

LA RÉCOMPENSE



E-ressources persiste et signe... à deux

Et de deux, ou plutôt quatre, pour le cabinet de conseil en recrutement sophilopolitain, qui se distingue cette année encore en progressant dans l'un des classements des entreprises où il fait bon travailler : ses neuf collaborateurs l'ont positionnée 2^e dans l'index français Happy at Work, et la boîte rafle la médaille d'Or du Top Agile Index dans la catégorie moins de 49 salariés. Des récompenses que Marie Boniteau est allée chercher fin juin à Paris, au Paradis Latin, en... tutu. Référence à sa passion, la danse classique, qui requiert d'après elle certaines des qualités nécessaires au métier d'entrepreneur, agilité et souplesse en tête. Et comme il est fréquent de danser à deux, Marie Boniteau a trouvé un cavalier. "En sept ans, j'étais arrivée au bout de ce que je pouvais faire seule. J'imaginai la suite avec un associé". L'heureux élu ? Christophe Sarlot, président sortant de la DFCG Côte d'Azur, un ami de 15 ans. "Nous écrivons désormais l'histoire à quatre mains". Une histoire intitulée 3A2I et désormais contée en deux marques, le tout nouveau Pep's Advisory, un cabinet de conseil pluridisciplinaire, et E-ressources toujours, "avec un positionnement avocats et experts-comptables, une nouvelle identité aussi, notamment un site web qui fait la part belle à des outils orientés candidat". Pour preuve, un jeu qui permet de mesurer son enthousiasme au travail. Fun et décalé, on vous dit ! LP

key4events, le bon trousseau pour réussir son congrès

CROISSANCE. Depuis dix ans, Bruno Ricciardi écume les congrès de France et d'ailleurs pour peaufiner leurs business plans organisationnels. Histoire d'une belle niçoise qui s'exporte bien.

● Lorsqu'en 2004, il crée avec ses associés une première société dans la filière de la gestion d'événementiels, Bruno Ricciardi n'avait sans doute pas prévu la step suivante. En 2008, il rachète toutes les parts et se trouve une nouvelle identité, key4events prend son envol et se positionne sur le marché de la prestation locale à internationale, et profite désormais de 15 ans d'expérience sur un secteur ciblé, mais ouvert à l'innovation et aux services complémentaires. En 2018, changement d'échelle, le cap des 30 salariés est franchi alors que l'entreprise absorbe une société sophilopolitaine pour étoffer son catalogue de prestations, pour les 300 événements annuels où les équipes sont mises à contribution, de la gestion de projet aux prouesses techniques en passant par le pôle originel de services informatiques. La spécialité -et l'originalité- de key4events: "une plateforme que nous avons développée il y a une petite dizaine d'années déjà pour une gestion globale de l'événement." Du métier de fournisseur de matériels infor-



Congrès thoracique à Toronto, Respiratory à Madrid, Music Awards, les équipes de Bruno Ricciardi sont sur tous les fronts événementiels.

150.000,
le nombre de badges édités
et gérés par an par key4events
sur quelque 300 événements
couverts.

matiques des débuts, il aura fallu évoluer sur du logiciel, "faire du badge, de l'inscription, du contrôle d'accès, du suivi de fréquentation... Une solution tout-en-un" pour une clientèle composée d'organismes de congrès professionnels ou d'associations, principalement scientifiques, avec une petite part de corporate pour compléter la couverture d'un marché de solutions logicielles et humaines (roadies, assistance technique aux speakers...) maîtrisé par l'entreprise niçoise, qui exporte son savoir-faire sur plus d'une vingtaine de pays. Petite particularité qui a néanmoins toute son importance: plus de 10% du chiffre d'affaires est réinjecté dans la R&D, via des

développeurs maison, pour miser sur une innovation constante synonyme de leadership. Pari gagnant : key4events est aujourd'hui déclinée sur cinq adresses (Nice, Paris, Marseille, Lyon, Monaco) et a doublé son chiffre d'affaires depuis sa crise de croissance externe et interne, passant de 2 à 4M€ sur l'exercice 2018. "Je cherche toujours à innover. Par exemple, nous venons de faire dessiner à la Sustainable Design School de Cagnes-sur-Mer des bornes pour faire du self printing, un peu comme dans les aéroports mais pour un usage congrès. Quelque chose de sympa, ludique, quelque chose d'un peu écolo aussi, qui évite la pochette plastique." IA

Gandolphe accentue sa force de proposition

ÇA CARTONNE. L'entreprise azurée d'emballage est en adéquation totale avec l'évolution de son secteur d'activité, tant sur le plan logistique qu'environnemental.

● "Notre atout fondamental, c'est de trouver de la créativité dans la répétitivité, tout en nous appuyant sur une réactivité indispensable et idéale" confie Laurent Bertin, président de Gandolphe Emballage. L'ingénieur centralien, "entrepreneur dans le sang", a repris en 2004 la direction de l'entreprise mandelocienne créée par son père en 1967. Aujourd'hui, la société, riche de plusieurs sites de stockage implantés dans l'Ouest du département (Mandelieu, Pégomas, Le Cannet) et d'une clientèle

qui grossit régulièrement (acquise souvent via le bouche-à-oreille), affiche une enviable fidélité et est répartie pour 95% entre les Alpes-Maritimes, le Var et la Principauté de Monaco. Elle s'est parfaitement adaptée aux nouvelles demandes et aux exigences et règles multiples imposées par l'époque. Elle anticipe aussi, en particulier sur le plan environnemental, sur les nouveaux besoins et sur les services innovants, pour offrir des solutions optimisées et effi-



Pour Laurent Bertin, président de Gandolphe Emballage, tout est possible si on maîtrise rapidement la chaîne de décisions.

caces imposées par les nouveaux critères du secteur de l'emballage.

Un travail à flux tendu

"Nous ne cherchons pas à inventer mais à nous adapter aux produits et à décharger ceux qui font appel à nos services de problématiques particulières". Conscient du paradoxe qui met l'emballage sur la

sellette tout en multipliant son usage et les expéditions (ventes sur internet, de plus en plus de produits à l'unité sur le marché, etc.), Laurent Bertin fournit avec ses équipes très investies dans leur mission des solutions élaborées, originales, simples d'utilisation, voire même du sur-mesure s'il le faut, "car nous privilégions à

cent pour cent le contact direct avec notre clientèle".

Nouvelles règles du jeu

Respect des normes environnementales, mise en place de calages intégrés, cartons spécifiques, nouveaux adhésifs sans colle acrylique, recyclage, réutilisation des palettes, revalorisation énergétique, personnalisation par logos, optimisation des coûts, réponse aux contraintes de rapidité, logistique, livraisons, "nous avons la capacité de tout maîtriser de A à Z, et de ce fait nous sommes ouverts à toutes les demandes". Avec ses dix-neuf collaborateurs œuvrant sur une surface globale de 6.000m², Gandolphe Emballage, acteur local majeur dans son secteur, reste une entreprise à taille humaine. "Une PME typique" dont le chiffre d'affaires de 2M€ en 2004 est passé à 11,5M€ en 2018.

JOELLE BAETA