



« Les entreprises monégasques sont constamment mises à l'écart »

COMMUNICATION/Le 24 janvier, la Chambre monégasque de la communication est allée à la rencontre du président du conseil national, Stéphane Valeri. Objectifs : présenter le savoir-faire des entreprises locales et dénoncer le manque de transparence dans les appels d'offres.

Le constat des professionnels de la communication à Monaco est unanime : trop d'événements et de prestations en Principauté sont organisés ou accordés à des entreprises étrangères, établies hors du territoire monégasque. Résultat : une partie non négligeable des marchés échappe aux acteurs locaux... Le 24 janvier, les membres de la Chambre monégasque de la communication sont donc allés à la rencontre du président du conseil national, Stéphane Valeri, et de Balthazar Seydoux, président de la commission des finances, pour rappeler cette problématique. Et surtout, mettre en avant le savoir-faire des 27 sociétés monégasques que cette chambre patronale représente : « Malheureusement, les entreprises de Monaco sont constamment mises à l'écart par les administrations monégasques et les sociétés comme la Société de bains de mer. A titre

d'exemple, l'attribution des arrêts de bus à une société étrangère sans aucun appel d'offres de la part du gouvernement », a déploré Francesco Caroli, président de la Chambre depuis 2011, qui dénonce depuis des années « cette concurrence internationale de plus en plus rude ».

« Il faut vous battre »

Au Conseil national, le message a manifestement été entendu. « A chaque fois qu'il y aura des usages où les professionnels de la communication seront lésés, le Conseil national sera là pour les épauler », a notamment souligné Balthazar Seydoux. « Il faut

vous battre. La concurrence est rude. Lorsque vous entendez parler d'appel d'offres, n'hésitez pas à communiquer et à demander à être consultés » a insisté pour sa part Stéphane Valeri. Défendre ce secteur est d'autant plus important qu'il est un gros pourvoyeur d'emplois en Principauté. Selon les statistiques de l'IMSEE, le secteur de la communication et de l'événementiel à Monaco représente en effet plus de 1 200 emplois. « Avec l'apparition des nouvelles technologies et l'expansion des médias, la communication est devenue un élément majeur de notre société. Elle est omniprésente », a rappelé Francesco Caroli.

NOUVELLE ÈRE/ Le Sycom change de nom

Le Syndicat monégasque des professionnels de la communication (SYCOM) a officiellement changé de nom en début d'année 2019. Cette entité s'appelle désormais : Chambre monégasque de la communication. Les membres du bureau syndical sont Sophie Bourdillon, vice-présidente, Maurice Cohen, vice-président, Eric Battaglia, trésorier, et Roberto Testa, secrétaire général.

PORTRAIT D'ENTREPRISE/MEMBRE DE LA CHAMBRE MONÉGASQUE DE LA COMMUNICATION, LA SOCIÉTÉ TAPIS ROUGE APPORTE SON SAVOIR-FAIRE AUX SOCIÉTÉS MONÉGASQUES ET FRANÇAISES. SA SPÉCIALITÉ : LE CONSEIL EN ENTREPRISES ET LA FABRICATION D'OBJETS DE COMMUNICATION SUR MESURE. LES EXPLICATIONS DE SON DIRIGEANT THIERRY CROUZERY.

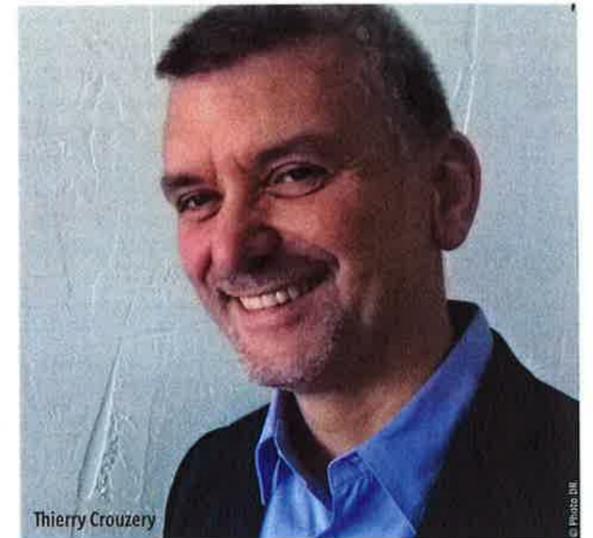
Tapis Rouge Monaco

Présentez-nous les grandes lignes de votre société ?

Créée en 2015, Tapis Rouge Monaco est une agence de conseil en communication et stratégie d'entreprise, distributeur et fabricant d'objets de communication. Nos clients monégasques, ou français, sont des TPE et des PME multisectorielles ou des organismes étatiques. Créateur de produits et de concepts innovants et technologiques, spécialiste des objets éco-responsable, nous assurons également la fourniture de textiles d'entreprise ou EPI (équipement de protection individuelle) et la création de collections de vêtements.

Quels sont les projets que vous développez actuellement avec votre société ?

Notre évolution passe par la mise en place auprès de nos clients du plan de développement stratégique que nous avons créé ainsi que par la fourniture de nouveaux produits éco-labelisés. Nous sommes aujourd'hui le spécialiste des objets « green », de fabrication européenne. Nous souhaitons nous inscrire le plus fortement possible sur cet axe fort, dans l'esprit de la Principauté.



Thierry Crouzery

« Créateur de produits et de concepts technologiques, nous assurons également la fourniture de textiles d'entreprise et la création de collections de vêtements »

Quel regard portez-vous sur le secteur de la communication en Principauté ?

Il y a beaucoup d'acteurs de la communication sur Monaco et tous les profils d'entreprise sont représentés. Cela permet à tous les acteurs économiques du territoire de pouvoir réfléchir, élaborer et mettre en œuvre leur propre communication. Mais ils ne le font malheureusement pas assez, en allant souvent chercher en dehors de Monaco des compétences qui y sont pourtant. C'est dommage car les professionnels de la communication sont présents et efficaces sur Monaco.

Tapis Rouge Monaco

Conseil en Communication – Stratégie d'Entreprise – Communication par l'objet. Contact : 06 25 35 81 65 – + 377 97 77 62 14. Le Thalès – Bloc A1, rue du Gabian à Monaco. www.tapisrougemonaco.mc



Com & Pro international/AMP Monaco

PORTRAIT D'ENTREPRISE/MEMBRES DE LA CHAMBRE MONÉGASQUE DE LA COMMUNICATION, VLADIMIRO BIZZOCCHI DIRIGEANT DE COM & PRO INTERNATIONAL, ET MARIA BOLOGNA, À LA TÊTE DE LA SOCIÉTÉ AMP MONACO, PRÉSENTENT LEURS ACTIVITÉS.

Pourriez-vous nous présenter dans les grandes lignes les deux sociétés ?

Maria Bologna : Après plusieurs années d'expérience professionnelle au sein d'entreprises italiennes et monégasques, j'ai créé en 2005 la société Com & Pro, accompagnée de mon collaborateur Vladimiro Bizzocchi, qui en a aujourd'hui repris les rênes. Cette société propose principalement des activités de marketing, d'étude et de recherche de marchés, ainsi que des activités de promotion et de communication pour des structures internationales. Désormais, je dirige la société AMP Monaco à travers laquelle je propose à mon tour mes compétences en journalisme⁽¹⁾ et en communication à des associations à but non lucratif ainsi qu'à des entreprises internationales. J'effectue un travail d'attachée de presse et propose des plans de communication sur les réseaux sociaux.



Quels sont les projets que vous développez actuellement ?

Maria Bologna : En 2016, j'ai créé *QE-Magazine*. A l'origine, il s'agissait d'une publication de huit pages publiée dans l'hebdomadaire italien La Riviera. Ce journal avait pour vocation de faire connaître l'actualité monégasque sur la Côte d'Azur et en Ligurie. À partir de 2018, j'ai préféré opter pour un format numérique en italien et en partie en français (disponible sur www.qe-magazine.com) avec toujours un même objectif : traiter l'actualité monégasque et internationale. La société AMP Monaco que je dirige participe également à l'émission de radio « Made in Italy », diffusée depuis mars 2014. Son but est de promouvoir l'Italie dans le monde, à travers différentes interviews et thématiques : art, tourisme, mode, cuisine, gastronomie, culture, musique, artisanat, design, science, ou encore technologie. Les auditeurs sont essentiellement des italophones qui vivent à l'étranger. Les épisodes de Made in Italy sont diffusés par plus de quarante stations de radio FM, AM et SW à l'étranger. Il y a 4 millions d'auditeurs à chaque épisode, et des milliers de clics sur le lien www.madeinitalyradio.it. Ce qui contribue aussi à faire connaître les spécificités du territoire monégasque au monde.



Maria Bologna : Plus qu'un simple travail, ce métier est une véritable passion. Et je trouve fondamental de pouvoir relater des faits en respectant le code éthique et déontologique que nous avons également promu à travers la Chambre monégasque de la communication (ex Sycom). Je m'étonne en revanche d'un fait : comment est-il possible que de nombreux présumés éditeurs dont les sièges légaux ne sont pas monégasques, puissent distribuer gratuitement leurs journaux sans encourir de sanctions ? Selon moi, le problème ne réside pas tant dans le fait que des entreprises non monégasques soient sur le marché. La problématique

réside surtout dans le fait que, contrairement aux entreprises monégasques, pour ces sociétés étrangères obtenir les autorisations appropriées est optionnel.

(1) Maria Bologna est membre du bureau du Press club de Monaco et inscrite en Italie auprès de l'ordre des journalistes.

COM & PRO INTERNATIONAL/ AMP MONACO

47, bd du Jardin Exotique à Monaco

www.cometpro.com / www.ampmonaco.com / www.qe-magazine.com
Contacts : vbizzocchi@cometpro.com / ampmonaco@ampmonaco.com

Quel regard portez-vous sur le secteur de la communication en Principauté ?

ÊTES-VOUS VACCINÉ CONTRE L'INDIFFÉRENCE ? AIDEZ-NOUS.



L'AMADE estime que chaque enfant dans le monde, quelles que soient ses origines sociales, ethniques, géographiques, religieuses ou culturelles doit pouvoir vivre dignement, en sécurité, dans le respect de ses droits. Tout enfant doit également avoir l'opportunité d'être en capacité d'exprimer pleinement ses potentiels.

Si l'enfant est au cœur de ses préoccupations, l'AMADE s'adresse également à sa communauté. Une importance particulière est accordée au respect de l'égalité des chances, en luttant notamment contre les discriminations liées au genre. S'impliquer au service de l'enfance est une responsabilité qui nécessite une expertise et des compétences spécifiques.



L'AMADE s'engage activement en faveur de la protection et de l'épanouissement de l'enfant à travers le monde, **ET VOUS ?**

DONS, LEGS, JE M'ENGAGE AVEC L'AMADE.

www.amade-mondiale.org

4 RUE IRIS - MONACO

Campagne réalisée avec le soutien de

CFM INDOSUEZ
WEALTH MANAGEMENT

colibri
design - publicité - web