

Monaco Business News

> NUMÉRO 77
TRIMESTRIEL - JANVIER 2022

ISSN 2519 - 7770

OÙ EN SONT LES ENTREPRISES MONÉGASQUES ?

P.4

**FORMATION PROFESSIONNELLE
REPRISE, IL EST URGENT
DE SE FORMER !**

P.19

**BILLET ÉCO
CONTAGION**

P.22 et 23

99906-77-F-2.00 €



FEDEM
Fédération des Entreprises Monégasques

VOUS OUVRIR DES PERSPECTIVES GRÂCE À NOS 145 ANS D'EXPERTISE.

CFM Indosuez Wealth, société anonyme monégasque au capital de EUR 34.953.000,00, enregistrée au Répertoire du Commerce et de l'Industrie (RC) sous le n° 56 S.00341
Siège social : 11, Boulevard Albert Ier, BP 499, MC 98012, Monaco Cedex - Tél. +377 93 10 20 00 - site : cfm-indosuez.mc - * Architectes de votre patrimoine.

Architects of Wealth

Façonné par plus de 145 ans d'expérience dans l'accompagnement de familles et d'entrepreneurs du monde entier, Indosuez Wealth Management propose une approche sur mesure permettant à nos clients de construire, gérer, protéger et transmettre leur patrimoine au plus près de leurs aspirations. Notre expérience internationale, la qualité et la diversité de nos expertises, conjuguées à la solidité du groupe Crédit Agricole, nous confèrent une stature unique pour devenir la banque de Gestion de Fortune préférée de nos clients.

cfm-indosuez.mc



CFM INDOSUEZ
WEALTH MANAGEMENT

GRUPE CRÉDIT AGRICOLE



© Julian Giurca / Caroli Media

Philippe Ortelli

SOMMAIRE

NUMÉRO 77 | TRIMESTRIEL - JANVIER 2022

HOMMAGE

HOMMAGE À OLIVIER MERLIN p.2 et 3

DOSSIER

OÙ EN SONT LES ENTREPRISES MONÉGASQUES ? p. 4 à 18

FORMATION PROFESSIONNELLE

REPRISE, IL EST URGENT DE SE FORMER ! p. 19

JURIDIQUE

LE TRIBUNAL SUPRÊME ANNULE LES ARTICLES 1 ET 2 DE L'ORDONNANCE SOUVERAINE N°8.634 p. 20

BILLET ÉCO

CONTAGION p. 22 et 23

LA FEDEM VOUS INFORME

DÉPISTAGE DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL ET DE STUPÉFIANTS EN ENTREPRISE p. 24

MONACO TELECOM LANCE LA FIBRE PRO À 10 GBPS p. 26

BASES ÉCO

STATUT : DOMINANCE ET PRESTIGE p. 28

L'HOMME (IR)RATIONAL p. 29

VIE SYNDICALE

NOUVEAU SONDAGE DE L'INDUSTRIE MARITIME MONÉGASQUE p. 30

INDICES SOCIAUX

p. 32

Bonjour à tous,

En ce début d'année, je ne commenterai pas les projets de lois anti-blanchiment qui ont été présentés au Conseil National et qui devraient être soumis au vote dans la semaine du 31 janvier 2022. Le Gouvernement a écouté l'ensemble des professionnels et le Conseil National nous a soutenus dans notre souhait de parvenir à un texte équilibré, différent des projets initiaux qui, comme nous l'avons développé dans notre précédente édition, suscitaient bien des inquiétudes dans nos rangs.

Je n'insisterai pas non plus sur les conséquences de la pandémie, car là encore, le Gouvernement doit naviguer avec habileté entre protection de l'économie et protection sanitaire. Le rebond épidémiologique que nous connaissons depuis un mois impacte tous les professionnels, en particulier nos amis commerçants, restaurateurs, professionnels de l'événementiel et du tourisme. L'observation des pays qui sont en avance de phase sur cette vague nous permet cependant d'espérer une issue prochaine. Nous avons demandé au Gouvernement d'alléger la contrainte du télétravail, lourde pour l'ensemble de l'activité économique monégasque, mais aussi d'insister sur la vaccination qui seule préserve certains de l'hospitalisation et réduit le risque de développer certaines formes graves de la maladie. Ceux qui la refusent se doivent de protéger les autres afin de ne pas perturber le fonctionnement général de l'activité.

Bien au-delà, c'est au nom du Conseil Fédéral et Bureau Fédéral, que je tiens à vous présenter à l'occasion de cette nouvelle année, nos meilleurs vœux de santé pour vous et ceux qui vous sont proches, ainsi que de prospérité pour vos entreprises. Que cette année 2022 nous permette de retrouver une activité économique conséquente et durable, une vie privée libérée du port du masque, et de pouvoir enfin vivre, revivre, comme nous le faisons précédemment dans notre Principauté bénie des Dieux.

Philippe Ortelli

Président



JOURNAL DE LA FÉDÉRATION
DES ENTREPRISES MONÉGASQUES

"Le Coronado" - 20, av. de Fontvieille - 98000 Monaco
Tél. (+377) 92 05 38 92 - Fax (+377) 92 05 20 04 - info@fedem.mc - www.fedem.mc

Hommage à Olivier Merlin

Le meilleur informaticien de Monaco n'avait pas son bac ! Le parcours de mon frère Olivier dans la vie n'a pas toujours été fluide. Né à Nice en 1957, il fut un nourrisson heureux à Monaco où nos parents habitèrent brièvement. Puis ce furent les déménagements successifs en région parisienne où Olivier fut un enfant difficile, du genre à casser ses jouets, à se faire renvoyer de l'école, à refuser l'autorité. Ma venue au monde quand il avait sept ans fut certes très bénéfique, et il fut dès le début un grand frère aimant et attentionné, fier aussi, et protecteur (qu'on ne s'avise pas de venir m'embêter !). Mais il ne trouvait pas vraiment sa place dans le système, en particulier scolaire. Lui dont certains professeurs avisés (dont un jésuite, comme par hasard !) avaient su déceler l'intelligence bien supérieure à la moyenne, faisait preuve d'une inappétence totale au travail scolaire. Après avoir raté son bac une première fois (volontairement, disait toujours notre maman), il se présenta en candidat libre tout en étant pion dans son lycée, jusqu'à ce que le proviseur appelle nos parents pour dire qu'Olivier était charmant et que les élèves l'adoraient, mais qu'on ne le voyait pas beaucoup réviser son bac... D'où service militaire et vie active, avec de petits boulots dont son absence de diplômes obligeait à se contenter.

C'est là, vers ses 20 ans, qu'il y eut un double déclic décisif : la découverte de l'informatique et la décision de retourner sur la Côte d'Azur où il était né. C'est ainsi que, à l'automne 1979, je vis, le cœur lourd, partir mon grand frère (il avait alors 22 ans et moi 15), dans la Fiat 850 de notre mère qu'elle lui avait donnée. L'informatique lui avait été suggérée par une conseillère d'orientation, il en suivit les cours du soir au CNAM, ce qui lui donna une équivalence du bac. Il y trouva immédiatement le langage et la logique qui convenaient à son esprit très rationnel et scientifique, mais en même temps intuitif car il sentait littéralement le fonctionnement d'un ordinateur. Quant à la décision de descendre à Nice, ce fut un mouvement intérieur au départ assez basique : quitte à travailler, autant le faire au soleil, plutôt que métro-boulot-dodo. Mais au fond, c'était une forme de retour à la sécurité, pour ne pas dire au liquide amniotique. À Nice, il fut un temps VRP en photocopieuses, jusqu'à ce qu'un collègue lui signale qu'il connaissait un jeune entrepreneur monégasque qui avait créé une petite structure s'occupant d'informatique, et qui avait besoin de quelqu'un pour tenir un stand au salon de l'enfance. Olivier s'est libéré, a fait la connaissance de Christian Haneuse qui a tout de suite su à qui il avait affaire et lui a proposé d'intégrer sa petite société. Olivier allait y rester 40 ans, puisqu'à la date de sa mort, bien que déjà officiellement retraité, il continuait à effectuer des tâches pour ce qui était devenu Blue Wave.

4 ans à Nice, 35 à Monaco et 2 ans à Roquebrune : Olivier a passé toute sa vie d'adulte sur la Côte d'Azur. Là, il a trouvé une forme d'équilibre qui n'était pas gagnée, connaissant ses antécédents. Son métier ne faisait qu'un avec sa passion, il avait trouvé le terrain où il pourrait exploiter à plein son intelligence hors norme qui étouffait dans le système scolaire. Longtemps, cet être pudique, voire secret, a eu très peu de vie sociale. Je crois avoir compris qu'Olivier, au fond, était un idéaliste. Il avait une très haute idée du monde et des relations humaines et ne pouvait qu'être déçu dans la réalité, ce qui explique sans doute son affinité avec l'abstraction mathématique, la perfection technologique, la fiction, mais aussi le jeu (il avait gardé une âme d'enfant), plus qu'avec les relations affectives et sociales. Mais ce qui pouvait passer pour de la froideur ou de l'indifférence était en réalité une très grande émotivité qu'il a tout fait pour canaliser. Car s'il se livrait peu, c'était un être drôle, bienveillant, charmant, d'une parfaite éducation, ne jugeant jamais, incapable de duplicité. Grâce à des rencontres déterminantes, cette sorte de solitaire sociable a fini par trouver du plaisir à avoir une vie amicale et sociale, à condition bien sûr qu'on respecte son indépendance et son jardin secret.

Après la mort de notre maman, il y a six ans, nous nous sommes beaucoup rapprochés et avons commencé à nous voir souvent, à faire des voyages ensemble, à passer des vacances alternativement chez l'un et l'autre, à partager festivals de musique et repas gastronomiques, mais aussi une intimité toujours pudique mais chaleureuse. Très peu de confidences, beaucoup de questions que je ne lui ai pas posées, des points d'interrogation qu'il emporte avec lui. J'ai découvert tardivement, en entendant ses collègues de travail parler de lui, le rayonnement qu'il avait en tant que professionnel : non que j'en étais surpris, mais il était tellement peu vantard que l'on ne pouvait soupçonner à quel point il était connu et admiré par ses pairs. De toute façon, il n'aimait pas être en pleine lumière, et s'il m'arrivait parfois de regretter que, avec son talent, il n'ait pas eu une carrière internationale et médiatique, j'ai pris conscience qu'il ne le souhaitait pas ! Sa mort soudaine et totalement inattendue, beaucoup trop tôt, le 20 novembre 2021, est un choc pour nous tous, et je suis loin d'avoir encore mesuré le vide que va laisser mon grand frère.

Christian Merlin



Quand Christian, mon mari, a créé Microtek en 1979, il a embauché Olivier comme son premier collaborateur, puis il s'est construit très vite entre eux une relation de grande confiance puis d'amitié solide. Olivier, loyal et bienveillant, est devenu très vite son bras droit au sein de Microtek, puis de Tekworld. Si proche de nous, Christian l'a choisi comme parrain pour notre fille Lisa, le faisant ainsi rentrer définitivement dans notre famille. Après le décès de Christian, Olivier m'a rejoint chez Blue Wave Software. Il était mon homme de confiance, le RSSI de la société, Administrateur aussi, loyal et fidèle toujours. Il était apprécié par chacun pour sa gentillesse, son savoir-vivre et son élégance, mais aussi pour son humour original. Avec son sourire doux et son regard bienveillant, Olivier était un homme profondément bon, d'où émanait cette force tranquille qui inspirait une confiance totale. Grand spécialiste des réseaux et de la sécurité, exceptionnellement qualifié, il était très connu et reconnu de tous, estimé par nos clients, et tellement apprécié par ses collègues.... D'humeur égale, Olivier était un vrai pédagogue, qui partageait son savoir-faire et ses connaissances avec beaucoup de générosité.

Nous devons accepter son départ si brutal, et essayer de convertir ce sentiment d'immense tristesse en un sentiment de gratitude, parce que nous avons croisé son chemin. Rencontrer et connaître Olivier était un vrai cadeau. Des gens comme lui rendent le monde meilleur. Olivier laisse une trace indélébile et restera vivant dans nos cœurs.

Il nous manque.

Hilde Haneuse Heye

Olivier Merlin nous a subitement quitté le 20 novembre dernier laissant autour de lui des gens attristés.

Il était un des huit membres fondateurs de la Chambre Syndicale Monégasque des Entreprises de l'Informatique et des Télécommunications créée en 1998, ancienne dénomination de l'actuelle Chambre Monégasque du Numérique.

D'un point de vue personnel, je l'avais connu dans le début des années 80 à l'avènement de l'Apple IIe et de l'IBM PC. Visicalc, Ashton-Tate Framework, Multiplan et Applesoft Basic étaient ses nouveaux jouets. Puis je l'avais côtoyé périodiquement depuis une dizaine d'années dans nos réunions mensuelles où il apportait sa contribution toujours pondérée. Élu à un poste de Conseiller au sein du Bureau Syndical, il s'attachait de par sa grande expertise à rendre les technologies accessibles pour tous.

Simple, discret, serviable, compétent, drôle, méthodique, sont les qualificatifs les plus souvent utilisés par ceux qui l'ont bien connu pour parler de lui depuis sa disparition. C'est indéniablement cette image que notre Chambre gardera de lui en sa mémoire.

*Éric Perodeau
Président de la CMN*

OÙ EN SONT LES ENTREPRISES MONÉGASQUES ?

Ce trimestre, le dossier propose un panorama des entreprises monégasques. Comment supportent-elles la crise dans différents secteurs d'activités ? Et quels sont leurs projets d'avenir ?

INTERVIEWS

ASEPTA



©Droits réservés Laboratoires ASEPTA

Anne-Marie Noir :

« Nous devons nous réinventer et innover sans cesse »

Fleuron de l'industrie monégasque depuis 1943, les Laboratoires Asepta conçoivent et fabriquent des produits dermo-cosmétiques entièrement en Principauté et les distribuent dans plus de 60 pays. Anne-Marie Noir, actuel PDG qui a succédé en 2002 à son père Paul Lacroix, fondateur des Laboratoires aux côtés de Henri Mas, explique les problématiques du secteur et ses enjeux.

MBN/ Quelle est la genèse des laboratoires Asepta ?

Anne-Marie Noir : Le premier produit que nous avons développé juste après-guerre est la crème Akileine® pour les pieds, à une époque où leur soin n'était pourtant pas la première préoccupation. À partir de là, nous nous sommes spécialisés dans le soin des pieds avec toute une gamme de produits formulés pour soulager l'échauffement, traiter la sécheresse ou la transpiration excessive. Nous avons également développé la gamme Sports Akileine® adaptée aux besoins des sportifs, quel que soient leur niveau et leur pratique. À l'époque, mon père voulait faire de la podologie de l'extrême et testait l'efficacité des produits sur les participants à la marche athlétique de 500 km qui reliait Paris à Strasbourg en 3 jours sans interruption. Nous nous sommes ensuite rapidement diversifiés en proposant des produits dédiés au soin des mains avec la gamme Vita citral®, des phanères (ongles, cils, cheveux) avec la gamme Écrinal®, et du visage avec la gamme Coup d'Éclat®.

Sur l'impulsion de mon père, l'entreprise s'est vite développée à l'international. Aujourd'hui, avec mon associé Georges Mas, nous gérons des filiales en Allemagne, en Belgique, en Suisse, au Canada et en Tunisie. Nous sommes également présents dans plus de 60 pays à travers le monde grâce à un réseau de distributeurs.

MBN/ Quelles sont les principales problématiques du secteur de la cosmétologie ?

A-M.N. : La première problématique est d'ordre réglementaire. Nous sommes tenus de respecter à la fois les règlements européens, les directives spécifiques de chaque État européen, et la réglementation en vigueur dans chaque pays du monde où nous exportons nos produits. Depuis quelques années, la réglementation, déjà très stricte, ne cesse de se complexifier, tant sur les matières premières et les actifs entrant dans la composition des produits que sur les produits finis, leur traçabilité, l'emballage, l'étiquetage... Pour vous donner quelques exemples, aux USA et au Canada, la réglementation interdisant d'utiliser la dénomination « Anti-transpirant » pour un produit pour les pieds, elle est remplacée par la mention « Anti-odeur » ce qui entraîne une perte de sens, car c'est la transpiration du pied qui crée l'odeur et non l'inverse. La réglementation européenne restreint fortement l'utilisation de l'arbre à thé, le fameux tea tree, souvent utilisé pour assainir la peau alors qu'au Canada et aux USA il est possible d'aller jusqu'à 40% dans la composition des produits.

Dans un souci permanent d'efficacité, de sécurité et d'innovation, nous reformulons donc régulièrement nos produits avec des nouveaux actifs de pointe et brevetés, dont beaucoup sont d'origine naturelle. C'est d'ailleurs le cas avec la gamme D'Âme Nature® lancée en 2020, qui allie la naturalité à la performance grâce à des produits de soin pour les ongles, les pieds, le corps, et le visage composés jusqu'à 98% d'actifs d'origine naturelle.



©Droits réservés Laboratoires ASEPTA

MBN/ Y a-t-il d'autres problématiques significatives ?

A-M.N. : La problématique environnementale est aussi importante à prendre en compte dans notre activité. De nombreuses initiatives visent à réduire l'utilisation du plastique pour le conditionnement des produits. De réels progrès ont été fait sur les cartons, mais les résultats obtenus concernant les plastiques restent insuffisants. En effet, les contenants en plastique fabriqués à base de canne à sucre ou d'autres matériaux recyclables sont incompatibles avec certains produits finis. Il existe cependant des plastiques moins polluants que d'autres que nous privilégions. De nombreux progrès ont été faits, mais le chemin est encore long.

MBN/ Quels sont les freins au développement que vous rencontrez ?

A-M.N. : Dans notre secteur, la non-appartenance de Monaco à l'Union Européenne est un frein à l'exportation des produits. Tous les produits cosmétiques doivent en effet être enregistrés sur le portail européen CPNP (Cosmetic Products Notification Portal), mais pour pouvoir le faire, l'entreprise doit

être basée en Europe. Nous avons donc dû créer une société à Beausoleil. L'autre frein concerne le recrutement puisque nos équipes sont composées de profils hautement techniques difficiles à pourvoir. De plus, pour les candidats les difficultés de transports, le coût de la vie et en particulier le coût du logement dans la région sont des facteurs peu incitatifs.

MBN/ Quelle est l'incidence de la crise sanitaire sur votre activité ?

A-M.N. : En mars 2020, et durant un mois et demi, nous avons dû stopper complètement notre activité avant de la reprendre progressivement. Heureusement, les pharmacies n'ont jamais fermé et nos produits ont pu continuer à se vendre, surtout les crèmes de soin pour les mains Vita Citral® à cause de l'usage intensif de gel hydroalcoolique. Au-delà, la crise sanitaire complexifie les rapports de travail, d'autant que dans nos métiers, le travail à distance ne peut concerner que postes sur les quelques 120 à Monaco. Par ailleurs, l'équipe de vente composée de 30 commerciaux basés en France n'a pas pu

se réunir physiquement depuis 2 ans, alors que le présentiel est essentiel à la cohésion d'équipe. Nous avons été contraints d'organiser des recrutements par visioconférence, ce qui exige une grande capacité de concentration.

MBN/ Comment appréhendez-vous l'avenir ?

A-M.N. : Nous devons nous réinventer et innover sans cesse. Pour ce faire, nous avons à court et moyen termes des projets importants : d'abord en continuant à mettre sur le marché des produits répondant à des problématiques particulières, comme nous l'avons fait avec la crème multi-protectrice Akildia® dans le soin préventif des pieds des personnes diabétiques. Avec l'ensemble de nos équipes, nous travaillons également à améliorer les packagings de nos gammes. Enfin, nous poursuivons notre développement à l'international, afin d'être le plus présent et représenté possible, surtout en Amérique du Sud et en Afrique du Sud. L'avenir c'est aussi mon fils Benjamin Noir qui a rejoint l'entreprise il y a presque 3 ans et poursuivra l'histoire familiale en y impulsant ses idées nouvelles.

BALLETS DE MONTE-CARLO



© Ballets de Monte-Carlo



© Ballets de Monte-Carlo

Jean-Marc Genestie :

« *Comme la sécurité et l'éducation, la culture fait partie de l'ADN de Monaco* »

Création, formation et promotion : les Ballets de Monte-Carlo incarnent et subliment toutes les dimensions de l'art chorégraphique, tant à Monaco qu'à l'international. Plongée dans les coulisses avec Jean-Marc Genestie, Administrateur Général, et Josu Zabala, Responsable de programmation.

MBN/ Pourriez-vous retracer dans les grandes lignes la genèse des Ballets de Monte-Carlo ?

Jean-Marc Genestie : L'actuelle Compagnie a été fondée en 1985 par S.A.R. la Princesse de Hanovre qui a souhaité l'inscrire dans la tradition des ballets russes qui avaient marqué de leur empreinte l'art chorégraphique lorsque Serge de Diaghilev avait établi son atelier à Monaco de 1909 à 1929. La Compagnie est dirigée depuis 1993 par Jean-Christophe Maillot, chorégraphe et ancien danseur, qui lui donne toute sa dimension créatrice. Sur son impulsion artistique, plus de 30 ballets ont été créés, dont plusieurs sont devenus des œuvres emblématiques intégrées au répertoire de grandes compagnies internationales, bâtissant ainsi la renommée des Ballets de Monte-Carlo dans le monde. C'est notamment le cas de *Vers un pays sage* en 1995, *Roméo et Juliette* en 1996, *Cendrillon* en 1999, *La Belle* en 2001, *Le Songe* en 2005, *Altro Canto* en 2006, *Faust* en 2007, et *LAC* en 2011.

Josu Zabala : Les Ballets de Monte-Carlo emploient environ 140 personnes et sont structurés en 3 entités : la Compagnie, qui donne des représentations à Monaco et à l'étranger, l'Académie Princesse Grace, qui forme des danseurs professionnels, et le Monaco Dance Forum, festival international créé par Jean-Christophe Maillot, qui met la danse à l'honneur au travers de spectacles, d'expositions, d'ateliers et de conférences.

MBN/ Quelles sont les événements qui marquent l'actualité des Ballets de Monte-Carlo ?

J.Z. : Les Ballets de Monte-Carlo sont aujourd'hui en train de

répéter *Casse-Noisette Cie*, création de Jean-Christophe Maillot qui sera présentée au Grimaldi Forum du 28 décembre 2021 au 5 janvier 2022, avec l'Orchestre Philharmonique de Monaco et des élèves danseurs de l'Académie Princesse Grace.

J-M.G. : Comme évoqué, l'une des vocations des Ballets de Monte-Carlo est de faire rayonner la Principauté dans les hauts lieux internationaux de la danse. Si, du fait de l'apparition de cas de Covid-19 au sein de la Compagnie, la tournée prévue à Venise du 15 au 19 décembre dernier a dû être annulée, conformément au protocole sanitaire pour les cas contacts, de nouvelles tournées sont jusqu'à nouvel ordre planifiées : l'Espagne en janvier, l'Italie en février, puis la Russie et les États-Unis. L'autre mission de la Compagnie est de faire venir à Monaco des artistes et chorégraphes extérieurs, éminents ou émergents, pour enrichir son répertoire. La semaine dernière, nous avons ainsi accueilli 4 compagnies internationales.

MBN/ Quelle incidence a la crise sanitaire sur l'activité des Ballets de Monte-Carlo ?

J-M.G. : Il est bon d'abord de se remémorer ce qui s'est passé lorsque la crise sanitaire est survenue : Monaco a été le seul pays au monde où les théâtres n'ont pas été fermés, même s'ils ont dû respecter des protocoles drastiques. Sauf durant le premier confinement qui a enfermé les artistes chez eux, les Ballets de Monte-Carlo n'ont pas cessé de répéter et de se former. C'est unique. À l'exception des tournées à l'étranger qui ont été impactées, nous avons donc moins souffert de



Catalogue des
DÉMARCHES
en ligne

**CONNEXION
SÉCURISÉE**
avec votre
**IDENTITÉ
NUMÉRIQUE**

**SUIVI
CENTRALISÉ**
de vos
démarches

MonGuichet.mc

Facilitez vos démarches administratives
grâce au nouveau portail en ligne du Gouvernement
Princier et de la Mairie de Monaco

INFORMATIONS
+377 98 98 95 99
OU SCANNEZ
LE QR CODE



Gouvernement Princier
PRINCIPAUTÉ DE MONACO

ces interruptions qui sont nocives à la qualité artistique des compagnies, un danseur ne pouvant pas impunément suspendre son entraînement pendant plusieurs mois.



© Ballets de Monte-Carlo

J.Z. : Pour pallier au manque de visibilité internationale durant cette période, nous avons déployé une nouvelle activité de streaming, BMC STREAM (<https://bmcstream.com/>) : cette nouvelle plateforme vidéo présente d'une manière innovante les Ballets de Monte-Carlo. Le but n'est pas de se substituer aux spectacles présentés sur scène devant le public, mais d'offrir une nouvelle perception de l'art chorégraphique via une plongée dans les coulisses, des interviews de danseurs, des captations de spectacles enregistrés et joués à Monaco. C'est une forme de résilience artistique et culturelle, même

si la substance de notre art, c'est la scène. Les salles sont actuellement pleines, ce qui prouve que le public y est lui-aussi très attaché.

J-M.G. : Nous avons également continué à développer les productions de spectacles que nous vendons spécifiquement aux télévisions du monde entier, à l'instar de la nouvelle représentation de COPPÉL-i.A. que nous sommes en train d'achever. C'est un moyen de toucher un public bien plus vaste. Nous avons par exemple été diffusés en Chine avec 70 millions de téléspectateurs ! Nous avons aussi conclu des partenariats avec Mezzo, une chaîne de télévision française payante dédiée à la musique classique, au jazz, à la danse et aux musiques du monde, et avec France Télévision.

MBN/ En tant qu'acteurs de la culture, quel est votre ressenti quant aux perspectives d'avenir à court et moyen termes ?

J-M.G. : Nous sommes conscients que nos activités peuvent à nouveau être impactées selon l'évolution de la situation sanitaire, mais nous restons confiants en la capacité du Gouvernement Monégasque à gérer les potentielles futures crises aussi bien que les précédentes. Les épreuves déjà traversées ont prouvé qu'il y a ici une volonté de préserver la culture, et une vraie confiance en notre aptitude à respecter scrupuleusement les protocoles sanitaires mis en place.

Comme la sécurité et l'éducation, la culture fait partie de l'ADN de Monaco. C'est une tradition princière ancrée dans l'Histoire, capable de se transformer dans l'épreuve et d'en sortir plus forte.

CARREFOUR MONACO



© Carrefour

Rémi Feipeler :

« Chaque magasin doit être différent pour s'adapter à sa zone de chalandise et faire en sorte que les clients s'y reconnaissent »

Avec près de 300 employés, une surface de 5500 m² répartis sur 2 étages de la galerie marchande du Centre Commercial de Fontvieille, et des marqueurs différenciateurs forts, Carrefour Monaco est un hypermarché singulier. Rémi Feipeler, Directeur depuis avril 2019, en détaille les spécificités.

MBN/ Quels sont les caractéristiques particulières de Carrefour Monaco ?

Rémi Feipeler : C'est un magasin d'autant plus intéressant qu'il est atypique. En effet, sa surface de vente est de seulement 5500 m², mais il réalise un chiffre d'affaires annuel de plus de 120 millions d'euros, soit l'un des plus gros du groupe au mètre carré.

Cela s'explique par notre volonté de développer les marqueurs qui font l'identité d'un magasin. Chaque magasin doit être différent pour s'adapter à sa zone de chalandise et faire en sorte que les clients s'y reconnaissent.

Quatre marqueurs contribuent à distinguer Carrefour Monaco : le premier est son orientation très forte vers le snacking, avec une offre élargie de produits qualitatifs (salades, pan bagnats, paninis, sandwiches, hot dogs...) à des prix abordables pour une clientèle comptant de nombreux pendulaires. L'idée

est de remplacer progressivement notre gamme industrielle par du fait maison. Le second marqueur concerne l'aspect Premium des produits proposés dans la plupart des rayons. La Principauté étant un pays qui vise l'excellence en permanence, Carrefour Monaco ne peut donc pas être un magasin lambda. À Noël par exemple, nous faisons le choix stratégique de placer le champagne Don Pérignon en tête de gondole. Autre exemple : le rayon fruits et légumes dispose à la fois d'une zone classique proposant des produits référencés nationalement et d'un stand baptisé La Bergerie sur lequel sont vendus des produits Premium associés à des services et du conseil. Le troisième marqueur est celui du Bio, que nous avons développé depuis 3 ans, passant d'une allée à 4. Nos études de marchés montraient l'appétence des clients en la matière. Pour y répondre, nous nous sommes fixés pour objectif de créer un « shop in shop », avec des rayons le plus achalandés possible. Carrefour Monaco est aujourd'hui le plus gros vendeur de vrac et fruits et légumes Bio du groupe. Dernier facteur différenciant : c'est

un magasin très orienté sur les produits frais. Il figure d'ailleurs dans les meilleurs classements de ventes de fruits et légumes, boulangerie, boucherie/charcuterie traiteur, poissonnerie. Venir chez nous, c'est une autre façon de faire son marché !



© Carrefour

MBN/ Quelle est l'incidence de la crise sanitaire sur votre activité ?

R.F. : Il y a eu plusieurs périodes distinctes, et donc plusieurs définitions de la Covid. La première phase en mars 2020 avec la ruée des clients dans les supermarchés, suivie d'une seconde phase lorsque Monaco a pris la décision de restreindre l'accès à son territoire et rendu obligatoire le travail à distance, ce qui a entraîné une baisse de fréquentation importante. Dans un troisième temps, en contre-pied de la France, Monaco a adopté une politique sanitaire rationnelle, avec rouvrant ses frontières, ses restaurants et bars, et en conseillant le travail à distance sans le rendre obligatoire, ce qui s'est traduit par une nouvelle affluence des clients. La quatrième période est celle des Fêtes où nous avons globalement bien travaillé, malgré une légère chute des ventes d'alcools et de spiritueux, montrant qu'avec l'arrivée du variant Omicron les clients ont adapté leur consommation à des comités plus restreints. Une cinquième période s'est ouverte en début d'année, d'ores et déjà marquée par une diminution de fréquentation, le travail à distance étant redevenu obligatoire depuis le 31 décembre 2021 et pour le moment jusqu'au 31 janvier 2022, pour tous les postes le permettant dans les secteurs privé et public.

MBN/ Pourriez-vous décrire votre journée type ?

R.F. : Avant même de regarder les chiffres de vente, ma journée débute en lisant la quarantaine de commentaires, positifs et négatifs, adressés par nos clients. C'est ma base de travail prioritaire. Depuis 2019, nous avons fait de gros efforts pour améliorer la satisfaction client, lesquels ont porté leurs fruits puisqu'en cumul moyen, nous sommes passés de la note 4 à 45. Par exemple, nos clients s'exprimaient régulièrement sur les chariots qui roulaient mal : nous les avons changés. Leur propreté est aussi un aspect sur lequel nous avons travaillé. Aujourd'hui, nos agents de sécurité vérifient qu'ils sont bien vides, nettoyés, et distribuent aussi du gel hydroalcoolique à l'entrée. C'est un cercle vertueux, car plus la note de satisfaction client augmente, plus le chiffre d'affaires progresse.

MBN/ Quelles sont les perspectives d'avenir ?

R.F. : Depuis mon arrivée, je m'attache à concrétiser un projet par an : en 2019, nous avons réaménagé et étoffé le rayon

Bio. L'année suivante, nous nous sommes concentrés sur l'empreinte environnementale du magasin en investissant dans une nouvelle centrale frigorifique utilisant du CO2. Le rapport est de 1 pour 1000 en termes d'impact environnemental. Et fini les frigos ouverts, nos nouvelles installations disposant de portes fermées qui conservent mieux les produits frais et améliorent l'efficacité énergétique. En 2021, nous avons ouvert un drive piéton. Le concept est simple : le client fait ses courses et les règle en ligne, nous préparons ensuite sa commande qu'il lui suffit de venir récupérer au magasin en tant que piéton. Le drive automobile sera quant à lui mis en place lorsque le nouveau Centre Commercial sera finalisé. Dans l'intervalle, nous proposons à nos clients un service de livraison à domicile à Monaco et dans les Communes Limitrophes. Pour 2022, notre projet est de réaménager la cave à vins afin de valoriser davantage nos grands crus qui méritent une ambiance plus raffinée.

D'ici 2 à 3 ans, Carrefour Monaco va s'agrandir et se moderniser. Les 1000 m² supplémentaires dont nous disposerons dans le futur Centre Commercial de Fontvieille nous permettront d'augmenter la surface de vente du 1^{er} étage et de proposer aux clients un seul passage en caisse grâce à l'accès direct au rez de chaussée via un escalator interne. Nous pourrions ainsi développer certains marchés de niche très porteurs, comme les produits saisonniers (rentrée des classes, jouets...) pour lesquels nous sommes actuellement limités à 2 rayons, l'animalerie qui a un fort potentiel à Monaco, ou encore les produits du monde. L'idée sera de renforcer encore l'identité spécifique du magasin en répondant toujours mieux aux attentes de nos clients.



LE N°1 DU RECRUTEMENT À MONACO
— DEPUIS PLUS DE 40 ANS —

www.mimonaco.mc



Depuis plus de 40 ans
notre sérieux, réactivité et savoir-faire
en Ressources Humaines ont permis
à MI d'asseoir une solide réputation dont
elle a rapidement eu le privilège de bénéficier
auprès de ses clients et collaborateurs.
Rejoignez-nous !

20, AVENUE DE FONTVIEILLE - 98000 MONACO
Tél. : +377 92 05 28 11

CONTI

**Bruno Pariset :**

« Notre force est de proposer des machines à café de qualité barista, c'est-à-dire avec une excellente qualité d'extraction, à des prix industriels »

Bruno Pariset, PDG des machines Conti, nous explique comment son entreprise s'est adaptée à la crise née du Covid-19 et aux évolutions du marché qu'elle a entraînées.

MBN/ Que représente Conti aujourd'hui ?

Bruno Pariset : La société des Machines Conti a une longue histoire à Monaco, puisqu'elle y est implantée depuis 1956. Aujourd'hui, nous sommes 75 personnes à Monaco, 6 à Paris, 5 à Vintimille, et une trentaine en Tunisie. En 2019, nous avons vendu 12 000 machines dans 55 pays, 75% de notre activité se fait en dehors de Monaco et de la France, et 40 % de nos clients sont des torréfacteurs, c'est-à-dire des professionnels avertis et exigeants.

Nous proposons une gamme complète qui va jusqu'à notre gamme Ultima offrant une excellente qualité d'extraction des arômes, au point d'être classée au World Barista Championship, le championnat du monde des machines à café. Nous équipons plusieurs écoles et plusieurs champions nationaux et internationaux.

MBN/ Comment supportez-vous la crise née du Covid-19 ?

B.P. : En 2020, et au début 2021, notre Gouvernement et nos institutions ont sauvé l'entreprise Conti grâce à l'accès au dispositif de CTTR, à la possibilité de bénéficier d'un prêt garanti par l'État, et au report de charges. Grâce à l'efficacité des aides gouvernementales, nous avons pu nous consacrer à dynamiser notre activité le plus possible, ainsi, dès septembre 2020, nous sommes revenus à 80% ; depuis juillet 2021, nous sommes à 100% ; nous prévoyons une croissance pour 2022.

Au plus fort de la crise sanitaire, l'usine de Monaco a été fermée pendant un mois et demi. Quand nous avons repris, l'activité de nombre de nos clients était à l'arrêt. Aussi nous avons conçu et développé une nouvelle gamme de machines qui s'adressent aux cafés de spécialité de centre-ville (ceux qu'on appelle souvent "les petites brûleries"), afin de leur permettre de proposer un café de niveau barista sans avoir besoin d'un personnel spécifiquement qualifié.

MBN/ Quels sont vos projets à court et moyen termes ?

B.P. : Comme je le disais, notre force est de proposer des machines à café de qualité barista, c'est-à-dire avec une excellente qualité d'extraction, à des prix industriels. Nous allons donc poursuivre nos efforts dans ce sens.

Tout d'abord, grâce à l'innovation, nous allons continuer la montée en gamme sur les machines à gros débit comme sur les petites machines dédiées aux cafés de spécialité.

Nous allons aussi renforcer notre offre de personnalisation des machines. Celle-ci intéresse beaucoup les grands comptes et les grands torréfacteurs qui apprécient d'avoir des machines de haute qualité à leurs couleurs, le tout à des prix industriels.



Au niveau commercial, nous animons nos comptes clients grâce au marketing digital. Nous renforçons nos équipes commerciales de terrain pour prospecter, développer les opportunités en Asie, Europe, Moyen Orient et Europe de l'Est. Et nous développons également des kits à assembler localement, au plus proche de nos clients, dès que le pays le nécessite.

Enfin, nous soutenons nos clients professionnels par les services : service installation-garantie et maintenance sur site d'exploitation, assistance technique, formation (centre de formation agréé à Paris, porte de Versailles), site de vente en ligne de pièces détachées, site internet proposant à nos clients des outils marketing, des événements promotionnels. Ces services accentuent la différence avec nos confrères, et créent de véritables barrières à l'entrée.

Notre objectif est une croissance pérenne, pas à pas. Grâce à l'innovation, l'exportation, notre PME peut de nouveau ambitionner de devenir une ETI.

À MONACO

ASSUREZ VOUS

PREMIUM

M

M

A

NOUS AVONS LA SOLUTION QU'IL VOUS FAUT !

PIERRE BRIERE 36 Bd des Moulins
Tél : 93 10 51 93 cabinet.briere@mma.fr

I2N



©I2N

Christophe Bonnet :

« La digitalisation des process est positive pour nous et constitue aussi une opportunité pour nos clients de se transformer par la technologie »

Enfant du Pays, Ingénieur de formation, Christophe Bonnet a créé la SARL I2N en 2007 à Monaco. Il en explique les activités, et décrypte également les enjeux d'un des secteurs clés pour le développement économique du pays.

MBN/ Pourriez-vous revenir sur la genèse d'I2N et sur ses activités ?

Christophe Bonnet : Aussitôt mon diplôme d'Ingénieur en développement de logiciels en poche, c'était une évidence de revenir à Monaco et d'y créer mon entreprise, afin de proposer aux entreprises et aux institutions des prestations de développement et de maintenance de sites et services Internet.

J'ai démarré tout seul cette aventure, et nous sommes aujourd'hui une équipe de 5 personnes, composée de profils techniques, avec un chef de projets techniques et des développeurs.

Nous opérons sur le segment des technologies web, et plus particulièrement sur la création de sites web sur-mesure (sites vitrines, e-commerce, sites à fonctionnalités complexes) et le développement d'outils métiers spécifiques (logiciels de gestion, extranet, intranet, espaces clients), indépendants ou intégrés avec leurs solutions de gestion. Nous accompagnons nos clients dans la gestion de leurs projets et dans l'assistance à l'expression de leurs besoins. Nous nous chargeons aussi de les conseiller sur les dimensions graphique et ergonomique de leurs projets, leur maintenance et leur hébergement.

MBN/ En quoi votre activité se distingue-t-elle de celle d'une agence de communication ?

C.B. : Nous n'avons pas le même positionnement. Pour certains projets pour lesquels nos clients souhaitent disposer d'une vue d'ensemble incluant à la fois la communication et la réalisation technique, il nous arrive de collaborer avec des graphistes free-lance et autres As de la formule. Les apports sont complémentaires : l'équipe d'I2N apporte son expertise dans l'élaboration des outils techniques et les communicants se chargent des aspects graphiques et de la communication externe.

MBN/ Quelle est l'incidence de la crise sanitaire sur l'activité de la société ?

C.B. : Nous avons eu la chance de ne pas subir de plein fouet les effets bloquants de la crise sanitaire, du fait de notre petite taille et du secteur dans lequel nous évoluons, qui permet le travail à distance. Depuis mars 2020, l'activité s'est donc globalement maintenue, avec des clients qui ont répondu présent, même si certains opérant dans des secteurs très impactés comme l'événementiel ont malheureusement disparu.

Sur un plan plus positif, la crise sanitaire a accéléré la transition numérique du pays, tendance renforcée par les aides gouvernementales, Fonds bleu en tête, qui a permis à certains de nos clients d'amorcer la digitalisation de leurs métiers et services. La digitalisation des process est positive pour nous et constitue aussi une opportunité pour nos clients de se transformer par la technologie.

MBN/ Quels sont les freins au développement de votre métier, et par extension du secteur du numérique ?

C.B. : Dans nos métiers, la principale difficulté est celle du recrutement. Pour pouvoir suivre les évolutions du secteur et répondre aux besoins techniques croissants de nos clients, il faut du personnel techniquement qualifié.

Sans renoncer à la taille humaine de l'entreprise, gage d'agilité et de proximité, nous souhaitons renforcer l'équipe en embauchant un collaborateur supplémentaire que nous recherchons depuis plusieurs mois. Les contraintes de transports et de logements proches de Monaco à des tarifs abordables, et le fait que dans notre secteur les offres à pourvoir sont plus nombreuses que les demandes, permettent de l'expliquer. Nous sommes en concurrence avec la technopôle de Sophia-Antipolis et avec la Ville de Nice où les postes, les conditions de travail et les salaires proposés sont quasiment similaires. Il est donc difficile de lutter. Si Monaco a longtemps eu une position valorisée et attractive auprès des salariés, c'est de moins en moins vrai, surtout dans nos métiers très techniques. C'est d'ailleurs un sujet qui est évoqué au sein de la Chambre Monégasque du Numérique, dont I2N est membre.

L'autre frein concerne la formation : trop peu de profils techniques sortent des écoles, et les formations les plus répandues se font en ligne, et sont souvent génériques et très courtes, donc insuffisantes par rapport au niveau de technicité dont nous avons besoin.

MBN/ En tant qu'acteur du numérique, comment appréhendez-vous l'avenir ?

C.B. : Au-delà des contraintes déjà évoquées, à notre niveau nous sommes plutôt confiants à court et moyen-termes, car nous ne sommes pas dans une volonté d'expansion débridée, mais souhaitons poursuivre notre évolution mesurée, faire perdurer nos relations clients, et continuer à leur apporter nos conseils et notre expertise technique. Une nouvelle activité nous occupe aussi de plus en plus : la réalisation de passerelles ou d'extensions entre différents outils techniques existants. Toujours dans notre domaine de connaissances, nous travaillons à développer des applications mobiles. L'impulsion donnée par le Gouvernement Princier pour faciliter la relance économique notamment via le numérique renforce encore cette confiance, même si la grande inconnue reste l'évolution de la crise sanitaire.

À plus long terme, il faudra être attentifs à ce qui se passera lorsque la digitalisation massive des services aura atteint son point culminant. Mais pour l'heure il y a encore tellement de besoins de digitalisation à adresser que nous avons le temps de réfléchir à ce que sera le monde du numérique de demain et de nous y adapter.

MONACO INGÉNIERIE PARTNERS



© Monaco Ingénierie Partners

Gérald Perazio :

« *MIP est un Bureau d'Études Techniques spécialisé dans l'Ingénierie du Bâtiment qui met son expertise au service des architectes et des grands donneurs d'ordres publics et privés pour la conception et la réalisation de projets très diversifiés en Principauté et en France* »

Gérald Perazio, Ingénieur ENSAIS, est depuis 2008 le Directeur de la S.A.M. Monaco Ingénierie Partners, fondée en Principauté en 2005, dont les activités sont complémentaires au métier d'architecte.

MBN/ En quoi consistent les activités de MIP ?

Gérald Perazio : MIP est un Bureau d'Études Techniques spécialisé dans l'Ingénierie du Bâtiment qui met son expertise au service des architectes et des grands donneurs d'ordres publics et privés pour la conception et la réalisation de projets très diversifiés en Principauté et en France.

Spécialisées à l'origine dans l'étude technique des fluides, nos activités sont à présent ancrées dans la pluridisciplinarité de l'ingénierie du bâtiment : Sécurité Incendie, Domotique, Génie électrique et thermique, Économie de la construction. Nous intervenons aussi dans l'Ordonnancement, le Pilotage et la Coordination, « l'OPC », qui a en charge l'organisation temporelle d'une opération et d'harmoniser les diverses interventions des professionnels du BTP, afin d'en garantir au client les délais d'exécution en phase Études et en phase Travaux. Nous réalisons également la mission de Synthèse des études d'Exécution, primordiale dans l'identification et le règlement des conflits de réseaux avec les acteurs professionnels maîtres d'œuvre et entreprises concernés ; le but est d'assurer la cohérence spatiale des éléments d'ouvrage de tous les corps d'état en conformité avec l'ensemble des dispositions architecturales, techniques, d'exploitation, et de maintenance des projets.

MBN/ Quels sont vos autres domaines de compétences ?

G.P. : Dans le cadre de notre activité d'Assistance à Maîtrise d'Ouvrage (AMO), nous accompagnons les Maîtres d'ouvrage dans la définition du programme de l'opération concernée, ainsi que dans la désignation et le suivi de l'ensemble des intervenants de l'acte de construire en études et en travaux jusqu'à la livraison de l'ouvrage. Nous avons par exemple accompagné l'Hôpital d'Antibes dans la refonte du stationnement véhicules, le bailleur social ADOMA pour la restructuration de 100 logements à Cap d'Ail, les collectivités comme les communes de Beausoleil et de Saint-Martin-Vésubie pour la réalisation d'infrastructures sportives ou culturelles. Nous collaborons également avec les services du préfet des Alpes Maritimes, pour la démolition des constructions illégales ou la réalisation des diagnostics d'urgence dans les vallées comme après le passage de la tempête Alex.

À Monaco comme en France, notre cœur de métier est cependant la réalisation de programmes neufs. Nous sommes par exemple prestataires des architectes en charge de la planification, de l'ingénierie des fluides, de la sécurité incendie, de l'économie de la construction depuis 2013 pour la conception et le suivi de la réalisation de l'opérations de l'îlot Pasteur. Nous assurons par ailleurs l'accompagnement d'une grande entreprise monégasque sur la planification de l'opération Testimonio II. Notre SAM est également partenaire du Service de Maintenance des Bâtiments Publics pour lequel

nous travaillons en ce moment sur l'accessibilité au cadre bâti des établissements publics pour répondre aux nouvelles normes d'accessibilité pour tous. Parmi les autres projets monégasques, nous avons réalisé le poste de police de Saint Roman ou le stade Prince Héréditaire Jacques au Devens, toujours en tant que prestataires des architectes.

Nous avons contractualisé également avec des promoteurs privés pour les futurs hôtels de luxe du Garavan à Menton, de la plage Marquet à Cap d'Ail ou des Paluds à St Laurent du Var, et nous venons de livrer le Pure Montagne Resort, hôtellerie 4 étoiles de 45 chambres à Saint-Martin-Vésubie.

MBN/ Avez-vous des engagements particuliers en matière environnementale ?

G.P. : Comme beaucoup d'entreprises monégasques, nous avons signé le Pacte National pour la Transition Énergétique, et au-delà de notre mode de fonctionnement (mise à disposition de véhicules électriques et hybrides pour nos collaborateurs, prise en charge des transports en commun pour les trajets domicile-bureau...), nous sommes mobilisés autour des enjeux environnementaux. Nous avons ainsi créé une cellule environnementale avec des collaborateurs rompus à la réglementation thermique monégasque en vigueur depuis 2018, ainsi qu'aux réglementations françaises dont la RE 2020 applicable à partir de janvier 2022.

Cette nouvelle cellule permet d'accompagner les décideurs dans leurs choix constructifs aux fins de répondre à leurs ambitions programmatiques, via, en particulier, la réalisation de STD (Simulations Thermiques Dynamiques), permettant de présélectionner par le calcul et la modélisation des bâtiments, les matériaux et les équipements adaptés pour réduire à leurs minima les consommations énergétiques tout en assurant à l'utilisateur un bon confort d'été et d'hiver.

Nous travaillons aussi en étroite collaboration avec la Mission pour la Transition Énergétique (réalisation du nouveau guide des éco-matériaux de la Principauté), dont les actions s'inscrivent dans les démarches initiées par S.A.S. le Prince Souverain depuis les engagements pris par Monaco lors de la COP21 pour contribuer concrètement à la réduction des émissions de GES et à l'objectif « 0 Carbone » en 2050.

Nos compétences nous permettent aussi de réaliser les diagnostics énergétiques et l'accompagnement à l'obtention des principaux labels et certifications appliqués au bâti, dont les certifications BD2M « Bâtiments Durables Méditerranéens de Monaco » spécifique à la Principauté et obligatoire pour les bâtiments publics, HQE « Haute Qualité Environnementale », BDM « Bâtiments Durables Méditerranéens » visant à valoriser les projets de construction ou de rénovation durables en milieux méditerranéens ou montagnards...

monaco cyber sécurité



PROTÉGER. AUDITER. DÉTECTER. RÉAGIR.

9 avenue Albert II, Le Copori | 98000 MONACO
Tel : +377 97 97 30 20
contact@monacocyber.mc | www.monacocyber.mc



MBN/ Quelles sont les conséquences de la crise sanitaire sur votre activité ?

G.P. : Notre chiffre d'affaires a été impacté, car certains projets ont dû être mis en attente lors de l'arrivée de la Covid-19, tant en études qu'en chantier.

Nous avons bénéficié du Prêt Garanti par l'État que nous avons commencé à rembourser dès le mois d'août 2021. Nos collaborateurs ont eu accès au dispositif de CTTR, qui a permis de maintenir les emplois, ainsi qu'au travail à distance. Notre entreprise de 18 collaborateurs, au plus fort de la crise, a réussi à maintenir 20% à 30% de son activité.

MBN/ Quel est votre ressenti quant aux perspectives

économiques à court et moyen termes ?

G.P. : Nous restons attentifs aux évolutions de la crise sanitaire, bien que relativement confiants. Des règles ont été édictées, nous les suivons et nous y adaptons avec bon sens et pragmatisme.

La Principauté fait preuve d'un très fort dynamisme auquel nous espérons continuer à contribuer avec humilité et passion.

En cette période difficile, nous sommes particulièrement mobilisés pour maintenir la plus grande réactivité à la sollicitation des architectes de la Principauté qui demeurent nos donneurs d'ordre et partenaires privilégiés.

MPM & PARTNERS MONACO

©MPM & Partners Monaco



Didier Peirone :

« Au global la crise liée au Covid-19 a eu des effets qu'on pourrait qualifier de bizarres, qui n'ont pas forcément été totalement négatifs »

Ses particularités font que le secteur financier a vécu différemment la crise née du Covid-19. Pour savoir comment ces entreprises l'avaient affrontée, le MBN a interrogé Didier Peirone, Administrateur Délégué Général de MPM & Partners Monaco.

MBN/ Quelle est votre activité ?

Didier Peirone : MPM & Partners Monaco est une SAM de 11 personnes agréée par la CCAF (Commission de Contrôle des Activités Financières) depuis 2006 en gestion de portefeuille, pour la gestion discrétionnaire, la gestion de conseil, et la gestion de fonds étrangers. Nous sommes d'ailleurs probablement les seuls à Monaco à gérer des fonds européens UCITS IV, autorisés par l'AMF, délégués par Lazard Frères Gestion Paris. Notre clientèle est principalement privée, nous n'avons que très peu de clientèle institutionnelle. Nous sommes multi-dépositaires, ce qui veut dire que nous travaillons avec 13 banques principalement à Monaco mais aussi en Suisse, au Luxembourg, au Liechtenstein et à l'Île Maurice, en multidevises, ce qui nous permet de répondre aux besoins spécifiques de nos clients. Notre clientèle est principalement constituée de résidents à Monaco, et depuis cinq ans nous avons développé une expertise pour une clientèle résidente en Afrique, aussi bien francophone qu'anglophone.

Cela signifie que nous pouvons proposer à nos clients des prestations consolidées (multidevises, multi-banques, et multi-pays) qui les libèrent des objectifs et contraintes de leur propre banquier. Nous pouvons même négocier, pour leur compte, des conditions plus avantageuses que celles qu'ils auraient pu obtenir directement.

Les membres de la Direction ont chacun plus de 35 ans d'expérience, ce qui permet de proposer des analyses fondamentales basées sur l'expérience et moins soumises aux émotions, pour in fine être plus en adéquation avec les desideratas des clients.

MBN/ Comment s'est passée la crise Covid ?

D.P. : Au global la crise liée au Covid-19 a eu des effets qu'on pourrait qualifier de bizarres, mais qui n'ont pas forcément

été totalement négatifs. Le confinement nous a surpris, mais nos plans d'urgence prévoyaient le travail à distance ce qui nous a permis grâce aux évolutions légales en Principauté de poursuivre notre activité en télétravail avec toutes les sécurités nécessaires. Nous n'avons jamais eu à faire appel au chômage total temporaire renforcé (CTTR).

Au niveau de la société, la baisse des frais variables a compensé la baisse des revenus, et au final nous nous en sommes plutôt bien sortis. Comme je le disais précédemment, nous n'avons pas fait appel au dispositif de CTTR, nous n'avons procédé à aucun licenciement de personnel, et tous les salaires ont pu être payés normalement.

Concernant les marchés ceux-ci ont bien sûr connu un krach, mais du fait de la typologie de notre clientèle il n'y a pas eu de panique. Tout le monde est resté plus ou moins investi et puis les marchés sont remontés.

MARCHETTI
Agence Immobilière depuis 1897

Agence MARCHETTI
20, rue Princesse Caroline • 98000 Monaco
Tél. +377 93 30 24 78 • www.agencemarchetti.com



MBN/ Comment percevez-vous l'avenir ?

D.P. : En 2021, les marchés ont fait une belle performance qui n'était pas forcément attendue, le CAC 40 ayant fini +30%. En revanche, l'apport de liquidités octroyé par les Banques Centrales a soutenu l'économie, mais lors de la reprise des goulots d'étranglement sont apparus ce qui a entraîné le début de l'augmentation des prix, d'abord du pétrole, puis des matières premières. Aujourd'hui, l'inflation est à 7% aux USA et 5% en Europe. Face à cela, la FED a annoncé l'arrêt du Quantitative Easing (injections de liquidités) en mars, alors que la BCE parle de fort ralentissement. Mais l'aversion au risque a provoqué une augmentation des taux sur le marché obligataire américain avec comme corollaire une baisse des actions. Comme les indices boursiers avaient atteint un plafond historique, on pourrait s'attendre à une prise de bénéfice en 2022, et c'est bien là toute la question !

Mais d'un autre côté, les taux d'intérêts européens sont « administrés » par la Banque Centrale, or celle-ci est contrainte par les pays à déficit important, comme l'Italie et la France. Si on se place du côté des investisseurs, quelles options ont-ils pour générer de la performance si les taux réels restent négatifs ? La seule alternative qui reste est celle du marché des actions. Aussi nous nous attendons à ce que celui-ci reste solide sur l'année 2022.

En conclusion, je dirais que MPM & Partners est une société complètement indépendante puisque ses actionnaires sont toutes des personnes physiques implantées sur Monaco depuis de nombreuses années. En privilégiant la réactivité d'une petite structure qui s'est dotée d'une organisation opérationnelle au service de ses clients afin de mettre en adéquation les desideratas de ceux-ci avec les trois forces qui régissent les marchés : analyse fondamentale, analyse technique et analyse comportementale.

RIVIERA DIFFUSION



©DK - La Gazette de Monaco

Alexandre Pasta :

« Pour s'adapter au mieux à la situation, en 2020, nous avons aussi créé un site de e-commerce : monacoracingcollection.com sur lequel nous vendons nos produits »

Créée en 1997 par Alexandre Pasta, commerçant indépendant, la société en nom propre Riviera Diffusion Monaco, depuis transformée en SARL, est spécialisée dans la distribution en Principauté, en France et à l'étranger de produits à thème automobile et Grand-Prix, et d'articles de souvenirs de Monaco.

MBN/ Pourriez-vous nous en dire plus sur les activités de votre société ?

Alexandre Pasta : J'ai débuté ma carrière dans le secteur de la bijouterie fantaisie, mais après quelques années, j'ai eu envie de m'impliquer dans un nouveau projet professionnel. Lors d'une opération de vente au détail sur un stand loué à l'occasion du Grand Prix de Formule 1 de Monaco, j'ai rencontré le propriétaire d'une marque italienne de vêtements de prêt-à-porter pour enfants dénommée *Futuro Pilota*, spécialisée dans le racing wear, dont je suis devenu le distributeur en Principauté et en France pendant une dizaine d'années. Au décès du propriétaire, et en l'absence de successeur, j'ai pu récupérer le nom de la marque que j'ai rebaptisée *Futuro Pilot* et que je distribue à Monaco, en France et en Italie depuis maintenant 15 ans, en co-branding avec l'Automobile Club de Monaco. Du T-Shirt à la casquette, à l'emblématique combinaison de pilote, aux stylos et nombreux autres accessoires, la marque s'est progressivement enrichie. En parallèle, suite à des voyages réguliers en Asie et à la demande de commerçants de la place, j'ai diversifié mon activité en y ajoutant la distribution d'une gamme d'articles souvenirs de Monaco. L'idée est de faire rayonner l'image de notre marque et de la Principauté.

L'autre difficulté est que les commandes doivent être passées un an à l'avance dans des usines du monde entier, sous peine d'arriver trop tard sur les chaînes de production, et donc de risquer de manquer des ventes.

Pour s'adapter au mieux à la situation, en 2020, nous avons aussi créé un site de e-commerce : monacoracingcollection.com sur lequel nous vendons nos produits, vêtements et accessoires de la marque Futuro Pilot et articles souvenirs. Pour l'heure, cela ne représente cependant qu'un complément d'activité. Durant cette période, via le réseau de fabricants de Riviera Diffusion Monaco, nous avons également vendu des masques et des gels hydroalcooliques, ce qui nous a permis de maintenir notre trésorerie et de répondre à une forte demande.

MBN/ Quelle est l'incidence de la crise sanitaire sur l'activité de votre société ?

C.B. : Depuis le début de l'épidémie, notre activité est ralentie et le chiffre d'affaires de la société a baissé de 50%. Nos produits s'adressent en effet à une clientèle locale, européenne et internationale, mais comme l'activité touristique a fortement baissé partout, notre clientèle s'est réduite en conséquence.

MBN/ Quelles perspectives d'évolution entrevoyez-vous ?

C.B. : Il faut d'abord sortir le plus vite possible de cette crise sanitaire afin de reprendre le chemin de notre croissance qui était bien amorcée. Lorsque la situation le permettra de nouveau, l'objectif sera d'élargir la distribution internationale de la marque *Futuro Pilot*, en particulier en Allemagne et aussi au Japon, pays doté d'une forte culture automobile et comptant de nombreux passionnés de Grands Prix de Formule 1. Notre collaboration avec l'Automobile Club de Monaco nous permettant d'associer le nom et l'image du circuit de Monaco, connus dans le monde entier, devrait nous y aider.

Je suis in fine résolument confiant en l'avenir. Nous n'avons de toute façon pas d'autre choix que de rester confiant et pragmatique. C'est d'ailleurs ce qui a toujours permis à la Principauté de rebondir.

SUISSCOURTAGE



© Suisscourtage

Jérôme Ragas et Christophe Daleux

Jérôme Ragas :

« Il y a à Monaco les compétences nécessaires »

Jérôme Ragas, Directeur Général, et Christophe Daleux, Directeur Général Adjoint, présentent les évolutions de Suisscourtage, leader du courtage à Monaco.

MBN/ Quelle est l'histoire de Suisscourtage ?

Jérôme Ragas : Suisscourtage a été fondé en 1988 par Victor Pastor, un des trois enfants de Gildo Pastor, d'abord pour assurer les biens de sa famille. Le nom en lui-même provient du fait que Suisscourtage était Agent Général de la compagnie La Suisse, devenue depuis Swiss Life. Suisscourtage a été un des premiers à faire du courtage en Principauté et s'est ensuite beaucoup développé, à la fois par croissance externe, en rachetant des portefeuilles clients, et en croissance interne, en recrutant les experts qui nous permettent de répondre à l'ensemble des besoins de notre clientèle. Aujourd'hui nous sommes un cabinet multi-spécialiste couvrant l'ensemble du marché avec 140 collaborateurs, en hausse de 15% par an, principalement à Monaco et aussi dans des agences à Antibes, Cannes, Menton, Londres, Marseille, et Amersfoort (Pays Bas). Nous gérons environ 200 millions d'euros de primes d'assurance chaque année, ce qui fait de Suisscourtage la plus importante société de courtage d'assurance à Monaco et sur la Côte d'Azur. Et, point significatif, nous pouvons intervenir aussi bien en Principauté qu'en France, deux pays avec des législations différentes.

MBN/ Quelle est votre activité et comment l'avez-vous organisée ?

Christophe Daleux : Notre métier : construire pour chacun de nos clients les meilleures solutions pour couvrir leurs risques. En tant que courtier nous sommes mandatés par nos clients ; pour répondre à leurs attentes nous pouvons solliciter l'ensemble des assureurs existants sur le marché et ainsi sélectionner les meilleures offres. Aujourd'hui, nos équipes sont organisées par typologie de clients - particulier ou entreprise et par pôle de compétence assurances.

Pour les clients particuliers, nous offrons des solutions pour les biens classiques (habitation ou automobile) mais aussi pour ceux d'exceptions : immobilier, véhicule, jet, œuvres d'art ou bien sûr les yachts. Au travers de notre marque OnlyYacht, nous sommes le leader européen des courtiers d'assurance pour superyachts avec près de 400 yachts assurés et plus de 3 000 membres d'équipage. La protection des personnes est aussi clé dans notre stratégie tant sur les volets Santé et Prévoyance - régime salarié, indépendant ou même 1er euro pour la clientèle internationale ; que sur la retraite et l'accompagnement patrimoniale (Wealth Management) avec notamment nos solutions multi-fiscalités offertes par les contrats Luxembourgeois.

MBN/ Et pour les entreprises ?

C.D. : On distingue les assurances des biens (Incendies - Accidents - Risques Divers) des assurances de personnes,

comme celles de santé ou arrêt de travail. Une partie de notre valeur ajoutée est d'aider nos clients à analyser leurs risques opérationnels et construire si nécessaire les protections assurantielles possibles. Depuis la pandémie, nous observons un durcissement des conditions offertes par les assureurs : moins de garanties, augmentation des franchises et fortes augmentations des prix ; mais aussi pour certains risques le retrait de plusieurs assureurs européens. Dans ce contexte de tension, notre rôle de courtiers - indépendant des différentes compagnies d'assurance - est alors clé pour rechercher la meilleure solution pour chacun de nos clients. Dans certains cas il n'existe plus de solution sur le marché traditionnel européen, notre statut de Lloyd's Broker nous donne accès au marché « anglais » qui reste plus opportuniste pour les risques sensibles.

Pour les besoins d'assurance de personnes, nous avons créé la Caisse Complémentaire de Santé et de Prévoyance (CCSP) qui, comme son nom l'indique, est complémentaire à la CCSS et à la CCPB. L'objectif de CCSP est d'offrir à nos assurés une solution parfaitement adaptée à leur régime de protection sociale, qu'il soit Monégasque ou Français.



© Suisscourtage

MBN/ Pouvez-vous nous donner des exemples de sinistres que vous avez couverts ?

J.R. : Nos équipes « indemnisation » sont mobilisées pour accompagner nos assurés au moment des sinistres chaque année : plus de 4 000 sinistres dommages et responsabilités, 2 500 sinistres Accidents du Travail et Prévoyance et plus de 50 000 échanges avec nos bénéficiaires Santé. Si notre

objectif est d'accompagner nos 15 000 clients sur chaque sinistre quel que soit leur taille, nous avons effectivement connus des sinistres significatifs de l'ordre 10 Millions d'Euros, concernant respectivement un yacht dans les Caraïbes et une entreprise de la région qui a souffert d'une catastrophe naturelle. Mais même si les montants en jeu sont moins spectaculaires, d'autres sinistres aussi ont été notables par leur nombre. Par exemple, un orage de grêle dans l'arrière-pays de Menton l'été dernier a provoqué 100 sinistres en quelques minutes. Et que dire des événements naturels à répétition comme la tempête Alex d'octobre 2020 ou encore le gros coup de mer sur l'Est de notre région d'octobre 2018. Ces derniers ont bénéficié de la délégation de gestion de sinistre de Suisscortage : nous avons ainsi pu accélérer le traitement de leurs dossiers. Au global, environ 80% des sinistres de moins de 30 000 euros ont été réglés rapidement par Suisscortage.

MBN/ Quelles évolutions mettez-vous en place ?

C.D. : Nos objectifs prioritaires sont de conforter notre ancrage local autour de Monaco et de continuer à renforcer nos compétences en ciblant notamment nos recrutements pour accroître encore nos compétences et ainsi apporter un accompagnement de grande qualité à nos clients. Par ailleurs, nous sommes aussi en train d'accélérer sur la digitalisation des services, notamment de « selfcare » qui

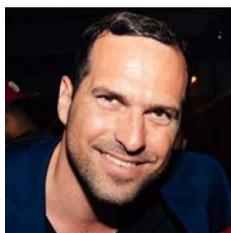
permettent à nos clients d'être autonome et d'avoir une réponse rapide à leurs attentes. Par exemple, un gestionnaire de flotte automobile n'a plus à nous envoyer un email pour annoncer un nouveau véhicule à assurer, il peut maintenant saisir en ligne la Carte Grise et obtenir automatiquement la Carte Verte en retour, tout étant automatisé. Nous avons aussi développé des applications pour smartphones, Android et iOS, pour nos clients.

J.R. : La nouvelle embauche de Christophe Daleux en tant que Directeur Général Adjoint s'inscrit dans cet objectif. Ingénieur et Actuaire, c'est-à-dire statisticien de l'assurance, il apporte son expertise acquise de 20 ans chez un grand assureur français. Il a aussi pour rôle d'aider à structurer Suisscortage afin d'accompagner sa forte croissance.

MBN/ En résumé, quel message souhaitez-vous faire passer à nos lecteurs ?

J.R. : Il est important que les entrepreneurs monégasques sachent qu'il y a à Monaco les compétences nécessaires et qu'ils n'ont pas besoin de prendre le risque d'aller chercher ailleurs des assurances peut-être non adaptées aux spécificités monégasques. Et même s'ils ont des activités en France, notre structure permet de les couvrir dans les deux pays avec, à chaque fois, la solution adaptée à leurs besoins.

YAKAZUR



Grégory Salerno :

« Nos clients sont surtout des entreprises, mais depuis la crise liée à la Covid-19 nous avons aussi développé une plus grande part de clientèle privée, qui elle n'a pas changé ses habitudes de consommation. »

L'agence événementielle Yakazur réalise dans le monde entier des manifestations et soirées de prestige. Gregory Salerno, son fondateur, nous en raconte l'origine et explique comment l'entreprise s'adapte à la crise née de la pandémie en misant notamment sur la digitalisation.

MBN/ Quelle est votre activité ?

Gregory Salerno : Nous sommes spécialisés dans la production événementielle et dans l'Entertainment, c'est-à-dire la création de A à Z, du concept à la réalisation, d'animations et d'événements sur mesure. Nos clients sont surtout des entreprises, mais depuis la crise liée à la Covid-19 nous avons aussi développé une plus grande part de clientèle privée, qui elle n'a pas changé ses habitudes de consommation. Ancien gymnaste, j'avais créé Yakazur tout seul en 2003, et nous sommes maintenant 4 personnes à Monaco, qui intervenons dans le monde entier, avec une centaine d'événements chaque année. Nous sommes des créateurs d'émotions. Notre rôle est de créer du lien, de donner du sens, nous travaillons beaucoup sur l'affectif. Nous donnons naissance à des moments exceptionnels et très forts, qui laissent des souvenirs. Notre valeur ajoutée, c'est la créativité.

MBN/ Pouvez-vous donner un exemple d'événement que vous organisez ?

G. S. : Il est très difficile d'en choisir un en particulier, parce que chacun correspond à une création spécifique, à un moment unique. Je peux peut-être quand même citer le Global Citizen Forum à Monaco. C'était un événement très politique avec d'éminentes personnalités parmi lesquelles les Présidents de l'ONU, de l'UNESCO, de l'UE, et de nombreux leaders politiques mondiaux, soit plus de 500 invités. Nous avons dans ce cadre conçu et organisé trois galas dans trois espaces différents (La Salle des Etoiles, la Salle des Palmiers et le Monte-Carlo Bay Hotel & Resort), et plus de 20 conférences. Dans un autre registre, puisqu'il s'agissait d'un anniversaire, nous avons transformé entièrement l'Hôtel de Paris pour qu'il devienne pour l'occasion le "Grand Hôtel de Budapest" du célèbre

film de Wes Anderson. Nous nous occupons également de la Direction Artistique de certains établissements festifs comme Jimmy's Monte-Carlo, Bagatelle (St Tropez et Mykonos), Verde (St Tropez, Paris, Dubaï, Mykonos, Riyad et Megève), Nikki Beach (St Tropez), La Mangeoire (Courchevel), Nao et Vudu (Marbella), ou encore Iris (Dubaï, Abu Dhabi, Doha) pour en nommer quelques-uns.

Il faut bien comprendre que nous assurons l'intégralité de la création des événements, ce qui comprend, entre autres, la fabrication des costumes, des accessoires, des décors, le recrutement des artistes, des artisans, la direction technique (sonorisation, éclairage, vidéo), la coordination des transferts, la gestion des autorisations administratives, etc. Pour ce faire, nous travaillons avec des partenaires locaux dans tous les endroits où nous intervenons.

MBN/ Comment préparez-vous l'avenir de votre activité ?

G. S. : Jusqu'à présent nous n'avons fonctionné que grâce au bouche-à-oreille : un client nous en amenait un autre, et nous étions référencés par des agences. Notre objectif maintenant est de nous faire davantage connaître de nos clients finaux, et pour ce faire nous profitons du Fonds Bleu mis en place par le Gouvernement Princier pour développer toute notre communication en ligne, tant sur le web que sur les réseaux sociaux, ces derniers étant une nouveauté pour nous.

Même si la situation n'est pas facile et que nous avons quand même souffert de 11 annulations pour le mois de décembre, du fait des dernières restrictions sanitaires qui ont été imposées, nous ne nous plaignons pas. Les choses vont globalement dans la bonne direction. Il faut juste que les Gouvernements laissent les entreprises travailler.



Reprise : il est urgent de se former !

Pour faciliter l'accès à la formation professionnelle en Principauté, en 1997, la FEDEM a mis en place avec le soutien du Gouvernement Princier une aide exclusivement accessible aux salariés et dirigeants du secteur privé dont la société est établie à Monaco. Cette aide est ouverte à toutes les entreprises monégasques, et les membres de la FEDEM sont en plus exonérés des frais de gestion.

Ce partenariat entre la FEDEM et l'État permet aux entreprises de bénéficier d'une rétrocession gouvernementale de 30% HT pour des formations en langues étrangères, français pour étrangers, informatique/bureautique, techniques d'accueil, et de 25% HT pour des formations en management, communication, ressources humaines, plafonnées à 4 500 € par an et par entreprise. Le procédé est simple : il suffit à l'entreprise intéressée de contacter soit la FEDEM, soit directement l'un des 13 organismes formateurs agréés (voir encadré).

UN PANEL DE FORMATIONS GÉNÉRALISTES

Les formations offertes répondent aux besoins fondamentaux des entreprises dans un grand nombre de domaines :

- Formations en langues étrangères et français pour étrangers, sous la forme de cours individuels ou collectifs, de l'initiation au perfectionnement en anglais, italien, espagnol, allemand, russe, portugais, arabe, chinois et japonais.
- Formations en informatique et bureautique sous la forme de cours individuels et collectifs, de tous niveaux, permettant l'apprentissage des systèmes d'exploitation et des logiciels de bureautique et de P.A.O. les plus courants (Windows, Excel, Word, Access, Lotus, PowerPoint...), mais aussi formations innovantes en cyber sécurité et protection des données personnelles.
- Formations en management, communication et R.H. sur des thèmes essentiels tels que le management d'équipe, la gestion des conflits, la communication interpersonnelle, la gestion du stress, l'amélioration de l'efficacité au travail, le leadership et la motivation d'équipe, l'évaluation des compétences, la prise de parole en public...
- Formations en techniques d'accueil : le Gouvernement Princier a décidé en 2013 de soutenir ce type de formations afin d'améliorer l'accueil en Principauté, cette démarche s'inscrivant directement dans les actions en faveur de l'attractivité du pays.

Si les formations les plus utilisées sont traditionnellement celles des langues étrangères, afin de répondre à la dimension internationale de l'activité monégasque, de nouvelles formations plus innovantes sont également proposées. Ce sont notamment les formations en marketing digital par la société AIP DIGITAL, et celles en protection des données (RGPD) et cybersécurité par la société ACTIS. Elles permettent de faciliter l'acquisition des compétences techniques qui deviennent indispensables dans une économie de plus en plus digitalisée.

GÉRER LA FORMATION COMME UN INVESTISSEMENT

Après la parenthèse Covid-19 et ses conséquences lourdes, la reprise est là, mais elle se fait dans un contexte aux appétits concurrentiels décuplés. Les entreprises monégasques ne doivent pas la rater, et pour cela elles doivent pouvoir compter sur des collaborateurs compétents parce que formés.

LES ORGANISMES FORMATEURS AGRÉÉS

I - Formations en Langues Etrangères et Français pour Étrangers

- IET
- The Regency School of Languages
- BG conseil RH
- Pierre Dick

II - Formations en Informatique / Bureautique

- IET
- Media Computers
- Koesio Noeva
- Partner Strategy RH
- AIP Digital
- Actis

III - Formations en Techniques d'Accueil

- BG Conseil RH
- La Classe

IV - Formations en Management - Ressources Humaines - Communication

- BG Conseil RH
- CFC Monaco
- IET
- Groupe Expression
- Grow up Human Resources
- Partner Strategy RH
- Pierre Dick

Le Tribunal Suprême annule les articles 1 et 2 de l'Ordonnance Souveraine n°8.634

En juillet dernier, la FEDEM, l'UCAM et la Chambre Monégasque de l'Horlogerie et de la Joaillerie avaient engagé devant le Tribunal Suprême, des recours en annulation pour excès de pouvoir à l'encontre de dispositions de l'Ordonnance Souveraine n°8.634 qui imposaient une distinction entre commerçants et instaurent des obligations nouvelles non prévues par la loi n°1.503 relative à la lutte contre le blanchiment de capitaux, le financement du terrorisme et la corruption.

Le Tribunal Suprême reconnaît tout d'abord à la FEDEM, l'UCAM et la Chambre Monégasque de l'Horlogerie et de la Joaillerie un intérêt à agir, que l'État contestait.

Par ailleurs, le Tribunal Suprême souligne qu'en regard à l'intérêt général de la Principauté de Monaco à lutter contre le blanchiment de capitaux, le financement du terrorisme et la corruption, il est loisible aux autorités publiques de prendre toutes autres mesures que celles prises en vertu des directives européennes, destinées à assurer l'effectivité de la défense de l'ordre public financier et de la protection de la sûreté publique, mais dans tous les cas, les obligations auxquelles sont soumises les personnes assujetties doivent être proportionnées aux risques présentés par les activités en cause et compatibles avec le respect des droits fondamentaux garantis au Titre III de la Constitution.

L'Ordonnance Souveraine contestée, en classant les commerçants *“organisant la vente ou la location d'antiquités, de matériaux précieux, pierres précieuses, métaux précieux, bijoux, horlogerie, maroquinerie, véhicules terrestres, aériens ou maritimes ou d'autres objets de grande valeur”* dans une catégorie qui les soumet à un dispositif spécifique, a ainsi opéré une distinction entre commerçants, là où la loi ne le faisait pas.

En outre, la FEDEM contestait cette Ordonnance Souveraine en ce qu'elle soumettait les commerçants de biens d'une certaine valeur à une nouvelle obligation de déclaration systématique au SICCFIN, là où la loi ne prévoit que des obligations de vigilance à l'égard de la clientèle.

Le Tribunal Suprême a jugé qu'en vertu de la hiérarchie des normes, le pouvoir réglementaire, d'une part, ne pouvait pas déterminer par Ordonnance Souveraine d'application, les organismes et personnes assujettis au dispositif LCB/FT-C et, d'autre part, ne pouvait non plus édicter par la même Ordonnance, des obligations nouvelles à la charge desdits assujettis, au-delà de celles prévues par la loi.

L'Ordonnance Souveraine d'application n°8.634 avait - selon nous - pour objet d'organiser l'application de la loi n°1.503 et non d'élargir son champ d'application, ni d'ajouter de nouvelles obligations à l'encontre des assujettis.

En conséquence de quoi, le Tribunal Suprême a annulé les articles 1 et 2 de l'Ordonnance Souveraine n°8.634.

PROFESSIONNELS

LE PRÊT
BLEU

SOYEZ
partenaire
D'UN AVENIR
DURABLE.



LE PRÊT BLEU accompagne les professionnels dans leur projet éco-responsable pour contribuer à un avenir meilleur.

Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

Sous réserve d'acceptation de votre dossier par la Banque Populaire Méditerranée.

Banque Populaire Méditerranée - société anonyme coopérative de Banque Populaire à capital variable (articles L. 512-2 et suivants du code monétaire et financier et l'ensemble des textes relatifs aux Banques Populaires et aux établissements de crédit). 058 801 481 RCS Nice. N° d'immatriculation auprès de l'organisme pour le registre des intermédiaires en assurances (ORIAS) : 07 005 622. Siège social : 457 Promenade des Anglais - BP 241 - 06292 NICE CEDEX 03 - 04.93.21.52.00 (appel non surtaxé, coût selon opérateur) - www.bpmmed.fr - Crédits photos : Shutterstock et 123RF - Création : ADSOLUE.

BANQUE POPULAIRE
MÉDITERRANÉE



la réussite est en vous

*De génération
en génération,
restons branchés*

à partir de
19€*
/mois

*informations et conditions
auprès du Service Relations Clientèle
ou sur www.smeg.com

PRENEZ LA ROUTE
AVEC *evzen*{ITUDE}

SMEG, 130 ANS
D'EXPERTISE



BILLET ÉCO 32

CONTAGION



Photo : The Crowd For DMB - 29 August 2009, 19:42, Moses, Wikimedia Commons. Licence CC-BY 2.0

Fin février 2019, un jeune Allemand de 22 ans a lancé la chaîne Youtube *“Gewitter im Kopf - Leben mit Tourette”* (*“Des orages dans la tête - Vivre avec la maladie de la Tourette”*) consacrée à sa vie avec le Syndrome de Tourette. L'exagération de ses tics, présentés comme des caractéristiques de la maladie, lui a rapidement apporté une forte audience : plus de 1 million d'abonnés en moins de 3 mois, et 2 millions en moins de 2 ans. C'est un énorme succès. Mais, très rapidement, des adolescents qui le suivaient ont été diagnostiqués (à tort) du Syndrome de Tourette : ils présentaient exactement les mêmes tics que ceux qu'il mettait en scène, même ceux ne correspondant pas à la maladie. Müller-Vahl et al. (2021), qui rapportent ces cas, ont donné un nom à ce phénomène : *“Mass Social Media-Induced Illness”* (MSMI), c'est-à-dire la version induite par les Réseaux Sociaux de la *“Mass Sociogenic Illness”* (MSI) connue en français sous les noms d'*hystérie collective*, *hystérie de masse*, ou *psychose collective*. Une forme de contagion sociale.

Le terme contagion est bien à prendre en tant qu'équivalent dans le monde culturel de la contagion biologique. Comme Harari (2015) l'a popularisé, nous vivons depuis 70 000 ans à la fois dans la réalité objective et dans celle imaginaire des idées, et de plus en plus dans cette dernière : *“Au fil du temps, la réalité imaginaire est devenue toujours plus puissante, au point que de nos jours la survie même des rivières, des arbres et des lions dépend de la grâce des entités imaginaires comme le Dieu Tout-Puissant, les États-Unis ou Google”*. Or, dans ce monde culturel, les règles sont proches de celles du monde biologique : même les courbes des succès musicaux ressemblent à celles de maladies contagieuses (Rosati et al., 2021).

La Mémétique

Cette ressemblance du biologique et du culturel avait été formalisée par Richard Dawkins la fin de son best-seller *“Le Gène égoïste”* (1976, 1989). Après avoir introduit l'approche gène-centrique de l'évolution qui distingue les *“Répliquants”* (ou *“Répliqueurs”*, les gènes) des *“Véhicules”* (les individus qui les portent), Richard Dawkins remarque que *“La*

transmission culturelle est analogue à la transmission génétique dans la mesure où, bien qu'elle soit fondamentalement conservatrice, elle peut donner lieu à une forme d'évolution.” Il définit donc des *“mèmes”* qui sont les équivalents des gènes dans le monde culturel : des unités de sélection qui se répandent plus ou moins. Chacune de nos idées, chacune de nos actions culturelles serait un mème, qui serait, ou non, amené à connaître le succès. Et si le terme mème a maintenant été détourné (pour désigner des images humoristiques à succès), cette analogie de Dawkins est devenue un cadre de recherches prometteurs (la *Mémétique*, voir [Neuromonaco 18](#)) qui étudie *pourquoi* une idée sera plus contagieuse qu'une autre, et dès lors nous aide à en imaginer d'encore plus efficaces.

Mais la mémétique souffre de deux limitations majeures : tout d'abord la culture n'est pas indépendante de la génétique (par exemple un mème qui inciterait tout le monde à se suicider ne survivrait pas lui non plus), ensuite, contrairement aux gènes, les idées changent en permanence, la transmission culturelle n'est pas *« fondamentalement conservatrice »* ce qui implique que les mèmes ne peuvent constituer des supports de sélection comme les gènes.

La Systémique

Aussi un autre niveau d'analyse est souvent préféré : celui de l'étude des interactions entre les individus au niveau du système.

Nous avons tous tendance à percevoir la foule comme un monstre indépendant, qui nous emporte avec sa vie propre suivant ses règles propres. Le [Billet Eco 23](#) en avait donné comme exemple la série télévisée *Game of Thrones* (GOT) où dans les premières saisons *“les personnages étaient broyés par les circonstances, aucun ne semblait pouvoir y survivre”*. Pourtant la foule est constituée de personnes qui conservent leur liberté et ne font que réagir à leur environnement : l'automobiliste bloqué dans un bouchon est une partie constituante du bouchon, pas un observateur extérieur. La question se pose donc : faut-il pour l'étudier s'intéresser surtout à la foule en tant que groupe ou aux individus qui la composent ?

Il s'agit là d'une question générale à toutes les analyses, et parfois se limiter au niveau individuel est clairement insuffisant. On ne peut par exemple expliquer les variations d'une population animale sans prendre en compte celles de ses prédateurs, l'interaction entre elles est déterminante.

Ce phénomène est formalisé par la *Théorie Générale des Systèmes (TGS)* (voir [Lettre Neuromonaco 22](#)) qui définit un système comme « un ensemble d'éléments en interaction dynamique, organisé en fonction d'un but », et montre que celui-ci montre des caractéristiques qui ne peuvent être déduites de l'analyse de ses composantes, les « propriétés émergentes ». La question du but pose bien sûr des difficultés (comment éviter la téléologie ? Et comment définir ce but ?), mais cette définition offre l'avantage d'être intuitivement comprise. Par exemple notre corps ressemble bien à un système qui a pour but de se maintenir (homéostasie), voire de transmettre ses gènes, et même si certains voudraient lui donner d'autres buts (plus ou moins magico-religieux), tous s'accorderont fondamentalement sur l'idée qu'il s'agit bien d'un système. Or les systèmes peuvent provoquer l'apparition de propriétés émergentes. Comme le remarquait Ryan Nance, « *Il existe une différence immanquable entre un sac de parties de lapin et un lapin* », le tout est supérieur à la simple addition des parties. Le phénomène de contagion est-il simplement une propriété émergente née du système culturel ?

Mais cette approche aussi est limitée : expliquer un phénomène comme une *propriété émergente* sans aller plus loin n'est pas vraiment l'expliquer et reste plus que frustrant...

Le niveau individuel

Analyser la contagion au niveau des choix individuels (réductionnisme) apparaît être plus efficace.

L'idée est de considérer que la cause de la contagion n'est pas quelque chose qui se transmettrait, mais une succession de choix individuels, chacun avec leurs objectifs propres. Par exemple, un phénomène contagieux comme la durée des applaudissements à la fin d'un spectacle s'explique par la pression sociale (Mann et al., (2013), voir [Neuromonaco 85](#)) et Muchnik et al. (2013) ont trouvé que sur Internet le premier avis *détermine* l'orientation générale des avis suivants. Si pour le cas des applaudissements il y a bien interaction entre les participants, ce n'est pas le cas pour des avis en ligne qui se succèdent. Dans les deux cas les comportements contagieux s'expliquent par les objectifs individuels de chacun des intervenants, pas par le système que ces derniers forment entre eux.

Cette approche ne signifie bien sûr pas que le type d'idée n'aurait aucune importance (on sait comment augmenter les chances qu'une idée ou opinion soit contagieuse : [Neuromonaco 118](#)), mais que c'est toujours au niveau de la psychologie qu'il faut l'étudier. Or à ce niveau nous disposons d'énormément d'outils (qui sont très bien exploités par les marketeurs et les publicistes) : nous connaissons les objectifs fondamentaux de chacun et comment chacun cherche à les atteindre.

Les croyances de luxe

Un doctorant américain, Rob Henderson (2019a, 2019b), en a donné un exemple saisissant en montrant que tout le marché du luxe est en cours de transformation. Il a en effet remarqué que si la très forte amélioration de la qualité de vie permise par le capitalisme avait jusqu'à récemment augmenté l'importance des produits matériels dits de prestige (basculement des « Normes sociales » vers les « Normes de marché » présentées [Billet Eco 21](#)), ces dernières années ont montré un rebasculement vers des signes *immatériels* de statut.

Fondamentalement, le luxe est un signal coûteux (un « handicap » au sens d'Amotz Zahavi), c'est-à-dire quelque chose qui peut être mortel ou au minimum invalidant pour ceux qui n'en ont pas les moyens. Le riche peut acheter des grandes marques sans risque quand le pauvre devra *se sacrifier* pour l'imiter. C'est ce qui fait la valeur du luxe : il montre à tous qui peut le supporter, et qui ne le peut pas. Or, comme le remarque Rob Henderson, le luxe actuel n'est plus de montrer sa possession de richesses matérielles, mais d'afficher sa défense d'idées coûteuses, c'est-à-dire qui sont faciles à supporter par ceux qui en ont les moyens mais invivables pour les autres. Il n'y a donc pas que de l'hypocrisie chez les stars et autres personnes médiatisées qui défendent des idées absurdes (wokisme, etc.), mais aussi un signalement coûteux de leur statut : elles savent qu'elles n'auront pas à souffrir de leur mise en pratique, quand ceux qui soutiennent les mêmes idées sans en avoir les moyens en paieront le prix, qui sera largement plus élevé que celui d'un produit matériel de luxe.

L'avenir

La contagion sociale est un phénomène qui fascine et fait peur, surtout quand elle concerne des maladies particulièrement visibles, comme le Syndrome de Tourette. Elle explique les accusations de possession démoniaque comme les procès des sorcières de Salem (USA, 1692-93, 20 exécutions : 14 femmes et 6 hommes), et pourquoi les exorcismes peuvent être plus efficaces que la psychiatrie (Gouillou, 2019). Elle est même maintenant l'hypothèse privilégiée pour expliquer la très forte hausse du nombre d'adolescentes transgenres aux USA. Mais elle est surtout un phénomène quotidien, qui est à la base de la culture et à l'origine des modes, et a donc un impact déterminant sur nos vies à tous.

Or, si quand les moyens de communication étaient limités, les contagions étaient limitées dans l'espace et le temps, le développement des télécommunications a permis leur mondialisation, et les réseaux sociaux leur ont encore offert un nouveau support. Les conséquences semblent en être majoritairement négatives (augmentation des maladies psychiatriques, frustrations des jeunes dans les pays pauvres, etc.) mais on ne peut plus arrêter cette évolution.

La contagion est la mesure de la soumission générale à une conformité. Pour la contrôler, il devient de plus en plus important de contrôler quelle est cette conformité.

Philippe Gouillou

Tous les Billets Éco sont publiés sur le site www.fedem.mc et accessibles avec leurs sources détaillées par leur numéro (exemple : www.fedem.mc/billet25).

Références : [Billet Eco 23](#) ; Dawkins (1976, 1989, ISBN : 978-2738103918) ; Gouillou (2019) ; Harari (2015, ISBN : 978-0099590088) ; Henderson (2019a, 2019b) ; Müller-Vahl et al. (2021, doi:10.1093/brain/awab316) ; Mann & al. (2013, doi:10.1098/rsif.2013.0466) ; Muchnik et al. (2013, doi:10.1126/science.1240466) ; Lettres Neuromonaco : 18, 22, 85, 118 ; Rosati et al. (2021, doi:10.1098/rspa.2021.0457)

DÉPISTAGE DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL ET DE STUPÉFIANTS EN ENTREPRISE

La prévention des risques professionnels liés à la consommation d'alcool et de stupéfiants a fait l'objet de deux Arrêtés Ministériels publiés fin octobre 2021.

L'Arrêté Ministériel n° 2021-700 du 29 octobre 2021 relatif à la prévention des risques professionnels liés à la consommation de plantes et substances classées comme stupéfiants prévoit que tout salarié occupant un poste à risque, peut être soumis à un dépistage de consommation de plantes ou substances classées comme stupéfiants, au moyen d'un test salivaire qui a pour objet de révéler immédiatement l'existence d'une consommation récente de ces produits.

Un tel dépistage visant à prévenir ou à faire cesser une situation dangereuse, n'est toutefois possible que si les conditions d'application de la procédure sont définies et précisées par le règlement intérieur de l'entreprise validé par l'Inspecteur du Travail.

Par dérogation, pour les opérations de bâtiment et de génie civil, le dépistage peut être réalisé dans les entreprises dépourvues de règlement intérieur si le dépistage est prévu par un règlement de chantier établi par le maître d'œuvre et adopté par l'entreprise intervenante sur le chantier. La procédure de dépistage devant alors être validée par l'Inspecteur du Travail.

Les postes à risques doivent être listés dans le règlement intérieur ou le règlement de chantier. Ce sont des postes qui comportent des travaux dangereux pour lesquels un défaut de vigilance entraînerait un risque grave pour les salariés concernés, leur environnement ou les tiers, des postes exposés à certaines substances, des postes impliquant la conduite d'un engin mécanique ou d'un véhicule à moteur, l'exercice de travaux en hauteur ou le port d'arme...

Lors d'un tel dépistage, le salarié est avisé qu'il peut disposer d'un témoin. Si le dépistage est positif, ou si le salarié refuse de s'y soumettre, l'employeur soustrait le salarié de son poste de travail, s'assure de sa prise en charge, et suspend le contrat de travail.

Le salarié est également informé qu'il peut demander une contre-expertise médicale par un laboratoire indépendant à la charge de l'employeur et faire valoir ses observations. L'employeur établit une fiche de constat, conservée un an. Une copie en est remise au salarié et, en cas de dépistage positif ou réputé positif, au Médecin du Travail.

Le dépistage est réalisé par une personne de l'entreprise ou ayant reçu délégation de l'employeur et formée à l'utilisation et à la lecture des tests.

Enfin, l'employeur et la personne réalisant le test doivent respecter le secret professionnel et ne peuvent transmettre les résultats à des tiers.

L'Arrêté Ministériel n° 2021-701 du 29 octobre 2021 quant à lui, modifie l'Arrêté Ministériel n° 2011-390 de 2011 relatif à la prévention des risques professionnels liés à l'alcool, lequel prévoit déjà la possibilité de faire un dépistage, sur un salarié ayant un poste à risque, de son imprégnation alcoolique par l'air expiré au moyen d'un alcootest ou d'un éthylotest.

L'Arrêté de 2021 ajoute la même dérogation que pour les stupéfiants, à savoir que pour les opérations de bâtiment et de génie civil, le dépistage peut être réalisé dans les entreprises dépourvues de règlement intérieur si le dépistage est prévu par un règlement de chantier établi par le maître d'œuvre et adopté par l'entreprise intervenante sur le chantier. La procédure de dépistage devant alors être validée par l'Inspecteur du Travail.



MBA

Votre MBA à taille humaine

Classé 33ème parmi les 100 meilleurs
MBA au monde (classement 2021)

The
Economist

www.monaco.edu





GROUPE **telis**

Experts en réseaux de communication digitale

Les nouveaux réseaux WIFI

www.telis.mc

■ Communication Digitale



Solutions innovantes de communications sécurisées

Réseaux informatiques

Equipes de maintien en conditions opérationnelles 24/7/365

Sécurité du Si

Vidéo protection

■ Sécurité & Protection des données



Plan de reprise et de continuité d'activité

Conservation et restitution de données sécurisées

Coffre-fort électronique

Audit informatique

Mise en conformité

Dématérialisation de documents

■ Multimédia



Solutions IPTV

Affichage dynamique

Pilotage domotique

Gestion de contenus

Applications mobiles multimédias & domotique

■ Monaco Datacenter



Green Datacenter

Hébergement en Principauté

Batiment sécurisé 24/7/365

Haute disponibilité

Supervision en temps réel

MONACO TELECOM LANCE LA FIBRE PRO À 10 GBPS POUR ACCÉLÉRER LA TRANSFORMATION DIGITALE DES ENTREPRISES MONÉGASQUES

Les entreprises monégasques peuvent désormais bénéficier des avantages de la Fibre Pro avec la Box la plus puissante du marché. Grâce à son nouveau réseau et ses équipements de dernière génération, Wi-Fi 6 et bornes Smart Wi-Fi, Monaco Telecom propose une solution de communication stable, performante et sécurisée à toutes les entreprises monégasques, avec un débit jusqu'à 10 Gbps.

Comme la 5G lancée en 2019, le déploiement de la Fibre Pro est l'une des infrastructures majeures soutenant le programme Extended Monaco, et l'un des leviers de leur compétitivité dans un monde post-pandémie où elles ont besoin du numérique au quotidien. 80% des entreprises y sont déjà éligibles, et 100% le seront dès début 2022, faisant de Monaco le premier pays entièrement fibré.



©Monaco Telecom



©Monaco Telecom

Performance, Stabilité, Connectivité

Avec 10 Gbps de débit descendant, les entreprises bénéficient d'une meilleure stabilité et d'une latence minimale pour des échanges de données plus fluides. La connectivité est optimisée grâce au Wi-Fi 6 certifié - le plus puissant du marché - qui offre un débit pouvant aller jusqu'à 6 Gbps, permettant de gérer de nombreux appareils connectés simultanément sans dégrader la bande passante. Les Smart Wi-Fi utilisant la technologie Wi-Fi Mesh permettent une couverture optimale et personnalisable dans toute l'entreprise.

Sérénité

Pour une continuité de service automatique en cas d'incident sur le réseau, l'offre Fibre Pro propose une clé Haut Débit Mobile qui est directement installée par un technicien Monaco Telecom lors de la mise en service de la Box Fibre. Les entreprises bénéficient également d'un accompagnement dédié de proximité auprès d'une équipe commerciale au sein de l'espace Pro de la boutique de Fontvieille et d'un service technique exclusif disponible 6j/7 de 8h à 19h via un numéro dédié. Les professionnels gagnent ainsi en sérénité.

Un choix d'offres adapté aux usages de chaque professionnel

Monaco Telecom propose une offre Fibre Pro sur 3 déclinaisons qui varient selon les débits et les services proposés. Les entreprises souscrivant à la Fibre Pro avant le 01/03/2022, pourront bénéficier d'un tarif unique de 74,99€ HT/mois pendant 6 mois, quelle que soit l'offre souscrite pour prendre le temps d'analyser leurs besoins.

Comment souscrire aux nouvelles offres Fibre Pro ?

Pour connaître leur éligibilité, les professionnels peuvent dès maintenant se connecter sur le site lafibre.monaco-telecom.mc en renseignant leur adresse ou le nom de leur immeuble, puis se rendre dans leur espace Pro de la boutique Monaco Telecom de la rue du Gabian. Début 2022, toutes les adresses seront éligibles.

Pour Frédéric Genta, Délégué interministériel en charge de la transition numérique : « La Fibre Pro constitue un enjeu de compétitivité pour nos entreprises. Associée au Cloud Souverain, elle permet à notre économie de tirer tous les bénéfices de la transformation numérique. C'est une nouvelle étape pour notre modèle dans le monde post-Covid ».

Pour Etienne Franzi, Président de Monaco Telecom : « En déployant ce nouveau réseau, avec le soutien du Gouvernement Princier et du Conseil National, Monaco Telecom dote le Pays d'une infrastructure stratégique pour sa transformation numérique, avec l'ambition d'apporter à tous les professionnels, à la fois débit et stabilité par la mise en œuvre d'une architecture technique innovante ».

Pour Martin Péronnet, Directeur Général de Monaco Telecom : « La Fibre Pro a été conçue pour répondre aux enjeux de performance, de sécurité et de continuité des entreprises et des professionnels de la Principauté. Elle est également durable : son empreinte carbone, telle que certifiée par le bureau Veritas, est de 21% inférieure aux box équivalentes. L'ensemble des équipes Monaco Telecom for Business est mobilisé pour accompagner la transformation numérique de nos clients ».

JUTHEAU HUSSON

CONSEIL ET COURTIER
EN ASSURANCES DEPUIS 1950

VOTRE SÉRÉNITÉ SE CONSTRUIT ENSEMBLE

Leader en Principauté depuis plus de 70 ans, nous vous accompagnons dans la sécurisation de votre activité, de votre patrimoine et de votre famille en vous apportant une écoute attentive et des conseils personnalisés. Ensemble, nous construisons le meilleur de l'assurance.

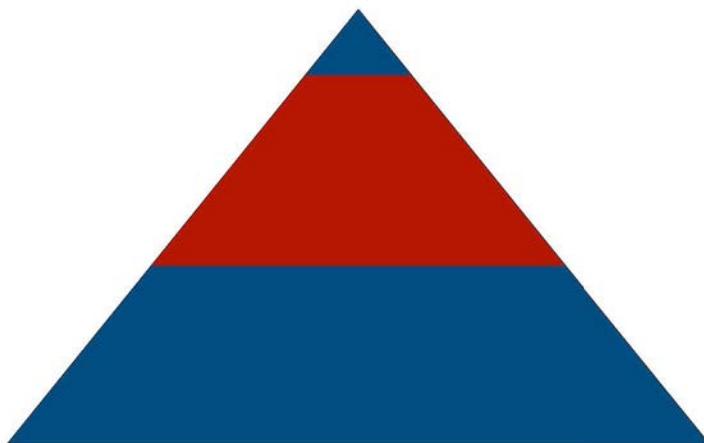


www.jutheau-husson.com

24 boulevard Princesse Charlotte - 98000 Monaco - (+377) 97 97 22 22

BASE ÉCO 14

STATUT : DOMINANCE ET PRESTIGE



“On appelle cela des hochets ! Eh bien ! c’est avec des hochets que l’on mène les hommes.”

Napoléon BONAPARTE (1769–1821), Déclaration au Conseil d’État, 8 mai 1802

Les deux types de société

Même si La Genèse nous raconte cette période de transition, on ne comprend pas très bien pourquoi les humains ont abandonné le paradis chasseur-cueilleur pour se lancer dans l’enfer des contraintes quotidiennes de la vie agricole. Mais cette *“plus grande erreur de l’histoire humaine”* a tout changé, notamment sur le point qui nous concerne aujourd’hui. L’agriculture a en effet surtout apporté la nécessité de conserver, c’est-à-dire d’acquérir et de défendre sur le long terme, des ressources, différence suffisamment importante pour qu’on classe les sociétés selon qu’elles permettent, ou pas, cette accumulation. Qu’ils aient été chasseur-cueilleur ou agriculteur, les humains de ces temps reculés ont toujours dû se nourrir tous les jours, seuls ceux qui y parvenaient suffisamment bien sont nos ancêtres, et nous portons leurs gènes. Cette capacité à contrôler les ressources qui permettent la vie et la reproduction est mesurée par ce qu’on appelle le *statut* : a un plus haut statut celui qui a plus de contrôle. Les moyens d’y parvenir seront bien sûr très différents dans les deux types de sociétés. Par exemple l’habileté à la chasse est beaucoup plus déterminante chez les chasseurs-cueilleurs, tandis que la quantité de ressources déjà accumulées, ce qu’on appelle la richesse, l’est beaucoup plus dans les sociétés agricoles, et plus encore depuis la Révolution Industrielle et les Trente Glorieuses. Mais ils présentent des points communs.

Dominance et Prestige

Le premier moyen d’obtenir du statut, quel que soit le type de société, est d’être le dominant. Les sociétés humaines sont moins hiérarchisées que certaines sociétés animales (et elles autorisent plusieurs hiérarchies indépendantes), mais le sont quand même beaucoup restées. Comme la dominance se définit comme la capacité à gagner dans un échange asymétrique, c’est-à-dire où il y a quelque chose à perdre, il apparaît évident que le dominant atteindra un plus haut statut. La dominance est très marquée culturellement, au point qu’on peut considérer que les *critères de dominance* suffisent à définir une culture (voir *Lettre Neuromonaco 39*). Par exemple, le dominant d’un groupe de scientifiques ne le sera probablement plus s’il est transféré là où c’est le succès au trafic de drogue qui importe.

Mais le statut ne se limite pas à la dominance, une autre stratégie est possible : on peut être de haut statut sans dominer qui que ce soit. Le statut ne dépend pas en effet que de la dominance, mais aussi du *prestige*. La difficulté est que ce dernier dépend du jugement *libre* des autres... qui est encore plus dur à obtenir. Comment faire ?

C’est bien sûr plus facile pour une personne qui est déjà en position dominante : elle peut manipuler l’environnement (c’est la *Règle d’or* : *Qui possède l’or impose les règles*) pour faire croire qu’elle a du prestige. Elle peut par exemple faire croire que sa situation est en elle-même prestigieuse, voire s’attribuer ou obtenir des signes officiels de prestige : des *“hochets”* (titres, médailles, et prix honorifiques).

Mais tout n’est pas perdu pour les autres : le prestige peut aussi être totalement indépendant de la dominance. Bien sûr, contrairement à ce qu’essaie de faire croire la publicité, l’achat de produits dits “de prestige” n’aide pas, mais le comportement a lui une importance majeure. *Halevy et al. (2005)* ont ainsi déterminé que la *générosité* au bénéfice des membres de son groupe augmente le prestige et diminue la dominance, l’*égoïsme* ayant les effets diamétralement opposés, tandis que la *générosité* envers des *extérieurs* au groupe réduit les deux (voir *Lettre Neuromonaco 5*).

Les temps modernes

De nos jours le statut s’obtient principalement, directement ou indirectement (via le salaire), par l’emploi, c’est-à-dire la position dans la hiérarchie de l’entreprise. Au niveau anthropologique, c’est une nouveauté : Michael Anthony Woodley of Menie, Yr. (2019) situe au XIXe siècle le remplacement de l’élite cognitive par l’élite entrepreneuriale. Une des conséquences de cette évolution est la plus grande importance relative de la dominance sur le prestige, ce qui déprimera tous ceux qui ne se sentent pas d’être égoïstes avec leurs proches : les gentils finissent-ils toujours derniers ? En fait, non. Comme l’illustre le graphique ci-dessus, si on trouve bien surtout des gentils en bas de la hiérarchie, qui sont écrasés par des dominants, la situation s’inverse tout en haut : aux niveaux les plus élevés, c’est surtout le prestige qui compte.

Philippe Guillaou

BASE ÉCO 15

L'HOMME (IR)RATIONNEL



WE BUY THINGS WE DON'T NEED
WITH MONEY WE DON'T HAVE
TO IMPRESS PEOPLE WE DON'T LIKE.

"L'astrologie a été inventée pour que les économistes aient l'air sérieux."

Charles Gave

"Nous achetons des choses dont nous n'avons pas besoin avec de l'argent que nous n'avons pas pour impressionner des gens que nous n'aimons pas."

Fight Club (1999)

10 billets de 10 euros chacun sont au milieu de la table, entre nous. Si nous nous entendons sur leur partage, nous pourrions garder ce que nous avons convenu, si nous ne trouvons pas d'accord, alors nous repartirons tous les deux sans rien (c'est le « *Jeu du Dictateur* »). Aussi je vous annonce que je n'accepterai rien en dessous de 9 billets pour moi : si vous voulez gagner le dernier vous devez accepter, sinon vous repartirez sans rien. Que décidez-vous ? (C'est le « *Paradoxe du Maître chanteur* » déjà présenté [Billet Eco 31](#)). *Rationnellement* il n'y a pas photo : un billet est plus que rien, aussi vous devez vous soumettre et accepter mon chantage. Mais il y a toutes les chances que vous refuserez cet argent gratuit : vous serez prêts à payer 10 euros pour que moi je n'ai pas les 90 autres. Comment l'expliquer ?

Les modèles économiques traditionnels se fondent sur l'idée que les humains sont *rationnels*, c'est-à-dire qu'ils choisiront toujours ce qu'ils peuvent prévoir (en fonction des informations disponibles) comme le plus rentable financièrement. Bien sûr, ils ne peuvent expliquer votre refus de 10 euros gratuits. Aussi, quand un psychologue (Daniel Kahneman) a montré que les décisions humaines ne sont pas rationnelles (il a eu le Prix Nobel d'économie pour cette démonstration), beaucoup se sont moqués des économistes dont les modèles étaient à terre. Nous étions entrés dans une nouvelle ère, plus scientifique, de l'économie.

CETERIS PARIBUS

Cette histoire est pourtant un peu exagérée. Il est tout à fait vrai que les économistes se basaient sur un modèle irréaliste, mais **c'est justement ce qui fait la force des modèles : leur simplification permet de fonder des expériences de pensée. Un modèle qui serait trop précis, trop riche, trop détaillé, dépasserait nos capacités de compréhension et serait de fait totalement**

inutile. Aussi les chercheurs ne vont retenir que quelques critères, ceux qui leur paraissent les plus pertinents, les faire varier, et construire une théorie qui décrit plus ou moins bien les observations obtenues. Une locution latine en résume bien le principe : les résultats sont valides « *Ceteris paribus* » (forme complète : « *Ceteris paribus sic stantibus* »), c'est-à-dire « *Toutes choses étant égales par ailleurs* ». En fait il n'y a pas que les économistes qui fonctionnent de cette manière : toutes les sciences sont obligées de restreindre leur champ de validité, et c'est même ainsi que nous concevons en permanence ce qui nous entoure : nous vivons proprement dans des modèles que nous construisons en imaginant (et espérant) que seuls les critères que nous avons pris en compte auront de l'influence.

LE PROBLÈME

Le problème est qu'en économie les choses ne sont jamais égales par ailleurs : il y a beaucoup trop de facteurs influents en jeu, comment construire un modèle valide dans ces conditions ?

Pour l'instant, personne n'y est encore parvenu. Bien sûr, des Lois générales, c'est-à-dire des orientations, ont été plus que démontrées : **on sait par exemple que la liberté est nécessaire pour la croissance économique et que toutes les interventions étatiques auront un coût direct**, et on peut en conséquence prévoir avec certitude quels pays s'écrouleront dans la pauvreté et le chaos, rien qu'à partir de leur orientation économique. Mais on butte sur des prévisions plus précises.

Cette limite ne signifie cependant pas que ces modèles sont condamnés à être toujours inutiles. Les histoires du type que celle que nous avons utilisée ci-dessus sont généralement présentées comme des preuves que l'être humain est *irrationnel*, mais ce n'est qu'à moitié vrai. Certes, si on définit la rationalité comme le fait de toujours

chercher à optimiser ses gains monétaires, comme le font les modèles, alors le refus du billet ne peut être qualifié de rationnel. Mais il ne s'agit là que d'une définition très restrictive de la rationalité, qui n'implique pas que l'être humain serait fondamentalement *irrationnel*, c'est-à-dire victime de ses émotions et donc totalement imprévisible. En fait, il suffit de rajouter un facteur (l'approche évolutionniste) à ces modèles pour que votre comportement de refuser le billet apparaisse tout à fait rationnel. Le problème n'est donc pas une remise en cause du modèle, mais des critères qu'il intègre, ce qui signifie qu'il est facile de le corriger. Imaginez que vous acceptiez mon chantage et préféreriez partir avec le billet, c'est-à-dire m'en laisser neuf. D'un côté vous seriez parti avec un billet plutôt que rien, ce qui n'est pas négligeable. Mais de l'autre vous auriez accepté de vous soumettre, c'est-à-dire que vous vous seriez construit la réputation de quelqu'un prêt à accepter n'importe quoi, à qui on peut tout proposer, qu'on peut écraser. 10 euros suffisent-ils à compenser une telle tâche qui créera un précédent pour d'éventuelles futures négociations plus importantes ? Bien sûr, si vous avez au présent un besoin vital de ces 10 euros, vous serez contraints d'accepter l'exploitation, mais vous aurez alors l'obligation de remonter votre réputation plus tard, d'une manière ou d'une autre, de tout faire pour prendre votre revanche. En d'autres termes ces 10 euros ne sont vraiment *pas* gratuits : aurait-il été *rationnel*, au sens des modèles classiques, de les accepter ?

On pourrait reprocher aux modèles économiques classiques de ne pas avoir intégré dès le départ ces évidences, mais à l'époque la psychologie ne disposait pas encore de modèle suffisamment solide pour ce faire. Ce n'est plus le cas aujourd'hui, nous pouvons de nouveau nous appuyer sur des modèles économiques rationnels.

Philippe Guillo

SHIPPING : RÉPONDEZ AU NOUVEAU SONDAGE DE L'INDUSTRIE MARITIME MONÉGASQUE

Après celui réalisé en 2016, la Chambre Monégasque du Shipping, qui compte près d'une cinquantaine de sociétés membres et représente la voix de la communauté maritime en Principauté, mène un nouveau sondage sur le secteur du transport maritime.

L'objectif est de saisir la nature du secteur, ses spécificités, et de dresser un état des lieux le plus exhaustif possible de ses évolutions, notamment en termes économiques et sociaux, afin d'ouvrir des perspectives pour son essor futur.

Afin que ce sondage soit le plus représentatif possible des réalités d'un secteur clé de l'économie monégasque, la Chambre Monégasque du Shipping a besoin de la contribution de tous les acteurs maritimes de Monaco, adhérents ou non.

Ce sondage peut être rempli en ligne via le lien ci-après :

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=kHQe2n56BkmkeFNgUNx0jAXS3BUDFspFuDfPnApoDUhUQIRGSzdTSERDMzA2TIFTQTVTREFMSIRLMY4u>

Si vous avez besoin d'aide pour le remplir, vous pouvez contacter : Brian.Steele@moorestephens-mc.com

Les résultats seront ensuite agrégés et compilés par Moore Stephens, société membre de la Chambre qui a été mandatée pour piloter ce nouveau sondage, dans un rapport qui sera présenté au Gouvernement Princier et aux acteurs économiques lors d'un événement qui devrait se tenir en juin 2022, sous réserve que les conditions sanitaires le permettent.

ADHÉREZ AU
MONACO ECONOMIC BOARD

Innovation
Dynamic
Stability
Knowledge

Rejoignez les acteurs de l'économie locale

Plus d'informations auprès du MEB :
info@meb.mc / +377 97 98 68 68 / www.meb.mc

MONACO ECONOMIC BOARD

2, rue de la Lùjèrneta - 98000 Monaco

www.grouperconomicus.com



monacocloud

EXTENDED TECHNOLOGY & SECURITY



Gardez le contrôle de vos données

Protégez vos données sensibles en utilisant nos services Cloud
souverains qui garantissent sécurité et confidentialité.



<https://www.monacocloud.mc/>



contact@monacocloud.mc



Gouvernement Princier
PRINCIPAUTÉ DE MONACO

Extended
Monaco

COTISATIONS DE BASE AUX CAISSES SOCIALES MONÉGASQUES ET FRANÇAISES POUR LES EMPLOYEURS À TITRE PROFESSIONNEL DE MONACO

Données arrêtées au 20 janvier 2022

	Employeur	Salarié	Plafonds mensuels (temps plein)
CCSS (Taux global avec CGCS)	14,75%		8 900 €
CAR	9,24%	6,85%	5 172 €
Retraite Complémentaire AGIRC-ARRCO			
Tranche 1	4,72%	3,15%	3 428 €
Tranche 2	12,95%	8,64%	3 428 à 27 424 €
Cotisation CEG			
Tranche 1	1,29%	0,86%	3 428 €
Tranche 2	1,62%	1,08%	3 428 à 27 424 €
Cotisation CET (pour salaires > 1 plafond SS)	0,21%	0,14%	27 424 €
Assurance chômage	4,05%	2,40%	13 712 €
APEC (pour cadres)	0,036%	0,024%	13 712 €
Indice de Référence des Loyers du 4ème trimestre 2021 :		132,62	
Indice des Prix à la Consommation - décembre 2021 - série 001759970 :		107,85	
Attention :			
<ul style="list-style-type: none"> - Vérifiez les taux de cotisation retraite complémentaire applicables à votre entreprise, les contrats pouvant être adaptés. - L'assurance couvrant les accidents du travail/maladies professionnelles doit être souscrite auprès d'une compagnie d'assurance privée. 			

Monaco Business News

Trimestriel - Janvier 2022

Directeur de la publication : Philippe Ortelli
Rédaction : Carole Quazzolo - Philippe Gouillou
 - Romain Marguet

Fédération des Entreprises Monégasques (FEDEM)

« Le Coronado »
 20, av. de Fontvieille - 98000 Monaco
 Tél. (+377) 92 05 38 92
 Fax (+377) 92 05 20 04
 info@fedem.mc - www.fedem.mc

 <https://facebook.com/fedemmonaco>

 <https://twitter.com/fedemmonaco>

Édition et publicité :

SAM MONACO COMMUNICATION

« Les Gémeaux » • 15, rue Honoré Labande
 98000 MONACO • +377 97 70 75 95
 info@monaco-communication.mc
www.monaco-communication.mc



Impression :

GRAPHIC SERVICE
 9, avenue Albert II - 98000 MONACO

Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2022

**Commission Paritaire des Publications
 et Agences de Presse (CPPAP) : n°0526 | 93995**

Photo de Couverture, p.4 :
 © zm_photo / Fotolia



SYPAG 2022 Cert. 002



**CAISSE
D'ÉPARGNE**

CENTRE D'AFFAIRES MONACO

**À MONACO,
UN CENTRE D'AFFAIRES, DEUX SAVOIR-FAIRE :
ENTREPRISES & IMMOBILIER.**

In Monaco, a business center, two types of expertise: corporate & real estate.

Centre d'Affaires de Monaco : Villa l'Union, 27 boulevard des Moulins
Tél. : +377 93 10 10 40*

Espace Libre-Service Pro : 22, boulevard Princesse Charlotte
*7j/7, dépôts d'espèces, distributeur de rouleaux de monnaies,
dépôts de chèques*

7 days a week, cash deposits, coin roll distributor, cheque deposits

cecaz-monaco.com**

Pour la santé de tous, ne jetez pas vos masques n'importe où. *



* Un masque usagé est un déchet à haut risque infectieux, jetez-le dans la poubelle grise.

N° Vert 8000 20 40
APPEL GRATUIT

www.sma.mc



SOCIÉTÉ MONÉGASQUE
D'ASSAINISSEMENT



Gouvernement Princier
PRINCIPAUTÉ DE MONACO