « Le Mercure Aptésien » then « les Petites affiches de Vaucluse », for several years it has been renamed « l'Echo du Mardi ». Its readership is composed of entrepreneurs, elected representatives, liberal profession... Many professionals like this medium for its unique glance on news, its topics quality and its information diversity.



Credit photo : Najim Barika



Credit photo : Bernard Gillhodes

CATHY FERMANIAN

Directrice de Vaucluse Provence Attractivité

Director of Vaucluse Provence Attractiveness

Cathy Fermanian dirige l'agence de développement économique et touristique Vaucluse Provence Attractivité (VPA). Cette structure pilotée par le Département de Vaucluse possède un réel savoir-faire, elle est en pointe dans la promotion de ce territoire de 560 000 habitants. L'objectif de VPA est d'attirer des investisseurs, des entrepreneurs à l'échelle nationale et internationale et de permettre le développement des entreprises déjà implantées en Vaucluse.

Cathy Fermanian leads the economic and touristic development agency Vaucluse Provence Attractiveness (VPA). This structure, managed by Vaucluse department, has a real expertise to promote this region of 560 000 inhabitants. The VPA purpose is to attract investors and businessmen to help implanted companies grow.

LES JARDINS DU PALAIS DES PAPES

DEVENEZ MÉCÈNE D'UN AXE DE VALORISATION UNIQUE

CONTACT

s.bremond@avignon-tourisme.com

AVIGNON
Ville d'exception



BENEDETTI SA

TRAITEMENT TECHNIQUE DES FAÇADES ET ISOLATION PAR L'EXTÉRIEUR



ISOLATION THERMIQUE
PAR L'EXTÉRIEUR



IMPERMABILISATION
ET RAVALEMENT



RÉPARATION
DES ÉPAUFRURES B.A.



ENDUIT,
MAÇONNERIE

Zi Foncouverte - Avignon | Tél. : 04 90 87 35 02 | www.benedetti-sa.fr

RGE RECONNU
GARANT
ENVIRONNEMENT

BENOIT BURIDANT & VINCENT DERUELLE

Cofondateurs de FrenchFounders

Cofounders of FrenchFounders

Benoit Buridant est originaire de Toulon, Vincent Deruelle de La Ciotat, ils sont à la tête du réseau international FrenchFounders. Ce club business « *next generation* » implanté à New York rassemble plus de 3000 membres dans le monde, sur 5 continents.

Très attachés à leur région d'origine, les deux quadras ont accepté d'être partenaires du magazine des 50 Personnalités. Benoit et Vincent ont notamment sélectionné dans cette édition 3 personnalités membres de FrenchFounders originaires de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Dans le cadre de ce partenariat, le lancement officiel du magazine a eu lieu à New York en septembre 2018.

Benoit Buridant is from Toulon, Vincent Deruelle from La Ciotat, they are running together the FrenchFounders international network. This 2.0 Business Club is gathering 3000 members all over the world. Deeply attached to their region, they have agreed to partner with the 50 Personnalités Magazine. Benoit and Vincent have selected 3 FrenchFounders from Provence-Alpes-Côte to be part of this 2018 edition. As part of this partnership, the magazine will be officially launched in September 2018 in NYC.

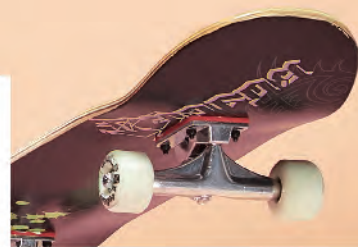


Credit photo : FrenchFounders



**VOUS
AVEZ DU
TALENT
& NOUS LE
FAISONS
SAVOIR !**

BULLETIN CÔTE D'AZUR
Tribune



©VCOMK - Photo : Shutterstock

Le média local des
entrepreneurs qui réussissent

REJOIGNEZ LE RÉSEAU ! ABONNEZ-VOUS SUR **TRIBUCA.NET**

SOYEZ AU COEUR DE L'ACTU : 51 NUMÉROS + 2 HORS-SÉRIES ANNUELS + ÉDITION NUMÉRIQUE





24 INTERNATIONAL *INTERNATIONAL*

Rodolphe Saadé
PDG de CMA CGM
CEO at CMA CGM

34 CULTURE *CULTURE*

Irina Brook
Directrice du Théâtre
National de Nice
*Director of Theatre
National of Nice*



46 FRENCH TECH *FRENCH TECH*

Stéphanie Ragu
PDG de Lauralba Conseil
CEO at Lauralba Conseil

56 GASTRONOMIE *GASTRONOMY*

Coline Faulquier
« Top Chef 2016 », La
Pergola et la vie
devant soi
« Top Chef 2016 »



72 RECHERCHE & INNOVATION *RESEARCH & INNOVATION*

Jean-Bernard Fabre
Docteur en physiologie et
fondateur d'ESP consulting
CEO at ESP consulting

76

AGROALIMENTAIRE
FOOD INDUSTRY

Jean-Pierre Blanc
Directeur général des
Cafés Malongo
Cafés Malongo CEO



86

TOURISME
TOURISM

**Jean-François
Chougnat**
Président du MUCEM
President of the MUCEM



98

**ARCHITECTURE
& URBANISME**
*ARCHITECTURE
& URBANISM*

Corinne Vezzoni
Architecte, Agence Corinne
Vezzoni & Associés
Architect



104

**CHOIX DE LA
RÉDACTION**
EDITOR'S CHOICE

Éric Léandri
PDG de Qwant
CEO at Qwant



118

FRENCHFOUNDERS

Frédéric Fekkaï
PDG et cofondateur de Bastide
CEO and co-founder of Bastide

RODOLPHE SAADÉ

PDG de CMA CGM

CEO at CMA CGM

En pleine dynamique, le champion international du transport maritime négocie un grand virage numérique et élargit son horizon à la logistique. Rodolphe Saadé à la manœuvre depuis novembre 2017 en tant que Président-Directeur Général entraîne Marseille dans le sillage de la mondialisation.

Dynamic, the maritime transport French leader has spread his wings to the digital sector. In charge since last November, Rodolphe Saadé (47) runs a flourishing group : 30% growth in 2017 (17 billion of sales), a profit that represents twice the sector standard.

Par Hervé Tusseau

Rodolphe Saadé (47 ans) dirige un groupe qui poursuit son développement : 32% de croissance en 2017 (21 milliards USD de CA), une rentabilité deux fois supérieure à celle du secteur.

Il s'agit du fils du fondateur, Jacques Saadé, qui a porté le groupe au 3^e rang mondial du transport de conteneurs, au long d'un parcours inouï de 40 ans qui se résume à une anticipation incroyable des échanges économiques internationaux.

Transporter un conteneur de New York à Shanghai ? « C'est bien. C'est mieux de voir comment améliorer notre chaîne logistique, de bout en bout, pour créer de la valeur et sécuriser notre business. Nous souhaitons devenir un acteur global du transport et notre stratégie se déploie dans cet objectif. »

CMA CGM vient d'entrer au capital du n°5 de la logistique mondiale (Ceva) à hauteur de 25 % pour bâtir ce modèle unique et universel qui permet de gérer de la matière première jusqu'au consommateur, les flux de géants comme Ikea, par exemple.

Prenant le virage du numérique, CMA CGM a réussi à faire venir ici à Marseille son partenaire stratégique indien (Infosys) ; créer un éco système d'innovation avec « Ze Box » (le conteneur) regroupant les meilleures « start-up » du monde. En juin, plusieurs jeunes pousses débarquent dans l'ancien siège « Art Déco » de la vacillante SNCM, face mer. L'histoire ne manque pas de sel.

CMA CGM a aussi fixé son Académie mondiale à Marseille s'inscrivant dans une stratégie de valorisation du territoire et dans cette ville enfin portée par des vents planétaires.

To transport a container from New York to Shanghai « It's good. It's better to think how to improve the all supply chain to create profits and secure business » explains Rodolphe.

CMA-CGM has just obtained 25% of the fifth global logistic company (Ceva) to build a universal model and manage the raw material flows for big companies such as Ikea.

Opened to digital, CMA-CGM has partnered with Infosys and settled, in Marseille, a hundred AI specialists and has created « Ze Box » regrouping the best « start-ups » in the transport sector.

Communication Manager, Tanya Saadé has contributed, in 2015, to the Chinese Prime Minister visit to Marseille. A real territory's enhancement strategy.



CÉLIA NICOLOSI

Responsable développement international
de Nicolosi Créations

International development at Nicolosi Creations

Célia, c'est une petite fée enjouée qui diffuse l'amour pour nos parfums provençaux dans une dizaine de pays. Grâce à une baguette magique que lui a confiée son papa...

Célia, is a little fairy who diffuses love all around the world with Provençal perfumes. Thanks to a small magic wand she got from her father.

Par Hervé Tusseau

Le plein chaos minéral du Verdon, mélange fracassant de rochers et d'abîmes, d'eaux vertes et d'ombres pourpres. Puis l'or bleu, porté par sa tige verte. Un épi de lavande du plateau de Valensole. On se promène immobile dans un pays que l'on croit voir. On peut le contempler du monde entier.

Voilà ce qu'est un parfum et pourquoi on peut l'exporter. Une aventure au goût de merveilleux. Celle de Célia Nicolosi qui revoit son père, électricien dans l'aéronautique « inventer dans son garage nos premières senteurs, parfums d'ambiance et cosmétiques aux notes provençales. Il fait les marchés autour d'Estoublon, dans le pays Dignois, et rencontre un vif succès ». Grâce à une petite baguette magique, confectionnée à partir d'un simple bâton de rotin enduit de parfum. Zéro combustion. L'intensité des effluves augmente avec le nombre de bâtons plongés dans le flacon. Ils s'en élancent avec l'élégance de porte-plumes issus d'un encrier précieux. En diffuse le parfum pendant des mois. Ultra zen, le concept plaît partout. Une grosse commande soude le projet d'entreprise familiale et Nicolosi Créations s'installe en 2009 dans la zone artisanale d'Aiglun. Un an avant l'arrivée de Célia, en 2013, le chiffre d'affaires se monte à 400 000 euros. C'est ce que représentent les ventes vers la Corée en 2017, l'ensemble de l'activité (710 k€) étant réalisé avec huit collaborateurs. En charge du développement international, Célia a noué un partenariat avec l'Unesco et son « Géoparc » de Haute Provence pour créer un musée de la lavande de Digne-les-Bains attenant au site de production et fréquenté par 3000 visiteurs européens.

The Verdon landscape: rocks, green waters, purple shadows and lavender fields. That's what a perfume is about and why it can be exported. A sensual adventure. Célia Nicolosi remembers her father, an aeronautic electrician, « creating, in his garage, our very first scents. Home perfumes and cosmetics with Provençal notes. He sold them on markets around the Estoublon area and had great success » Thanks to a small magic wand, made from a simple stick of rattan coated with perfume. No combustion. Those sticks diffuse scents for months. Very zen, the concept seduces everywhere. A big order boosts the family project, then in 2009 Nicolosi Creation settles, in Aiglun artisanal zone. A year before Célia arrived, in 2013, the turnover reached 400 000€. In charge of international development, Célia had forged a partnership with Unesco and Haute Provence « Geoparc » in order to open the Digne-les-Bains Lavender Museum which is visited by 3000 European visitors.



CLAUDE GIAFFERRI

Président d'Amadeus SAS

Amadeus SAS President

Président du plus important centre de R&D du groupe Amadeus, Claude Giafferri chapeaute un site de 5 000 personnes au service des besoins technologiques de l'industrie du voyage.

President of the most important Amadeus R&D center, Claude Giafferri oversees a 5 000 people department serving the travel industry technological needs.

Par Gaëlle Cloarec

Claude Giafferri et l'industrie du voyage, c'est un peu le coup du hasard. Ingénieur des Mines, titulaire d'un master de l'Université de Stanford, son premier poste le mène à Cadarache, au Commissariat de l'Energie Atomique. « Un travail techniquement intéressant mais à l'environnement aride ». Retour à Paris donc pour ce natif de Rodez qui à la faveur d'une petite annonce entre chez Air France où il prendra, en 1984, la direction des applications commerciales informatiques. Bonne pioche ! « A cette époque, les Américains avaient pour projet de déployer leurs systèmes de réservation dans une Europe démunie en la matière. Quatre compagnies dont Air France se sont alors regroupées pour développer un nouveau système global de distribution (GDS) ».

Ainsi naît, en 1987, Amadeus à Madrid (siège), Berlin (centre de calcul) et Sophia Antipolis (R&D), que Claude Giafferri a contribué à construire, avant de l'intégrer en 1991 comme Product Manager. En 2012, après avoir occupé différents postes au sein de la direction commerciale, il prend la tête de l'entité française. Elle regroupe un tiers des 15 000 collaborateurs du groupe désormais n°1 mondial des GDS avec 1,7 milliard de passagers embarqués en 2017. C'est dire le poids qu'occupe sur la technopole celui qui est également Vice-Président de la Fondation Sophia Antipolis. Depuis avril, Claude Giafferri est Président du Sophia Club Entreprises avec lequel il entend prendre part à l'écriture « de l'histoire à venir de Sophia Antipolis ». Histoire dans laquelle, à n'en pas douter, lui et Amadeus auront leur chapitre.

State engineer of the Mines, Claude Giafferri graduated from Stanford University, and then worked for the Atomic Energy Commission in Cadarache. After that, he joined Air France where, in 1984, he became head of the digital business applications. « Back then, the Americans wanted to spread out their booking system all over Europe. Four companies, including Air France, have partnered to develop a new Global Distribution System (GDS) ». This is how Amadeus was created in 1987. In 2012, after holding various executive positions, Claude Giafferri took the lead of Amadeus France. Today, the branch represents a third of the 15 000 employees of the world leader group in GDS and 1,7 billion passengers in 2017. Vice Chairman of Fondation Sophia Antipolis and President of Sophia Club Entreprises, Claude Giafferri intends to take part in « the Sophia Antipolis future ». A future where Amadeus and its President will certainly play an active role.



JEAN MANE

Président du Directoire du Groupe MANE

Chairman of the MANE Group

« Croître et transmettre », telle est la devise de Jean Mane, président du groupe azuréen familial MANE, n°6 mondial des arômes et parfums.

«Growing and passing on the family legacy» is Jean Mane's motto. He is worldwide no.6 in Flavors and Fragrances.

Par Gaëlle Cloarec

Quand Jean Mane regarde l'étudiant qu'il était, il le qualifie de « pressé », « ne faisant pas autre chose que d'empiler les études en un minimum de temps ». Maths sup, Maths spé, puis les Mines, en parallèle une licence de chimie à Paris VI, et enfin le MIT : « J'ai brûlé les étapes pour gagner en indépendance ». Voilà qui est dit ! L'étudiant qu'il fut comme le patron qu'il est, chérit cette fameuse indépendance, valeur intrinsèque au groupe familial MANE qui depuis le village de Bar-sur-Loup, perché sur les hauteurs de Grasse, a construit générations après générations une entreprise aux ramifications multiples, présente dans 39 pays, totalisant plus de 5 000 collaborateurs et classée n°6 mondial du secteur des arômes et parfums. A l'origine de ce fleuron industriel azuréen, Victor, son fondateur, en 1871. Eugène ensuite, puis Maurice, le modernisent et commencent à le déployer hors des frontières hexagonales. Mais c'est à l'ingénieur chimiste Jean, aux manettes depuis 1995, que le groupe doit son accélération à l'international, lui qui y réalise 92% de son chiffre d'affaires (1,058 Md€ en 2016). « J'ai adoré créer des filiales qui étaient pertinentes pour notre groupe et pour nos clients », indique ce voyageur passionné, également avide « d'innovations de rupture ». Sous son égide, des technologies d'encapsulation innovantes ont, entre autres, été développées, favorisant là encore son expansion. Il se dit « curieux de tout », des hommes, des goûts, des odeurs, et animé par une volonté de « croître et transmettre » un groupe solide à la cinquième génération Mane appelée à prendre le relais en 2021.

When Jean Mane thinks about the student he was, he calls him « always in a hurry », « accumulating knowledges within the shortest time». Studies of advanced mathematics then Les Mines. In the same time he graduated from Paris VI with a Bachelor's Degree in Chemistry, and finally the MIT. «I did that to be more independent». Now he leads the family company with the same desire for freedom. MANE, based in Bar-sur-Loup close to Grasse, is the worldwide no.6 in Flavors and Fragrances industry. Founded in 1871 and built generation after generation, the company is active in 39 countries and employs more than 5 000 people. Since Jean Mane took over in 1995, the group has reached a worldwide level. 92% of its business figure is made out of France (1,058 Md€ in 2016). It was under his auspices that new encapsulation technology has been developed. An innovation that boosted once again the company's development. He considers himself as « curious about everything », scents, flavors, mankind... Jean Mane is driven by the desire to « grow and pass on the family legacy». In 2021, the fifth generation will take over MANE.



DENIS PHILIPON

Cofondateur et PDG de Voyage privé

Co-founder and CEO at Voyage privé

C'est une des étoiles, peu connues, du numérique français qui réalise pourtant plus de 500 M€ de chiffre d'affaires avec « Voyage privé ». Il préside aussi un club de chefs d'entreprises désireux d'inscrire Marseille dans le « Top 20 » des capitales européennes...

He is one of the unknown rising figures in French digital technology who yet generates a more than 500M€ turnover with "Voyage privé". He is the leader of a CEOs club with the aim of giving Marseille its place in the "Top 20" European capital cities.

Par Hervé Tusseau

Il a roulé sa bosse pour des entreprises américaines (Mars, PepsiCo), rouleaux compresseurs méthodiques où le marketing fait tout et le hasard le reste. Le voilà pendant un an à la direction de « Last minute.com ». Et puis, « voyage, voyage », comme dit la chanson. Le voici qu'il fonde Voyage privé qui fêtera ses 15 ans l'année prochaine.

« Sérieux, réassurance et simplicité ». La promesse tenue aux 22 millions d'abonnés de la « newsletter » se déroule donc en trois actes. « On reste très concentrés sur le produit - proposé au meilleur moment et au meilleur prix - que nous connaissons sur le bout des doigts » et qui séduit deux millions de clients par an, détaille Denis Philipon.

Gros virage en 2012. L'équipe est associée au capital de l'entreprise et lance le projet de transformer, à sa petite échelle, son territoire : donner du temps pour conseiller des startups, faire du soutien scolaire autour d'un club de rugby (l'Ecole des XV) et participer à l'essor de la métropole. « Je veux vivre dans un monde où les gâtés de la vie se prennent en mains pour venir en aide aux autres ».

Et le voilà président du « Top 20 » (50 patrons réalisant plus de 100 M€ par an de CA), un club de réflexion attaché à promouvoir un développement économique et social structurant qui permette à Aix-Marseille de faire partie des 20 agglomérations les plus attractives en Europe.

He worked for American companies such as Mars and PepsiCo where marketing and chance work together as systematic steamrollers. Then he led "Lastminute.com" for a year. Eventually, he founded Voyage privé, a now 15 year-old company.

"Careful, reassuring and simple": the promise kept to 22 million subscribers to the newsletter is a threefold proposition. "We remain focused on the product (...) that we all know like the back of our hands", and that seduces 2 million clients a year, says Denis Philipon.

In 2012, the team is suddenly associated to the company's capital; they decide to transform its territory. Thus, they begin giving advice to start-up companies, they offer extra-tutoring around a rugby club (l'Ecole des XV) and get involved in the city's booming...

Today, he is the "Top 20" (50 CEOs with more than 100M€ turnovers) president, trying to promote an economic and social development, allowing Aix-Marseille to be part of the most 20 attractive cities in Europe.





IRINA BROOK

Directrice du Théâtre National de Nice

Director of Theatre National of Nice

Actrice, metteuse en scène de théâtre et d'opéra, Irina Brook dirige depuis 2014 le Théâtre National de Nice où il est question de transmission, de rassemblement et de Shakespeare, évidemment.

Actress, theater and opera stage director, Irina Brook has been directing the Theatre National of Nice since 2014.

Par Gaëlle Cloarec

Elle ne s'y imaginait pas. Et pourtant, depuis 2014, Irina Brook dirige le Théâtre National de Nice avec abnégation, sans pour autant troquer sa casquette d'artiste pour celle de gestionnaire. Fidèle à son héritage, la fille de Peter Brook et de l'actrice Natasha Parry considère « ce moment unique de [sa] vie » comme « une mission », « un travail de transmission » d'autant plus primordial qu'« avec la crise mondiale que nous traversons, le théâtre est de nouveau considéré comme un lieu d'exception, de rassemblement et d'inspiration. » Des fondamentaux à même, selon elle, « de contribuer à reconstruire la société ». Alors, elle œuvre, du matin au soir, à faire du Centre dramatique national niçois un théâtre multiculturel, multidisciplinaire, populaire et ouvert. Aux amateurs bien sûr, mais aussi au milieu carcéral, aux entreprises, aux collègues et lycées, aux jeunes en général qu'elle cherche à « infiltrer par le haut ». Et quel meilleur vecteur pour ce faire que Shakespeare, auteur « des paroles les plus profondes et brillantes de la littérature théâtrale », qu'elle a fait déclamer un soir de janvier 2018 par les footballeurs de l'OGC Nice dans le cadre du Festival Shake Nice, pierre angulaire de son projet « Shakespeare pour tous ».

Enfant de la balle, Irina Brook se dit « utopiste, idéaliste, révolutionnaire », comme un écho à son enfance des années 60 et 70 qu'elle entend raconter et rapprocher des rêves des digital natives dans sa prochaine grande création, baptisée pour l'heure « Oz Utopia Project », qu'elle présentera une fois la parenthèse niçoise achevée. En 2020.

Remaining loyal to her legacy, Peter Brook and Natasha Parry's daughter sees « this unique moment » as « a mission », « to pass on a legacy », which is particularly essential since « the international crisis we are going through, people see Theater as a gathering and inspiring place. » She works days and nights to allow The National Dramatic Center of Nice to become a multidisciplinary and multicultural theater. A place opened to the enthusiasts of course but also to prisoners, corporations and schools. For her, the best means to reach everyone remains Shakespeare. « The deepest and most brilliant texts in theater literature » which has been recited by OGC Nice soccer players in the context of the Shake Nice Festival. Irina Brook is also working on a creation, « Oz Utopia Project », that will tell her childhood story. She will present it in 2020.



JEAN-LOUIS BRUN

Co-dirigeant de la Manufacture et du Musée sensoriel Brun de Vian-Tiran

Co-director of Brun de Vian-Tiran Manufacture and Filaventure Museum

La Manufacture Brun de Vian-Tiran, c'est une histoire familiale depuis 210 ans. Les générations s'y sont succédées avec la même envie de faire perdurer un savoir faire d'une qualité exceptionnelle tout en innovant afin d'inscrire la maison dans l'air du temps.

Jean-Louis Brun, lived several lives and visited many countries. During his journey, he quenched his thirst for knowledge and curiosity.

Par Marie-Rachel Aparis

Jean-Louis Brun, ingénieur agronome de formation, a vécu plusieurs vies et visité plusieurs continents où il a pu étancher sa soif de découverte et de curiosité. En 2002, il rejoint la Manufacture de l'Isle-sur-la-Sorgue dirigée par son père Pierre Brun. Ce dernier, ingénieur textile, est aujourd'hui un nom incontournable du métier de la laine. Père et fils s'associent en toute complémentarité, laissant à chacun son talent s'exprimer au service de cette entreprise qu'ils chérissent tant.

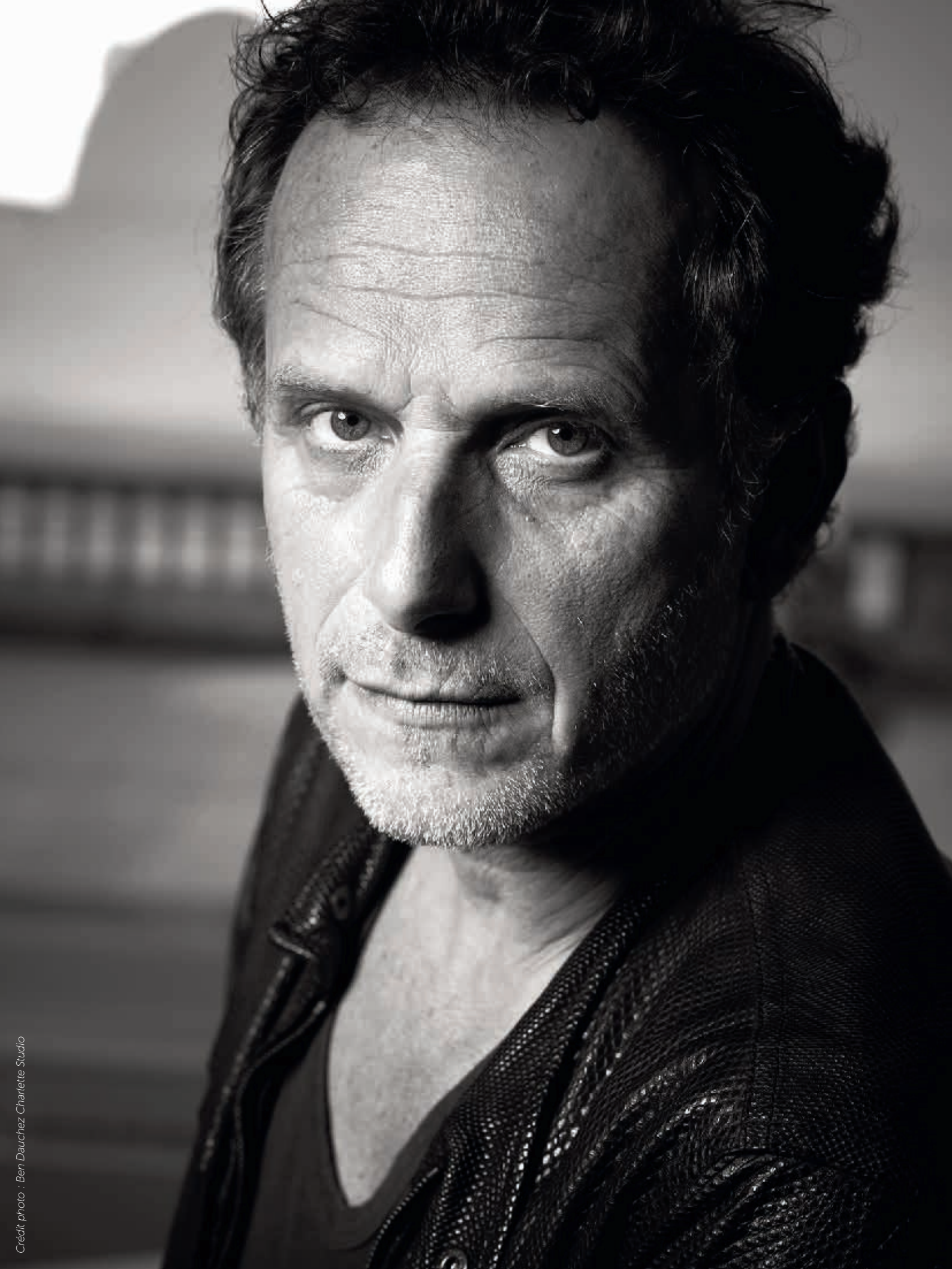
Plaids, écharpes, couvertures, châles de haute qualité et élaborés dans l'amour de la matière: la laine. Jean-Louis Brun parle de la confection d'une étoffe comme on parle de l'élaboration d'un grand cru. La recherche de la fibre, l'assemblage, l'équilibre pour offrir un résultat unique qui révélera les douceurs de la nature.

Les différentes laines : Alpaga, Chameau, Yack ou encore Cachemire proviennent du monde entier et sont soigneusement sélectionnées pour être ensuite magnifiées dans le respect de leurs spécificités. Un résultat surprenant d'authenticité et de finesse. Afin de s'ouvrir au public, la Manufacture a ouvert le 7 juillet 2018, à l'Isle-sur-la-Sorgue un Musée sensoriel des fibres nobles : La Filaventure. Sur 300m² on pourra venir se familiariser, dans une ambiance interactive, au métier de lainier et à la myriade de fibres que la nature nous offre. En rez-de-chaussée, on trouvera une boutique, l'occasion de repartir avec une belle pièce intemporelle. Car comme on dit dans la région, une couverture Brun de Vian-Tiran se transmet comme un beau meuble.

In 2002, he joined the Manufacture of l'Isle-sur-la-Sorgue led by his father Pierre Brun. The latter, textile engineer, is now renowned among the wool industry. Father and son partner together letting their complementary talents working for the family company.

Tartans, scarves, blankets, shawls... High quality products made with respect of the material: wool. Jean-Louis Brun speaks about fabric making as a winemaker would discuss a great wine preparation. Fiber seeking, blending, balance in order to offer a unique result which will reveal the nature's finest treats.

Diversity of wool : Alpaca, camel, yak or cashmere come from all over the world. To meet the public the Manufacture will open on July 7th 2018 at l'Isle-sur-la-Sorgue a sensorial museum of noble fibers : The Filaventure. An interactive experience to discover the wool making. On the building ground floor, a boutique will sell a wide range of timeless products.



Crédit photo : Ben Dauchez Charlotte Studio

CHARLES BERLING

Acteur et co-directeur du Théâtre Liberté à Toulon

Actor and co-director of the Liberté, national stage of Toulon

Acteur français reconnu, Charles Berling co-dirige depuis 2010 le Théâtre Liberté à Toulon. Une ambition culturelle sociale qui se veut ancrée dans son territoire.

Renowned French actor, Charles Berling has been co-directing the Théâtre Liberté in Toulon. A cultural and social ambition which is firmly rooted in its territory.

Par Marie-Rachel Aparis

Depuis 2011, et sa première programmation, le Théâtre Liberté a évolué et a su insuffler une dynamique culturelle au sein de Toulon et sa région. Pour Charles Berling et Pascale Boeglin-Rodier, avec qui il le co-dirige, « le Liberté est avant tout un lieu de convergence avant d'être un théâtre. » Un espace pluridisciplinaire où l'on ne « consomme pas seulement du spectacle » mais où l'on a l'occasion de se réunir autour de divers événements : court-métrages, ateliers, débats, festivals dans la ville et sur les plages... Un lieu de rencontres intellectuelles et artistiques qui garde à cœur de s'inscrire dans son territoire.

Pour celui qui vit aujourd'hui entre Paris et Toulon, il est essentiel de collaborer avec des gens de la région pour être en cohérence avec l'action qu'il mène au sein du théâtre. Attaché à la ville de Toulon, c'est pour servir sa vie culturelle qu'il s'est engagé dans ce projet. Si il est question à l'avenir d'aller dans les petites communes rencontrer un nouveau public, le Liberté n'en reste pas moins ouvert sur le monde avec des productions et coproductions étrangères venues notamment du bassin méditerranéen. Depuis février 2018, Charles Berling et Pascale Boeglin-Rodier ont été nommés co-directeurs de Châteauvallon. Un nouveau challenge avec en projet de faire entrer en complémentarité les deux institutions afin d'enrichir la vie culturelle locale tout en s'ouvrant sur l'international.

Since 2011, and its first programming, the Liberté has evolved and instilled a cultural dynamic in Toulon and its nearby area. For Charles Berling and Pascale Boeglin-Rodier, with whom he co-directs it, « the Liberté is not just a theater but a meeting place » where people can gather around several kinds of events: short films, debates, festivals in the city or on the beaches... An intellectual and artistic working place for its territory. For Charles Berling it is essential to collaborate with local people in order to stay consistent with his action within the theater: to serve Toulon's cultural life. Deeply attached to the region the Liberté also keeps an eye on the international with foreign productions and coproductions from the Mediterranean basin. Since 2018, Charles Berling and Pascale Boeglin-Rodier have been named co-directors of Châteauvallon. A new challenge and the will to work with both institutions to enrich the local cultural life.



TRISTAN EDELMAN

Chorégraphe auteur-compositeur (Dionysien)

Choregraph, composing author (Dionysien)

L'étonnement fut à l'origine de la philosophie. Une voie pour exister et respirer. Un projet très contemporain, sans équivalent, que porte la compagnie de Tristan depuis 20 ans. Et qui se fonde sur nos énergies.

Astonishment is at the heart of philosophy ? A way to breathe and live. A very contemporary project that has no equivalent, carried out by Tristan's company for 20 years. It is based on our energies.

Par Hervé Tusseau

L'intuition de M.Edelman est que la présence dans le réel - le logos des Grecs - libère une énergie sans laquelle nous ne sommes pas reliés aux autres. Et c'est le drame : nous croyons être dans notre splendeur cuirassée d'individu alors que nous ne sommes qu'une feuille morte tombée de l'arbre.

Mais c'est quoi ce réel qui claque comme le coup de boule de Zidane ? Une invitée surprise qui s'invite dans le fatras de fictions codifiées, réglementées, contrôlées qui permettent de tenir tête - sous le tapis néanmoins - à un monde qui nous désempare. Remplacer la vie par la convention, rabougir les émotions, fonctionner comme des machines nous rassure. Il n'y a qu'à voir un spectacle de didactisme bien-pensant pour s'en faire le tableau. *Applause !*

Les transe-mutants ne veulent pas de ça. Voilà 20 ans qu'ils déboulent partout, chamboulent le concept d'identité, en se fiant à la boussole du bordel ambiant pour offrir à ses publics un chemin vers l'être des choses. Ce multiple qui fait l'Un.

Créée en 1999 au Brésil par le chorégraphe auteur-compositeur Tristan Edelman, la compagnie les « Transe-Mutants » mélange les arts (danse, chant, théâtre, vidéo) et les genres (traditionnel, classique, modern, arts martiaux, hip-hop), à travers d'incessants retours, exils et nomadismes, dont la mémoire prend racine dans les diasporas africaine et d'Europe de l'Est. La compagnie basée à Marseille s'est depuis ouverte aux cultures de l'Orient (Soufisme) et de l'Asie (buto et danse indienne).

Composée de Brésiliens, Béninois, Européens et Asiatiques, le groupe est un creuset de confrontations et de fusions des différentes visions culturelles.

Mr Edelman's intuition is that being present in the real world - the Greek 'logos' - liberates an energy that helps relating to the others. The tragedy is : we believe we are living in a human-armoured splendour while we only are dead leaves, fallen from the tree.

Reality looks like a surprise guest in a jumble of codified and controlled fictions that help us standing up to a confusing world. Replacing life for convention, shriveling our emotions and living mechanically seems reassuring. The "Trans-mutants" refuse it. They live in a before Babel world. It's been 20 years since they began popping up everywhere, upsetting the concept of identity.

This company gives energy through disciplines, arts and conferences (dancing, singing, theatre, video).

It mixes fragments of the logos. It breaks out habits to show a way towards the essence of things. It is totally independent : productions, events, places, collaborations. No institutions of course. Here, they talk to bad machines, vestiges of humanity.



Stubborn

KEEP ON TRUKIN

Rider's

DAVID LLARI

Chorégraphe et directeur de la compagnie de danse
« Sun of shades »

Choreographer and director of the « Sun of shades » dance company

Petit prince du Hip-Hop faisant le « show » pour Adidas. Embauché à 16 ans, parti à 20. Un beau contrat publicitaire payé 3000 euros par mois. Qu'en dire de plus ?

A little prince of Hip-Hop, dancing for Adidas. He was 16 when he got the job, 20 when he left. A nice 3000€/month advertisement contract.

Par Hervé Tusseau

Rien, justement. « Tout ça, ce n'était pas le goût de l'effort, ni l'expression du mérite », déplore-t-il. David est un autodidacte. Rien n'égale la timidité de l'ignorance, si ce n'est sa témérité. Quand l'ignorance sait oser, c'est qu'elle a une intuition du vrai : si Colomb eût été bon cosmographe, il n'eût pas découvert l'Amérique. David pense que le vrai sujet, c'est celui de la transmission. Chercher, trouver et aussitôt donner les clés pour que d'autres puissent s'essayer et trouver le chemin de leur liberté dans l'abandon de la peur et pour célébrer la joie de la vie. Pas si simple. C'est ainsi qu'il fonde « Sun of shades »* en 2003 dont le thème sous-jacent est celui de l'esclavage. Danser, être léger au point de s'envoler. Et ce qui nous en empêche. Car il n'y a rien que l'homme préfère à sa liberté, si ce n'est l'esclavage. C'est un connaisseur de l'âme slave qui l'a dit (Dostoïevski). Slaves, du nom de ces populations blanches réduites en esclavage. Sla(i)ve, du nom de ces noirs africains qui ont peuplé l'Amérique. Slave, du nom du triptyque chorégraphique de David qui a fait 30 dates en Europe en 2017 et remporté le concours international d'Hanovre. « Handicapé visuel, daltonien, c'était difficile de voir ce sujet en noir et blanc », s'amuse-t-il. « No sex », son nouveau travail de recherche en résidence à Avignon explore le « couple », ce moment où l'on était autonome, où on aliène sa liberté parce qu'on nous a appris à dépendre des autres.

Amor fati, danse ta vie. Merci M.Llari.

* Installée à Marseille depuis 2009, elle forme et collabore avec l'École nationale supérieure de danse.

"This is not all about efforts or merit" David notes with regret. He is a self-taught man. David thinks the most important is passing down. Searching, finding and then giving the keys for others to try out and find their own path to celebrate the joie-de-vivre and forget all about fear. And this is how he founded "Sun of shades" in 2003, whose implicit theme is slavery. Dancing, being as light as if about to fly away. Because there's nothing that the man prefers to liberty but slavery. An expert in Slav souls said it (Dostoïevski).

Slav, for white people turned into slaves. Slave, for black people from Africa who came to America.

Slav, for the name of David's choreographic trilogy (30 performances in Europe in 2017 and the 1st place in the International Hanover concours). "It was tricky to look at this subject in black and white as I am visually handicapped, I am colour-blind" David said, amusedly. "No sex", his new research work set up in Avignon explores the "couple", this moment when we were independent and we choose to give up our freedom because we were taught to depend on the others.

** Set up in Marseille since 2009, it has trained and collaborated with the National School of Dance*

VINCENT DESNOT

Dirigeant-fondateur de Teach on Mars

Teach on Mars Co-founder & Director

C'est lors d'un tour de l'Atlantique à la voile que Vincent Desnot imagine Teach on Mars, startup pionnière du mobile learning, leader du segment en France et bien décidée à conquérir l'Europe.

While traveling across the world, Vincent Desnot imagines Teach on Mars : a mobile learning start-up, segment leader in France seeking to conquer the European market.

Par Gaëlle Cloarec

La passion de la voile mène à tout. Même jusqu'à Mars ! Ainsi en est-il de Vincent Desnot, dirigeant de la startup sophilopolitaine Teach on Mars, qui dès 2012 fait le pari du smartphone comme vecteur d'apprentissage. Un sujet que cet ingénieur informatique connaît bien, lui qui a fondé en 2000 la success-story azurée Epistema et sa plateforme de formation professionnelle en ligne rachetées en 2009 par CrossKnowledge. C'est peu après qu'il ressent "l'appel du large" et part, avec femme et enfants, voguer 14 mois durant à bord d'un catamaran. Des Canaris aux Antilles, en passant par l'Afrique, le voilà qui accoste les rives de Floride où, lors d'une visite du fameux Cap Canaveral, une affiche portant la mention "Teach on Mars" l'interpelle. Enseigner sur Mars ? C'est le déclic. "Plus je remontais la côte américaine, plus j'y pensais, si bien qu'arrivé à New York, j'ai contacté deux anciens d'Epistema pour leur présenter mon projet". Soit, une plateforme technologique conçue pour et uniquement pour le mobile learning.

Bonne pioche. Cinq ans plus tard, la startup labellisée Pass French Tech revendique 500 000 utilisateurs dans 35 pays et plus de 100 entreprises clientes. Parmi elles, la moitié des multinationales du CAC 40, dont les plus grandes marques de luxe françaises. Quant à son chiffre d'affaires, il croît d'année en année, en moyenne de 130%. De quoi ancrer la société dans le radar des investisseurs, elle qui après avoir levé 2,2 M€ en 2017 s'est engagée dans un tour de table plus conséquent... afin de se doter du carburant nécessaire à sa mise sur orbite européenne.

In 2000, Vincent Desnot, software engineer, founded Epistema : a successful vocational online platform. Nine years later, the company is bought out by CrossKnowledge. A few months later, Vincent Desnot takes some time off to sail around the world with his wife and kids. On a catamaran, they discover some of the most amazing places. One day, while they were visiting the famous Cap Canaveral in Florida, Vincent Desnot noticed a poster with the tagline « Teach on Mars ». At this exact moment, the idea hits him. « While sailing up north along the American coast, the idea obsessed me. Once I arrived in New-York, I reached out to two former colleagues from Epistema to introduce my project. » Meaning a technological platform with one purpose: mobile learning. Five years later, the labeled Pass French Tech start-up counts 500 000 users over 35 countries. Among the 100 business costumers, half of multinational corporations are listed on the CAC 40. Teach on Mars revenue has been increasing each year with an average growth of 130%.



STÉPHANIE RAGU

PDG de Luralba Conseil

CEO at Luralba Conseil

Le numérique industrialise notre accès à l'information, bouscule la production des biens et des services et transforme notre vie quotidienne. Faute de suffragettes, cette révolution obéit encore aux lois de la jungle...Place à un cœur de lionne

The Digital industrializes our informations access and transforms our lives. With a lack of suffragettes, this revolution still obeys the jungle's law.

Par Hervé Tusseau

Que ferons-nous demain pour exploiter tout le potentiel de simplification, d'optimisation et de changement des organisations qu'annonce la transformation numérique ? Pour libérer la créativité de nos entreprises, quel que soit leur secteur d'activité, leur permettre de suivre une approche plus collaborative et pour trouver des solutions innovantes et compétitives, une chose est sûre. On ne compte pas sur les femmes.

« On est dans un écosystème très masculin », constate Stéphanie Ragu. Le gouvernement planche sur une « French Tech Women » car 8% de femmes sont à l'origine de startup, 4% parmi les dirigeantes d'entreprises labellisées « French Tech ». « Je suis arrivée à la tête de Luralba - contraction de Laurie et d'Albane, filles de mon associé, lorsque celui-ci est mort foudroyé par la maladie en 2014. Je voulais les mettre à l'abri. J'ai pu compter sur 2 M€ de prêt obtenus avec le soutien de nos clients ». Et Madame Ragu d'ajouter cette parole de Marguerite Yourcenar qui lui va si bien. Le véritable lieu de naissance est celui où l'on a porté pour la première fois un coup d'œil intelligent sur soi-même. Son premier terrain, l'entreprise, son emblème une lionne. « Je veille et je chasse ».

Plutôt pas mal. Luralba, composée d'une petite centaine d'experts des systèmes et réseaux informatiques au service des PME et des grands groupes (Sopra, Capgemini, etc.) a doublé de taille. Son management est composé d'une quinzaine de femmes, sa boussole tournée vers un monde meilleur où chacun trouve sa place dans une certaine harmonie.

What will we do to unlock our companies' creativity allowing them to follow a more collaborative approach? One thing is certain, we do not rely on women.

« We belong to a very masculine ecosystem, » notes Stéphanie Ragu. The government is working on a « French Tech Women » project. Among the startup sector, 8% of leaders are women. Stephanie also confided, « I took the lead at Luralba (a contraction of Laurie and Albane, my business partner's daughters), after his sudden death in 2014. I wanted them to be safe. I was able to rely on a 2M € loan obtained with the support of our customers ». Her first field, the company, its emblem a lioness. « I watch and hunt. »

Luralba is composed of a hundred systems and networks experts. The company serves SMEs and large groups (Sopra, Cap Gemini, etc) and has doubled in size. Its management team consists of 15 women, its compass turned forward to a better world where everyone finds its place in harmony.



CYRIL LIOTARD

PDG ERM Automatismes

CEO of ERM Automatismes

L'entreprise ERM est spécialisée dans l'automatisme et la robotique. A partir de là, il s'agit pour vous d'imaginer des enfants autistes qui communiquent, des personnes âgées qui sortent de leur isolement et des élèves qui se passionnent.

ERM company is specialized in robotic and automatism. Now you need to imagine autistic kids that communicate, elderly people that overcome isolation or students that get passionate.

Par Marie-Rachel Aparis

Arrivé en 2005, Cyril Liotard est aujourd'hui à la tête de la société ERM. Il y a 25 ans cette dernière est née de la volonté d'un enseignant carpentrassien de répondre aux besoins en équipements des centres de formation professionnelle et scientifique. La société a su évoluer et voulu étendre son expertise pour répondre aux besoins actuels et ceux de demain. ERM compte aujourd'hui une quarantaine de personnes avec un important bureau d'étude. Un espace profondément humain et social.

Depuis sa création, la société de robotique de service a pour cœur d'activité l'Education et la Santé.

Aldebaran Robotics fabrique deux robots humanoïdes emblématiques, Nao et Peper. Dans leur intelligence, on retrouve les bureaux d'études d'ERM. Véritables assistants pour les enseignants, ils permettent le travail en petits groupes et surtout augmentent la concentration de l'enfant. Avec le programme Avatar Kids National, la démarche va plus loin. Un enfant hospitalisé pour une longue période peut, de son lit, être présent dans la classe grâce à son avatar. Un maintien de lien social et une valeur éducative.

Depuis 2017, un nouveau bijou de technologie a vu le jour. AskNAO Tablet, un ensemble d'applications pour smartphones et tablettes qui permet d'accompagner les enseignants dans l'encadrement éducatif des enfants atteints de troubles autistiques. De la robotique humaniste.

Cyril Liotard arrived in 2005, he is now leading ERM. 25 years ago, the company was created by a teacher from Carpentras who wanted to answer the equipment needs of vocational scientific centers. ERM have evolved and expanded its expertise in order to answer the current and future needs. Today, the company is composed of forty people and a major engineering department. ERM's activity focuses on two main fields: Education and Health. Aldebaran Robotics created two humanoid robots: Nao et Peper. They assist the teachers by helping children's concentration. With Avatar Kids National program, an avatar allows hospitalized kids to be present in the classroom in order to maintain social bond. In 2017, a new technologic jewel was launched. AskNAO Tablet, smartphones and tablets apps that support teachers in the educational program for autistic children. Robotic and humanism.



CÉDRIC MESSINA

PDG de My Coach

My Coach CEO

L'entrepreneur Cédric Messina, co-président de la French Tech Côte d'Azur, dribble les obstacles pour hisser My Coach au firmament des solutions numériques pour le sport.

Cédric Messina, French Tech Côte d'Azur Co-President, mixes all his skills and experiences to create a universe dedicated to sports.

Par Gaëlle Cloarec

Cédric Messina se disperse sans jamais s'éparpiller. Média, Communication, Numérique, avec lui, les activités s'entremêlent pour dessiner un univers où le sport est roi. Et au regard de son appétence pour le ballon rond, c'est en toute logique que le Niçois, natif du quartier du Ray, s'intéresse au football. "C'est mon ADN, ma culture, une passion devenue un métier", explique ce supporter des Aiglons. Ainsi, de son mémoire d'études consacré à la viabilité d'un hebdomadaire sportif naît en 2001 le magazine ActuFoot 06, aujourd'hui pure-player déployé sur l'ensemble de l'Hexagone. Puis, il passe du côté de la communication avec les agences OGC Nice Média et Comback, laquelle remporte en 2011 l'appel d'offres sur la structuration de marque du stade Allianz Riviera. Le football encore et toujours, qu'il choisit alors de conjuguer au numérique pour accoucher de My Coach, solution digitale destinée à la gestion de la performance sportive pour les entraîneurs amateurs. L'idée est bonne et fait des émules venant atomiser le marché. Aussi le produit se transforme-t-il en une plateforme multi-usages pour s'ouvrir aux professionnels. Bien vu, l'OGC Nice et le SC Bastia signent, un modèle économique émerge, lui permettant de lever au total 4,7 M€ et d'élargir la gamme à d'autres sports. Football, Volley, Surf, Vélo, Hockey, Rugby, My Coach équipe désormais une centaine de clubs pro dans le monde, près de 100 000 entraîneurs amateurs et vise le leadership des solutions numériques pour le sport. Sacré défi pour cette startup adoubée par Hugo Lloris, entrée dans les radars du Ministère du sport, qui emploie 25 personnes pour un chiffre d'affaires de 1,5 M€.

For this native of Nice, soccer, more than a sport, remains a way of life. « That's my DNA, my culture, a passion that became my job », explains the Aiglons fan. In 2001, he created a weekly magazine: ActuFoot 06 that became a pure-player renowned journal throughout France. Then, he worked for a while in the communication field with OGC Nice Média and Comback. Back then he decided to combine soccer and digital. Consequently, My coach was born: a digital answer for amateur coaches that allowed them to manage sports performances. The idea became an incredible success. Thus, My Coach became a multi-purpose platform opened to professional users. With OGC Nice SC Bastia clubs on board an economic model emerges, allowing the company to raise 4,7 M€ and extend the concept to other sports. Today My Coach supplies hundreds of professional clubs worldwide. The start-up, spotted by the Ministry of sports, is currently employing 25 people with a 1,5M€ revenue.



CYRIL VIDAL

Président fondateur de Crosscall

CEO and founder at Crosscall

99 €. Ça sonne bien, pour le téléphone d'un monde de brute, à martyriser sans modération (ou presque). Voici Crosscall, 100% Française, qui a créé le marché de cette téléphonie mobile connectée à toute épreuve dont elle est le leader mondial.

99€ - sounds good for a cell phone to be knocked about. Crosscall, 100% French, has created this market of unbreakable cell phones of which it is the leader.

Par Hervé Tusseau

Faites-le tomber dans la boue, posez-le dans la neige, abandonnez-le au fond de votre piscine pendant une heure. Manipulez votre « Crosscall » les doigts mouillés ou gantés, il répondra à votre appel : je veux un « Smartphone » qui marche partout où je vais. A l'aise avec les aventuriers, comme sur les chantiers.

Cyril Vidal, en 2009, de mauvais poil. « Ridicule ce portable que je glisse sous une poche étanche pour aller faire, seul, du jet-ski car mes copains n'avaient rien de plus urgent à faire que de rester échoués dans leurs canapés ! ».

C'est le déclic : il va commercialiser ses premiers téléphones étanches et résistants chez Décathlon dès l'année suivante et lancer le premier mobile flottant en 2012. Un culot monstre. Mais Cyril a été à la bonne école du regretté Christian Vernazza (Mediaco), numéro un du levage en France et du stockage d'huile de pépins de raisins ! « Tout ce qu'il touchait se transformait en or », se remémore-t-il. Crosscall débute en « durcissant » l'objet, plus résistant à l'environnement, sans toucher à l'électronique. Puis il travaille la sensibilité tactile pour que l'écran mouillé fonctionne.

L'entreprise aixoise passe alors la barre du million d'unités vendues en 2016, celle des 50 M€ de CA en 2017. Et l'ancien patron de Samsung France, David Eberlé, accompagne le développement planétaire de Crosscall qui annonce la sortie d'un nouveau produit 100% « Outdoor » (plein air) exceptionnel qui sera référencé chez tous les opérateurs. « On a réalisé un progrès de fond sur une technologie, jusqu'à 57 personnes ont préparé un seul élément de ce téléphone sans équivalent sur le marché ».

It can fall in the mud, on the snow, or into a swimming-pool. You can use it with wet or gloved hands, it will answer your calls: it is a smartphone that works anytime, anywhere.

When, in 2009, Cyril Vidal got fed up with using waterproof pockets as he was going jet-skiing, his blunt idea turned into a reality: the next year waterproof and resistant phones are commercialised, in 2012, floating ones are launched.

However, Cyril had been in good hands with the late Christian Vernazza (MEDIACO), who inspired him as "everything he touched turned into gold". Thus, Crosscall began in hardening the object, more environmentally resistant, without touching the electronics. Then, they worked on touch screen sensitivity for the wet screen to operate.

The company located in Aix-en-Provence sold more than one million phones in 2016 and reached a 50M€ turnover in 2017. The former Samsung France CEO, David Eberlé has helped a lot with Crosscall international development that announced the launching of a soon to come 100% outdoor product.





GAËL ET MICKAËL TOURTEAUX

Fondateurs et chefs du restaurant le Flaveur

Founders and Chefs at the Flaveur's restaurant

Récompensés d'une deuxième étoile au Guide Michelin, les frères Tourteaux imaginent une cuisine à quatre mains où la tradition méditerranéenne se marie aux saveurs exotiques de leur enfance.

The Tourteaux brothers who have obtained the prestigious accolade of two Michelin stars, have imagined a four hands cuisine mixing the Mediterranean tradition with the exotic scents of their childhood.

Par Gaëlle Cloarec

Chez les frères Tourteaux, on cultive la culture du débat. Quoi de plus logique pour ces deux personnalités aux sensibilités différentes qui s'amuse à accorder leur partition pour imaginer une cuisine à quatre mains doublement étoilée au Guide Michelin. "Nous débattons parfois longuement jusqu'à trouver un terrain d'entente, expliquent-ils, ce qui fait que notre cuisine n'est jamais figée". C'est là, peut-être, que réside leur secret. Être en mouvement, avancer, encore et toujours, animés par cette quête qu'ils partagent avec leurs pairs, celle de "donner du plaisir".

Diplômés en 1998, Gaël, l'aîné, et Mickaël, le cadet, ont fait leurs armes aux côtés des chefs Alain Llorca, Michel Del Burgo, Pierre Gagnaire, avant d'ouvrir en 2008 leur maison, Le Flaveur, à Nice. Pour eux, chaque plat "doit susciter ou ressusciter un souvenir, un moment, un voyage". Comme ceux qui ont rythmé leur enfance, en Guadeloupe.

Ile Maurice, Mayotte, Madagascar, ils se disent "bercés par les îles" où les saveurs d'agrumes et d'épices prédominent et qu'ils incorporent à leur cuisine méditerranéenne élaborée uniquement à partir de produits locaux. Un parti pris qui impose une bonne dose de créativité, récompensée en 2011 par une première étoile, venue "légitimer notre positionnement, notamment économique". La deuxième, accordée en 2018, leur a fait "gravir une grande marche", mais pas question "de brûler les étapes". "D'abord on digère", autrement dit, ils débattent. "La projection viendra après". Chassez le naturel, il revient au galop.

At the Tourteaux brothers, everything is to be talked through. They play to accord their distinctiveness in order to create a marvelous four hands cuisine « We have debated for a long time until we found a common ground, that's why our cuisine is always evolving.» That's their secret: never stop moving, look forward with one goal in mind « to give pleasure ». Graduated in 1998, Gaël, the eldest, and Mickaël, the youngest, have worked with chefs Alain Llorca, Michel Del Burgo, Pierre Gagnaire, before they opened their own establishment Le Flaveur, in Nice. Every dish is a call to travel. Scents from islands such as spices and citrus remind them of their childhood in Guadeloupe. They invite those flavors to meet a Mediterranean cuisine elaborated with local products only. A creative choice that enabled them to be decorated by a first star in 2011 and a second one in 2018.



COLINE FAULQUIER

« Top Chef 2016 », La Pergola et la vie devant soi

« Top Chef 2016 », La Pergola and La vie devant soi

A 28 ans, Coline a déjà passé la moitié de sa jeune existence à vibrionner dans le monde de la gastronomie française. Sous les feux de la rampe et 2016 avec « Top Chef », elle file maintenant vers les étoiles...

At 28, Coline Faulquier already spend half her life in the French gastronomy world. She started cooking at the age of 14.

Par Hervé Tusseau

Allo, t'es une fille et tu fais la cuisine !? En voilà une qui cherche la pierre philosophale là ou d'autres ne voient qu'un creuset de l'aliénation des femmes. Mais à bien y réfléchir, si ne pouvant trouver à y faire de l'or, on est parvenu à découvrir d'autres secrets, on n'aura pas perdu son temps. Il n'y a de recette contre l'ennui que l'exercice du corps, l'application de l'esprit ou l'occupation du cœur. Voilà donc Coline qui taquine la casserole à 14 ans, passe en candidate libre son BEP cuisine dans le dos de ses parents alors qu'elle est en plein BTS, intègre l'Ecole supérieure de cuisine de Paris - Grégoire Ferrandi - après un an de prépa chez Lasserre. Du grand art.

Si elle avoue en avoir bavé souvent pour une misère, c'est toujours la même chanson : avancer pour faire partie des meilleurs. « Il y a un petit problème en moi de reconnaissance. Chaque chef a son ego, un besoin d'être flatté et rassuré », observe-t-elle.

Finaliste du concours « Top Chef 2016 » diffusé par M6, Coline connaît une flambée de notoriété lui ouvrant les portes des « Jeunes talents » du Gault et Millau et du Michelin qui regardent de près sa première affaire, la Pergola à Marseille. Elle baptise l'un de ses menus « instinct », comme si on n'avait pas compris qu'elle préfère le langage des halles à celui des critiques. L'autre, « signature » : faut-il y reconnaître la patte « humble et naturelle », incroyablement délicate, d'une Anne-Sophie Pic ?

Coline a choisi Marseille pour suivre son chemin étoilé. Sur les pas du grand Dominique Frérard qui a posé les bases d'une gastronomie simple et vraie dans cette ville.

She passed her cooking diploma without telling her parents, then she worked at Lasserre and finally entered the Ecole Supérieure de cuisine of Paris (Grégoire Ferrandi). If she confesses that she has struggled during her journey, she keeps on progressing in order to reach excellence. « I might have recognition issue. Chefs have strong ego and a need to be flattered and reassured » she observes. As a « Top Chef 2016 » finalist, her new fame has put the spotlights on her work. Her first restaurant, the Pergola (Marseille), has been noticed by Gault&Millau and Michelin. She named both her menus « Instinct and Signature » : something between authenticity, humility delicacy and excellence always. Coline has chosen to settle in Marseille following Dominique Frérard's footsteps, a great Chef who brought in the city an authentic and simple gastronomy.



MATTHIEU DUPUIS-BAUMAL

Chef de L'Aupiho, Domaine de Manville

Aupiho Chef, Domaine de Manville. One Michelin Star

A 33 ans, Matthieu Dupuis-Baumal s'est formé auprès des plus grands chefs de notre pays. Grand voyageur, il va puiser ses inspirations dans le monde entier. Aujourd'hui, c'est dans le restaurant du Domaine de Manville qu'il exerce ses talents.

Trained by the greatest French chefs, Matthieu Dupuis-Baumal arrived 3 years ago at Domaine de Manville. Since then, he has completely revisited the menu, redecorated the restaurant, changed its name and recruited a cohesive team.

Par Marie-Rachel Aparis

Arrivé il y a près de 3 ans dans ce magnifique domaine des Baux-de-Provence, il a repensé la carte, la décoration, s'est entouré d'une équipe solide et a su insuffler un style personnel au sein de ce lieu d'exception. L'Aupiho nait. Une cuisine gastronomique de grande qualité qui va chercher ses subtilités au-delà de nos frontières.

Une carrure et un mental de rugbyman, une de ses passions, Matthieu Dupuis-Baumal conçoit avant tout la cuisine comme un sport d'équipe. Une cohésion qu'il prend à coeur de construire et de maintenir. Ouvert sur le monde, c'est avec toute sa brigade qu'il s'est envolé en février 2018 pour le Japon. Là-bas, ils apprennent que leur travail est récompensé d'une étoile Michelin. Une marque de confiance qui les encourage.

De terre nipponne, l'équipe ramène des richesses gustatives et 100 kg de vaisselle. Depuis, en plus de la carte, on peut choisir un menu japonais élégant et audacieux. Le voyage ne s'arrête pas aux joies du palais puisque l'art de la table nous transportera également vers les paysages du soleil levant. Le concept est un succès.

Le chef a donc en projet de reconduire l'expérience et de partir, l'année prochaine, découvrir les trésors gastronomiques d'Amérique latine. Matthieu Dupuis-Baumal souhaite également développer l'événementiel afin d'ancrer sa cuisine dans une démarche interactive. Exigence, créativité, partage et générosité : bienvenus à L'Aupiho.

He has managed to instill his own style in this exceptional place. A refined gastronomic cuisine which seeks its inspiration all over the world. For this former rugby-man, team-spirit remains the key of success. In 2018, the whole team flew to Japan. There, they heard that their work had been rewarded by a Michelin Star. A trust mark that encouraged them. From Japan, the team brought back some typical ingredients and 100kg of crockery. Since then, besides the regular menu, you can enjoy some very sophisticated Japanese dishes. Tableware and exotic flavors will make your senses travel straight to the land of the rising sun.

The Chef wants to renew the experience. Next year, the Aupiho team will travel to discover South American gastronomic treasures. Competence, creativity, generosity, exoticism : Welcome to Aupiho.



ARNAUD DONCKELE

Chef à la Vague d'or, Saint-Tropez

Chef at La Vague d'or, Saint-Tropez

Prodige de la gastronomie, Arnaud Donckele, chef triplement étoilé, collectionne les honneurs. C'est à Saint-Tropez, au sein du restaurant la Vague d'or, qu'il exerce son Art.

The Résidence de la Pinède Hotel is located in Saint-Tropez, on Bouillabaisse Beach, in the shade of the pines.

Par Marie-Rachel Aparis

Sur la plage de la Bouillabaisse à l'ombre des pins se trouve la Résidence de la Pinède. Institution à Saint-Tropez, cet hôtel de 31 chambres offre un cadre idyllique, charmant écrin de paysage méditerranéen. A la beauté des lieux s'ajoute le savoir-faire d'un homme, le chef Arnaud Donckele.

Ce Normand d'origine qui aura aiguisé ses couteaux auprès des plus grands dont Alain Ducasse, s'est converti à la cuisine provençale. Aujourd'hui, il est un de ses plus brillants ambassadeurs.

Après avoir officié en tant que sous-chef chez Lasserre à Paris, Arnaud Donckele arrive en 2005 à la Pinède. Le restaurant gastronomique, la Vague d'or, détient alors une étoile. Charmé et inspiré par les lieux, il crée une cuisine signature faite d'influences méditerranéennes, entre terre et mer. Avec au centre de cet Art, un produit d'exception qu'il veut au maximum local.

La magie opère et le succès est au rendez-vous. Avec une troisième étoile Michelin depuis 2013, une note de 19/20 au Gault&Millau et une 7^{ème} place mondiale sur le site internet La Liste, la cuisine d'Arnaud Donckele semble faire l'unanimité.

Une carte qui revisite et modernise les classiques de la culture occitane. Des plats comme l'aiguo-sau, l'esquinado, ou encore la borgne évoquent Pagnol, Giono et Mistral. Car plus qu'un chef, cet artiste vient, dans l'assiette, nous raconter les plus belles histoires.

This 31 rooms establishment offers an idyllic setting in the middle of a lovely Mediterranean landscape. To the beauty of the site must be added Chef Arnaud Donckele's savoir-faire. Born and raised in Normandy, Arnaud Donckele worked with great Chefs like Alain Ducasse, he is a Provençal cuisine enthusiast. Today, he is one of its strongest ambassador. Arnaud Donckele arrived in 2005 at La Pinède. Back then, the gastronomic restaurant, la Vague d'or, had already had a Michelin star. Seduced and inspired, he created a cuisine signature made of Mediterranean influences, between land and sea, working with local products. Since then, Arnaud Donckele earned his third Michelin star, obtained a 19/20 at Gault&Millau and reached the seventh place on the gastronomic website La Liste. A menu that modernizes Provençal dishes such as aiguo-sau, esquinado or la borgne and evokes classical writers such as Pagnol, Giono or Mistral.



MATTHIAS BRETON

Sommelier en chef à l'InterContinental Marseille

Head wine waiter at the InterContinental Marseille

Trônant sur le Vieux-Port, l'InterContinental, abrité par l'une des plus belles réalisations hospitalières de l'Ancien Régime se visite avec une carte des vins à l'intensité romanesque, d'une rare élégance.

Taking centre stage up above the Vieux-Port, the InterContinental, one of the most beautiful hospital building from the Ancien Régime, offers a fanciful, intense and distinguished wine list.

Par Hervé Tusseau

Elle trace une jolie route, paisible et sûre, traversant sans fards de forts beaux « climats », ainsi que l'on désigne les terroirs viticoles en Bourgogne. Des lieux bien à l'écart de domaines vastes comme de lacs. Des maisons où à chaque étape du processus de vinification l'attention au détail et le degré d'investissement personnel du vigneron est considérable. Des hommes et des femmes qui font un vin qui leur ressemble.

C'est en hiver que Matthias remonte aux sources, tout au long de la vallée du Rhône jusqu'au nord de la Bourgogne, région de ses crus préférés, pour rencontrer ces paysans du prodige. Apprenti du Meurice, sommelier au Dokhan's et maintenant de l'hôtel-Dieu, l'une des plus belles architectures (Mansart) de l'Ancien Régime avec ses deux grands escaliers : on voit poindre le goût des choses solides, amples, simples et imposantes chez ce jeune homme de 32 ans. Nul maniérisme : « il existe des accords pointus pour les mets et vins, mais la recherche d'un plaisir parfait peut se concevoir en proposant un rouge sur un poisson ».

Ça demande même beaucoup de clarté. Voyons cette carte qui accorde des tempéraments dans un bel esprit de finesse. Complétude et précision, tout se recoupe dans un habit de lumière. Le fil est solide : Aegerter, Chanson, Chapoutier, Drouhin. Louis Latour en Chambolle ou Vieux Télégraphe en Châteauneuf, Clos Venturi en Corse, Tempier en Bandol, on est toujours à la bonne adresse. Et puis l'éclat des pépites : Domaine Trevallon, Clos de L'Ours, Mina en Bouches-du-Rhône, le Riesling Egon Müller, une vraie farandole ou il y a peu de rosés. Et c'est tant mieux !

It offers a lovely trip, peaceful and secure, through plain beautiful "climates", as we call the vineyard from Bourgogne. Matthias goes back to the roots during winter, all along the Rhône valley up until the North of Bourgogne, where he finds his favourite wines and meets those incredible farmers.

Apprentice at the Meurice, wine waiter at the Dokhan's and now the Hotel Dieu, with its two staircases: solid, wide, simple and impressive just like this 32-year-old young man's tastes. No mannerism: "there are sharp traditional matches between food and wine, but the pursuit of perfect pleasure can be conceived offering a red wine with fish". It takes lots of clarity. On this menu: a harmonious blend of finesse and temperaments, enlightened completeness and precision. A solid thread: Aegerter, Chanson, Chapoutier, Drouhin, Louis Latour in Chambolle or Vieux Télégraphe in Chateauneuf, Clos Venturi in Corsica, Tempier in Bandol, all good addresses.

LAURENT LONDEIX

Président de l'Incubateur Paca Est

President of the Incubateur Paca Est

Tout juste nommé à la présidence de l'Incubateur Paca Est, le Délégué régional d'Orange pour les Alpes-Maritimes et le Var confirme son engagement auprès de l'écosystème de l'innovation.

Recently appointed the Paca-Est incubator president, the Orange's regional delegate for Alpes-Maritimes and the Var reiterated its commitment to the innovative ecosystem.

Par Gaëlle Cloarec

Nouvelle casquette pour Laurent Londeix. Past-président de l'association du numérique Telecom Valley, du pôle de compétitivité SCS et du Sophia Club Entreprises, le président de la Commission « Enseignement supérieur, Innovation et Recherche » de l'UPE 06, élu à la CCI Nice Côte d'Azur, s'est installé en mai aux commandes de l'Incubateur Paca Est. « Il est vrai que vu comme cela, cette succession d'engagements peut paraître éclectique, voire hétéroclite, sourit-il.

Pourtant, j'y vois des cohérences – l'innovation, l'enseignement, la recherche – et une finalité – être en capacité de faire interagir et de développer les synergies entre les mondes économiques et académiques sur un territoire où les talents sont légions mais les structures morcelées. »

Retour dans les années 80.

Startupper, bien que déjà chez France Télécom (pas encore Orange), le diplômé de l'Institut National des Télécommunications se lance dans l'aventure télématique, rejoint un cabinet de conseil en développement de services interactifs puis part aux Etats-Unis implanter notre bon vieux minitel vite rattrapé par l'émergence de la technologie internet. Une décennie plus tard, il intègre l'Orange Labs de Sophia Antipolis, lequel développe le premier concept de monitoring urbain.

De ces liens noués alors avec les laboratoires universitaires, il se découvre un cheval de bataille, la valorisation de la recherche publique et donc ces nécessaires passerelles à construire entre deux univers qui longtemps se sont ignorés. C'est ce qu'il s'attachera désormais à faire au sein d'un incubateur qui a contribué, en 17 ans d'existence, à la création de 125 jeunes pousses et 880 emplois directs.

The Alpes-Maritimes and Var regional delegate of Orange confirms his commitment to the innovation's ecosystem. Laurent Londeix is a man of action: Past-président of the Telecom Valley, of the SCS competitiveness cluster and of Sophia Club Entreprises and so much more! Since May 2018 he has taken a new responsibility: President of the Incubateur Paca Est. Back in the 80's, he founded his startup while working for France Télécom. Graduated from the Institut National des Télécommunications he joined the digital adventure and flew to the US to spread the Minitel. A decade later, he entered the Orange Labs of Sophia Antipolis which was developing the first urban monitoring concept. From his experience with academic laboratories he found out his own fight: the public research valorization. « Things have moved since the IDEX gaining but the potential is not fully exploited ». That is what he will do in this incubator that has contributed for 17 years to create 880 jobs.



LIONEL CAPARROS

Fondateur d'Adesim et de Newco3D

Founder of Adesim and Newco3D

Actuellement en couveuse au sein de l'incubateur Paca-Est à Sophia Antipolis, Newco3D est une startup qui a pour ambition d'optimiser la production de pièces en 3D. Entrée également à la Station F, la société varoise élargit son ambition à l'échelle nationale.

Still improving within the Paca-Est incubator of Sophia Antipolis, Newco3D is a start-up which optimized additive manufacturing parts production. Currently incubating in Station F, the company aspires to reach a national level.

Par Marie-Rachel Aparis

Soutenue par TVT Innovation, c'est en 2016 que le projet Newco3D voit le jour. Son fondateur Lionel Caparros, est alors à la tête de deux entreprises toulonnaises qui emploient une vingtaine de personnes : Adesim, une société d'ingénierie et Intec Meca, spécialisée dans la fabrication et l'assemblage mécanique.

Deux activités complémentaires qui répondent aux besoins techniques de domaines allant de l'aéronautique au nucléaire en passant par le médical. C'est justement pour répondre aux besoins de ses clients que Lionel Caparros réfléchit à un logiciel permettant d'accélérer et d'optimiser la fabrication de pièces en 3D.

La prochaine étape étant de perfectionner le logiciel le rendant utilisable sur un maximum de machines et ainsi atteindre un grand nombre d'industriels. Newco3D, toujours au stade d'incubation, a intégré la Station F de Xavier Niel à Paris en août 2017. Véritable tremplin, Lionel Caparros compte également profiter de cette opportunité pour développer un réseau parisien. Un outil pour propulser la société avec pour objectif le lancement des versions test fin 2018.

Supported by TVT Innovation, the Newco3D project was born in 2016. Back then, his founder Lionel Caparros, led two businesses in Toulon and employed about 20 people: Adesim, an engineering company and Intec Meca, specialized in production and mechanical assembly.

Two complementary activities that answer technical needs in aeronautic, nuclear or medical field. To extend his services, Lionel Caparros thought about a software able to speed up and optimized the additive manufacturing parts production. Next step? Upgrading the software to make it operable on a wider range of engines and thus reaching numerous industrial companies. Newco3D is currently incubating in Station F in Paris. Lionel Caparros plans to take this opportunity to develop a Parisian professional network. A real tool that can help Newco3D to achieve its objectives. Launching of the test version: end of 2018.



SÉBASTIEN HURON

Président du Directoire de Virbac

Chairman of Virbac

Sébastien Huron préside depuis janvier 2018 aux destinées de Virbac, un des fleurons de l'industrie azurienne avec 4850 personnes dans le monde pour un chiffre d'affaires de 862 M€.

Sébastien Huron is the new Chairman of Virbac. A 862 M€ benefits company which employs 4850 people, ranked seventh in the world in Animal Health and majority owned by the Dick family.

Par Gaëlle Cloarec

Sourire franc, chemise claire et cravate remisee au placard, le nouveau Président du Directoire de Virbac ne boude pas son plaisir. Le « plaisir d'aller chercher la performance » dans toutes les régions du monde où le laboratoire vétérinaire azurien est présent, celui « de réaffirmer les valeurs et l'ambition d'une société innovante » qui après 50 ans d'existence trône au 7e rang mondial de la santé animale. Un beau challenge pour ce vétérinaire de formation dont l'expertise s'est forgée au Brésil, au sein du groupe pharmaceutique Hoechst-Roussel, puis aux USA, à la tête de la division Animaux de compagnie d'Intervet. Où il fut question de marketing, de R&D, de redressement et de conquêtes commerciales...

De ces années américaines, Sébastien Huron retient l'agilité et le dynamisme cariocas, la rigueur et le cadre états-uniens pour en retirer une capacité d'adaptation à toute épreuve et une excellente compréhension des enjeux du marché au plan international. Des compétences qu'il met, dès 2006, au service de la filiale espagnole de Virbac, avant de gravir les échelons du groupe détenu majoritairement par la famille Dick, de la direction Europe en 2008 à celle des Opérations Commerciales dans le Monde en 2013. « Avec Virbac, on se regardait depuis quelque temps déjà », se souvient celui qui fut séduit par une certaine « affinité culturelle » et « le caractère purement vétérinaire du groupe ». « Cela change beaucoup de choses dans le pilotage de l'entreprise ». Pour son plus grand plaisir.

A big challenge for this veterinary surgeon who has built his experience in Brazil within the pharmaceutical group Hoechst-Roussel and then the US where he lead the Intervet Pet Division. There he worked in numerous sectors such as marketing or trading. From these years overseas, he kept a certain dynamism and rigor, a remarkable capacity to adapt to every situation and a solid understanding of international issues. From 2006, he put these skills at the service of the Virbac Spanish subsidiary. He rapidly moved up the hierarchy. First with the lead of Europe sector in 2008, then he took charge of the worldwide Commercial Operations in 2013. « With Virbac, I was seduced by a certain cultural connexion and by the fact that they exclusively dedicated to veterinary activities »



MICHEL FÉRAUD

Cofondateur et Président de Provepharm

Co-founder and CEO at Provepharm

C'est aux portes de Marseille qu'il fonde sa société, valorise un brevet sur le bleu de méthylène, décline toutes ses indications thérapeutiques au plan mondial. 20 ans de travail ouvrant une voie d'avenir à d'autres produits peu utilisés.

He founded his company nearby Marseille, filed a patent for methylene blue. 20 years of work to make way for other rarely used products.

Par Hervé Tusseau

C'est une « biotech » d'une cinquantaine de personnes. Michel Féraud l'a créée dès la sortie de l'Université et à deux pas. Bienvenue à Château-Gombert. Jouxant la plaine maraîchère, son « technopôle » abrite 150 entreprises, six labos de recherche et 3800 emplois.

C'est un lieu notable du Félibrige, cœur ancestral de la culture provençale. « Entreprendre, c'est avoir des rêves et des idées. Etre capable de déposer des brevets, avoir des premières mondiales » pense Michel Féraud. Il semble aimer la chimie comme un paysan la terre, un peu d'instinct, la tête dans le ciel et ses oracles. Le cœur à l'ouvrage qui, à force d'aller dans le sens de la Nature, finit par payer. « Je ne comprends pas que notre industrie accepte de jeter à la poubelle les résultats d'une recherche de plus de 100 millions de dollars sur un projet de molécule « miracle » et s'intéresse si peu à ce que l'on pourrait améliorer ».

Sa pépite, le bleu de méthylène. Une molécule essentielle pour l'OMS, un marché très étroit (3 M€ en 2008) multiplié par 20 en 10 ans. Le « Proveblue » est passé par là. Vendu dans 25 pays, 500 000 ampoules de sa formule très pure, approuvée par la « FDA » américaine, permet de ratisser plus large en matière d'indications thérapeutiques et de faire évoluer la norme partout dans le monde. Du sel pour les routes à celui pour la table, c'est un peu la même démarche de qualité. Que Provepharm veut dupliquer, avec une prochaine levée de fonds de 30 M€, pour valoriser d'autres substances actives et faire du développement durable en pharmacie.

A « biotech » where 50 people work. Michel Féraud created it as soon as he graduated from college. Welcome in Château-Gombert. This technopolis near Marseille houses 150 companies, 6 research labs and creates 3800 jobs. « Entrepreneurship means having dreams and ideas. Having an innovating spirit and being able to develop patents, » explains Michel Féraud. He seems to like chemistry as a peasant loves his land. A hard worker who uses instinct in respect for nature. His jewel: the methylene blue. An essential molecule for the WHO, a very small market (3M€ in 2008) which has grown twentyfold in 10 years. « Proveblue » is now sold in 25 countries all over the world. This very pure formula, approved by the FDA, allows to expand therapeutic indications and to make the norm evolve. From salt for roads to table salt, the quality approach is the same. Provepharm wants to duplicate that with a 30M€ fundraising in order to promote other active substances and to foster sustainable development in the pharmaceutical field.



JEAN-BERNARD FABRE

Docteur en physiologie et fondateur d'ESP consulting

Doctor in Physiology and founder of ESP consulting

Etre comme l'ombre et la personne. Toujours inséparables. Et parfaitement unis, sous une seule lumière qui éclaire notre corps en mouvement : voilà comment ESP consulting veut devenir l'ingénieur de la pratique sportive.

Shade and body united as one perfect moving person: this is how ESP has decided to become the sports engineering specialist.

Par Hervé Tusseau

Dès qu'on bouge – pour un simple « jogging » -ou pour gagner une compétition, nous y sommes tous confrontés : partir sur de bonnes bases, trouver le meilleur entraînement, éviter les blessures. Autant d'interrogations relatives à notre constitution, condition physique et désirs de performance. Or, « les spécialistes du corps n'ayant pas le même langage, ne se parlent pas ».

Docteur en physiologie, entraîneur de tennis pro, Jean-Bernard Fabre a ouvert à Aix-en-Provence un laboratoire d'expertise (1100 m²) réunissant un groupe d'une vingtaine de professionnels de la santé, d'entraîneurs et de chercheurs. Le métier de base d'ESP consulting, c'est le diagnostic pluridisciplinaire ; son projet de startup est de s'imposer comme un des tous premiers ingénieurs de la pratique et de la performance sportive en Europe, visant 1 M de CA en 2018. Tout est calculé dans un corps en mouvement : vitesse, force, endurance, équilibre, temps de réaction, concentration, stress, dépense énergétique, fatigue neuromusculaire, chocs et amortis...

Un gros travail de modélisation qui permet d'abord de corriger nos défauts et d'obtenir le meilleur bénéfice pour notre santé mais aussi d'encadrer les programmes d'entraînement des athlètes comme ceux du RCT ou de l'OM. « Le sportif de haut niveau qui réussit, c'est celui qui ne se blesse pas. Notre apport, c'est de lui donner tous les éléments pour bien répondre à la seule question qui se pose : connais-toi toi-même ».

ESP teste aussi le comportement des matériaux comme des raquettes de tennis (Lacoste) ou des sièges de voiture de rallye (Toyota).

As soon as you move, for a simple jogging or to win a competition, we all have the same concerns: solid bases and a woundless efficient training. However, "the body specialists who do not speak the same language, don't talk together".

Jean-Bernard Fabre is a doctor in physiology and a professional tennis coach. He opened an expert laboratory (1100m²) which gathers about 20 health professionals, coaches and researchers. ESP's major activity is consulting, a project of multidisciplinary diagnosis, with the objective of being the first sports engineers company in Europe, with a 1M turnover in 2018. Everything in a moving body is weighed up : speed, strength, endurance, balance, reaction time, concentration, stress, energy expenditure, neuromuscular tiredness, bumps and drop shots...

A huge modelling work that allows to fix our flaws and get the best for our health, but also to lead practice programs for professional teams.

ESP also tests the performance of materials such as tennis rackets or rally car seats.





JEAN-MARC DOUCET

Directeur Général de François Doucet Confiseur

François Doucet Confiseur en Provence Director

La famille Doucet a fondé une maison de confiseurs réputée pour l'excellence de ses chocolats enrobés et pâtes de fruits. En 50 ans, elle a contribué à conserver le terroir pour que vive le pays de Forcalquier et la Provence de l'amandier.

The Doucet family founded a reputed candy store known for their candy-coated chocolate and pâtes de fruits. The company has contributed to preserve the Forcalquier area for 50 years.

Par Hervé Tusseau

Oraison au milieu des années 60. Le pâtissier du village bricole la première machine à casser les amandes que l'on récolte en Provence d'octobre à novembre. Son petit atelier Perl'Amande, aujourd'hui « Entreprise du patrimoine vivant », a déjà une belle renommée.

« A l'époque, mon père, issu d'une grande famille d'artisans confiseurs à Montargis, a eu vent de cette petite affaire qui fournit dragistes et pâtisseries partout en France. Il nourrit le sentiment qu'Oraison est la corne d'abondance d'une Provence regorgeant d'abricots, de pommes, poires, coings et de figues qui feront mûrir sa réussite ». François Doucet trouve naturellement sa place de chef de production chez Perl'Amande en 1965, puis fonde avec Maguy en 1969 l'entreprise familiale que dirige maintenant Jean-Marc avec 70 salariés (CA:9 M€).

« Il y avait tant de beauté dans ces paysages de Manosque à Gap dont la ruralité était presque intacte. La vallée, son terroir et ses vergers. Enfants, nous jouions dans une partie désertée du vieux village, sans nous rendre compte combien elle était humble. » La fleur blanche de l'amandier, premier éclat du printemps, disparaît du paysage, chassée par le lavandin plus rentable à cultiver.

La production intensive et industrielle américaine divise le prix des amandes par trois. « Nous achetons chaque année 50% des amandes de Provence (11 à 15 € au kilo) de bien meilleure qualité, avons replanté une petite centaine d'hectares en 20 ans et pris des engagements avec les producteurs locaux à qui nous achetons 75 % de nos fruits cueillis à maturité. Et contribué au maintien de l'abricot orangé de Provence ». En 2017, Doucet fait son entrée aux Entreprises du Patrimoine vivant.

Oraison in the mid 60's. François Doucet, the village pastry chef, is making the very first cracking almond engine. His workshop, Perl'Amande, is already well-known.

« Back then, my father felt that Oraison, brim with apricots, apples, pears, quinces, and figs, was the place in Provence that would allow him to reach success. In 1969, he founded, with Maguy, the family company. His son, Jean-Marc, is now running the business. François Doucet Confiseur en Provence employs 70 people and realizes 9M€ in sales. « The intensive production is dividing the almond price by three. » « Each year we buy 50% of very high-quality Provence almonds (11€ to 15€ per kg). During the past 20 years, we have replanted a hundred hectares and have committed to local producers from who we purchase 75% of our fruits. Also, we have helped sustain the Provence « orange apricot ». Since 2017, François Doucet Confiseur is part of the Living Heritage Group.



JEAN-PIERRE BLANC

Directeur général des Cafés Malongo

Cafés Malongo CEO

A la tête du torréfacteur azuréen, Jean-Pierre Blanc a su démontrer qu'éthique pouvait aussi rimer avec performance économique.

Head of Malongo Coffee, Jean-Pierre Blanc proves that ethics can go hand to hand with economic success.

Par Gaëlle Cloarec

Jean-Pierre Blanc est un pur produit Malongo. Entré chez le torréfacteur azuréen en 1975, le Cagnois, diplômé d'économie, en prend les rênes cinq ans plus tard. "Ce qui fait de moi le plus vieux directeur général de France", s'amuse-t-il. Trente-huit ans de métier donc, durant lesquels il s'attacha à donner une envergure nationale à la marque de café née en 1934 à Nice, en développant une gamme bio, en inventant le premier système à dose en papier naturel ou encore en misant avant tout le monde sur le commerce solidaire. Car Jean-Pierre Blanc est surtout l'initiateur, en 1996, du commerce équitable dans la grande distribution, dont les ventes ont représenté plus d'1 Md€ en 2017 ! Une fierté ? "Assurément", répond-il. C'est même, s'il devait n'en garder qu'une, sa plus grande fierté, "celle d'avoir su dupliquer un modèle économique qui fait vivre aujourd'hui 20 000 familles".

L'histoire, comme souvent, naît d'une rencontre. Celle du père Van der Hoff, créateur du label Max Havelaar. Nous sommes en 1992 et Jean-Pierre Blanc, en voyage au Mexique, découvre une communauté de paysans indiens organisés en coopérative, auprès de laquelle il décide de se fournir selon un modèle garantissant prix minimal et système de bonus. Depuis, l'initiative a fait des petits, en Amérique Latine, en Afrique, en Asie. Si bien que l'an passé, Malongo a redistribué plus de 4 M\$ de primes aux coopératives de petits producteurs partenaires. "C'est une autre façon de voir le marché et non pas un acte de charité", insiste celui qui se considère comme "le modeste chef d'orchestre" d'une PME éthique de 400 salariés, dont le chiffre d'affaires vient de franchir la barre des 100 M€. Tout un symbole.

Jean-Pierre Blanc is a Malongo pure product. He joined the Azurean coffee roaster in 1975 and took the lead 5 years later. 38 years in the business, during which he worked to give the brand a national reach. By developing an organic line, creating the first coffee pad made with natural paper and relying on fair trade. Jean-Pierre Blanc is indeed the initiator, in 1996, of fair trade products in large-scale distribution. In 1992, he meets a peasant community, organized into co-operative. He decides to obtain supplies from them with a minimal guaranteed price and a bonus system model. Since, the concept reached South America, Africa, and Asia. Last year, Malongo has distributed more than 4M€ bonus to the local partner suppliers. « This is a way to think business as nothing to do with charity, » insists the businessman who considers himself as the «modest conductor » of an ethical SME that just reached 100M€ in sales and employs 400 people.



Ateliers Bio de Provence

PHILIPPE DARCAS

Gérant des Ateliers bio de Provence
Coquelicot-Provence

Ateliers bio de Provence Coquelicot-Provence Manager

Installée à Carpentras, Les Ateliers bio de Provence, est une entreprise pionnière en matière de pâtes biologiques. Son dirigeant, Philippe Darcas, œuvre depuis plus de dix ans à améliorer la qualité des produits tout en baissant les coûts afin de démocratiser une alimentation bio.

Founded in 1986, Les Ateliers bio de Provence is a pioneer in the organic food sector. Its leader, Philippe Darcas has been working for more than 10 years on improving the product's quality while reducing the costs to make organic food more accessible.

Par Marie-Rachel Aparis

C'est en 2006 que Philippe Darcas prend, avec sa femme, la tête de l'entreprise. Créés en 1986, Les Ateliers bio de Provence, pionniers dans l'alimentation biologique, peine alors à s'agrandir. Fort de son expérience dans l'agroalimentaire où il a fait carrière, Philippe Darcas investit en temps et en moyens pour permettre à la marque Coquelicot-Provence de toucher une clientèle plus large.

Sensibilisé aux problématiques écologiques et aux dérives de l'agroalimentaire, il garde en tête de rester dans une production au maximum locale et toujours bio. Le but est de passer du stade artisanal à celui d'industriel sans perdre en qualité et sans non plus exploiter les producteurs.

En 12 ans, l'entreprise est passée de 30 à 600 tonnes de production, connaît une belle croissance et compte aujourd'hui 25 salariés. Un déménagement et un agrandissement considérable sont d'ailleurs prévus pour juillet 2019.

Entre temps, la marque a élargi sa gamme de produits: pâtes, quenelles, raviolis avec un maximum de produits locaux et des recettes provençales. Elle est distribuée dans toute la France notamment dans les Biocoop et s'ouvre de plus en plus aux collectivités. Pour un bio savoureux et accessible à tous.

In 2006, while the company struggled to grow, Philippe Darcas took the lead with his wife. He invested his time and money to allow the Coquelicot-Provence brand to reach a wider public.

Aware of the ecologic problems and the Food-Industry deviations, he always keeps in mind to maintain an organic and local production. The challenge is to move from a craft to an industrial scale with no loss of quality and without exploiting the producers. In 12 years, the company has increased its production from 30 to 600 tonnes, has experienced a significant growth and is now composed of 25 employees. A relocation and a major expansion are planned for July 2019. In the meantime, the brand has extended its product line: pasta, quenelles, ravioli with a maximum of local products and Provençal recipes. The brand is distributed throughout France, especially in Biocoop shop. Working for savory and affordable organic food.



MARC DUFOUR

Directeur du marché d'intérêt national (MIN)
des Arnavaux à Marseille

*Director of the Marché d'Intérêt National (MIN)
of Arnavaux in Marseille*

L'organisation de la logistique urbaine est un élément clé pour construire la métropole « durable » de demain. L'ancien patron d'Air Littoral et de la Sncm veut la faire bouger avec le MIN.

Urban logistic is a key element to build the metropole of tomorrow. The former boss of Air Littoral and Sncm wants to be part of it with the MIN.

Par Hervé Tusseau

Le transport de marchandises en ville, c'est un vrai casse-tête qui se résume à un cercle vicieux : dans moins de 15 ans, 80% de la population de notre région sera urbaine. Plus il y aura de gens en ville, moins elle sera accessible. Et le prix du foncier limitera le stockage et les possibilités de massification. Il y a cinq ans déjà, plus d'une livraison sur deux a lieu en stationnement illicite à Marseille. « Et le taux de remplissage des véhicules est en moyenne de 40% », complète Marc Dufour.

Nos bons vieux marchés de gros, tombés en désuétude, sont-ils de retour ?

« Avec plus d'une centaine d'entreprises, quelque 250 producteurs du carreau, un chiffre d'affaires de 400 M€, le Marché des Arnavaux est le numéro 2 en France, derrière Rungis ».

C'est un boulevard qui s'ouvre pour organiser des filières courtes, distribuer des produits locaux, proposer des solutions performantes pour la logistique du « dernier kilomètre » au sein d'une zone de chalandise de 2 millions d'habitants. « Notre plan de modernisation de 100 M€ est en cours ». Numérisation, intensification, diversification : 20 000 m² de surfaces commerciales en plus, un site ouvert au public, une offre alimentaire globale (poisson, « halal », « bio », produits du terroir), une plateforme d'achats professionnels en ligne. Et un vrai bonheur pour celui qui a l'expérience des incroyables changements qui se sont produits tout au long de sa carrière - des « low cost » à Amazon - pour, comme Ulysse, retrouver les vertus de la proximité.

The carriage of goods in cities is a real headache. In less than 15 years, 80% of the PACA's population will be urban citizens, moreover, the land prices will limite storage. 5 years ago, more than one out of two deliveries were made using illegal parking in Marseille. « With more than a hundred companies, 250 producers and a 400 M€ of sales, the Arnavaux Market is no.2 in France right behind Rungis ». An opportunity to create short supply chains, to distribute local products and to offer effective solution in logistic. « Our 100 M€ modernization plan is on ». Digitization, intensification, diversification: 20 000 m² of commercial area surfaces and an e-commerce platform for professionals. It represents a real delight for Marc Dufour who has experienced phenomenal changes during his career: from « low cost » to Amazon.



CHRISTOPHE RIEDEL

Directeur Général de Claranor

CEO at Claranor

Claranor, entreprise établie à Avignon, est une société spécialisée dans la conception d'équipements de stérilisation par lumière pulsée. A la pointe de l'innovation et de la technologie, cette technique qui n'utilise ni eau ni produits chimiques permet aux industriels d'intégrer à leur chaîne de production des machines efficaces qui s'inscrivent dans une démarche écologique.

Claranor is a company implanted in Avignon and specialized in the design of sterilization equipments using pulsed light. A technology that allows industrialists to integrate efficient and ecologic engines to their production chain.

Par Marie-Rachel Aparis

Claranor c'est avant tout une équipe dynamique et créative travaillant de concert pour, à la force de leur expertise, faire bouger les choses. « Il est important que notre travail fasse sens, la technologie qu'on développe ici agit pour un monde plus propre » explique Christophe Riedel.

Arrivé en 2007 en tant que responsable commercial, il est aujourd'hui à la tête de la société. Depuis, beaucoup d'améliorations techniques ont été apportées pour gagner en fiabilité, solidité et performance. Aujourd'hui, Claranor vend à travers le monde entier des machines de traitement de bouchons, de pots et de préformes. Présentes sur les chaînes de production de géants de l'agroalimentaire (Coca, Danone, Nestlé...), ces bijoux de technologie se placent au niveau des décontaminations classiques avec l'avantage significatif de ne pas générer de résidus.

Une stérilisation propre et un traitement à haute vitesse. Labellisée « Efficient Solution for the Future » par la fondation SolarImpulse, Claranor tend à élargir sa gamme d'équipements afin de pouvoir traiter, à l'avenir, d'autres types d'emballages et de « participer à changer les pratiques industrielles. »

Claranor is, above all, a creative and dynamic team working together to make things happen. « It is crucial for our work to make sense, the technology that we are developing here takes an active part in making our world cleaner » explains Christophe Riedel. Arrived in 2007 as sales manager, he is now leading the company. Ever since, Claranor has made a lot of technical advances to gain in reliability, solidity and performance. Today, Claranor sales engines treatment for caps and pots processing engines all over the world. Present on production chains of Food Industry's companies (Coca, Danone, Nestlé...), they offer a clean sterilization (water and toxic free) and a high speed treatment. Labeled « Efficient Solution for the Future » by the SolarImpulse foundation, Claranor wants to expand its range of products to « participate in changing industrial habits ».

CLAIRE-ANNE REIX

Présidente du Palais des Festivals
et des Congrès de Cannes

President of Cannes' Palais des Festivals et des Congrès

La scientifique préside depuis quatre ans le Palais des Festivals, navire amiral de l'économie touristique cannoise qui emploie 270 personnes pour un chiffre d'affaires de 43 M€.

For four years, the scientist is chairing the Palais des Festivals, the touristic economy institution in Cannes employs 270 people and make a 43 M€ of sales.

Par Gaëlle Cloarec

Les étoiles jalonnent depuis longtemps déjà le parcours de Claire-Anne Reix. Celles qui brillent dans le ciel, d'abord. Celles qui foulent le tapis rouge, aussi. Elles constituent le lot quotidien de cette ingénieure des Mines d'Alès, cadre dirigeante du constructeur de satellites européenS Thalès Alenia Space et, depuis sa nomination en 2014, présidente du Palais des Festivals et des Congrès de Cannes. Ce deuxième espace de salons professionnels français et bras armé touristique de ce village mondial où chaque année atterrissent plus de 2 millions de visiteurs, près de 300 000 congressistes accrédités et une flopée de stars, festival du film oblige...

« J'y ai découvert un autre monde, plus proche des codes de l'hôtellerie que ceux de l'industrie, même si, en matière de business, dans le spatial comme dans le tourisme, c'est toujours une histoire de réflexion stratégique », explique celle dont la vie ressemble tout de même « à un grand écart permanent ». Directrice du programme européen Copernicus pour le Groupe Thales, présidente déléguée du pôle de compétitivité Safe, membre du Conseil scientifique et industriel du Technopole de l'Arbois, la conseillère municipale de Cannes, subdéléguée au tourisme, au développement économique, à l'international, au plan climat et à la prévention des risques segmente ses journées au gré des dossiers. Preuve d'une capacité d'adaptation certaine et symbole d'un plafond de verre qui se fissure, bien qu'il « reste encore du chemin à parcourir ». La tête tournée vers les étoiles, les pieds ancrés sur terre.

Claire-Anne Reix, a state engineer from the Mines of Alès, works for the European space satellites manufacturer Thalès Alenia Space and has been chaired, since 2014, the Palais des Festivals et des Congrès of Cannes. This touristic institution in Cannes employs 270 people and generates an annual sales of 43 M€. Cannes represents, each year, 2 million of visitors, 300 000 delegates and so many movie stars.

« Here, I discovered a new world, closer to the hotel-industry. Even though, when it comes to business, in space field or tourism, it is always about strategy matters. » explains Reix.

Director of the European program Copernicus for Thales Group, vice president of the Safe competitiveness cluster, member of the Technopole de l'Arbois scientific and industrial council, the Cannes city councillor subdelegated to tourism, international economic development, to climate plan and risk prevention organizes her long days in accordance to her different responsibilities.



26

21

23

25

23

25

23

27

25

27

25

27

JEAN-FRANÇOIS CHOUGNET

Président du Musée des civilisations de l'Europe
et de la Méditerranée (Mucem)

*President of Museum of European and Mediterranean
Civilizations. (Mucem)*

En cinq ans, le premier grand musée national consacré aux civilisations de Méditerranée est devenu dans son écrin portuaire un lieu de villégiature pour les touristes et l'amorce d'un nouveau quartier pour les Marseillais.

In 5 years, the first great national museum dedicated to the Mediterranean civilizations has become in its port setting a holiday resort for tourists and the beginning of a new neighborhood for Marseille's inhabitants.

Par Hervé Tusseau

Jean-François Chougnnet fait le tour du proprio : 1,3 millions de visiteurs qui déambulent entre le fort Saint-Jean, au pied du Vieux-Port, et l'espace remodelé en esplanade d'un ancien hangar portuaire (J4). Le merveilleux bâtiment du « Mucem », surplombé par une Cathédrale de la Major restaurée, s'ouvre sur l'immensité de la baie. On peut s'y restaurer, prendre un verre, visiter les expositions comme 500 000 personnes par an. « Une sur deux vient de la région, un autre tiers de France, le reste sont des étrangers ». Bref, un ancrage profond pour ce concept muséal audacieux, rassemblant des collections nationales plutôt hétéroclites (musées de l'Homme, musée des Art et traditions populaires).

« Le musée, est un lieu où se manifeste le temps long. On y réfléchit pas comme ailleurs, ni en diplotocus », s'amuse cet agrégé d'histoire, administrateur du centre Pompidou, puis directeur de la Grande Halle de la Villette et promoteur de « Marseille capitale européenne de la culture » (2013).

Etre dans la conservation et la transmission aux commandes d'une sorte de colossale bijouterie où il faudrait faire régner un printemps perpétuel. Un travail d'éditorialiste où les bons sujets ne font pas toujours la réussite des expositions. Mais un élan culturel s'est bien produit à Marseille, à la lenteur darwinienne, mobilisant société civile et bourgeoisie éclairée (Mécènes du Sud). « Aix s'est réveillée plus tôt, dans les années 80. Mais ici on peut activer du spectacle vivant, de bons festivals et sans doute combler le manque d'un grand lieu pour l'Art contemporain du XXe et du XXIe siècle ».

Jean-François Chougnnet looks around the property: 1.3 million visitors who walk around Fort St Jean, at the bottom of the Vieux Port, and the space remodeled in an esplanade of an old warehouse (J4). The beautiful MUCEM building (Ricciotti), overlooked by the restored Cathedral de la Major, opens on the immensity of the bay. You can eat there, have a drink, or visit the different exhibitions just like the 500,000 visitors a year. "One out of two comes from the region, a third from the rest of France, the other ones are foreigners". A deep integration for this bold museum concept, gathering national eclectic collections (Museum of Man, Museum of Art and popular traditions).

"The museum is a place where time is long. You think differently there" says Mr Chougnnet, history specialist, Pompidou centre manager, then director of La Grande Halle de la Villette and promoter of "Marseille, European capital of culture" (2013). Being a curator in charge of a sort of huge jewelry where there should be a constant spring.



ANNE LECHACZYNSKI

Présidente de la Verrerie de Biot

Verrerie de Biot Presidente

Farouche défenseuse du tourisme industriel qu'elle considère comme un gage de pérennité pour les métiers d'art, la Présidente de la Verrerie de Biot est sur tous les fronts.

A fierce defender of industrial tourism which she considers as the Métiers d'Art guarantee of durability, the Verrerie de Biot President stands on all fronts.

Par Gaëlle Cloarec

« Il y en a qui font de la politique, moi, je fais de la politique économique ». Elue au bureau de la CCI azuréenne, en charge de l'international, Secrétaire générale du Medef à l'UPE 06, conseillère du commerce extérieur et membre du Conseil économique de la Métropole Nice Côte d'Azur, Anne Lechaczynski se démultiplie pour « tenter de faire bouger la conception de l'économie en France ». « Mes parents m'ont toujours dit de ne compter que sur moi-même. De ne rien attendre des autres. D'abord tu donnes, après tu recevras ».

Alors elle donne, de son temps, de son énergie, pour défendre le tourisme et notamment le tourisme industriel dont la Verrerie de Biot, fondée en 1956 par Eloi Monod, fut pionnière. Reprise en 1973 par la famille Lechaczynski, dirigée depuis 2000 par Anne et son frère Serge, elle réalise 3,5 M€ de chiffre d'affaires et emploie une trentaine de personnes dont une douzaine de maîtres verriers que 600 000 visiteurs viennent admirer souffler le verre bullé chaque année. Pour elle, le tourisme industriel est un gage de pérennité pour les métiers d'art. « Dans ce monde de plus en plus virtuel, on ne sait plus comment les objets du quotidien sont fabriqués. Derrière il y a des hommes, des gestes qu'il s'agit de faire redécouvrir. » Car de ces gestes peuvent naître des aventures insoupçonnées comme ce défaut – la bulle – que l'entreprise a transformé en qualité – le verre bullé. Ou comment faire de l'adversité une force...

« Some people do politics, I do economic policies ». Elected on the board of Azurean CCI for international affairs, secretary general at Medef UPE 06 and member of Métropole Nice Côte d'Azur Economic Council, Anne Lechaczynski stands on all fronts in order to « change the understanding of the economy in France ». « My parents always told me to rely on noone but myself. First, you give, then you'll receive. » She gives her time and energy to defend the industrial tourism. The Verrerie Biot, founded in 1956 by Eloi Monod is, in fact, a pioneer in this area. Bought out in 1973 by the Lechaczynski, the company realizes now an annual turnover of 3,5 M€. Among the thirty people actually employed, about a dozen are master glassmakers. Each year, 600 000 visitors come to see them blow the famous « verre bullé ».



JÉRÔME SUERE & LAURA GRANDVAL

Co-directeurs du groupe Hôtel Toulon Bord de Mer

Co-directors of the Hôtel Toulon Bord De Mer Group

Frère et sœur, Laura et Jérôme ont grandi dans le monde de l'hôtellerie. En 2012, ils quittent leurs carrières respectives et créent ensemble Hôtel Toulon Bord de Mer.

Laura and Jérôme have grown up in the hotel industry. In 2012, they both left their job and created together the Hôtel Toulon Bord de Mer.

Par Marie-Rachel Aparis

Le groupe comprend aujourd'hui deux hôtels situés dans le quartier du Mourillon: La Corniche tenu par leurs parents durant près de 30 ans et Les voiles. Un quatre étoile pour le premier et 3 étoiles pour le second, les deux structures emploient aujourd'hui 20 salariés. Deux hôtels pour deux expériences différentes avec néanmoins un fil rouge : l'envie de sublimer Toulon et son bord de mer.

L'ambition du duo complémentaire, au-delà de la réussite de leur groupe, est de faire briller « la marque Toulon », une ville trop souvent oubliée qui a longtemps pâti d'une mauvaise réputation. Pourtant avec son charmant centre ville, ses plages et sa situation géographique, la Varoise a tous les atouts pour séduire.

C'est donc le pari de Jérôme et Laura, avec leur concept Toulon Sexy Demain : attirer les gens à Toulon et leur faire vivre une expérience qui leur donnera envie d'y revenir. Forts de leurs 15 000 clients annuels, ils espèrent contribuer au rayonnement de la ville. A l'avenir, d'autres hôtels viendront agrandir le groupe avec la même envie de sublimer ce territoire magnifique.

Today, the group employs 20 people who are working in two hotels located in the Mourillon: La Corniche (4 stars) run by their parents for 30 years and Les voiles (3). Two establishments, two different experiences and one common point: the will to sublimate Toulon and its bay.

The sibling's ambition, besides their hotel group's success, is to bring the light on « Toulon's brand », a city which is often suffering from a very poor reputation. Yet, Toulon has all the assets to seduce: a very attractive location, a lovely city center and some beautiful beaches. With their Toulon Sexy Demain project, Jérôme and Laura wish to attract tourists and to offer them an experience that makes them feel like coming back again. Other hotels will expand the Hotel Toulon Bord De Mer Group, and with 15 000 clients per year, they hope to contribute to their city's renown.



LAURENCE RENAUX-GUEZ

Gérante de la Maison familiale Empereur

CEO at Maison Empereur

C'est la main, la poche, puis l'usage et la rue qui ont fait la gloire de ces objets faits pour durer. Invariables, comme Empereur, qui les distribue depuis sept générations au cœur de Marseille.

From hands to pockets, its use and the street, these meant-to-last products have become famous. Unchangeable like Empereur that have given them out at the heart of Marseille for seven generations.

Par Hervé Tusseau

Il faudrait imaginer un film en noir et blanc aux tons nets et aux cadrages parfaits fixant un décor aux désordres savants. Nous voici dans la Maison fondée en 1827 par Louis Empereur, dirigée par Laurence Renaux-Guez. Un magasin « sérieux » que l'on peut visiter comme un musée présentant « des objets qui n'ont pas pris une ride ». Gai comme un marché de Provence, profond comme un souvenir de famille. On y croise des dames au teint frais à l'aise dans une vêtue soignée. Et puis des personnes pour qui un sou est un sou. « Le magasin est ouvert depuis toujours à toutes les bourses. Nous voulons surprendre, mettre un peu de "tralala". Jamais intimider, toujours offrir de la qualité ».

L'éternel retour de la force tranquille de l'objet utile et indispensable. Toute une quincaillerie derrière laquelle se cache un manège enchanté de savoir-faire. Ne pas acheter, mais acquérir un couteau bien fait à sa main, fût-ce un Opinel ; dénicher une turbatière idoine à la cuisson de ce poisson en losange ; découvrir les vertus des embauchoirs en bois naturel ; essayer des produits de droguerie imbattables ; lutter contre la laideur du quotidien avec un fil électrique gainé d'un tissu prolongeant la couleur d'un abat-jour. Et trouver tout ce qu'on ne trouve plus ailleurs !

Un univers sans designer, ni packaging, ni d'études de marché. « Quelques chinoiserie », confesse notre hôtesse qui a largement contribué à maintenir ou sauver l'activité de plusieurs « manufactures » dont la fameuse terrine de couleur orange de « Le Creuset ». Les références entrent, n'en sortent jamais (ou presque). « Notre premier paquet cadeau date d'il y a six ans ». Une valeur sûre s'y cache toujours.

(30 collaborateurs, 1300 m², 5 M€ de CA)

Maison Empereur has been founded by Louis Empereur in 1827 and, is now run by Laurence Renaux-Guez. This family company employs 30 people and make a 5 M€ sales. A hardware store that can be visited as a museum filled by «object that have not aged». Here you can meet all kinds of people. « Since the very beginning, our shop has been accessible to all budgets. We want to surprise our customers. Our purpose is not to intimidate but to always offer quality». The indispensable item's comeback. Kitchen utensils, Opinel knives, very efficient households products... Everything you need and will not find elsewhere. A world without designer, nor packaging not even market analysis. A world where you can find «some trinkets», confesses Laurence Renaux-Guez who has contributed to preserve several « factories » such as the famous orange terrine « Le Creuset ». A lot of references comes in but none of them comes out. A company of solid value.





RUDY RICCIOTTI

Architecte lauréat du grand prix national de l'architecture

Architect rewarded by the grand prix national of architecture

Rudy, dandy de grand chemin. La gloire et le panache d'un architecte aux appétits d'ogre que rien (ou presque) n'apaise : une rage de vérité nue et crue. Et puis, un œil qui voit loin.

Rudy is a dandy. He has the glory and spirit of a hungry architect who cannot be stopped : a zeal for truth and a sharp vision.

Par Hervé Tusseau

Rudy, déjà tout semble dit. Ça sent la tempête et le Pavillon noir. Celui des pirates auquel il se rattache. Fuir la pauvreté, gagner le prochain Eldorado. C'est ça l'horizon Méditerranéen. Ces italiens qui ont de l'or dans les mains mais pas dans les poches, voilà d'où Rudy est arrivé.

Avec un rêve héroïque et brutal. Comme le béton. Le stadium à Vitrolles, un pur et magnifique scandale qui donne du souffle à sa carrière. Dans un monde où les normes, la réglementation, la standardisation épuisent l'espace et le temps, amenuise l'imagination pour livrer nos âmes au néant. L'Architecture est un sport de combat contre le Diable qui se planque toujours dans les détails d'un cortège de « bonnes intentions » ; pavant son tranquille chemin vers la globalisation.

Voici le Pavillon noir, où réside l'un des plus beaux ballets d'Europe (Anjelin Preljocaj) à l'abri d'un exosquelette en béton d'une douceur inouïe élançant vers le ciel de l'effort.

Huit ans de boulot, onze pour le Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (Mucem).

Cette fois, une résille recouvre le corps du bâtiment dont le squelette arborescent est au dehors. Le jour, elle est souveraine. « La nuit, c'est la lumière interne qui se fait chair et qui découpe l'obscurité ». Un bleu onirique, céruleen d'outre mer, respirant le mystère, sur fond d'azur noir.

Un voyage teinté de cruauté et de sérénité. Un hommage, toujours brillant, à ceux qui pensent que les lieux influencent la nature de nos pensées. Et qu'elles doivent refléter un ciel et une âme.

A storm, a black flag – the Pavillon noir they waved to flee from poverty and reach a land of milk and honey : this is the Mediterranean horizon where Rudy comes from. Italian people had gold in their hands and not in their pockets. With an abrupt and heroic dream, hard as a rock, Vitrolles's stadium came out as a pure and beautiful scandal, boosting Rudy's career, in a world where rules, regulations and standardization lessen one's imagination. The Pavillon noir welcomes one of the most beautiful European ballet (Anjelin Preljocaj) inside a concrete exoskeleton, soft and slender, that took 8 years to be built (11 for the MUCEM). Here, a hairnet covers the building's body whose tree-like skeleton is outside. In the daylight, it is majestic, "at night, the light from the inside takes flesh and cuts out the darkness". It is a journey tainted with cruelty and serenity. A shining tribute to those who think that places can influence our thoughts and reflect a sky and a soul.



MARC BARANI

Architecte

Architect

Consacré en 2013 par le Grand Prix national de l'architecture, lauréat 2008 de l'Équerre d'argent pour le pôle multimodal du tramway de Nice, Marc Barani imprime sa marque... jusqu'au Liban.

Awarded by the Grand Prix national de l'architecture in 2013 and winner of the Équerre d'argent's in 2008 for the multimodal division of Nice's tramway, Marc Barani stamps its mark... even to Lebanon.

Par Gaëlle Cloarec

Architecte, scénographe, anthropologue, Marc Barani mélange les genres pour mieux bâtir. "C'est essentiel", explique celui pour qui "l'architecture se situe entre deux dimensions, humaine et plastique, afin de proposer un art de vivre, une organisation et un cadre au quotidien comme à l'exceptionnel". C'est donc en s'appuyant sur une équipe multidisciplinaire, composée aujourd'hui d'une vingtaine de personnes, qu'il a fondé en 1989 son Atelier à Nice, son "camp de base", ce sud qui l'a vu naître en 1957 et qu'il ne quitterait pour rien au monde. "J'aime ce flou, ce quelque chose d'indéterminé que l'on ne trouve qu'ici".

De flou, pourtant, il n'en est pas question dans les réalisations de ce diplômé de l'École nationale supérieure d'architecture de Marseille, promotion 1983. Sa première réalisation, l'extension du cimetière Saint-Pancrace à Roquebrune-Cap-Martin, se jouait des contraintes - la montagne - pour gagner en horizontalité. L'homme aime les défis. La diversité, aussi. Villas luxueuses et logements sociaux, infrastructures urbaines et ouvrages d'art, écoles et cimetières : "Nous avons organisé l'agence pour couvrir un spectre de projets élargis". Ceux en cours en témoignent : de l'École nationale supérieure de la Photographie d'Arles à la gare de Bagneux du Grand Express Paris, de l'immeuble tertiaire Connexio du Grand Arénas (Nice) à l'auditorium de l'Institut de France... jusqu'au mémorial de Rafic Hariri à Beyrouth, Marc Barani imprime sa marque, consacrée en 2013 par le Grand Prix national de l'architecture.

Architect, scenographer, anthropologist, Marc Barani mixes genres to built. "Architecture lies between human reality and plastic to propose a way of life". Graduated, in 1983, from Ecole Nationale Supérieure d'Architecture of Marseille, it is by relying on a multidisciplinary team, composed of 20 people, that he has founded, in 1989, his workshop in Nice. For his first work, the Saint-Pancrace cemetery extension at Roquebrune-Cap-Martin, he faced some constraints: the mountain. He likes challenges and diversity. Luxurious villas and social housing, urban infrastructures and works of art, schools, and cemeteries: "We opened the agency to work on eclectic projects". And those under development can prove that: from the Ecole Nationale supérieure de la Photographie of Arles to the Bagneux of Grand Express Paris train station, or even the Rafic Hariri memorial in Beirut, Marc Barani stamps its mark. A talent honored by the Grand Prix national de l'Architecture in 2013.



CORINNE VEZZONI

Architecte, agence Corinne Vezzoni & Associés

Architecture agency, Marseille

Econome, oui. Généreuse, encore plus. Corinne Vezzoni ne cherche à briller que par la finesse et la discrétion de sa patte qui apporte beaucoup de bon sens à une composition architecturale qui n'abîme pas les lieux.

Thrifty ? Yes indeed. Generous ? Even more. Corinne Vezzoni doesn't seek the spotlight, she offers a low key style with an architectural composition which preserve the environment from damages.

Par Hervé Tusseau

Ne pas chercher à faire les choses pour sa propre gloire est peut être la chose la plus intelligente à faire pour l'édifier.

Inauguré en février 2018 à Saint-Mitre (Marseille), voici le lycée Simone Veil. « Ce n'est pas sage de vouloir tout envahir de technologie plutôt que de comprendre l'intelligence des lieux pour en tirer le meilleur parti ». Sur cet ancien terrain agricole en pente douce, proche de la paroisse, Corinne Vezzoni érige un bâtiment compact, étagé en « restanque », exposé au sud face aux jardins. Pour apporter chaleur et lumière naturelle. La plupart des circulations se font à l'extérieur à l'abri de préaux. Sans couloirs ni grand hall, le lycée est aussi économe en surface qu'en énergie. L'un de ses toits – celui du gymnase – à hauteur et dans le prolongement du parvis de l'église sert de place de marché (Saint-Mitre n'en avait pas). Un pari architectural est gagné s'il s'insère dans l'environnement, estime la lauréate du prix « Femme architecte » (2016) qui planche sur le thème du logement.

Son prix et sa typologie. A Toulon, « on va livrer des appartements bruts. Blocs sanitaires et cuisine, arrivée d'électricité, sans peintures ni cloison, l'économie sur le prix peut être de 20% environ. Ça peut intéresser des bricoleurs. Et puis on fait des logements où la famille peut dormir, cuisiner et vivre ensemble. Mais où l'on a aussi accès à des espaces mutualisés et privatisables : une vaste cuisine, une salle de réception, par exemple. J'y crois beaucoup ». D'autant que la suppression de la taxe d'habitation lève un obstacle majeur au développement de ces surfaces dans les futurs programmes d'habitation.

Not seeking glory might be the best way to gain it. Speaking about Simone Veil High School, opened in February 2018 (Marseille) Corinne Vezzoni explains "It is not wise to saturate space with technology, you better understand the place to get the most of it". On this former agricultural land, she created a building facing gardens with southern exposure. Without ails nor great hall, the high-school is space-saving and eco-friendly. One of its roof is used for Saint-Mitre market. "An architectural creation is done properly when it fits into the landscape", the "Woman architect (2016)" award winner explains.

Soon, her agency is going to deliver raw apartments to Toulon. Sanitary blocks and kitchens with no paints nor partition walls, which represents a 20% cost saving. It can be a real opportunity for the do-it-yourselfers among us. "We also build houses where the entire family can sleep, cook and live together, but where you also have access to common spaces as a big kitchen or a reception hall for instance. I truly believe in that."



JULIEN MEYRIGNAC

Fondateur, directeur général de Citadia

Founder and executive director of Citadia

Citadia, fondé à Toulon, est le premier groupe de conseil en aménagement du territoire, urbanisme et développement durable en France.

Citadia, founded in Toulon, is the first consultancy group in Territory Planning, Urbanism and sustainable development in France.

Par Marie-Rachel Aparis

C'est en 1997, à l'âge de 27 ans, que Julien Meyrignac crée Citadia, avec une vision en tête, celle d'un urbanisme pluridisciplinaire qui porte un regard à 360° sur les problématiques des territoires et des villes. Réunissant une équipe compétente et pluridisciplinaire, l'aventure Citadia peut commencer : des ingénieurs, des géographes, des architectes et autres y mettent en pratique leurs expertises pour concevoir et mettre en œuvre des projets ambitieux.

Au fil des années, l'activité s'est développée avec la création d'agences -Paris, Lyon, Bordeaux, Angers, Avignon et Montauban- et de filiales -Even, Aire Publique, Mercat, Citadia Design-.

De beaux projets sont nés comme « réinventer le centre-ville de Châlons » qui aura valu à Citadia de remporter, en 2016, le prix du meilleur projet au Trophée des Centres-villes. Ou en région PACA, telles l'aménagement de la place de l'Equerre à Toulon, l'écoquartier de la Saoga dans l'éco-vallée de Nice ou la ZAC Cap Horizon à Vitrolles.

Avec les collectivités et le secteur public comme premiers clients, le groupe est passé de 3 à 150 personnes et réalise aujourd'hui 11 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Depuis juin 2017, la Caisse des Dépôts est devenue, par sa filiale SCET, actionnaire principal du groupe Citadia : un engagement fort qui lui permet de voir toujours plus grand.

In 1997, at 27, Julien Meyrignac has founded Citadia in Toulon, with one idea in mind: a multidisciplinary urbanism that provides a 360° view on cities and territories issues. He has succeeded to surround himself with a competent team with numerous expertise. Engineers, geographers, architects and some more, share their skills to achieve some ambitious projects. Over the years, Citadia has grown and has opened several agencies: Paris, Lyon, Bordeaux, Angers, Avignon and Montauban, and some subsidiaries: Even, Aire Publique, Mercat, Citadia Design. Big projects were born «we have recreated Châlons city center» witch allowed Citadia to be awarded by the best project price at the Trophée des Centres-villes in 2016. In the PACA region, we can mention the Equerre Square in Toulon, the Saoga eco-friendly neighborhood in Nice or the Cap Horizon ZAC in Vitrolles. With public sector as main customer, the company employs 150 people and makes a 11M€ sales. In 2017, the Caisse des Dépôts became majority shareholder of Citadia: a trust mark that will lead the company to think even bigger.



ANOUK MATECKI

Architecte

Architect

Anouk Matecki est l'une des sept architectes membres du groupement piloté par Pitch Promotion et Eiffage Immobilier, lauréat du macrolot « Destination Méridia » qui contribuera à redessiner l'ouest de la métropole Nice Côte d'Azur.

Anouk Matecki is one of the seven architects members of the pool run by Pitch Promotion and Eiffage Immobilier which has earned the «Destination Méridia». This project has contributed to redesign the Nice's western area.

Par Gaëlle Cloarec

Si pour Anouk Matecki, « il n'y a pas de petits ou de grands projets », celui qu'elle a remporté avec six de ses pairs internationaux en début d'année 2018 revêt bel et bien un caractère exceptionnel. Baptisé « Joai Méridia », il consiste à repenser l'ouest de la ville de Nice avec la réalisation, au cœur de la future technopole urbaine Nice Méridia, d'un nouveau quartier de plus de 73 500 m² de surface plancher pour lequel elle a imaginé deux bâtiments mixant logements, bureaux et commerces.

Une belle reconnaissance pour l'architecte niçoise, diplômée en 2000 de l'École Nationale Supérieure d'Architecture Paris-Belleville, pour qui chaque projet est un « questionnement », « une exploration sociologique, urbaine, paysagère et philosophique où l'homme et son rapport avec l'environnement en mutation doit être au centre de la réflexion ».

De son enfance sur la Côte d'Azur et ses grands sites naturels, Anouk Matecki a développé une approche de l'architecture qui fait corps avec le paysage, illustrée notamment par son programme de logements collectifs inscrits dans un terrain en pente de Vence, au fond d'un vallon, où personne ne voulait construire.

De cette contrainte, elle y voit un atout et conçoit un « bâtiment se comportant comme un mur de soutènement retenant les terres et formant un lien entre les vivants ».

Une réalisation primée par le prix Archicote 2013.

If for Anouk Matecki, « there is no small or big projects », the one that she has won with six of her peers got something exceptional and earned the « Destination Méridia » price. Named « Joai Méridia », it rethinks Nice's west part with the creation of a 73 500 m² new neighborhood in the heart of Nice Méridia's new technopole.

A major recognition for this architect born and raise in Nice. Graduated from the Ecole Nationale Supérieure d'Architecture Paris-Belleville in 2000, she believes every works is a « dilemma », « a sociologic, territorial and philosophic ». Anouk Matecki has developed an architectural approach that forms part of the natural landscape. To illustrate that we can mention her housing program in Vence. Located on a sloping ground she decided to use this constraint and imagine a « building that will hold the surrounded land as a wall will do ».

The project won the Archicote price in 2013. Matecki Architectes founded in 2001 in Nice and active in Paris since 2007, realizes a wide range of projects: parking lot, housing program, Theater...

ERIC LÉANDRI

Cofondateur et PDG de Qwant

Qwant co-founder and CEO

Cofondateur du moteur de recherche Qwant, Eric Léandri, co-président de la French Tech Côte d'azur, donne de la voix pour tracer une voie où Google ne serait plus roi.

As a major player of French Tech, which he co-directs, Eric Léandri works to stop Google hegemony.

Par Gaëlle Cloarec

C'est un des acteurs les plus en vue de la French Tech, un des croisés du XXI^e siècle qui, de plateaux télé en conférences, répète à l'envi que non, l'hégémonie de Google n'est pas une fatalité. Pourtant, Eric Léandri, cofondateur et PDG de Qwant, parle peu quand il s'agit de lui. "L'intérêt n'est pas là", coupe-t-il. Sur la Toile, d'ailleurs, son parcours se limite à quelques items, en cohérence finalement avec le positionnement du moteur de recherche dont il est le héraut, pour lequel le respect de la vie privée est un droit et la neutralité des résultats affichés un devoir. Sur ce point, cet ingénieur quadragénaire expert en sécurité des données, diplômé de l'Université anglaise de Derby, est intarissable. "Avec Qwant, nous voulons démontrer qu'on peut avoir le choix, qu'on peut réussir l'alternative", explique-t-il, article 12 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen à l'appui.

Il se dit "tenace, à la manière d'un Corse", sa terre natale. Le minimum requis pour que cette idée que d'aucuns jugeaient folle en 2011 tienne ses objectifs. A savoir, occuper 5 à 10% du marché européen d'ici à 2020 face à "GG", le sobriquet maison de Google. A moins de deux ans de l'échéance, Qwant, qui a récolté depuis 2013 près de 50 M€ de fonds, revendique une audience en progression de 20% par mois, quelques 60 millions de visiteurs uniques en mars 2018, pas moins de 28 pays indexés, essentiellement en Europe, et une entrée cet été sur le territoire chinois. Le chemin parcouru est réel. Celui qu'il reste à explorer aussi. Alors, Eric Léandri continue de tracer sa voie en faisant entendre sa voix.

Co-founder of Qwant search engine, this engineer specialized in data security, dreams of a world where the US giant won't be the only choice. "With Qwant we want to prove that a true alternative can succeed", he explains. He claims to be "stubborn as a Corsic", his homeland. A required minimum to allow this idea, judged as crazy by many back in 2011, to maintain its objectives: occupy 5 to 10% of European market by 2020 facing Google. With less than two years remaining to the target date, Qwant, has collected almost a 50 M€ fund and claims a 20% increase in audience per month, 60 million visitors in March 2018, 28 indexed countries, mostly in Europe, and an entry in China this summer. The progress that has been made is remarkable. Eric Léandri keeps looking forward hoping to make his own way in this world.



OLIVIER MATHIOT

Président de The Camp / PDG France
de Rakuten-Price Minister

President of The Camp / PDG France of Rakuten-Price Minister

Depuis quelques mois, le co-fondateur de Price Minister, Olivier Mathiot, a pris la tête de The Camp, un lieu extraordinaire de 7 hectares situé à Aix en Provence qui a pour ambition « d'explorer le futur ». En réalité, les responsables de The Camp ne se contentent pas d'explorer le futur mais l'inventent, l'anticipent, le façonnent et prennent une part très importante dans son développement.

For few months, the Price Minister's cofounder, Olivier Mathiot, has taken the lead of The Camp, an incredible place of 7 hectares located in Aix en Provence and made to « explore the future.»

Par Jamil Zéribi

Depuis quelques années, le Sud de la France est particulièrement actif dans le domaine de l'innovation et de la Tech. Pour installer ce nouveau paradigme et cette dynamique, un visionnaire a pensé, imaginé et conçu un lieu d'innovation de 10 000 m² en pleine nature. Un lieu qui rassemblerait les intelligences locales et internationales. Un lieu qui produirait du sens, des savoirs, de nouvelles pratiques et des réponses aux enjeux du siècle. Ce visionnaire s'appelle Frédéric Chevalier.

The Camp, c'est lui et beaucoup d'autres qui l'ont suivi dans cette aventure un peu folle. Le destin de Frédéric Chevalier a été brisé par un tragique accident de la route. Ses amis, ses collaborateurs, ses partenaires se devaient alors de porter haut et fort cette magnifique ambition.

Quelques mois plus tard, l'équipe dirigeante de The Camp choisit le « néo-Marseillais » Olivier Mathiot pour prendre la Présidence du lieu. Olivier Mathiot est un spécialiste du numérique et de l'innovation. Il a cofondé en 2001 la plateforme Price Minister, devenue propriété du Japonais Rakuten. Il a tour à tour été Business Angel, Président de l'association France Digitale avant de candidater à la tête de The Camp. Immersion, formation, réflexion, accompagnement des entreprises, incubateur, résidence collaborative... Les 50 salariés de The Camp construisent à leur façon la Silicon Valley de l'Europe.

For several years now, South of France has been playing an active role in the field of Tech and innovation. To create this new dynamic a 10 000 m² space of innovation has been built. The camp is a place made to gather the international and local intelligence. A place which hosts knowledges, new practices and answers to this century's issues. A place created by a visionary named Frédéric Chevalier who tragically died from a car accident.

Few months later, The Camp's management team has decided to chose Olivier Mathiot to continue Frédéric Chevalier's work. Olivier Mathiot is a digital and innovation's specialist. Former Business Angel and France Digitale's president, he has cofounded the Price Minister platform in 2001 which has now been bought out by Rakuten. Immersion, training, support services to business, incubator... The Camp's 50 employees are building the European Silicon Valley.



MARIE-PIERRE GHIRARDINI

Directrice de l'Hotel d'Europe *****

*Director of Hotel d'Europe ******

Directrice de l'Hôtel d'Europe depuis quatre ans, Marie-Pierre Ghirardini souhaite ouvrir les portes de cet établissement 5 étoiles situé à Avignon à l'Art et ses acteurs.

Hotel d'Europe's director for four years, Marie-Pierre Ghirardini wishes to open this establishment's doors to artists and their creations.

Par Marie-Rachel Aparis

Après des études à Science-Po et de nombreuses années à travailler à travers le monde, Marie-Pierre Ghirardini revient à Avignon en 1995. Elle intègre l'équipe de l'Hôtel d'Europe en tant que réceptionniste. Elle compte y rester 6 mois. 23 ans plus tard, et après y avoir tenu de nombreux postes, elle en est la directrice. On lui doit notamment la création du rooftop, lieu désormais incontournable de la nuit avignonnaise.

Son plus grand projet reste celui d'inscrire l'Hôtel d'Europe dans une dynamique culturelle. De ce lieu historique qui demeure l'un des plus vieux hôtels de France, elle a souhaité faire un espace de rencontres artistiques. Un écrin de luxe et d'élégance où l'Art, sous toutes ses formes, rencontrerait son public. Pour Marie-Pierre Ghirardini « le beau se partage », ainsi c'est gratuitement qu'elle convie les artistes à investir l'hôtel. Récitals, pièces de théâtre, table d'auteurs... la diversité des formats se veut à la hauteur de l'ambition de cette directrice.

Une ambition qu'elle porte au nom de l'histoire culturelle de l'établissement dont elle garde à cœur de respecter l'identité et « d'en être digne ». Attachée aux valeurs d'accueil inhérentes au métier d'hôtelier restaurateur, c'est sur ces bases qu'elle souhaite asseoir un réel projet culturel.

After studying political science and traveling for several years all over the world, Marie-Pierre Ghirardini came back in Avignon in 1995. She joined the Hotel d'Europe team as a receptionist. She planned to stay for 6 months. 23 years later, and after working in various positions, she became its director. She is at the initiative of the rooftop creation, a must see place in Avignon's nightlife. Still, her major project remains to instill a cultural dynamic within the five stars address. To achieve this, she wished to create an artistic space of gathering and sharing. A touch of elegance and luxury where Art in all its forms will meet its public. For Marie-Pierre Ghirardini «le beau needs to be shared», and that is why she allows artists to use the place freely. Recitals, plays, authors meetings... An artistic ambition that respects the hotel's cultural tradition. Attached to hospitality values, essential in her profession, she wishes to establish an ambitious cultural project that will fit into one of the oldest hotel in France.



TELECOM VALLEY

Animateur du Numérique azuréen

Association for the French Riviera Digital

Née sur la technopole de Sophia Antipolis, l'association Telecom Valley fédère, promeut et anime depuis 26 ans l'écosystème numérique azuréen.

Telecom Valley, born in the Sophia Antipolis technopolis, is a professionals network, member of French Tech Côte d'Azur.

Par Gaëlle Cloarec

Ensemble, c'est mieux. Tel pourrait être le crédo du cluster Telecom Valley, réseau de professionnels azuréens, membre de la French Tech Côte d'Azur, qui depuis 26 ans fédère, promeut et anime l'écosystème du numérique maralpin. « Ne nous cachons pas derrière notre petit doigt ! Face aux méga-technopoles chinoises, Sophia Antipolis, malgré ses galons de première technopole d'Europe, sera demain rayée de la carte si l'on n'est pas capable de tous travailler ensemble », répètent à l'envi ses co-présidents, Pascal Flamand et Cédric Ulmer. D'où cet impérieux besoin « d'intelligence collective » que Telecom Valley et ses 157 organisations adhérentes, représentant 18 000 salariés et 40 000 étudiants sur la Côte d'Azur, cherchent à développer en valorisant l'écosystème local, en favorisant le business par la rencontre et l'échange, le partage du savoir et des compétences... Quitte à faire bouger les lignes, comme avec le désormais traditionnel Challenge Jeunes Pousses, imaginé il y a 16 ans pour tisser des liens entre les milieux économiques et académiques et qui a contribué à la création, au niveau national, du statut d'étudiant entrepreneur. C'est l'une des 146 actions organisées par les 10 communautés Telecom Valley en 2017. Elles ont mobilisé plus de 4 500 participants grâce à l'implication de 374 bénévoles actifs, « sans lesquels nous ne sommes rien ». Quand on vous dit qu'ensemble, c'est mieux...

Telecom Valley, born in the Sophia Antipolis technopolis, is a professionals network, member of French Tech Côte d'Azur. For 26 years, it has federated and promoted the Alpes-Maritimes digital ecosystem. «We need to face it, to challenge the Chinese technopolises and survive in the sector, we need to work together» explained co-directors Pascal Flamand and Cédric Ulmer. Telecom Valley is based on «collective intelligence»: 157 member organizations, composed of 18 000 employees and 40 000 students on the Côte d'Azur. They work together in order to develop and spotlight the local ecosystem by promoting business contact and knowledge sharing. 16 years ago, they created the Jeunes Pousses Challenge to encourage relationships between the economic and academic sectors. This initiative has contributed to creating an entrepreneurial ecosystem on campus. That's one of the 146 actions organized by the Telecom Valley in 2017. They mobilized 4 500 people including 374 volunteers, «who made this possible». There is strength in numbers.



RAFIK BELHADJ AMARA

Directeur du développement Bolloré Logistics

Managing Director Business Development, Bolloré Logistics

La logistique, c'est un drôle de métier qui permet de lire la carte du monde et ses enjeux stratégiques. Mais que se trame t-il en Méditerranée ? Visite guidée par Bolloré.

Logistics is about reading a world's map and understanding its strategic stakes. What is happening in the Mediterranean area? A guided tour by Bolloré.

Par Hervé Tusseau

Les Chinois nous offrent du concert, l'Occident, des valeurs intangibles. Mais ça sert à quoi, si les gens n'ont pas d'électricité, pas de travail ? La démocratie, ça ne se mange pas. Abrupt constat du prologue de « La Chinafrique »* racontant l'histoire des Chinois à la conquête d'une terre que les occidentaux jugent tout juste bonne pour l'aide humanitaire.

A quelques exceptions près, dont Bolloré. Premier opérateur portuaire d'Afrique, présent depuis les années 20 et rayonnant aujourd'hui dans tous ces pays, sauf l'Erythrée. « Et aussi, ce que l'on sait moins, l'un des tous premiers employeurs du continent », précise Rafik Belhadj Amara, chargé du développement de l'activité de ce groupe qui transporte, entrepose, gère des escales comme des ports entiers. Ça sent bon l'aventure et le large. « Oui », nous dit cet homme au ton affable et posé, connaissant comme sa poche l'Afrique du Nord. Destination Tanger. Au départ, une vague garrigue perdue à l'extrême nord du Maroc, éclatante vitrine économique du pays, dix ans après la mise en eau profonde du port.

Direction El Hamdania, à l'ouest d'Alger qui sera le second port commercial et industriel le plus grand d'une Afrique en pleine explosion démographique. Le sésame de tous les produits dont les gens ont besoin, impossibles à acheter. « Car en Afrique centrale on ne peut pas, aujourd'hui, faire venir un yaourt, faute de chaîne du froid. La logistique c'est 40% du prix d'un produit, même de première nécessité. » On parle donc d'une ouverture sur un milliard d'habitants, une Chine à nos portes. Et qui a faim.

Democracy is not eatable : this is the sharp analysis given by "La Chinafrique" in its prologue that tells the story of the Chinese conquering a land the Western people consider as limited to humanitarian help. Except for some of them, among whom Bolloré. Its group has been the first port operator of Africa since the 1920s, spreading today all over the continent, apart from Eritrea. "It is also one of the very first employer on the continent" Rafik Belhadj Amara explains. He is in charge of developing the activities of the group which transports, stocks, and manages ports and ports of call.*

Rafik Belhadj Amara is friendly, calm and knows everything about North Africa. "In Central Africa, you can't get yogurts because of the cold chain. Logistics stands for 40% of the product's price, even if it is essential." It thereby concerns more than a billion inhabitants, China on its doorstep.

**2008, Grasset, Serge Michel et Michel Beuret.*

*2008, Grasset, Serge Michel et Michel Beuret.



ANOUK DE LA TORE-ZISA

Co-Founder et CMO de Technext Global

Co-founder and CMO of Technext Global

Anouk De la Tore-Zisa vit depuis 20 ans à Los Angeles. Après de nombreuses activités dans l'entertainment et la tech, elle se lance dans la robotique et l'intelligence artificielle avec Technext Global.

Anouk De la Tore-Zisa has been living for 20 years in LA. After several kinds of jobs in intertai, she is now working in robotics and AI field with the Technext Global company.

Par Marie-Rachel Aparis

Anouk De la Tore-Zisa est née et a grandi entre Cannes et Sophia Antipolis, c'est dans le cadre de ses études qu'elle déménage à Paris. Passionnée de musique, elle entre dans la vie active en travaillant pour des labels et des artistes internationaux.

Très vite, elle sent que pour faire évoluer sa carrière il va falloir passer outre-atlantique. Arrivée à LA, elle continue sa carrière dans la musique, mais la crise de 2008 vient lui faire réévaluer ses projets. Pleine de ressources, elle cofonde une startup tech américaine. En 2013, ils commercialisent OZOBOT un robot éducatif et ludique d'initiation au coding notamment. Recommandé par le Ministère de l'Education National, OZOBOT connaît un succès retentissant en France et aux USA. Portée par cette expérience dans la robotique elle co-crée et s'engage en tant que CMO dans le groupe Technext Global au côté de son CTO Thierry Deschamps de Paillette et de son son père, Joseph Zisa.

Ce projet, créé entre Los Angeles et la région PACA est à l'origine de la conception de capteurs intégrant l'intelligence artificielle. Ces derniers à la pointe de l'innovation sont capables de récolter des datas dans la mer, le pétrole et même les excréments. Véritables outils de monitoring tout terrain, ils pourront répondre à des problématiques environnementales telles que le contrôle des sols. Pour Anouk « L'humanité dépend de l'avenir écologique et il est très important d'y participer avec nos moyens. »

Anouk De la Tore-Zisa has been living for 20 years in LA. After several kinds of jobs in intertai, she is now working in robotics and AI field with the Technext Global company.

Anouk De la Tore-Zisa was born and raised between Cannes and Sophia Antipolis, then she moved in Paris to study. She always had a passion for music and she got her first jobs working for labels. Very quickly, she felt that to pursue her career in this field she had to move to the USA. In LA she worked for several music companies, but the 2008 crisis made her think about another plan. She co-founded a tech strat-up. In 2013, she created OZOBOT, an educative and ludic robot. Recommended by the French Ministry of Education OZOBOT is a success and has been sold all over France and the US. Anouk works as a CMO within the R&D district of the Technext Global company. This project born between LA and the PACA region has created sensors using AI and sensors which are able to collect datas in water, oil and even feces. Very performing monitoring tools, they will answer ecologic issues with monitoring soils for instance. For Anouk "ecology is our future, and we are taking part of it with our own capacities".



ABDELAK ADJRIOU

Gestionnaire de fonds, American Century Investments

Fund Manager at American Century Investments

Le parcours de ce quadra originaire d'Avignon est tout à faire extraordinaire. Abdelak Adjriou est aujourd'hui gestionnaire de fonds au sein de la société American Century Investments. Cette firme Américaine investit l'argent de ses clients au sein d'un fonds qui octroie des prêts aux pays émergents.

Abdelak Adjriou's path is totally extraordinary. Today he is working as a fund manager within the American Century Investments company. This American firm invests its clients money in funds that grant loans to emerging countries.

Par Jamil Zéribi

20/20 en Maths au Bac, Maths Sup - Maths Spé, Ecole d'ingénieur à Nice, à l'âge de 22 ans, Abdelak Adjriou file dans la Silicon Valley et intègre IBM en qualité d'informaticien. Deux ans plus tard, il est recruté par le Crédit Agricole à Paris puis à HSBC comme analyste financier. A 28 ans, il reprend ses études et obtient un DEA de Mathématiques financières. HSBC lui propose alors une belle promotion, il rejoint New York pour travailler sur un fonds spécialisé dans les prêts aux pays émergents.

Durant 4 ans, il va vivre au rythme des équations et des algorithmes financiers. Malgré une pression très importante, les résultats d'Abdelak Adjriou vont être remarqués dans le petit monde de la finance. Il sera « chassé » par l'American Century Investments qui souhaite lancer à Londres son premier fonds spécialisé dans les prêts aux pays émergents.

Aujourd'hui, l'Avignonnais parcourt le monde pour ses clients et gère avec son équipe un portefeuille total de 3 milliards de dollars. Ils rencontrent les gouvernements des pays émergents tels que le Brésil, le Mexique, la Turquie ou les fonds souverains des Emirats... Un parcours exceptionnel grâce à l'école Républicaine et beaucoup d'abnégation pour ce fils d'ouvrier très attaché à sa région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Straight A student, studies in Advanced Mathematics, Engineering School in Nice, at 22, Abdelak Adjriou flew to the Silicon Valley and joined IBM as a software engineer. Two years later he was recruited in Paris by banks (Crédit Agricole then HSBC) as a financial analyst. At 28, he took up studies and obtained a Master's degree in financial mathematics. HSBC promoted him and he left for New York to work on funds specialized in emerging countries loans. Despite a significant pressure, Abdelak Adjriou's performances were noticed. American Century Investments wanted him to be part of their first London's fund specialized in emerging countries loans. Now, he travels the world and manages with his team a 3 billion dollars portfolio. They meet emerging countries government such as Brazil, Mexico, la Turkey or Emirates sovereign funds... An incredible path for this workman's son from Avignon who remains deeply attached to his hometown region.





FRÉDÉRIC FEKKAI

Cofondateur et PDG de Bastide, Membre de FrenchFounders

CEO and co-founder of Bastide

Coiffeur star à New-York où il est installé depuis plus de trente ans, Frédéric Fekkai n'en reste pas moins attaché à sa région natale. Avec sa marque de cosmétiques Bastide, il revient aux sources pour mettre en flacon tout ce que la Provence a de plus précieux à offrir.

Renowned hairstylist in NYC where he has settled for more than 30 years, Frédéric Fekkai keeps in touch with his home region. With his cosmetic brand Bastide he goes back to the roots.

Par Marie-Rachel Aparis

Le nom Fekkai vous dit sûrement quelque chose. Vendus chez Séphora et dans le monde entier, ces soins haut de gamme et essentiellement capillaires ont su conquérir une clientèle exigeante. Arrivé à New-York à l'âge de 21 ans, c'est en 1989, à 28 ans, qu'il crée son propre salon et s'installe sur la fameuse 5^{ème} avenue. Il s'y bâtit une renommée au sein du microcosme des personnalités. Pendant des années, il aura coiffé les grands noms, de Meryl Streep à Hilary Clinton en passant par Madonna.

Aujourd'hui, il vit entre Manhattan et Aix-en-Provence. Il n'a pas raccroché les ciseaux mais s'est lancé dans une nouvelle aventure avec la même exigence qui a fait sa carrière. En 2015, il rachète la marque Côté Bastide qu'il rebaptise Bastide tout simplement. Il repense toute la marque. Un packaging épuré et classieux et surtout des produits authentiques et précieux. Des ingrédients provençaux, de fabrications artisanales et 100% non toxiques. Loin des clichés qui collent encore à l'image de la région, Frédéric Fekkai a souhaité, avec Bastide, capturer en flacon toute la subtilité et la richesse qui font le charme de la nature provençale. De la lavande, du miel, de la rose ou encore de l'ambre, le tout dans une fine association qui caresse les sens presque sensuellement qu'une brise estivale sous un figuier.

The Fekkai name certainly rings a bell. Sold world-wide in Séphora shops, those high quality hair cares have conquered very demanding customers. Arrived in NYC at 21, he created his own hair salon on the famous 5th avenue when he was 28. For years he has worked as a hairstylist for numerous celebrities like Meryl Streep, Hilary Clinton or Madonna. Nowadays, he lives between Manhattan and Aix-en-Provence. He began a new adventure with the same ambition that built his career. In 2015, he bought out the Bastide brand and decided to redesign it. Sleek packaging and authentic ingredients. He uses Provençal and handcrafted products guaranteed 100% toxic free. With Bastide, Frédéric Fekkai wants to capture the most precious scents La Provence has to offer. Lavender, honey, rose or amber blended in a combination that pampers senses.



CHARLES TINÉ

Fondateur et Président de SafeBrands,
Membre de FrenchFounders

Fonder and President of SafeBrands

SafeBrands est une société d'envergure internationale qui répond aux besoins de sécurité et de protection des marques sur internet. Un service d'expertises vastes qui accompagne les marques sur le web.

SafeBrands is an international company which answer the businesses digital security needs on the Internet.

Par Marie-Rachel Aparis

Lorsque Charles Tiné crée SafeBrands (initialement sous le nom de Mailclub) en 1997 à Marseille, le web en est alors à ses débuts. En France, on se demande encore si Internet pourra concurrencer le minitel ! Charles Tiné est lui certain que l'avenir des entreprises se trouve sur la toile. Il commence par vendre des adresses mail personnalisées pour se reconvertir rapidement dans le nom de domaine et toutes les problématiques relatives à la protection des marques sur internet.

Les services de SafeBrands sont très divers et centralisent les enjeux digitaux des entreprises. De la stratégie à la cessation d'atteintes, en passant par la surveillance et la détection des fraudes, la société accompagne les grandes marques internationales afin qu'elles profitent de la visibilité sur le net en toute sécurité.

Si ses racines sont marseillaises, la société est devenue internationale et Charles Tiné vit aujourd'hui à Montréal. SafeBrands est présente au Canada et à Hong-Kong, des régions stratégiques où des entreprises de grande envergure peuvent bénéficier de son expertise.

When Charles Tiné founded SafeBrands (initially named Mailclub) in 1997 in Marseille, Internet was in its early ages. In France, we were still wondering if Internet would be able to compete the Minitel! For Charles Tiné, companies future was for sure on the Web. He started his activity selling personalized email addresses, then he specialized in domain names and brands protection on the Internet. SafeBrands services are very diverse and centralize the corporations digital needs. Strategy, security monitoring, fraud detection, SafeBrands works alongside businesses to help them use the Internet's visibility but in the safest way. If the company was born in Marseille, it now reaches an international level and Charles Tiné is currently living in Montréal. SafeBrands is implanted in Canada and Hong-Kong, strategic regions where big companies can benefit from its expertise.



JONATHAN ZISERMANN

Cofondateur de Tagadamedia,
Membre de FrenchFounders

Co-founder of Tagadamedia

Très tôt, Jonathan Zisermann se prend de passion pour le numérique. Encore étudiant en économie à l'Université d'Aix-en-Provence, le Niçois crée à 20 ans sa première boîte dans le digital.

At a very young age, Jonathan Zisermann took an interest in the digital field. He founded his first company at 20, while studying Economics in the Université d'Aix-en-Provence.

Par Marie-Rachel Aparis

En 2015, avec Eric Benneptali, il fonde Tagadamedia, une société spécialisée dans le marketing digital et la commercialisation de datas. Plus exactement, la compagnie vend des datas aux annonceurs afin que ces derniers atteignent une clientèle potentielle ciblée (prospect).

S'appuyant sur le trafic (3 millions de visiteurs par mois) généré sur leurs sites propriétaires de cuisine de sondage ou encore de tests de produits, ils récoltent les informations des internautes. Cette collecte de données personnelles est ensuite analysée afin d'offrir des offres pertinentes.

Aujourd'hui, Jonathan Zisermann vit à Miami où Tagadamedia est également présente. Ouverte sur l'international avec le marché américain, la société souhaite s'installer prochainement en Espagne et envisage une présence en Amérique Latine. Connaissant une belle croissance et un chiffre d'affaires de 5M€, Tagadamedia compte 15 salariés entre Paris et Miami.

Une vision à long terme où la notion de plaisir est essentielle. « Pour qu'un business marche il faut une équipe motivée qui s'éclate ».

Jonathan Zisermann has founded Tagadamedia with Eric Benneptali in 2015. A company specialized in digital marketing and datas sales. More specifically, Tagadamedia sales personal informations (datas) to advertisers to help them reach an targeted clientele (prospect). Using their web traffic (3 million visitors per month) generated by their different websites, recipes, serveys or products test websites, they collect personal datas. Then these datas are analyzed to propose relevant offers.

Today, Jonathan Zisermann lives in Miami where Tagadamedia is now implanted. Opened to the world with the USA market, the company wants to settle in Spain and thinks to reach South America in the future. With a 5M€ revenue, Tagadamedia employs 15 people between Paris and Miami.

FrenchFounders, à la conquête du monde

FrenchFounders, out to conquer the world

Benoit Buridant est originaire de Toulon, Vincent Deruelle de La Ciotat, ils sont à la tête du réseau international FrenchFounders. Ce club business next generation rassemble plus de 3000 membres dans le monde, sur 5 continents. Installés à New York, ces Frenchies n'en restent pas moins attachés à leur région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Rencontre...

Benoit Buridant is from Toulon, Vincent Deruelle from La Ciotat, both are running the international network FrenchFounders. This 2.0 Business club is gathering more than 3000 members all over the world. Implanted in New York, Benoit Buridant and Vincent Deruelle remain deeply attached to their hometown region the Provence-Alpes-Côte d'Azur. We met them...

Par Jamil Zéribi

« Bonjour, je suis Français de passage à New York, je fais un reportage sur les frenchies qui cartonnent, je souhaiterais vous rencontrer afin de faire une interview. »

« Oui, pas de problème. Quelle date vous conviendrait ? »

Tels ont été mes premiers échanges avec Benoit Buridant, le cofondateur de FrenchFounders, fluide, direct et pragmatique. Quelques années plus tard, nous concluons un partenariat avec FrenchFounders pour le lancement à New York du magazine des 50 Personnalités de Provence Alpes Côte d'Azur.

Cette anecdote n'est pas anodine, c'est même la marque de fabrique et les raisons de la réussite extraordinaire de ce club business qui compte plus de 3000 membres dans le monde et 35 salariés : une lecture rapide des enjeux stratégiques, une ouverture au monde et un lien indéfectible avec la France.

Deux frenchies qui prennent le large

C'est en 2009 que Benoit Buridant, titulaire d'un Master en Droit des Affaires décide de partir à Miami pour développer son business. Quelques années après la vente de sa société au groupe Européen High Co, son ami Vincent Deruelle ressent le besoin de prendre le large. En 2013, il quitte la cité phocéenne pour s'installer également à Miami.

En 2014, les « sudistes » vont rejoindre New York et lancer le club business FrenchFounders.

« Hello, I'm French, currently in NYC, I'm doing a press report on French businessmen's success stories, I would like to meet you. »

« Yes, no problem. Which day will suit you ? »

That was the first time I spoke with Benoit Buridant, co-founder of FrenchFounders. Few years later, we have partnered with Frenchfounders for the 50 Personnalités de Provence Alpes Côte d'Azur magazine's launching in New York.

This little story is not trivial, it is the Club's trademark which is now composed with 3000 members all over the world and is employing 35 people: A sharp analyze of strategic issues, opened to the world and an indestructible bond with France.

Two Frenchies overseas

In 2009, Benoit Buridant decided to flew to Miami to develop his business. In 2013, his friend Vincent Deruelle, who just sold his company to the European High Co group, felt also the need to move overseas.

In 2014, they hit New-York together and created the FrenchFounders business club.



L'histoire fantastique de FrenchFounders

Comment accompagner les entrepreneurs et les dirigeants Français pour faciliter le développement de leur activité sur le continent Américain ? Voilà une question simple à l'origine du projet FrenchFounders. Partant de leur histoire personnelle, Benoit et Vincent décident en 2014 de construire un club Business pour accueillir ces Français.

Un club « nouvelle génération » ayant pour objectifs d'accélérer le networking de ses membres, de proposer des événements et des rencontres thématiques. Pour cela, ils développent un process particulier qui booste le networking. Ce process s'appuie sur la mobilisation permanente des membres de FrenchFounders afin de faire vivre le réseau, d'une plateforme digitale et d'un algorithme qui qualifie et accélère les mises en relation. Un parfait équilibre entre l'humain et la puissance de la technologie.

Frenchfounders compte aujourd'hui 40% de Startups, 8% d'investisseurs, 26% de dirigeants de groupes internationaux et 26% d'entrepreneurs de PME-ETI.

The FrenchFounders' incredible story

How to develop French entrepreneurs' activities on the American soil? This simple question was at the origin of the FrenchFounders project. Using their personal histories, Benoit and Vincent created in 2014 a Club for French businessmen.

A 2.0 club that offers events, thematic meetings and networking. Thanks to a very responding digital platform and an algorithm that boosts contacts making.

Nowadays, Frenchfounders is composed of 40% of Startups, 8% of investors, 26% of international group's CEO and 26% of SME's entrepreneurs.



Credit photo : Pascal Perich

Un développement extraordinaire

4 ans après sa création, FrenchFounders possède des antennes dans les villes de New York, Shangai, Singapour, Londres, Paris, Hong Kong, Los Angeles et San Francisco. Le club possède également des ambassadeurs qui animent un réseau dans les villes de Moscou, Madrid, Barcelone, Sao Paulo, Sydney, Dubaï, Tokyo, Milan, Mexico, Bruxelles, Los Angeles et Kuala Lumpur... Tel Aviv est la prochaine destination dont l'ouverture sera effective au 3ème trimestre 2018.

FrenchFounders organise plus de 350 événements par an dans 25 villes à travers le monde. Les firmes internationales comme Facebook, Chanel, Gucci, Google, LinkedIn, Sales Force, Havas, Lacoste, l'Oreal, Youtube, Netflix, The Kooples, Van Cleff & Arpels... sont représentées au sein de FrenchFounders.

Benoit et Vincent n'en oublient pas pour autant leur lien avec la France. Le réseau compte plus de 700 membres à Paris et 40 à Marseille. FrenchFounders a récemment conclu un partenariat avec l'agence de développement économique Invest In Provence et reste en veille sur l'actualité économique de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

An incredible development

4 years after its creation, FrenchFounders is implanted in New York, Shanghai, Singapore, Londres, Paris, Hong Kong and San Francisco. The network is also represented in Moscou, Madrid, Sao Paulo, Sydney, Dubaï, Tokyo, Milan, Mexico, Bruxelles, Los Angeles and Kuala Lumpur.

FrenchFounders organizes more than 350 events every year. International firms such as Facebook, Chanel, Gucci, Google, LinkedIn, Sales Force, Fred et Farid, Bla Bla Car, l'Oreal, Youtube, Netflix, The Kooples, Van Cleff & Arpels... are involved with FrenchFounders.

Still, Benoit and Vincent don't forget their French roots. The network has 700 members in Paris and 40 in Marseille. FrenchFounders has recently partnered with Invest In Provence, an economic development agency.



Le Startup Tour

Déjà très impliqué au sein de l'écosystème French Tech, FrenchFounders co-organise avec BNP Paribas le Startup Tour. Ce concours de startups Françaises se déroule depuis deux ans dans 6 villes du monde (Montreal, Los Angeles, San Francisco, New York, Miami et Paris) avec une grande finale à New York devant 500 personnes avec la participation du secrétaire d'Etat aux affaires digitales Mounir Mahjoubi en 2017. Pour cette édition 2018, Nathalie Kosciusko-Morizet, Vice President Cloud & Cyber Security North America @ Capgemini et ex-ministre de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement a d'ores et déjà confirmé sa participation en tant que présidente du jury.

Le gagnant du 1er Prix bénéficiera d'un package d'une valeur de 100.000 \$ qui permettra d'accompagner son développement aux Etats-Unis. Le second prix sera remis par l'AAGEF (Association des Anciens des Grandes Ecoles de France aux Etats-Unis), un package d'une valeur de \$6,000 avec accès à des mentors exclusifs issus des Grandes Ecoles.

Nouveauté cette année, le Startup Tour comprend un volet Américain lors de la Grande Finale à New York, avec les Pitches de 3 startups américaines qui veulent attaquer le marché Français. Un programme d'accélération en partenariat par Business France, Paris Region (PRIME) et BNP Paribas sera proposé au vainqueur.

www.startuptour.us
www.frenchfounders.com

The Startup Tour

Already involved with French Tech, FrenchFounders co-organizes the Startup Tour with BNP Paribas. This French startups contest has existed for two years now in 6 different cities (Montreal, Los Angeles, San Francisco, New York, Miami and Paris). The final takes place in New-York with the participation of the Secretary of State for Digital Affairs Mounir Mahjoubi. For the 2018's session, Nathalie Kosciusko-Morizet, Vice-Presidente Cloud & Cyber Security North America @ Capgemini and former Minister of Ecology, of Sustainable Development, of Transports and Housing has already confirmed her participation as jury president.

The winner earns 100.000 \$ to develop his business in the USA. The second prize will be awarded by the AAGEF: a \$6,000 package with access mentors from prestigious schools.

This year, a new competition, still in NYC, will chose the best pitch of 3 American startups that want to reach the French market. The winner will earn an acceleration program in partnership with the BPI.



BI4YOU est une SSII leader dans le domaine de la Business Intelligence et l'analyse des performances. Elle accompagne ses partenaires dans l'exploitation et la valorisation de leurs données en mettant à leurs dispositions les experts et les technologies adéquats.

L'ÉQUIPE | THE TEAM



Jamil Zéribi

Fondateur du magazine

Jamil est gérant de la société Grand Sud Network qui édite le magazine des 50 Personnalités. Il est responsable de la publication.

Founder of the magazine

Jamil Zéribi is the managing director of Grand Sud Network, the company is editing the 50 Personalities Magazine. He is the editor in chief.

Development manager

Cyril is the co-director of Grand Sud Network, he is the development manager.

Responsable du développement

Cyril est co-dirigeant de la société Grand Sud Network et responsable du développement.



Cyril Fabre



Marie-Rachel Aparis

Journaliste

Marie-Rachel est journaliste indépendante. Elle collabore au sein de notre média en ligne InfoAvignon ainsi que sur les supports déployés par Grand Sud Network.

Journalist

Marie-Rachel is a freelance journalist. She is working on our InfoAvignon pure-player and on all Grand Sud Network's types of media.

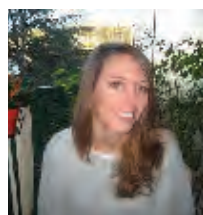
Journalist

Hervé is a freelance journalist. He has been trained to communication within the Publicis group and has learned journalism within the Figaro.

Hervé Tusseau

Journaliste

Hervé est journaliste indépendant. Il a été formé à la communication au sein du groupe Publicis et au journalisme au sein du Figaro.



Gaëlle Cloarec

Journaliste

Journaliste depuis 2004, Gaëlle a débuté sa carrière à Paris. Basée à Nice, elle collabore aujourd'hui avec différents titres de presse économique et institutionnelle régionaux et nationaux.

Journalist

Journalist since 2004, Gaëlle started her career in Paris. Currently living in Nice, she is working with different kind of papers : economic and institutional, local and national.

Artistic co-director, photograph

Multi-talented artist, Mary-Laëtitia Gerval mixes genres. Mary-Laëtitia has shoot most of the magazine's portraits.

Mary-Laëtitia Gerval

Co-directrice artistique, photographe

Artiste pluridisciplinaire, Mary-Laëtitia a effectué la quasi totalité des portraits des personnalités de cette édition.



Agence Arôme Communication

Co-direction artistique & conception

C'est l'agence de communication Arôme qui a conçu le magazine des 50 Personnalités 2018. C'est une agence créative qui maîtrise à la fois les enjeux de l'édition et du digital.

Design

Founded by Remi Vicente, the Arôme Communication Agency has designed the 50 Personalities Magazine. The creative agency masters both digital and editing.

Orta Printing company

Stephane Orta is the development manager of the Orta Printing company. Based in the Vaucluse, he is in charge of the magazine's printing.

Stéphane Rodde

Imprimerie Orta

Stéphane est responsable du développement de l'imprimerie Vauclusienne Orta. Il pilote la fabrication du magazine.





ODE

PROPRETÉ

www.nettoyage-ode-vaucluse.fr

- Nettoyage & Entretien, bureaux, immeubles
- Remise en état après sinistre
- Traitement marbre, pierre, terre cuite
- Décapage haute pression des façades
- Dégraissage de hottes de restaurants
- 3D (désinfection, désinsectisation, dératisation)

Contactez-nous!

Tél. : 04 90 11 37 37
Fax : 04 90 11 37 30
ode14@wanadoo.fr



VAUCLUSE • PROVENCE ATTRACTIVITÉ

AGENCE DU DÉVELOPPEMENT,
DU TOURISME ET DES TERRITOIRES
Tourism and Regional Development Agency

NOUS AGISSONS POUR LE VAUCLUSE

We're putting Vaucluse on the map

ACCROÎTRE LE RAYONNEMENT
ÉCONOMIQUE & TOURISTIQUE
DE LA DESTINATION VAUCLUSE

Promoting economic growth & tourism in Vaucluse

ATTIRER & ACCOMPAGNER
L'IMPLANTATION DE
NOUVELLES ACTIVITÉS

Attracting new businesses & helping them set up operations

RENFORCER LA CONNAISSANCE
& ACCOMPAGNER LE
DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES

Increasing knowledge & supporting regional development

TRAVAILLER ENSEMBLE À LA
CRÉATION DE VALEUR AJOUTÉE
POUR LE TERRITOIRE

Working together to create added value for the region



vaucluseprovence-attractivite.com

