

En bref

Go to upcycling

En surconsommant des matières premières chaque année, nous augmentons l'accumulation de CO₂ dans l'atmosphère. La Jeune Chambre économique de Grasse et Pays de Grasse organise, du 1^{er} mars au 31 mai, Go to upcycling, une action consistant à récupérer des matériaux, le plus souvent destinés aux encombrants, pour réaliser de nouveaux objets. Pour y prendre part, il suffit de s'inscrire par mail (go.to.upcycling@gmail.com) puis de créer en utilisant les matières premières issues du recyclage mises à la disposition des participants chez Autoban et à la SCIC Tétris. Les œuvres seront exposées le 5 juin, journée mondiale de l'environnement.

Inscriptions également sur place le samedi 27 février à 14 h à la SCIC Tétris (23, route de la Marigarde à Grasse).

Trophée Finance et Gestion de la Côte d'Azur : appel à candidatures

L'Association des Directeurs financiers et de contrôle de gestion de la Côte d'Azur (DFCG) organise la 6^e édition de son Trophée Finance et Gestion qui récompense une entreprise pour la pertinence de ses méthodes de gestion, ses initiatives et performances. Le concours est ouvert aux directeurs financiers et/ou contrôleurs de gestion ayant plus de 3 ans d'expérience professionnelle dans leur entreprise. La date limite du dépôt de candidature sur cotedazur@dfcg.com est fixée au 31 mars. **K.W.**

Nice : bienvenue dans la communauté de la Verrière

Nouveau Un espace de coworking de 600 m² vient d'ouvrir à Nice. Mais plus qu'un espace, c'est une communauté que veut mettre en place sa créatrice

Une immense verrière Art déco laisse entrer la lumière ; un piano à queue trône, bien en évidence, dans l'open space ; partout, des chaises ergonomiques aux couleurs toniques. L'endroit est atypique. Même pour un espace de coworking. L'espace de travail collaboratif La Verrière boulevard de Cimiez à Nice est à l'image de Valérie Ammirati, celle qui l'a rêvé et imaginé. Chaleureux, collaboratif, convivial, artsy... et décalé.

600 m² ouverts aux entrepreneurs et indépendants « qui cherchent le lieu idéal pour réussir leur projet et construire leur réseau », explique cette expert-comptable qui, en 2000, a acheté avec son époux cet ancien atelier de fabrication de maillots de bain. « Tout en y réalisant des travaux, j'y avais installé mon cabinet et mon domicile sur 200 m². Au fil du temps, j'ai décidé d'agrandir mes bureaux car j'y tenais de nombreuses réunions avec mes clients et nous y étions à l'étroit. » Ajoutez à cela son envie de rencontrer et de travailler avec d'autres professions et l'idée de créer un espace de coworking naît tout naturellement dans son esprit. « Du coup, je suis allée à New York voir ce qui se faisait en ce domaine et à mon retour, j'ai cherché des fonds pour financer mon projet. »



Parce qu'elle a souffert la solitude du chef d'entreprise, Valérie Ammirati veut, avec la Verrière, créer un espace propice aux échanges et aux idées. (Photo Frantz Bouton)

Diverses ambiances

Plus de six mois de travaux, des objets chinés ici et là, des idées astucieuses soufflées par sa décoratrice de fille, de la récup', beaucoup de débrouille - « J'ai fait faire des tables par un des mes clients qui est menuisier », Valérie Ammirati qui y a conservé son cabinet d'expertise de 12 personnes, a ouvert son espace de coworking en décembre. Un open space de 24 places dont certaines debout afin de favoriser l'échange. « J'ai voulu créer un espace vivant, avec de la

musique en fond sonore. Mais j'y ai installé deux cabines téléphoniques pour que l'on puisse passer des coups de fil sans déranger les autres. » Pour ceux qui souhaitent plus de tranquillité, l'expert-comptable a prévu 5 salles de réunion, toutes avec des ambiances et styles très différents. « Il y a une grande salle que j'ai appelée L'Extravertie avec des canapés, des poufs confortables pour discuter et ne pas avoir envie de repartir. Une autre, La Bavarde, est également informelle avec une table basse et des fau-

teuils. La Studieuse, elle, est plus formelle avec un bureau et des fauteuils... »

Casser la solitude

Elle a également pensé à une cuisine hypermoderne de 70 m², à deux espaces détente pour faire la sieste ou lire un des ouvrages mis à la disposition de tous. Tout cela concourt à créer une ambiance agréable, propice à aux idées et aux échanges. « Avec La Verrière, j'ai l'ambition de casser la solitude du chef d'entreprise. Je le sais pour l'avoir vécu, insiste-t-elle.

Plus que de la location d'un espace, je veux créer une communauté de travail » qui passera également par l'animation d'événements tous les mois. « Cela peut être un workshop le matin avant d'aller travailler ou bien sur un apéro le soir, avec des miniconférences d'une 1 heure ou plus sur des sujets d'actualité. »

KARINE WENGER
kwenger@nicematin.fr

L'abonnement se fait au mois avec la formule Expresso (4 jours/mois 120 €) ; Macchiato (10 j/mois pour 225 €) ; Cappuccino (10 j/3 mois pour 360 €) ; Lungo (1 mois 375 €). www.laverriere-coworking.com

Mon Petit Bikini voit du pays



Audrey Lieutaud a créé Mon Petit Bikini en 2010 car elle ne parvenait pas à trouver des maillots de bain mode en hiver. En cinq ans, elle a hissé son entreprise à la plus haute marche de la vente en ligne de maillots de bain et d'accessoires de plage. Sa cible ? Les femmes de 7 à 77 ans, de la taille 6 ans à la taille 52.

Depuis ses débuts en 2010, Mon Petit Bikini, l'entreprise de vente de maillots de bain en ligne d'Audrey Lieutaud, a fait bien du chemin. Plus de 30 marques, « parmi les plus belles et les plus tendances du monde », souligne la jolie et souriante pdg, 3000 références allant de 9,99 € à 150 €, 68000 pièces vendues en 2015, 50000 clients l'an dernier pour un panier moyen de 50 € et un chiffre d'affaires 2015 supérieur à 2 M€. Audrey Lieutaud aurait pu être pleinement satisfaite si elle n'avait pas eu ce besoin impérieux d'innover. La jeune femme d'origine réunionnaise a ainsi lancé l'an dernier sa marque en propre Mon Petit Bikini dont elle effectue le stylisme : « J'en rêvais depuis longtemps mais j'ai préféré attendre de mieux connaître mes clientes. Nous proposons des modèles d'entrée de gamme : dès 9,99 € le bas et entre 13 et 15 € le haut. Pour moins de 30 €, la cliente a un modèle exclusif qu'elle ne trouve que chez nous. Nous avons été agréablement surpris

par l'énorme succès rencontré et Mon Petit Bikini est devenue, en termes de ventes, la marque n°1 du site. »

Orientation à l'international

2015 a été une année très occupée pour Audrey Lieutaud puisque, outre le stylisme, elle a lancé en été Mon Petit Bikini en Espagne et en Italie, « deux pays dont l'offre de maillots de bain en ligne était pauvre. Nous ne nous sommes pas contentés de traduire notre site Internet. Nous avons tenu compte des particularités de chaque pays et adapté notre stratégie marketing. Les Italiens, par exemple, n'aiment pas payer en carte bleue sur Internet ; ils préfèrent régler en cash. On a dû trouver la solution des points relais. Chaque site est géré depuis Mougins par un natif du pays. » Après six mois d'exploitation, les résultats très encourageants : « Les signes sont aussi bons que lorsque nous avions ouvert en France. »

2016 s'annonce tout aussi trépidante puisqu'elle a débuté avec le lancement du site Mon Petit Bikini en Allemagne, un marché exigeant. « Les Allemands retournent souvent les vêtements. Il a fallu trouver un point de retour dans le pays. »

Après le Rhin, Audrey traversera la Manche en mars. Et peu importe si « L'Angleterre est un marché mature et très concurrentiel, nous devons être présents. » Elle a aussi un projet qui lui tient à cœur même si elle rechigne à en parler : « Un concept de distribution physique, à mi-chemin entre le digital et le physique, qu'on devrait tester cet été. » Enfin, elle étoffera sa gamme de maillots de bain Mon Petit Bikini « à 100 modèles pour la saison 2017 » et se diversifiera dans le sport dès cet hiver : « Des maillots de bain mais aussi des vêtements de fitness, mode et colorés. A notre image. » **K.W.**

www.monpetitbikini.com