

7 success-stories made in

Monaco récompensées

Ils ou elles créent de la valeur, font vivre des familles et rendent la Principauté toujours plus attractive et fière. Hier, Monaco-Matin et le Monaco Economic Board les ont récompensés.

La 11^e édition des Trophées du Club de l'Éco Monaco-Matin, organisée hier soir au Grimaldi Forum en partenariat avec le Monaco Economic Board (MEB), n'a fait que le confirmer : Monaco est un jardin luxuriant pour qui a des idées, une force de travail et un brin d'audace. En 2022, on peut ainsi cultiver des huitres bretonnes au pied du Rocher ; ériger un campus universitaire performant de 70 nationalités et trouver de l'emploi aux étudiants sur 2 km² ; exporter un concept d'hôtellerie-restauration dans les destinations les plus luxueuses ; préserver l'or bleue en recyclant toujours plus les eaux usées ; faire référence dans la protection des coraux ; investir le marché chinois avec des compléments alimentaires ; et même créer et exporter un nouveau mode de paiement ! Autant de success-stories made in Monaco contées devant un parterre de 280 prestigieux invités, au premier rang desquels le Ministre d'État, Pierre Dartout, qui a salué la résilience du tissu économique local, son excellence et sa capacité à rebondir. À surprendre : « L'innovation est essentielle. C'est l'un des premiers moteurs de développement économique. Innover, créer, inventer, c'est la marque de l'intelligence. Et tout cela est un des fondements principaux de la croissance. »

liberté d'entreprendre est reine, mais où l'exécutif a su se résoudre à l'interventionnisme lors d'une crise économique et sanitaire inédite. « L'État a su soutenir les entreprises quand il le fallait. Il a poursuivi la modernisation de notre droit économique, ainsi que les transitions énergétiques et numériques qui contribuent à donner de la visibilité pour le futur, ce qui est primordial dans ces temps perturbés. » Synonyme d'excellence, la marque « Monaco » s'exporte toujours plus et agit comme un aimant pour des entrepreneurs qui, selon Michel Dotta, « ont trouvé à Monaco des conditions pour s'épanouir et pour perdurer. Un terrain économique fertile ». Si fertile que 500 des 4 000 étudiants sortis de l'International University of Monaco ont par exemple décidé de rester en Principauté pour œuvrer dans la finance, le luxe ou encore le yachting. « Une attractivité dont nous bénéficions pour notre modèle social », note le délégué interministériel à l'Attractivité et à la Transition numérique, Frédéric Genta, alors que le conseiller de gouvernement-ministre de l'Économie et des Finances, Jean Castellini, insiste sur la « diversité de cette économie ». Le directeur général du groupe Nice Matin, Jean-Louis Pelé, résumant le rôle quotidien de Monaco-Matin de « mettre en lumière le dynamisme, la créativité et l'esprit d'innovation des entreprises monégasques ». Docteur rendez-vous à nos partenaires pour une nouvelle décennie.

« Un terrain fertile »
Évoquant les derniers chiffres du PIB et les excellents résultats financiers de la SBM, le président du MEB, Michel Dotta, a salué le juste accompagnement de l'État dans un pays où la

THOMAS MICHEL



Les lauréats et partenaires des Trophées de l'Éco, hier soir au Grimaldi Forum, au terme d'une soirée animée sur scène par le directeur général du MEB, Guillaume Rose, et le rédacteur en chef du groupe Nice Matin, chargé des missions spéciales, Christian Muault.

Photos : Jean-François OTTONELLO

Développement durable FGWRS : « Traiter 80% des eaux grises »

Récupérer les eaux grises traitées pour nettoyer le sol, laver le linge ou remplir une chasse d'eau, c'est le pari écologique dans lequel s'est lancé FGWRS (Firmus Grey Water Recycling System). La société, créée en 2017 à Monaco et passée par Monacotech, entend développer un savoir-faire de sa « base technique arrière » Firmus dans le domaine du recyclage des eaux grises. Comprenez : les eaux qui proviennent des douches, des lavabos, des lave-linge, des piscines... détaille Pierre Magnès, administrateur délégué et responsable développement. « On peut traiter 80% des eaux grises pour les réutiliser à l'endroit où elles ont été produites, tout en récupérant l'énergie qu'elles contiennent. »

Industrialiser le procédé

Une technologie conçue initialement pour l'agence spatiale européenne dans le but de recycler les eaux de douche des missions spatiales. Elle est également éprouvée depuis 2005 sur la base de recherche Concordia, en Antarctique. Plus récemment, FGWRS a installé sa technologie dans les vestiaires du tournoi de Roland-Garros, au Pavillon Monaco de l'Expo universelle 2020 et au Musée océanographique. Des applications pour lesquelles la société, présidée par Sylvia Ratkowski, a obtenu des dérogations. Les lois française et mo-



La présidente de FGWRS, Sylvia Ratkowski, et son administrateur délégué et responsable développement, Pierre Magnès, récompensés par le directeur commercial de la SMEG, Pierfranco Pelacchi, et le directeur de l'IMSEE, Alexandre Bubbio.

négasque ne permettant pas, à l'heure actuelle, de recycler les eaux grises. « Au sortir de la sécheresse de l'été, les esprits sont en train d'évoluer », assure Pierre Magnès, qui compte sur l'engagement écologique de Monaco pour engager les premiers législatifs. Car l'argument est de poids : depuis la mise en œuvre de sa technologie en 2005 en Antarctique, FGWRS a permis d'économiser plus de 5 millions de litres d'eau potable. Ainsi, la société pourra poursuivre son

MARIE CARDONA

MANAGER DE L'ANNÉE

Jean-Victor Pastor : Maya Collection suit ses clients là où ils sont

Dans la famille Pastor, Jean-Victor est certainement un des plus discrets... Si son nom apparaît évidemment dans le groupe Pastor, structure familiale qui comprend JB Pastor & Fils et Pastor Immobilier, il a donné son patronyme à J.V. Pastor qui se distingue en deux branches : Suisscortage et Maya Collection. Souhaitant être en relation directe avec les clients, Jean-Victor Pastor crée Maya Collection il y a 15 ans avec le restaurant MayaBay, au pied de l'immeuble le Rocabella, propriété familiale. Il s'agissait alors de répondre à la demande des locataires de l'avenue Princesse-Grace. Aujourd'hui, Maya Collection salarie 150 personnes à Monaco. L'idée est de chercher à toucher tous les sens des clients pour créer une émotion. En fin gourmet, Jean-Victor Pastor teste et valide tous les plats.

En 2018, toujours en Principauté. En 2019, Maya Collection écrit un nouveau chapitre de son histoire et s'implante en France. Passionné de montagne, Jean-Victor Pastor ouvre le Refuge de la Traye, un luxueux chalet à Méribel. Deux ans plus tard est lancé Maya Altitude, de style brasserie haut de gamme, sur les pistes des 3 Vallées. Puis les frontières disparaissent une à une. Le concept du restaurant MayaBay s'exporte avec l'inauguration du MayaBay Dubai en 2022. En avril 2023, ce sera le MayaBay Riyad et en mai 2023 MayaBay Porto Monténégro dans la luxueuse marina de la baie de Kotar. Et en 2024, le premier boutique-hôtel Maya Collection sera dévoilé dans la plus exclusive des stations des Alpes françaises avec le Maya Hotel Courchevel, dont le rez-de-chaussée sera occupé par le restaurant MayaBay Courchevel. Mais qu'est-ce qui fait la recette gagnante de Maya ? Il s'agit d'une entreprise familiale et locale qui suit ses clients à l'étranger en voulant conserver un esprit familial.

JOËLLE DEVIRAS



Jean-Victor Pastor a reçu son Prix des mains du conseiller de gouvernement-ministre de l'Économie et des Finances, Jean Castellini, et Loïc Chollet, directeur de la succursale de Monaco de la Caisse d'Épargne.

Le chiffre

73

Devant une salle Camille-Blanc comble, le président du Monaco Economic Board, Michel Dotta, a rappelé que, depuis sa création, le Club de l'Éco a décerné 73 trophées « qui ont récompensé des entreprises, des hommes, des femmes, des talents, qui contribuent à la prospérité de la Principauté et donc, d'une certaine manière à la nôtre. À nous tous. »

La phrase

« Monaco est par définition un pays qui vit et qui réussit grâce au reste du monde. »
Frédéric Genta, Délégué interministériel à l'Attractivité et à la Transition Numérique.

Innovation Carlo App : « Répliquer le modèle dans d'autres villes européennes »

En trois années à peine, l'application Carlo s'est imposée dans le paysage commercial monégasque, celui de proximité spécifiquement. Ses milliers d'utilisateurs sont facilement repérables : au moment de s'acquiescer d'un repas dans un restaurant ou d'un achat dans une boutique, ils dégainent leur smartphone, flashent le QR Code du commerçant partenaire puis reçoivent 5 % de l'addition en cashback. Une somme à redépenser obligatoirement en Principauté. Le concept, né en 2019 donc, est signé Antoine Bahri, un enfant du pays de 37 ans qui a mis à profit deux expériences passées pour échauffer ce projet digital : l'une dans le paiement mobile, en 2016 à Barcelone, l'autre dans une échoppe familiale de la Principauté. « Ma mission consistait à redynamiser le commerce de proximité. Je connaissais les obstacles et les nouvelles habitudes de consommation », résume-t-il. Pari réussi à en croire les chiffres : 37 000 utilisateurs en Principauté, « et un potentiel de 100 000 personnes », 500 commerces partenaires, plus de 46 millions d'euros dépensés avec Carlo et plus de 3 millions d'euros de cashback générés depuis sa création. La mise en place de bons cadeaux pendant le confinement, pérennisée par le gouvernement princier qui en offre aux fonctionnaires et agents de l'État avant Noël, n'a fait qu'accélérer le succès de Carlo.

coTech, Antoine Bahri peut désormais compter sur sept autres personnes, dont son frère Armand et son épouse Marta. « Monaco est une très bonne ville pilote avec des retours rapides permettant d'améliorer le produit. On ne cherche pas l'hypercroissance mais on veut répliquer dans d'autres villes européennes, de taille moyenne, le modèle et l'impact qu'on a eus à Monaco », confie Antoine Bahri. C'est chose faite, depuis peu, à Aix-en-Provence et à Valladolid en Espagne. « On va se focaliser davantage sur la France », précise-t-il néanmoins, citant Strasbourg et Bordeaux comme ville où potentiellement s'implanter. Enfin, Carlo pourrait à terme offrir d'autres fonctionnalités à ses utilisateurs : le paiement entre amis et le paiement en plusieurs fois.

Seul aux balbutiements de la société, par ailleurs toujours incubée à Mena-



Antoine et Armand Bahri, et Marta Mas Porta, cofondateurs de l'application Carlo, récompensés par le Ministre d'État, Pierre Dartout.

THIBAUT PARAT

Made in Monaco Les Perles de Monaco « Une entreprise familiale et amicale »

Les Perles de Monaco, qui ne connaît pas ? Au bout de la digue de Fontvieille, Brice Cachia fournit le Tout-Monaco en huîtres, homards, praires, palourdes, langoustines. Biologiste marin, Brice Cachia est un spécialiste de l'aquaculture marine.

Après avoir réalisé les premières écloseries de poissons marins en Europe au tout début de l'aquaculture, il a coordonné le premier projet mondial d'écloserie flottante au large de Monaco. Depuis 2011, il a transformé cette écloserie en première nurserie d'huîtres sur la Méditerranée. Des huîtres qu'il vend sous la marque « Les Perles de Monte-Carlo ». Avec son associé Frédéric Rouzeville, et une équipe d'une quinzaine de personnes, Brice Cachia, directeur

général, veille sur la production et commercialise les produits sur place.

« Beaucoup de demandes à l'international »

« En 1994, j'exploitais le bâtiment et nous faisions des œufs de poissons marins. Puis en 2011, j'ai redistribué les parts de la société entre plusieurs associés pour financer le projet. Et après un an de travaux et deux ans de recherches, nous avons ouvert la dégustation sur place. Au fur et à mesure, nous nous sommes agrandis. Nous ne vendons qu'à Monaco même si nous avons beaucoup de demandes à l'international. Cette renommée qui dépasse les frontières, Brice Cachia la doit certainement à la qualité de ses produits, à la clientèle ici très in-

ternationale et à la fenêtre médiatique qu'il a eue, son projet ayant éveillé la curiosité des journalistes jusqu'au Canada ! Mais le succès n'a jamais fait tourner la tête du Breton. « Je n'ai jamais voulu aller vite et ne cours pas après le chiffre d'affaires même s'il augmente chaque année. Les Perles de Monaco sont une entreprise amicale et familiale. Ce qui m'intéresse, c'est la qualité. Ça passe d'abord par le respect des animaux – un homard stressé n'a pas la même chair – et donc des mises en bassin dans les conditions optimales. Et quand on a le meilleur produit, il faut qu'il soit le moins transformé possible. » Et la qualité, ça paie ! Brice Cachia a doublé le nombre de couverts ces quatre dernières années.

JOËLLE DEVIRAS



Les lauréats Brice Cachia et Frédéric Rouzeville aux côtés de Stéphane Valéri, administrateur de la SBM.

Photos : Jean-François OTTONELLO

International Forté Pharma « Nous venons d'ouvrir le marché chinois »



Cédric Rinaudo, directeur Export et International de Forté Pharma, récompensé par Sylvie Biancheri, directrice générale du Grimaldi Forum, et Frédéric Genta, Délégué interministériel à l'Attractivité et à la Transition Numérique.

Dans le domaine du complément alimentaire Forté Pharma, déjà présent dans plus de trente pays, vient de conquérir le Graal du marché chinois.

L'histoire de ce laboratoire monégasque, qui pèse aujourd'hui plus de 55 millions d'euros, débute en 1999 quand le docteur Yann Rougier, jeune interne passionné de nutrition et de neurosciences, découvre des études cliniques sur l'influence des nutriments essentiels sur les équilibres fondamentaux du corps et du cerveau. Partant du constat que notre alimentation a plus changé en 50 ans qu'en 50 siècles et convaincu scientifiquement des bienfaits de ces nutriments essentiels pour pallier le changement de notre alimentation, il décide de donner accès au

grand public à des compléments alimentaires naturels et efficaces fabriqués par un laboratoire respectant tous les standards pharmaceutiques : Forté Pharma est né.

Un savoir-faire adapté à l'export

L'international a vite été considéré comme un axe de développement. Le chiffre d'affaires à l'export de Forté Pharma a d'ailleurs doublé ces 5 dernières années. Et pour le directeur Export et International, Cédric Rinaudo, le « made in Monaco » n'y est pas pour rien. « C'est un véritable atout, un gage de qualité, de prestige à l'international ». « L'international est pour nous un levier de croissance essentiel, tout en pérennisant notre activité là où nous sommes présents. Cette croissance

va se poursuivre puisque nous venons d'ouvrir le marché chinois : nous avons une boutique en ligne sur le site Tmall qui est la plateforme majeure du e-commerce en Chine. La Chine c'est aujourd'hui le plus gros marché du complément alimentaire, par la dimension du pays, mais aussi parce que les Chinois en sont de très grands consommateurs. Aujourd'hui les priorités c'est de conforter notre position en Europe, c'est continuer à se développer en Asie et Asie du Sud-Est, et c'est commencer à gagner des parts de marché en Amérique latine. Avec une ligne directrice forte : s'appuyer sur son savoir-faire tout en s'adaptant aux spécificités du pays. Le « Think global, act local » qui guide toute la stratégie à l'international.

JULIE BAUDIN

Rayonnement international Patrick Rampal (CSM) « Une expertise mondiale sur les coraux »

C'est sous l'impulsion du prince Rainier III que la Principauté s'est dotée en 1960 du Centre Scientifique de Monaco. En 2005, le prince Albert II confie au Professeur Patrick Rampal, ancien doyen de la faculté de médecine de Nice, le soin de donner un nouvel élan au CSM. Sous son expertise, le centre monégasque devient alors un centre de recherche multidisciplinaire, avec trois départements, tous avec une préoccupation environnementale forte. « La biologie marine qui est le département historique et qui a acquis une renommée internationale dans le domaine de la biologie des coraux, explique le Professeur Rampal, le département de biologie polaire qui s'intéresse au comportement de certaines espèces animales

soumis à la raréfaction de la banquise polaire et le département de biologie médicale qui s'est considérablement développé ces dernières années, surtout depuis l'épidémie Covid puisque nous avons mis en place au sein du CSM une plateforme de dépistage et de suivi des maladies transmissibles. »

« Nous allons créer une Arche de Noé des coraux »

Sur ces trois composantes, le CSM a développé de nombreux partenariats en France et dans le monde. À l'image de ce projet de Conservatoire mondial des coraux que le Centre Scientifique de Monaco, pionnier dans la conservation et la préservation des coraux depuis plus de 30 ans, mène en partenariat

avec la Fondation Prince Albert II et le Musée océanographique. « L'idée c'est de récolter tous les différents clones de coraux dans le monde, de les identifier d'un point de vue génétique, de les garder en vie, de les multiplier pour constituer une banque de coraux qui nous aidera à reconstituer les récifs coralliens dans le monde. Nous allons créer une Arche de Noé pour les récifs coralliens. » Le Professeur Rampal poursuit : « Si le CSM reste un petit centre de recherche, il a la particularité de rassembler sur un même site des chercheurs d'origine et de formations différentes. Nous avons ici une approche pluridisciplinaire qui nous conduit à des avancées scientifiques significatives. »

JULIE BAUDIN



Le Pr Patrick Rampal, président du Centre Scientifique de Monaco, récompensé par le président du Monaco Economic Board, Michel Dotta, et le directeur général du groupe Nice Matin, Jean-Louis Pelé.

Prix Spécial Jean-Philippe Muller - International University of Monaco « La petite échelle force à l'agilité »

Avec 750 étudiants inscrits pour cette année scolaire, l'International University of Monaco (IUM) vit une année record depuis sa création en 1986. Grâce à une formule, que le directeur général de l'établissement depuis une décennie, Jean-Philippe Muller, a lancée et exploitée : celle de faire de la Principauté un campus. Proposant des formations en Bachelor, Masters et MBA dans les domaines du luxe, de la finance, du sport business, l'IUM s'attache à développer un réseau avec les professionnels monégasques pour offrir à ses étudiants, un apprentissage expérimental sur le terrain, en prenant part aux grands rendez-vous de la Principauté.

« Croître en volume mais aussi en qualité »

« À Monaco on est forts quand on est tous concentrés sur les thèmes porteurs de la Principauté. C'est ce que l'on fait avec l'université » souligne Jean-Philippe Muller. « Quand je suis arrivé, l'école comptait 250 étudiants. Nous en avons aujourd'hui 750 ; 311 viennent d'être diplômés. C'est une satisfaction d'avoir fait croître cette université en volume mais aussi en

qualité. On aurait pu faire l'un sans l'autre. Je ne le souhaitais pas. Aujourd'hui, notre université se développe, monte en qualité, est attestée par des reconnaissances, des accréditations. Elle est considérée comme un élément important de l'écosystème monégasque, qui apporte quelque chose au territoire ». L'IUM, qui affiche un chiffre d'affaires de presque 10 millions d'euros, compte 52 salariés. Et attire des étudiants de 70 nationalités différentes, intéressés par l'établissement qui apparaît dans les classements internationaux des meilleurs business school.

« Quand je suis arrivé j'ai listé trois caractéristiques de l'école : une petite échelle, pas de marché domestique étudiant, un environnement étroit. Ces trois points sont devenus des forces : la petite échelle force à l'agilité. Ne pas avoir de marché domestique implique de faire venir des étudiants du monde entier. Et la force d'un petit État offre un contexte privilégié pour développer une pédagogie très particulière via des connexions très fortes avec l'environnement qui nous entoure ».

CÉDRIC VÉRANY



Jean-Philippe Muller, directeur général de l'IUM, chaudement remercié par la présidente du Conseil national (et ancienne enseignante), Brigitte Boccone-Pagès.

(Photo Jean-François Ottonello)

Ils ont dit

■ Jean Castellini, conseiller de gouvernement-ministre de l'Économie et des Finances :

« Le gouvernement, aux côtés du Conseil national et des acteurs économiques, a su dompter et triompher de cette crise. Nul doute que le PIB de 2022 sera également de haut niveau. »

■ Brigitte Boccone-Pagès, présidente du Conseil national :

« On parle beaucoup d'attractivité à Monaco, et grâce à votre travail acharné M. Muller vous avez fait de l'IUM un véritable aimant qui attire les meilleurs jeunes candidats venus du monde entier. En repartant sur leur continent respectif, ils deviennent les meilleurs ambassadeurs de cette attractivité. »

■ Sylvia Ratkowski, présidente de FGWRS :

« Il faudrait arrêter de mettre de l'eau potable dans les chasses d'eau. »

■ Professeur Patrick Rampal (CSM) :

« Si la température de la mer augmente de 2 degrés, on peut redouter de perdre 90 % de la barrière de corail. Et 30 % de la population marine réside dans cette barrière de corail. »

MONAPASS

Bénéficiez de
3 nouveaux services !

- Achetez vos tickets depuis l'application et profitez-en instantanément !
- Nouveauté ! Grâce au portefeuille digital, stockez tous vos autres tickets (culture, sport...) et utilisez-les n'importe où, n'importe quand !

Gouvernement Princier
PRINCIPAUTÉ DE MONACO

Monaco

Download on the App Store

Get it on Google Play