

RÉSEAU SOCIAL DEPUIS 1945

monaco

monacomatin.mc

matin

JEUDI 15 JUILLET 2021

LAPEYRE
LA QUALITÉ RÉSERVÉE À TOUS

DU 30 JUIN AU 19 JUILLET 2021

-20%*
SUR LES MEUBLES DE
SALLE DE BAINS CREAMIX

CUISINES • SALLES DE BAINS • MENUISERIES
*Voir conditions en magasin et sur www.lapeyre.com Société par Actions Capitalisé au capital de 20 000 000 €
RCS Nanterre 542 020 882 - Siège social: Tour Saint Goban, 12 place de l'Yle, 92400 Courcouronnes.



P 4

(Photo Jean-François Ottone)

ATTENTAT DE NICE

Jean Castex a rendu hommage aux 86 victimes



(Photo Eric Ottino)

P 10-11

REPORTAGE

Le MEB de retour aux affaires à Florence P 2-3

14-JUILLET À MONACO

L'optimisme de l'ambassadeur de France P 5

SBM : UN ÉTÉ AU BEAU FIXE ?

Concerts et vendanges au programme avec « Liberté Monte-Carlo »

Alleno artisan ambitieux de la relance



N° 26760
UNE PUBLICATION
DU GROUPE NICE-MATIN

20633 - 0715 - 1,40 €

DRAME À LEVENS

Il abat d'un coup de fusil son beau-fils

P 14



(Photo G.L.)

le mag. du Festival

Jacques Audiard filme les sentiments

(Photo S. Betsal)

ARCHÉOLOGIE LUXUS

BEAUTÉ ET POUVOIR DANS L'ANTIQUITÉ

VENTE AUX ENCHÈRES

MERCREDI 21 JUILLET 2021 À 14H30

CAFÉ DE PARIS - SALON BELLEVUE

EXPOSITION PUBLIQUE AU CAFÉ DE PARIS

JEUDI 15 JUILLET À PARTIR DE 15H

VENDREDI 16 JUILLET DE 10H À 15H

OU SAMEDI 17 AU MARDI 20 JUILLET 2021 DE 10H À 15H

À LE MATIN DE LA VENTE

CATALOGUE VISIBLE SUR WWW.HVMC.COM

HÔTEL DES VENTES DE MONTE-CARLO

10-12 QUAI ANTOINE 1^{er} - 98000 MONACO - TEL. 00 377 93 25 88 89 - INFO@HVMC.COM

Abonnement : www.nicematin.com/abonnement ou MC (N°Cristal 100 33 969 32 83 83) FR (N°Cristal 09 69 32 83 83)

Retrouvez nos contacts dans les pages annonces du journal

Le MEB de retour sur

Après dix-huit mois sans missions économiques, le Monaco Economic Board a renoué avec le terrain en envoyant une délégation à Florence. Des échanges fructueux avec les Italiens.

Voilà dix-huit mois que les missions du Monaco Economic Board (MEB) avaient été sacrifiées sur l'autel de la sécurité sanitaire. La der avant cette pandémie galopante de la Covid-19, c'était à Novossibirsk, la Silicon Valley russe. Autant dire une éternité pour les entrepreneurs adhérents, friands des rencontres physiques propices au business et, depuis, cantonnés à des missions virtuelles. Profitant d'une fenêtre de tir sanitaire favorable, le MEB a renoué cette semaine avec le terrain. Lundi, une délégation de huit membres s'est rendue dans la capitale de la région toscane : la belle Florence, cité d'art et d'histoire. Un choix pas anodin : c'est ici, en 1863, qu'a été établi le premier consulat de Monaco en Italie. « Après la France, l'Italie est notre premier partenaire commercial. C'est, aussi, à Florence qu'est né le Club des ambassadeurs de la destination Monaco », complète Guillaume Rose, directeur général exécutif du Monaco Economic Board.

400 entrepreneurs à succès qui, motivés par leur amour pour la Principauté, s'avèrent être de précieux relais pour créer des ponts entre Monaco et treize villes italiennes, à l'instar d'Alessandro Giusti, consul honoraire de Monaco à Florence.

Des échanges fructueux

À son arrivée en terres transalpines, la délégation monégasque a entraperçu la dolce vita italienne lors d'une visite privée du mastodonte viticole Marchesi Antinori, né en...1385 ! Mais c'est bien pour du business qu'elle a posé ses valises le long des rives de l'Arno. La journée de mardi fut marquée par la signature d'un « Memorandum d'entente » entre le MEB, la Chambre de commerce de Florence et la Confindustria Firenze. Un texte qui pose les bases d'une coopération économique et amicale plus soutenue entre les entités des deux pays. Engagement écrit qui s'est matérialisé, dans la foulée, par les fameux « B to B », ces rendez-vous en tête-à-tête où de potentiels futurs partenariats sont mis sur la table.

« Notre délégation est très variée : banque, assurance, nouvelles technologies, services financiers, énergie, consulting et e-commerce. En rencontrant les bonnes entreprises italiennes, des ponts peuvent être établis puis, on l'espère, du business », résume Guillaume Rose. Heureux de pouvoir renouer avec les rencontres physiques depuis début juillet, les Italiens, eux, avaient sélectionné des profils bien précis pour « matcher » avec leurs homologues monégasques (lire page suivante).

Florence affectée mais résiliente

Sur place, les Monégasques ont constaté que Florence avait payé un lourd tribut lors de la crise Covid. « Nous avons subi très lourdement les effets de la crise du Covid. En 2019, Florence avait seize millions de réservations touristiques. En 2020, on a constaté une baisse de 75 % des nuits d'hôtels », chiffre Giuseppe Salvini, secrétaire général de la Chambre de commerce de Florence.

Florence affectée. Mais Florence résiliente.

« Tous les secteurs repartent à l'export : la mécanique, la pharmacie, le terroir (vin, huile), mais surtout la mode, poursuit-il. On enregistre une reprise estimée à 5 % du PIB. On regagne du terrain. Avec le pass sanitaire, on s'attend à une reprise du tourisme et un niveau de réservations de 7 millions d'ici fin 2021. »

Un optimisme ressenti par Guillaume Rose : « J'ai senti une énorme confiance en l'avenir. Les changements politiques récents ont beaucoup rassuré la sphère économique. Ils sont très solidaires autour de cette idée que l'Italie reparte de l'avant économiquement. »

Une philosophie partagée par le MEB déjà tourné vers d'autres missions : Anvers, Saint-Petersbourg, Dubaï, Milan puis Amsterdam. « Le monde a changé. Il est plus dynamique, franc, avec moins de chichis. Il y a urgence à se retrouver, à développer des affaires. On le sait, les choses peuvent changer du jour au lendemain. C'est l'une des leçons de cette crise : il faut être rapidement résilient. »

DOSSIER : THIBAUT PARAT



Au cœur de la chambre de commerce de Florence, les membres de la délégation se sont présentés un à un. Un mémorandum d'entente a été signé entre le MEB et les entités locales. Puis, les entrepreneurs ont débüté les sessions « B to B ».

(Photos Thibaut Parat)

En chiffres

■ Le tissu économique italien

L'Italie compte le plus grand nombre de micros, petites et moyennes entreprises en Europe : 4,4 millions. Elles représentent 99 % du système de production italien. C'est le deuxième plus grand pays manufacturier du continent. La taille et la gestion familiale des entreprises les rendent flexibles et réactives.

hausse du PIB de l'ordre de 4,6 % (Source : Focus Economics). C'est un peu moins que la France (+5,6 %) mais un point de plus que l'Allemagne (+3,6 %).

Pendant la crise sanitaire de la Covid-19, le gouvernement italien a mobilisé près de 170 milliards d'euros, soit 10 % du PIB.

■ Économies florentine et toscane

La Toscane est un poids lourd de l'économie européenne. Ses compagnies manufacturières pèsent 10,2 %

■ L'après Covid en Italie

En 2021, l'Italie devrait enregistrer une

Nana Bianca, le MonacoTech florentin

Moment fort de cette mission économique à Florence : la visite du studio de startups Nana Bianca, niché le long des rives de l'Arno. Un MonacoTech florentin, version XXL, focalisé sur la technologie et l'innovation. La bâtisse, érigée au XVII^e siècle par le grand-duc de Toscane Cosme III de Médicis pour conserver les céréales en temps de famine, abrite depuis 2012 les cerveaux qui construisent les entreprises de demain et, de fait, le futur. 8 000 m² d'open space et de bureaux, où se côtoient indépendants, startups, développeurs, designers ou encore chefs de projet. « C'est un endroit où



Dix à quinze startups sont accompagnés par an.

les startups commencent de zéro. Nous trouvons des ingénieurs, des entrepreneurs, une idée de business et nous mixons ces ingrédients pour construire une nouvelle entreprise, développe Alessandro Sordi,

cofondateur de Nana Bianca, mais aussi membre du club des Ambassadeurs de la destination Monaco. Ensuite nous la suivons plusieurs années avant qu'elle intègre le marché. On a une équipe de 40 à 50 personnes et aidons

quize startups maximum par an. Nous construisons de vraies entreprises, pas juste une idée. »

Leur plus grand succès ? La naissance il y a huit ans, dans leurs locaux, de la start-up Depop. En juin dernier, celle-ci a été rachetée par Etsy 1,6... milliard de dollars ! La délégation a également pu rencontrer deux startups à la maturité différente. L'une se trouvant à la croisée entre les neurosciences et le big data. Avec un concept de miroir, véritable intelligence artificielle capable de jauger l'état de santé de l'utilisateur à partir de sa voix, le teint de sa peau ou des détails physiques de son visage.

■ Son métier

« Nous avons développé une plateforme marchande de vente en ligne qui propose des produits sourcés localement, issus de créateurs locaux ou de commerces de nos quartiers : vêtements, bijoux, livres... C'est un marketplace [dont le modèle s'inspire d'Amazon, mais à l'échelle locale donc, ndlr] : plusieurs vendeurs, un seul achat, une seule livraison. On s'occupe de tout : la mise en ligne, la facture, la livraison, le service client... Nous prenons une commission à 9,5 % sur les produits normaux et 6,5 % sur les produits culturels et la nourriture. Notre logiciel est développé à Monaco par des Monégasques. »

■ Ce qu'il recherchait à Florence

« Nous cherchions des partenaires pour faire venir des produits florentins afin qu'ils soient vendus à Monaco. Il y a une



le terrain à Florence



de l'économie totale des entreprises italiennes et 7,1 % de celle de la France.

Les pourvoyeurs d'emploi ? L'industrie manufacturière (mode et ingénierie mécanique), donc, le commerce de gros et de détail.

■ Liens commerciaux entre Monaco et l'Italie

L'Italie est le premier partenaire commercial de Monaco, en dehors de la France. 18,4 % des exportations monégasques vont vers le marché italien. 33,1 % des importations sont en provenance de l'Italie. 13,9 % de celles-ci concernent notamment les secteurs du vêtement, de la maroquinerie et des chaussures.

■ Ses trois axes de travail

« J'avais trois axes principaux en venant à Florence.

- C'est avant tout une ville d'histoire. Nous avons créé des programmes en réalité virtuelle à but éducatif – qu'on a déjà vendu à Split en Croatie et qui retrace la vie de Dioclétien – donc je souhaitais dénicher des clients dans ce secteur-là.

- On a aussi développé une plateforme d'e-commerce avec la Chine. Depuis là-bas, les gens peuvent acheter directement des produits français, mais nous voulons leur en proposer davantage. On va ainsi ouvrir aux entreprises monégasques mais aussi aux Italiens, aux Espagnols.

- Le dernier axe, enfin, était lié au software dans le milieu des sports mécaniques.

■ Son bilan

« Les contacts sont venus à la fois des rendez-vous "B to B", mais aussi à travers les repas organisés par le MEB. On a eu un bon contact avec un fabricant d'hypercars pour notre solution de software pour les sports mécaniques. On a eu beaucoup de contacts dans le vin, les produits de beauté avec de très beaux parfums dans des flacons marbre de Carrare, mais aussi, de la joaillerie artisanale en access luxury. On a aussi traité de la réalité virtuelle avec une très belle boîte primée par le National Geographic. Sans oublier, enfin, un très bon contact dans le domaine du yachting : c'est un sujet pour lequel je n'étais pas forcément venu. Je ne m'attendais pas à avoir du répondant à ce niveau-là. Beaucoup de contacts donc, au nombre de huit, et de qualité. C'est assez inattendu. Désormais, il va falloir transformer cela en contrats. »

Chris Clavel

PDG de Baccana Digital Consulting



Pieter Abts

PDG d'ABTS Analysis services



■ Son métier

« On a un family office depuis vingt ans au Luxembourg et en Suisse. Je me suis installé à Monaco il y a dix ans où j'ai créé ABTS Analysis services qui est un service complémentaire. Ces familles ont besoin d'autres conseils, d'être guidés dans leur développement, aussi bien dans la sphère privée que dans leurs sociétés. On les guide, donc, on partage notre expérience et ils bénéficient de notre réseau. »

■ L'intérêt des missions du MEB

« À Florence, je suis venu pour élargir ce réseau, pour mieux connaître la mentalité italienne qui m'est inconnue. J'ai voulu comprendre pourquoi il y a autant d'entreprises familiales qui ont créé des marques mondialement connues tout en conservant cet esprit familial. Normalement, 75 % des sociétés meurent à la troisième génération. La société

viticole Antinori, que nous avons visitée, existe depuis 26 générations. C'est exceptionnel. L'Italie est championne en la matière, l'Allemagne aussi. Moins la Belgique où plusieurs sociétés familiales ont été vendues à de grands groupes.

Les missions du MEB peuvent être fructueuses. À Stockholm, j'avais gardé contact avec une personne qui était dans différentes startups. L'une d'entre elles, dans le secteur médical (ORL), était au point mort. Ils étaient à court de financements. J'ai investi moi-même dans cette boîte, on a fait une levée de capital. Cela a abouti, il y a peu, à une autorisation du traitement médical dans différents pays européens. Les études scientifiques disent que c'est un traitement bénéfique : un cathéter avec un petit ballon qui vibre pendant dix minutes et libère les sinus. 80 % des gens qui ont des migraines en sont libérés. On a fait +450 à 600 % en bourse. »

Sébastien Lambla

Créateur de Doux Village



vraie demande de nos commerçants. Écologiquement, ce serait bénéfique pour la Principauté. Plutôt qu'une bouteille soit commandée par plusieurs personnes différentes et envoyée séparément par Chronopost, le commerçant constitue son stock, le vend via notre plateforme et nous dispatchons les produits en véhicule ou trottinette électrique. On pollue moins et on ne congestionne pas le territoire de Monaco. L'autre axe de notre visite était l'expansion. On veut avoir un site Doux Village par ville ou par grosse agglomération, de 150 000 à 400 000 habitants. Florence est un gros morceau à prendre avec tant de richesse locale. C'est le type de ville avec qui nous nouons beaucoup de relations. Nous voulons commencer proche de Monaco, comme à Aix-en-Provence, et s'étendre petit à petit. »

■ Son métier

« Ma première activité consiste en du coaching sur-mesure pour de la prise de parole en public. J'ai envie de voir les gens briller quand ils montent sur scène pour présenter leur projet, que l'on comprenne qui ils sont, que leur lumière intérieure ressorte et que l'on puisse partager leur passion.

La seconde est en lien avec la technologie et l'innovation. Nous avons une solution lizi qui, en utilisant le pouvoir du streaming, permet de rendre le digital plus écoresponsable, meilleur pour la planète donc, et plus facile qu'il ne l'est aujourd'hui. La compression des données fait que la data utilisée est minimisée au maximum. En résumé : on aura la même expérience digitale si l'on se retrouve au milieu de nulle part avec une faible 3G et un téléphone pas très avancé

Caroline Mindus

P.D.-G. et fondatrice de Magnitis et responsable des relations publiques de Mindus



que si on était à côté de la tour Wifi à Seattle avec le dernier iPhone. »

■ Ce qu'elle recherchait à Florence

« Mes B to B étaient surtout axés sur le volet technologique. J'ai rencontré, entre autres, deux personnes très intéressantes qui comprennent notre concept et la solution brevetée que nous proposons. Ce sont des gens inconventionnels, qui ne pensent pas comme les autres, prêts à lutter contre le statu quo. Et qui voient une opportunité d'utiliser le streaming pour rendre le digital plus vert qu'il ne l'est aujourd'hui. Le B to B, ce n'est pas seulement du business, c'est aussi du relationnel. Il faut que cela colle entre les personnes, qu'ils partagent des points communs. L'un des éléments principaux de toute relation, c'est la confiance. Et là, il y en avait. C'est un bon début. »