

## L'INITIATIVE



### Les charmes discrets de la langouste

S'ils sont tous deux spécialisés dans des domaines scientifiques, c'est vers l'élevage de la langouste que Christophe Maier (spécialisé en business et aquaculture) et Sébastien Ferraz (biologie marine et moléculaire) se sont lancés. En 2013, ils fondent leur société LAGOSTA, en Suisse mais se basent à Monaco via la création d'une filiale pour travailler sur la culture de l'espèce méditerranéenne du crustacé destiné au marché de la restauration. Une affaire qui roule, si bien que les deux fondateurs se retrouvent rapidement avec une quantité importante de carapaces vides (les langoustes meurent lorsqu'elles grandissent). Après des recherches poussées, ils identifient plusieurs molécules présentes dans ces déchets dont la chitine qui, une fois processée en laboratoire, devient le chitosane. "Nous nous sommes rendu compte qu'il existe énormément d'applications, de l'agriculture à la cosmétique en passant par le biomédical. C'est une molécule d'avenir". Fin 2022, après avoir obtenu une molécule avec des propriétés biologiques qui n'existent pas sur le marché, ils se lancent dans la commercialisation de ce produit, à destination de l'industrie pharmaceutique, et mettent en pause leurs activités liées à la restauration. Aujourd'hui, LAGOSTA est en plein déploiement et cherche 3,5M€ pour se développer. Plus d'infos sur tribuca.net

## Après Cap 3000, Metropolitan s'offre une implantation Iconic

**FAIRE-PART.** La chaîne espagnole de clubs de fitness haut de gamme continue son développement sur la Côte d'Azur. Elle investira le "diamant" niçois à l'automne prochain.

● Acteur majeur du fitness en Espagne, fort de 20 clubs de l'autre côté des Pyrénées, le groupe trentenaire Metropolitan, propriété du groupe Castro, avait frappé fort il y a quatre ans en choisissant Cap 3000 fraîchement agrandi pour sa première implantation internationale. Si le Covid, débarqué un mois après l'ouverture, a logiquement perturbé le démarrage, l'enseigne s'est ensuite imposée comme "the place to be" pour les amoureux du fitness en quête d'un service premium. Salle de sport bien sûr, mais aussi spa, espace beauté, restaurant et coworking... "Notre différence, c'est que nous offrons des services au-delà de la partie sport. Metropolitan est un vrai lieu de vie. Notre équipe de 35 salariés connaît bien les clients qui, de fait, se sentent chez eux", explique Daniela Leite, directrice de Metropolitan France, recrutée pour son parcours dans l'hôtellerie. A Cap, l'espace de 3.600m<sup>2</sup> avec terrasse vue mer reflète l'exigence du groupe pour ses futures implantations : l'enseigne ouvrira un deuxième site français dans



Daniela Leite, directrice de Metropolitan France.

l'immeuble Iconic, près de la gare Thiers. 2.500m<sup>2</sup> dont 300m<sup>2</sup> de terrasse, aux 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> étages, une surface rare en centre-ville de Nice, offrant les mêmes prestations à l'exception de la piscine, impossible à intégrer au sein de l'édifice. "Metropolitan est la seule enseigne qui aura deux clubs avec vue mer", sourit Daniela Leite.

#### Jamais deux sans trois

Le site niçois sera également "la seule salle de France" à proposer le programme d'entraînement Bocircuit et les machines intelligentes Biostrength de la marque Technogym. Prévue à l'automne, cette ouverture (35 emplois prévus) reflète la volonté d'expansion

internationale de Metropolitan. Le groupe (1.200 salariés, 70M€ de CA en 2023 dont 3,2M€ pour le site de Cap 3000) continue de se développer à domicile - à Madrid ce mois d'avril notamment -, mais son DG Arturo Castro regarde désormais aussi vers le Portugal et, toujours, la France, où les implantations se feront au gré des opportunités. Surface et lumière, les exigences-maison, ont bien été intégrées par la Compagnie de Phalsbourg, promoteur d'Iconic et d'Écotone notamment, partenaire privilégié de Metropolitan, qui posera donc sans aucun doute un pied à Sophia Antipolis.

LIZZA PAILLIER

### 3,5M€

l'investissement de Metropolitan sur Iconic. "En fonds propres, comme à chaque ouverture", précise Daniela Leite.

## Déménagement niçois réussi pour Burostock

**ADRESSE.** Spécialisée en aménagement et mobilier de bureau, elle vient de quitter son implantation vallaurienne historique pour un nouveau showroom à Nice-Ouest.

● C'est au 51, avenue Simone Veil, en plein cœur d'Écovallée, qu'il est désormais possible de visiter les nouveaux bureaux de la bien nommée Burostock depuis ce 2 avril. Implantée depuis 36 ans à Vallauris et Cabriès (Bouches-du-Rhône) - où elle occupe sur 2.000m<sup>2</sup> un showroom et une réserve -, la société rachetée en août 2017 par Alexander et Laurence Bussenius connaît depuis quelques années une nouvelle dynamique de croissance. "Plus qu'une enseigne de mobilier de bureau, nous sommes vraiment

devenus un aménageur d'espaces professionnels", commente Laurence Bussenius.

#### Du local au national

Pour développer son marché professionnel, la directrice opérationnelle vise à la fois les TPE et PME au niveau local, régional, mais aussi depuis deux ans national grâce au développement de la présence en ligne du groupe. "Nous réalisons des projets de A à Z, de la conception à la livraison. Nous allons chez les clients prendre les mesures, nous leur présentons



Alexander et Laurence Bussenius devant leur nouveau showroom niçois.

plusieurs projets en fonction de nos différentes gammes disponibles, ils viennent ensuite tester les produits dans nos showrooms. Nous traitons tous nos clients de manière personnalisée avec sérieux et réactivité", confie-t-elle. Un souci du service qui a su séduire au fil des années, chiffres à l'appui : l'entreprise a

déjà travaillé sur plusieurs milliers de projets depuis sa création. "Nous sommes historiquement reconnus pour notre expertise dans le département et toute la région PACA, où nous avons déjà un beau fichier clients avant le rachat de la société, mais que, depuis, nous avons encore fait grossir".

#### Au cœur du business

En déménageant à Nice, Burostock espère évangéliser encore plus d'entreprises locales. "Le but est d'être en phase avec notre image, et comme nous nous adressons à des TPE et des PME, nous voulions avoir des locaux dans un quartier où il y a une forte activité économique, dans un centre d'affaires où il y a des bureaux. Nous voulions être au cœur de notre secteur d'activité", souligne Laurence Bussenius. Avec ce nouveau showroom niçois de 150m<sup>2</sup>, dont l'inauguration officielle devrait avoir lieu mi-mai, c'est désormais chose faite. En parallèle de ce hub commercial physique, l'entreprise "à taille humaine", qui compte aujourd'hui douze collaborateurs, souhaite à court terme poursuivre son développement sur internet pour consolider son empreinte nationale.

RODRIGUE MOUFLIN