BULLETIN CÔTE D'AZUR

# Tribune

WWW.TRIBUCA.NET HEBDOMADAIRE DE L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE - ANNONCES JUDICIAIRES & LÉGALES

N° 885 du vendredi 10/03/2017 - 0,90 €

COMPTOIR NATIONAL DE L'OR
CONSEIL & INVESTISSEMENT
Achat et vente d'or
54, rue Gioffredo - Nice
En face du Crédit Municipal
04 93 870 870 - www.gold.fr



## PIGM'AZUR, LA STARTUP INSPIRÉE DES MAYAS

Issus de la recherche universitaire, les pigments de la société niçoise attisent la convoitise des grands groupes P.8



## SUSCITER DE LA LICENCE GRÂCE À MY COACH VÉLO

David Lappartient, président de la Fédération Française de Cyclisme, change de braquet et cherche l'appli de la victoire à Nice. P.5

# «Se former pour se transformer... en ETI»

Elle fait partie des 60 PME ultra-performantes identifiées par Bpifrance pour entrer dans la promo 2017 de son accélérateur national : objectif croissance pour David Vincent et Sophia Conseil. P.4



# L'Italie, un marché à (re)découvrir

Je t'aime, moi non plus ! Le marché transalpin attire, mais reste mal connu des PME françaises. Les opportunités pour y développer des activités ne manquent pourtant pas, reste à franchir le pas. P.3

## LES AGRICULTEURS AZURÉENS À L'HONNEUR

De retour de la grand-messe agricole avec 20 médailles au compteur, les douze producteurs récompensés au Concours général ont été félicités par nos collectivités locales. P.6

## P-FACTORY, AU BONHEUR DES PITCHEURS

L'accélérateur débarqué de Marseille organise à Nice des Pitch Parties dédiées aux startups. Découverte de cinq projets sélectionnés par les équipes de Marie-Christine Vidal. P.9

## ANNONCES LÉGALES ET ENCHÈRES

Les ventes aux enchères P.17
Le résumé des ventes aux enchères P.17
Marchés et enquêtes publics P.18
Annonces judiciaires et légales P.21

TRIBUCA
29348 - 08850 - F : 0,90 €
3 782934 800907 08850
RESO HEBDO ECO

**index des sociétés citées**

Aéroport Nice Côte d'Azur ..... P2
AMC Etec ..... P2
ACT ..... P2
Inalpi ..... P3
Leclerc ..... P3
Ineldea ..... P5
Kangourou Kids ..... P5
EY ..... P5
Champ Soleil ..... P6
Oliveraie de la Sirole ..... P6
H-PreC ..... P6
Vulog ..... P6
One-Too ..... P6
France Hélices ..... P6
Bio&Co ..... P8
Hipedrink ..... P8
Attestis ..... P8
Liizeo ..... P8
Zappik ..... P8
Orange Labs ..... P9
Wever ..... P9
Codesna ..... P9
Caisse d'Epargne ..... P11
SMC ..... P11




*Paolo Della Pietra, Patrizia Dalmasso, Ambrogio Invernizzi, Francis Mastio et Mauro Michelini, oui, Italie et France ont de sacrés intérêts à croiser leurs destins économiques. Sur notre vidéo, l'enjeu pour Agostino Pesce, président de la CCItal.*

# L'Italie, un marché à (re)découvrir

**EXPORT.** Je t'aime, moi non plus ! Le marché transalpin attire, mais reste mal connu des PME françaises. Les opportunités pour y développer des activités ne manquent pourtant pas, reste à franchir le pas.

Si la France est le deuxième partenaire économique de la Péninsule, les entreprises azuréennes ne se bousculent pas au portillon pour y développer de nouvelles activités. Les encourager à le faire était au cœur du débat proposé par la CCital le 7 mars à Nice. «*Investir en Italie n'a rien d'une course d'obstacles, au contraire c'est un véritable boulevard qui s'ouvre aux entreprises françaises, à la condition d'oublier les stéréotypes et de trouver sur place le relais indispensable pour bien saisir la mentalité du pays et identifier les réseaux qui jouent un rôle essentiel*» explique Mauro Michelini, expert-comptable implanté à Milan et Nice. Le poids de la fiscalité est à peu de choses près le même qu'en France, on y trouve d'excellentes compétences et le tissu d'entreprises, dominé par les PME, se distingue par une créativité quasi-légendaire. «*C'est cette créativité et la capacité à s'adapter qui expliquent la résilience de nos entreprises, même en période de crise*» insiste Patrizia Dalmasso, directrice de la Confédération de l'Artisanat et des PME de Cuneo. Comme en France, l'industrie italienne cherche à réussir sa transition numérique. «*Un plan de soutien a été adopté au niveau national (Industria 4.0) pour accompagner les PMI avec des dispositifs en faveur de l'investissement. Les régions suivent. La Ligurie a programmé un plan d'aides de 480M€ sur la période 2017/2021 car nos entreprises rencontrent des problèmes de compétitivité en raison d'équipements obsolètes*» reconnaît Paolo Della Pietra, directeur de la Confindustria d'Imperia (l'équivalent du MEDEF).

### L'avenir est aux filières

L'Italie mise sur ses districts qui fédèrent en filière les entreprises d'un même secteur. «*La créativité transalpine associée à l'efficacité d'une organisation à la française nous donneraient d'excellents atouts*» se plaît à imaginer Mauro Michelini, qui regrette que l'Hexagone se tourne davantage vers l'Allemagne que vers une Italie si proche par la culture et les racines communes. Bâtir des filières dans le cadre de l'euro-Région AlpMed, qui réunit les territoires transfrontaliers, fait partie des pistes à explorer, «*les programmes européens peuvent nous y aider via des financements*» suggère Patrizia Dalmasso. Ambrogio Invernizzi n'a pas attendu : son entreprise, Inalpi, spécialisée dans les produits laitiers, a franchi le pas et travaille en France avec des réseaux de distribution comme Hyper U. « *Nous cherchons à valoriser les produits bénéficiant d'appellations contrôlées. Un marché de niche, mais il répond aux attentes grandissantes des consommateurs. Producteurs français et italiens suivent la même démarche, nous avons donc tout intérêt à travailler ensemble*» conclut-il.

## L'EURO-RÉGION ALPMED

**7**
régions (Auvergne Rhône-Alpes, Corse, Ligurie, Piémont, PACA, Sardaigne, Vallée d'Aoste)

**142.000**
km²

**20 millions**
d'habitants

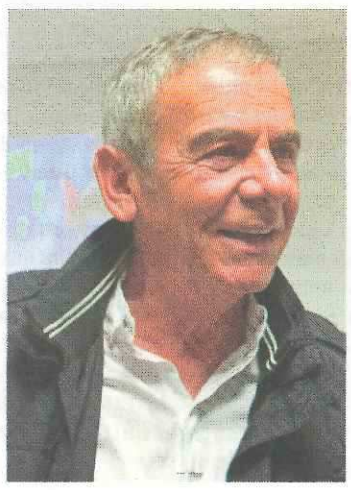
**2 millions**
d'entreprises

**8 millions**
d'emplois

**550Mds€**
de PIB

**4 millions**
d'étudiants

## Leclerc converti au culte du produit à l'italienne



**Il y a aujourd'hui plus d'une trentaine d'hypermarchés Leclerc en Italie. Francis Mastio, patron des centres de Grasse et de Vallauris, a participé aux premiers pas, au début des années 2000.**

● «*Nous avions noué un partenariat avec le groupe italien Conad. Pendant près de trois ans, j'ai travaillé sur le terrain pour accompagner les premières ouvertures en Toscane et dans la région de Rome*». Les Français ont apporté leur expérience de la grande distribution avec une offre enrichie comme la présence de rayons dédiés aux produits cosmétiques, une nouveauté en Italie. Si les fiançailles entre Leclerc et Conad n'ont finalement pas abouti à un mariage, cette aventure transalpine a donné pas mal d'idées à Francis Mastio. «*Les Italiens ont le culte du produit de qualité, et ils savent le mettre en valeur. Les rayons de fruits et légumes, par exemple, ressemblent à de véritables marchés primeurs, je m'en suis inspiré pour mes propres magasins*». La difficulté reste de structurer les filières. «*Nous avions réussi à créer des familles de produits autour de la marque Sapori d'intorni, qui valorise les produits de proximité*» se souvient cet amoureux de l'Italie. Leclerc Nice a ouvert depuis quelques mois dans son centre commercial de l'Allianz Riviera un espace de vente de produits italiens et bio. Mais, regrette Francis Mastio, le suivi s'avère difficile, «*nous aurions besoin de consultants sur le terrain pour structurer les échanges*». Il ne se décourage pas pour autant, et persiste dans sa stratégie des petits pas. Quand on est accro aux produits italiens, on ne renonce pas !

**CHRISTIANE NAVAS**