



## Les 25 entrepreneurs qui réveillent la Côte d'Azur



### Pixabay

Toutes générations confondues, ces patrons méditerranéens innovent pour développer leurs marchés, séduire de nouveaux clients et attirer des talents.

#### Audrey Lieutaud, 32 ans, fondatrice de Mon Petit Bikini

Après une petite baisse de régime à la suite de la chute du tourisme post-attentats, le spécialiste de la vente en ligne de maillots de bain (2 millions d'euros de chiffre d'affaires) a retrouvé sa vitesse de croisière. Et même plus. "Nous enregistrons une croissance de 50% par mois depuis le début de l'année, c'est de la folie, certains de nos modèles sont en rupture de stock", s'enthousiasme cette diplômée de Skema Business School. Sa collection Capsule, lancée il y a quelques mois en collaboration avec la blogueuse Noholita, une première pour la marque, a cartonné : les modèles se sont écoulés en quelques heures. A l'étroit dans ses locaux de 80 mètres carrés à Mougins, la société vient de déménager à quelques kilomètres, à Mouans-Sartoux, et en a profité pour ouvrir sa première boutique.

#### Albert Dufrêne, 68 ans, président de La Tarte tropézienne

Brigitte Bardot raffolait de cette pâtisserie et lui a donné ses lettres de noblesse en 1955. Depuis, le succès de cette brioche garnie d'une crème onctueuse ne se dément pas. Ami d'Alexandre Micka, l'inventeur de La Tarte tropézienne, Albert Dufrêne est arrivé en 1985 dans l'entreprise basée à Cogolin, pour développer la marque. "A l'époque, nous allions au marché pour vendre nos pâtisseries", se rappelle ce Troupézien d'adoption. Aujourd'hui, la PME compte une vingtaine de boutiques pour un chiffre d'affaires de 15 millions

[Visualiser l'article](#)

d'euros en 2016. Elle vient de créer une e-boutique et de lancer le Baby Trop', une version mini de sa tarte fétiche déclinée dans différents parfums.

Jean-Pierre Blanc, 69 ans, directeur général de Malongo

Moulu, en grains ou en dosettes... Le café de ce torréfacteur niçois se décline à toutes les sauces. De quoi faire craquer les accros au petit noir. L'Azuréen, qui torréfie tous ses cafés (plus de 7.000 tonnes par an) selon la méthode artisanale traditionnelle, mise sur le haut de gamme pour se distinguer de ses concurrents. Une stratégie efficace : ses ventes dépassent aujourd'hui les 100 millions d'euros. Mais ce qui fait surtout la réputation de la société, c'est son engagement pionnier dans la vente de cafés issus du commerce équitable et de l'agriculture biologique, où elle est leader. Près de la moitié du café qu'elle importe est ainsi labellisé Max Havelaar.

**>> En vidéo - Les cafés Malongo, un succès fort en goût :**

Video:<http://www.capital.fr/entreprises-marches/les-25-entrepreneurs-qui-reveillent-la-cote-d-azur-1239083>

Ludovic Broyer, 44 ans, fondateur d'iProtego

Une photo embarrassante, un article négatif ou des données personnelles divulguées sur le Net peuvent vite devenir un enfer. Ludovic Broyer est bien placé pour le savoir : autrefois, il était chasseur de têtes et une simple recherche révélait parfois des "horreurs" sur des candidats trop peu discrets. Pour permettre aux internautes de garder un œil sur leur e-réputation, il a créé un logiciel de veille, Osculteo, qui passe en revue les résultats de Google. "L'outil surveille votre image numérique et vous alerte", précise le Marseillais, qui compte parmi ses clients des entreprises et des particuliers (élus, sportifs de haut niveau, top-modèles...). La start-up se charge de nettoyer les liens ou contenus indésirables, soit en obtenant leur retrait auprès des éditeurs, soit en faisant remonter les contenus positifs dans les résultats.

Grégory Ducongé, 40 ans, directeur général de Vulog

Le but de cette start-up spécialisée dans l'autopartage en libre-service est clair : faire en sorte que demain, il y ait moins de voitures individuelles dans les villes. "Cela coûtera moins cher, décongestionnera le trafic et créera moins de pollution", souligne Grégory Ducongé, son directeur général. Pour cela, le Niçois a mis au point une solution efficace : un petit boîtier, qui, une fois installé dans les voitures, permet aux utilisateurs de localiser un véhicule libre et de le déverrouiller grâce à une application smartphone. Le coût dépend de l'usage et le conducteur peut garer le véhicule n'importe où dans la ville, celui-ci étant géolocalisé. A Madrid, où Grégory Ducongé a récemment déployé son système, le concept cartonne. La start-up (3,5 millions d'euros de CA en 2016) va recruter une vingtaine de personnes à Nice cette année.

www.capital.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0

[Visualiser l'article](#)

Pixabay

Toutes générations confondues, ces patrons méditerranéens innovent pour développer leurs marchés, séduire de nouveaux clients et attirer des talents.

Audrey Lieutaud, 32 ans, fondatrice de Mon Petit Bikini

Après une petite baisse de régime à la suite de la chute du tourisme post-attentats, le spécialiste de la vente en ligne de maillots de bain (2 millions d'euros de chiffre d'affaires) a retrouvé sa vitesse de croisière. Et même plus. "Nous enregistrons une croissance de 50% par mois depuis le début de l'année, c'est de la folie, certains de nos modèles sont en rupture de stock", s'enthousiasme cette diplômée de Skema Business School. Sa collection Capsule, lancée il y a quelques mois en collaboration avec la blogueuse Noholita, une première pour la marque, a cartonné : les modèles se sont écoulés en quelques heures. A l'étroit dans ses locaux de 80 mètres carrés à Mougins, la société vient de déménager à quelques kilomètres, à Mouans-Sartoux, et en a profité pour ouvrir sa première boutique.

**>> À lire aussi - Ma P'tite Culotte, la marque de lingerie qui emballe les hommes**

Albert Dufrêne, 68 ans, président de La Tarte tropézienne

Brigitte Bardot raffolait de cette pâtisserie et lui a donné ses lettres de noblesse en 1955. Depuis, le succès de cette brioche garnie d'une crème onctueuse ne se dément pas. Ami d'Alexandre Micka, l'inventeur de La Tarte tropézienne, Albert Dufrêne est arrivé en 1985 dans l'entreprise basée à Cogolin, pour développer la marque. "A l'époque, nous allions au marché pour vendre nos pâtisseries", se rappelle ce Tropicain d'adoption. Aujourd'hui, la PME compte une vingtaine de boutiques pour un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros en 2016. Elle vient de créer une e-boutique et de lancer le Baby Trop', une version mini de sa tarte fétiche déclinée dans différents parfums.

[Visualiser l'article](#)

**>> Notre service : Envie de vous lancer ? Trouvez la franchise qui vous convient grâce à notre moteur de recherche.**

Jean-Pierre Blanc, 69 ans, directeur général de Malongo

Moulu, en grains ou en dosettes... Le café de ce torréfacteur niçois se décline à toutes les sauces. De quoi faire craquer les accros au petit noir. L'Azuréen, qui torréfie tous ses cafés (plus de 7.000 tonnes par an) selon la méthode artisanale traditionnelle, mise sur le haut de gamme pour se distinguer de ses concurrents. Une stratégie efficace : ses ventes dépassent aujourd'hui les 100 millions d'euros. Mais ce qui fait surtout la réputation de la société, c'est son engagement pionnier dans la vente de cafés issus du commerce équitable et de l'agriculture biologique, où elle est leader. Près de la moitié du café qu'elle importe est ainsi labellisé Max Havelaar.

**>> En vidéo - Les cafés Malongo, un succès fort en goût :**

Michel Fallah, 55 ans, fondateur de Traxens

Après une carrière chez Gemalto et Bull, cet ingénieur spécialisé dans le traitement numérique de signal s'est lancé à l'assaut du transport maritime en développant un système de suivi en temps réel des conteneurs. "Notre solution permet de récupérer des informations concernant la localisation de la marchandise mais également son état (température, humidité, etc.) tout le long de son trajet. Cela va permettre au client de mieux contrôler la qualité de service de ses transporteurs", explique Michel Fallah, le fondateur. Le Marseillais ambitionne de faire de ses conteneurs connectés un standard mondial. Il bénéficie déjà du soutien d'armateurs de poids, comme CMA CGM et MSC. D'ici mi-2018, plusieurs centaines de milliers de conteneurs devraient être équipés de sa solution.

Charlotte Gaillard, 40 ans, fondatrice de Berceau magique



©SP. Charlotte Gaillard, 40 ans, fondatrice de Berceau magique.

C'est au cours de sa première grossesse, alors qu'elle cherchait sur Internet des articles de puériculture, que cette diplômée de Skema Business School à Sophia Antipolis a eu l'idée de créer un site spécialisé dans la vente d'articles pour bébés. Pour se différencier de ses concurrents, la société toulonnaise (5,2 millions d'euros de chiffre d'affaires) mise sur la taille et l'originalité de son catalogue et son service d'emballage cadeau. La moitié des commandes sont en effet des cadeaux. "Nous référençons 35.000 produits dont beaucoup sont introuvables en boutique", observe Charlotte Gaillard, qui vient de passer le cap du million de ventes.

**>> En vidéo - Découvrez la poussette connectée qui avance sans effort :**

Video:<http://www.capital.fr/entreprises-marches/les-25-entrepreneurs-qui-reveillent-la-cote-d-azur-1239083>

Christian Carme, 58 ans, fondateur de TechnoFirst

Discrète, cette PME aubagnaise est pourtant l'un des leaders mondiaux dans son domaine. Fondée en 1990 par Christian Carme, ancien chercheur au CNRS, elle développe et conçoit des solutions contre les nuisances sonores et vibratoires (26 brevets à son actif) que l'on retrouve notamment dans les pots d'échappement ou dans les circuits de ventilation. Une technologie de pointe qui lui a ouvert les portes de grands noms de l'industrie comme Saint-Gobain, Bombardier, ou Airbus. La société (7,5 millions d'euros de chiffre d'affaires,

[Visualiser l'article](#)

15 salariés) a commencé il y a plus de vingt ans à équiper de casques antibruit actifs les conducteurs de chars. Elle commercialisera prochainement une fenêtre intelligente, capable de réduire les bruits extérieurs même lorsqu'elle est entrouverte ou encore un siège qui atténuera les bruits environnants dans les avions sans avoir besoin de mettre un casque.

Michel Féraud, 49 ans, fondateur de ProVepharm

Remettre au goût du jour une vieille molécule mise au placard. C'est le pari que s'est lancé, avec succès, cette start-up marseillaise. "Nous avons travaillé sur le bleu de méthylène, produit aux nombreuses vertus thérapeutiques qui existait depuis des décennies, mais avait été laissé de côté car personne n'arrivait à le produire pur", explique ce docteur en chimie. Son principe actif, qui a notamment obtenu le précieux sésame des autorisations de mise sur le marché en Europe et aux Etats-Unis, est aujourd'hui commercialisé dans le monde entier. Le laboratoire pharmaceutique (12 millions d'euros de chiffre d'affaires, 45 salariés), qui produit ses médicaments en France, espère reproduire cette réussite avec un nouveau principe actif.

Pierre-Jérémy Gardiner et Pascale Fildier, 39 et 62 ans, fondateurs de RendezvousCheznous

"80% des Français achètent leurs billets de train ou d'avion par Internet mais seulement 20% réservent des activités de loisir en ligne", note Pierre-Jérémy Gardiner. Ce Franco-Britannique a eu l'idée, avec Pascale Fildier, de créer une plateforme regroupant des offres d'activités touristiques originales. Balade en kayak dans les calanques, visite d'une manade de taureaux en Camargue ou initiation à la danse traditionnelle bretonne au Croisic... Au total, 1.300 activités sont proposées sur le site. La start-up se rémunère par le biais d'une commission. En avril, le Marseillais a cédé une petite partie de son capital à Voyages-sncf.com en échange de publicité sur leur site. Elle espère ainsi accroître sa notoriété auprès des 13 millions d'internautes qui se rendent chaque mois sur le site du voyageur.

Roland Gomez, 44 ans, directeur général de Proman

C'est une victoire dont il est fier : il y a deux ans, le groupe d'intérim de Manosque, fondé par ses parents, a été sélectionné pour être le recruteur officiel de l'Euro 2016, au nez des géants du secteur. Une reconnaissance pour ce groupe familial, devenu le numéro cinq français de l'intérim avec 1,4 milliard d'euros de chiffre d'affaires. "Nous ne sommes pas tributaires de la Bourse, ce qui nous a permis d'affronter la crise de 2009 sans rien perdre de notre rythme de croissance", souligne Roland Gomez. Présente en Belgique, en Suisse et en Grande-Bretagne, l'ETI compte aujourd'hui 310 agences, dont 280 dans l'Hexagone et emploie près de 1.000 personnes. Elle ambitionne d'atteindre les 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires d'ici 2019.

**>> Notre service : Vous cherchez un emploi ou voulez en changer ? Retrouvez des milliers d'offres sur notre site.**

Jean-Pierre Pettavino et Jean-Marc Gialis, 62 et 52 ans, DG et directeur R&D de Pellenc





©SP. Jean-Pierre Pettavino et Jean-Marc Gialis, 62 et 52 ans, DG et directeur R&D de Pellenc.

C'est au cœur de la Provence, aux portes du Luberon à Pertuis, que ce champion mondial conçoit et fabrique depuis quarante ans des machines et des outils électroportatifs pour la viticulture, la viniculture et l'oléiculture. L'entreprise, dont les ventes ont atteint près de 240 millions d'euros en 2016, a doublé de taille en cinq ans. "C'est lié au caractère innovant de nos produits. Près de 140 personnes sur les 470 qui sont basées à Pertuis travaillent en R & D. Notre société dispose d'un portefeuille de 900 brevets", explique Jean-Pierre Pettavino, son patron. L'entreprise a profité de son savoir-faire pour attaquer en 2008 le marché des espaces verts et urbains qui représente 20% de son chiffre d'affaires.

Tony Jalinier, Guillaume Debelmas et Joseph Viéville, codirecteurs de Soccer Park Le Five

Les mordus du ballon rond connaissent bien cette enseigne de foot à cinq en salle. Née de la fusion en 2016 de deux réseaux, l'azuréen Soccer Park et le parisien Le Five, elle est aujourd'hui à la tête d'une quarantaine de complexes dont vingt-cinq détenus en propre. "Nous proposons des sessions d'une heure sur des gazons synthétiques dernière génération pour un tarif entre 7 et 10 euros par personne. Le ballon et les chasubles sont fournis", explique Tony Jalinier. Pour rendre l'expérience unique, le trio a développé un système vidéo qui permet aux joueurs de revoir sur le site Web leurs meilleurs moments et expérimente l'utilisation d'un bracelet qui enregistre les statistiques du match (possession de balle, nombre de tirs...). Comme les pros.

Ivan Lorne 47 ans, fondateur de Devisubox

Lorsqu'il s'est lancé en 2006 avec son premier boîtier bricolé, Ivan Lorne n'imaginait pas qu'il compterait onze ans plus tard les deux tiers du CAC 40 parmi ses clients. Cet ingénieur a mis au point un boîtier autonome qui permet de prendre des photos en très haute définition pour suivre l'évolution d'un chantier. Une fois ce dernier achevé, la start-up récupère les photos (jusqu'à 500 prises par jour) pour produire un time-lapse, un film retraçant en accéléré la réalisation des travaux. "C'est un produit destiné à la communication mais certains de nos clients s'en servent pour contrôler la bonne marche de leurs chantiers", note le Marseillais. La start-up (3,8 millions d'euros de chiffre d'affaires), connaît un véritable boom et vise désormais l'international.

Grégoire Guignon, 39 ans, fondateur de SailEazy

Envie d'une virée impromptue dans les Calanques ou dans l'archipel des îles du Frioul ? Grégoire Guignon a la solution. Ce Lyonnais d'origine a lancé il y a deux ans, SailEazy, une start-up qui propose de la location de voiliers en libre-service. A l'instar d'Autolib' à Paris, les plaisanciers abonnés au service peuvent réserver à tout moment un voilier pour partir en goguette. "Une première sortie gratuite de deux heures avec un skipper est effectuée pour nous assurer que le client sait manœuvrer", précise le fondateur. L'abonnement à la plateforme débute à 59 euros par mois, auquel s'ajoute le prix de la location du bateau, entre 60 et 90 euros l'heure. Installée dans le Vieux-Port de Marseille, la jeune pousse a récemment ouvert trois bases à La Rochelle, Hyères et Ajaccio.

**>> En vidéo - Découvrez le Yacht de luxe signé Mercedes :**

c

Guénaél Guillerme, 54 ans, directeur général d'ECA Group

Spécialisé dans la robotique, après être né dans l'aéronautique en 1936, le groupe azuréen se distingue notamment par son expertise dans le domaine naval. Dans les années 1970, il est ainsi le premier acteur au



www.capital.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

monde à développer un sous-marin de déminage, le PAP, dont le succès commercial propulsera la société sur la scène internationale. Filiale du groupe Gorgé, ECA, basé à La Garde, équipe désormais les plus importantes flottes militaires du monde et réalise plus de la moitié de son chiffre d'affaires (112 millions d'euros en 2016) à l'international. Forte de ces compétences dans cette technologie de pointe, la société s'est diversifiée : "Nous avons désormais la plus grande diversité de drones au monde et sommes aujourd'hui les seuls présents à la fois dans la robotique terrestre, aérienne, sous-marine et de surface", précise Guénaël Guillerme, son directeur général.

Jacques Delacour, 53 ans, fondateur d'Optis

www.capital.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0



© SP. Jacques Delacour, 53 ans, fondateur d'Optis.

Dans l'industrie automobile, réaliser un prototype physique reste très onéreux. Pour éviter ces coûts, cette société spécialisée dans l'optique crée depuis 1989 des logiciels de conception de prototypes virtuels aux images plus vraies que nature. "Nous simulons la lumière et la façon dont nous la percevons. Concrètement, cela permet par exemple de voir le rendu des reflets d'un phare de voiture et d'identifier s'ils sont gênants



pour la vision du futur conducteur", explique Jacques Delacour. Un savoir-faire précieux qui a séduit tous les grands noms de l'automobile (60% de son chiffre d'affaires) ainsi que de nombreux équipementiers (Faurecia, Valeo, Delphi...). La société enregistre un rythme de croissance annuel de 25 à 30% et recrute.

**Damien Neyret, 47 ans, fondateur de MailinBlack**

Après la cyberattaque qui a frappé le monde en mai dernier, le téléphone de ce Marseillais n'a pas arrêté de sonner. En 2006, Damien Neyret a lancé un logiciel qui trie automatiquement les courriels des salariés pour lutter contre les spams qui envahissent nos boîtes mails. Une solution qui protège plus de 7.000 entreprises dont de grands groupes comme Bolloré, Suez ou Sephora. Depuis 2013, la société (plus de 70% de croissance en 2016, 5,1 millions d'euros de chiffre d'affaires), a diversifié son activité en créant Letsignit, une solution de gestion des signatures mails pour les entreprises. Le Marseillais, qui devrait recruter une vingtaine de personnes cette année, cherche des distributeurs pour déployer ses solutions en Europe.

**Christophe Riedel, 48 ans, directeur général de Claranor**

Pour stériliser les emballages alimentaires en plastique (bouchons de bouteilles, pots de yaourts), processus indispensable pour garantir leur bonne conservation, cette PME avignonnaise (4 millions d'euros de chiffre d'affaires) a mis au point des machines au procédé original : la décontamination par lumière pulsée. "Cette technique permet d'éviter une désinfection chimique, habituellement utilisée dans l'industrie agroalimentaire, et qui a l'inconvénient de laisser de minuscules résidus dans les produits", observe Christophe Riedel, son directeur général. Coca-Cola, Danone, Unilever ou Nestlé Waters en sont notamment équipés. Autres atouts de ces machines : leur compacité et leur faible consommation énergétique.

**Olivier Rigaud, 52 ans, P-DG de Naturex**

Avec l'essor du bio, cette PME avignonnaise, dont les ingrédients 100% naturels sont notamment utilisés comme colorants ou conservateurs dans les boissons et l'alimentaire, cartonne. Elle réalise 60% de ses ventes dans l'agroalimentaire et a doublé ses profits en un an à 61 millions d'euros. "Le naturel, qui a longtemps été une niche, est devenu déterminant aujourd'hui pour les entreprises", analyse Olivier Rigaud. Pour entretenir cette dynamique, la société multiplie les lancements, particulièrement dans le secteur des compléments alimentaires avec la sortie récente des extraits de bleuet et de curcuma bio.

**Cyril Vidal, 38 ans, fondateur et P-DG de Crosscall**

Des smartphones incassables, qui résistent à l'eau, à l'humidité, aux températures extrêmes et dotés d'une grande autonomie. Voilà le secret du succès de cette entreprise aixoise. La marque de smartphones outdoor s'est imposée comme une référence incontournable auprès des aficionados des sports extrêmes et des professionnels de terrain, séduits par la robustesse de ses produits. En 2016, ses ventes ont presque doublé, passant de 17 à 30 millions d'euros. Historiquement vendus chez les distributeurs spécialisés (Decathlon, Au Vieux Campeur...) et les réseaux de BTP (Point P, Loxam...), ses smartphones sont désormais dans les boutiques des opérateurs et à l'étranger, où la société devrait réaliser le tiers de ses ventes.

**>> En vidéo - Nous avons testé le smartphone incassable de Crosscall :**

Video:<http://www.capital.fr/entreprises-marches/les-25-entrepreneurs-qui-reveillent-la-cote-d-azur-1239083>

Nicolas et Mathieu Gourdikian, 32 et 28 ans, fondateurs de Jott

www.capital.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0

[Visualiser l'article](#)

© SP. Nicolas et Mathieu Gourdikian, 32 et 28 ans, fondateurs de Jott.

Des doudounes pour tous les styles et de toutes les couleurs. C'est ce que propose cette griffe marseillaise, devenue, en quelques années, incontournable. Cyril Hanouna, Dany Boon ou encore l'ex-footballeur Eric Di Meco en sont fans. En 2016, les ventes de la marque ont frôlé les 50 millions d'euros. "Nous voulions créer un vêtement stylé et compactable, dans une matière légère et la plus confortable possible", raconte Nicolas Gourdikian, cofondateur de la marque avec son cousin Mathieu. Face à l'engouement suscité par leurs doudounes en Nylon (à partir de 125 euros), ils décident en 2014 d'ouvrir leur première boutique à Marseille. Trois ans plus tard, l'Azuréen compte 45 magasins dont 12 en propre et vise un chiffre d'affaires de 60 millions d'euros en 2017.

Marc Schillaci, 55 ans, fondateur d'Oxatis

C'est un marché qui ne cesse de croître : en 2016, l'e-commerce a dépassé le cap des 70 milliards d'euros en France. Un potentiel que Marc Schillaci a bien compris. Depuis 2001, il accompagne les PME et les TPE dans la création de leurs sites e-commerce. Un marché sur lequel il est leader en Europe. "L'e-commerce est une opportunité pour les petites entreprises de développer leurs ventes. Notre objectif est de leur apporter les mêmes outils que ceux dont disposent des géants du commerce", explique-t-il. La société marseillaise

[Visualiser l'article](#)

intervient sur tous les canaux de vente (Internet, mobile, réseaux sociaux). Elle compte plus de 10.000 clients et enregistre une croissance annuelle de 30% (7,5 millions de chiffre d'affaires en 2016). Elle recrute 80 personnes cette année.

Daniel Vassallucci, 55 ans, fondateur de **Mapping Control**

Au départ, cette société aixoise vendait des solutions de géolocalisation de véhicules. "On s'est vite aperçu que nos boîtiers pouvaient également servir à remonter une multitude d'informations sur l'état du véhicule, son utilisation, etc.", raconte Daniel Vassallucci, son fondateur. L'entreprise a alors élargi son champ d'action en proposant une gamme de services sur mesure permettant aux clients d'optimiser la gestion de leurs flottes. En cinq ans, son chiffre d'affaires est passé de 350.000 à près de 10 millions d'euros. L'Azuréen, qui opère aujourd'hui une flotte de 80.000 véhicules, devrait voir ce chiffre grimper à plus de 250.000 au cours de l'année grâce à des acquisitions en Pologne et en Allemagne.

Éric Paumier, Frédéric Pons et Guillaume Salabert, actionnaires d'Hopps Group

Le catalogue Ikea que vous recevez chaque année dans votre boîte aux lettres ? Ce sont eux qui vous le déposent. Ou plutôt Adrexo, cette entreprise spécialisée dans la distribution de prospectus, que ce trio d'entrepreneurs a rachetée en janvier, alors qu'elle battait de l'aile depuis plusieurs années, via sa holding Hopps Group, basée à Aix-en-Provence. "La publicité papier n'a peut-être pas une image très glamour mais reste efficace. C'est le seul média qui parvient à toucher 20 millions de foyers chaque semaine", note Frédéric Pons. Pour redresser l'entreprise, il mise sur la diversification de ses annonceurs et surtout sur les synergies potentielles avec Colis Privé, le spécialiste de la livraison à domicile, dont sont propriétaires Eric Paumier et Frédéric Pons.