



la lettre du Groupe

Éditorial du Président



Marc Doncieux
PDG Europa Group

Bonne année à tous !

Avant de parler de 2024, revenons brièvement sur 2023. L'an dernier nous a été particulièrement bénéfique : nous ne pouvons qu'être fiers d'avoir accueilli IHealth et AGM, deux exemples d'intégrations réussies, qui renforcent notre groupe et l'enrichissent de savoir-faire essentiels à notre développement. Ces arrivées illustrent à nouveau notre capacité à grandir ensemble, dans l'harmonie et l'efficacité. Malgré les défis post-COVID, l'inflation et les complexités géopolitiques, ce fut une année de consolidation et de prospérité pour nos filiales et le groupe dans son ensemble. Nous avons renforcé nos fondations et poursuivi la structuration du groupe, notamment avec l'arrivée de Louis, notre nouveau Directeur Général.

Pour 2024 : ouvrir le futur

Nous allons poursuivre l'accompagnement au sein du groupe des entreprises qui nous ont rejoint récemment, le développement d'offres communes, le partage des bonnes pratiques et des ressources techniques. Nous continuerons de grandir, que cela soit par le biais de notre croissance organique ou, pourquoi pas, de croissances externes. Notre ambition est inchangée : être le leader de l'information et de la formation des professionnels de santé en Europe et au-delà !

Un engagement qui a du sens

Cette année, nous allons également ouvrir un nouveau chapitre porteur de sens pour chacun de nous : nous allons lancer les travaux préparatoires pour inscrire Europa Group en tant qu'Entreprise à Mission. Pourquoi ? Parce que travailler chez nous, c'est remplir une mission qui impacte positivement notre société : c'est contribuer au progrès médical. Entreprendre cette démarche est une façon de renforcer la culture et les valeurs du groupe, tout entier tourné vers l'information et la formation des

professionnels de santé, vers le développement des communautés médicales que nous servons. Au-delà de nos missions quotidiennes, notre engagement contribue à améliorer les choses, il impacte la société, et sa portée est grande ! C'est ce qui nous définit et c'est ce qui nous unit, c'est ce qui fait de notre groupe un ensemble si solide et si prometteur.

Nos retrouvailles

Nous sommes heureux de clore cet édito en vous annonçant que les Toulousains auront le plaisir d'accueillir le second congrès du groupe ! Après Barcelone en 2022, nous sommes particulièrement heureux de vous faire découvrir notre belle ville rose, où tout a commencé il y a 38 ans déjà.

Rendez-vous à **Toulouse**
du **4 au 6 septembre** !

Ce grand rassemblement (nous serons plus de 400 cette année !) illustre parfaitement notre croyance première : « Réunir, c'est progresser ». Nous n'avons qu'une envie, nous retrouver pour vivre d' uniques moments de partage, de chaleur humaine, d'apprentissage et de découverte.

Ce séminaire sera pour notre groupe un temps essentiel de célébration et de travail pour préparer l'avenir tout en resserrant nos liens.

Avec optimisme et détermination, marchons ensemble vers une année 2024 exceptionnelle.

Marc et Flo

Cette lettre est la vôtre

Avez-vous envie de partager des projets, des réalisations, des succès ? Avez-vous des idées d'articles et de sujets qui pourraient intéresser les collaborateurs des entreprises du groupe ? Dites-le nous ! Écrivez à :

lalettre dugroupe@europa-group.com

Sommaire

- 1 Édito du Président
- 2 Édito du Directeur Général
- 3 **Diagonales**
Aperçu du projet Harmonia
- 5 **Diagonales**
Bienvenue à Dumont d'Urville
- 8 **Diagonales**
Collaborations stratégiques entre Insight Outside, Europa et CHAM
- 11 **Perspectives**
L'avenir digital de l'édition et de la presse santé
- 13 **Partages**
Retour sur le séminaire « Management & Performance »
- 14 **Tous solidaires !**
- 15 **Le Bottin du groupe**

Directeur de la publication:

Louis Verdier

Coordination et rédaction :

Anne-Sophie Lartigau & Juliette Priouzeau

Maquette et mise en page :

Cédric Binder

Éditorial du Directeur Général



Louis Verdier
DG Europa Group

Chers tous,

Comme Marc l'exprime avec justesse, nous avons tous les ingrédients pour réussir : potentiel, désir, et l'énergie collective de nos équipes. Une fois encore, notre groupe s'apprête à vivre une année prometteuse.

Notre solidité financière et notre croissance sont le résultat de facteurs clés qui ont forgé notre réussite dans chacune de nos filiales, et ce depuis de nombreuses années. Nous sommes unanimes sur la pertinence et le potentiel de nos métiers. Notre environnement économique est favorable, et de nouvelles opportunités de développement s'offrent à nous sur des marchés encore inexplorés.

L'acquisition d'AGM en est la preuve parfaite, nous ayant par exemple permis de signer l'organisation d'un congrès emblématique en oncologie en partenariat avec l'Institut Gustave Roussy, 1er centre de recherche en Europe.

La qualité de nos produits et services, saluée et reconnue par nos clients et nos communautés au quotidien, témoigne de l'excellence de notre offre à tous les échelons du groupe.

Cette excellence est le fruit de notre engagement commun. Chaque jour, vous mettez le meilleur de vous-même dans l'exercice de vos compé-

tences, avec passion et efficacité. Cette rigueur, cette exigence, sont notre meilleure assurance de continuité dans notre mission si porteuse de sens : éduquer et informer les communautés que nous servons.

Grâce à cela, le groupe peut investir dans son avenir et le vôtre, anticiper de nouveaux succès et les concrétiser à travers vos parcours professionnels, vecteurs de progression et d'épanouissement individuel.

Nous investissons d'abord dans nos équipes : Europa Group s'enrichit et consolide ses compétences stratégiques. À titre d'exemple, Europa à Toulouse et AGM à Clermont-Ferrand ont récemment accueilli plusieurs profils seniors, la direction financière de IHealth a été renforcée, de même que la direction générale de Philia et que l'équipe de Downtown Europe à Bruxelles.

Les investissements dans nos outils sont également cruciaux, favorisant le développement de projets transversaux entre nos entités. Le développement par Insight Outside de « Programme », une nouvelle plateforme de création de programmes scientifiques pour Europa historique, s'inscrit dans cette dynamique, complétant notre gamme de logiciels « maison » spécialisés dans l'organisation de congrès. Insight Outside va aussi gérer la logistique de CHAM, récemment intégré au groupe en 2022.

Nos nouveaux locaux parisiens sont également un exemple de cet investissement, devenant ainsi un puissant levier RH et commercial, et renforçant les synergies entre nos différentes branches, tout en offrant à nos clients une vitrine exceptionnelle. Les articles de cette lettre vous donneront plus de détails sur ces projets.

Nous parions également sur des technologies d'avenir, comme l'intelligence artificielle, et nous apprêtons à réaliser des investissements significatifs dans le domaine de l'IA appliquée

à la data. Enfin, nous réinvestissons dans nos activités : Europa historique va repenser entièrement ses sites Cardio-Online et PCROnline pour les cardiologues, IHealth va moderniser le site du « Moniteurs des Pharmacies », et Philia va redynamiser Edimark TV. L'ère numérique offre à nos activités éditoriales un avenir brillant, comme vous l'explique avec conviction Julien Kouchner, Président de IHealth, à la page 11.

Notre groupe tire sa force de sa structure agile et entrepreneuriale, où chaque filiale garde son autonomie tout en bénéficiant des ressources et opportunités de collaboration. Pour la seconde année, les dirigeants du groupe se retrouveront à Toulouse début mars pour façonner notre avenir commun. Ce sera un moment clé pour discuter de notre stratégie collective et des enjeux à venir, afin que chacun puisse appliquer les grands axes définis ensemble à ses activités, et exploiter le potentiel de l'intelligence artificielle qui sera le fil rouge de cette réunion.

Enfin, je tenais à partager une note personnelle : ma première année parmi vous a été incroyablement enrichissante, et je me réjouis à l'idée de poursuivre nos échanges et de continuer à vous aider à réaliser vos ambitions de développement et d'innovations, au service de nos clients et des communautés que nous servons.

Garant du lien entre nos différentes structures, je suis à votre écoute pour discuter de vos projets et initiatives et pour faciliter vos collaborations. Le congrès de septembre à Toulouse sera à ce titre un moment fort de convivialité et de partage que j'attends avec impatience, j'ai hâte de vous y retrouver très nombreux !



EUROPA GROUP



EUROPA BOOKING & SERVICES
BY EUROPA GROUP



EUROPA DIGITAL & PUBLISHING
BY EUROPA GROUP



EUROPA ORGANISATION
BY EUROPA GROUP



Insight Outside
BY EUROPA GROUP

Philia
MEDICAL EDITIONS



Downtown Europe
Congress Organisers



GROUPE
agm

agmcom
communication santé

Publiclin
médical éducation

agm multimedia
e-business santé

Diagonales

Entre partage et innovation : aperçu enthousiasmant du projet Harmonia chez Philia et IHealth



Focus sur l'expérience partagée de l'activité presse commerciale entre la Lettre de l'Infectiologue et le Moniteur des pharmacies

Lancé en début d'année dernière, le projet inter-entités Harmonia a pour objectif de partager de bonnes pratiques entre les groupes Philia et IHealth. En identifiant des

alter-egos professionnels dans chaque structure sur différents métiers, en leur permettant de se rencontrer, de partager et de travailler ensemble, l'objectif est d'améliorer leurs pratiques

respectives si cela est possible, de favoriser la cross-fertilisation de projets business et métiers, et bien sûr de tisser ou de renforcer les liens entre les acteurs des deux entités.



Jennifer Levy-Benkemoun
Directrice Générale
Edimark



Frédérique Boiteux
Directrice commerciale
IHealth

Les débuts du projet

A l'initiative de Claudie Damour-Terrasson, Présidente de Philia, et de Julien Kouchner, Président de IHealth, des binômes inter-entreprises ont été formés, permettant aux responsables métiers de différents départements (comptabilité, RH, abonnement, commercial, formation, digital, rédaction, etc.) de partager et d'enrichir mutuellement leurs méthodes de travail.

Frédérique Boiteux, Directrice commerciale chez IHealth, souligne l'importance de cette initiative pour l'évaluation et l'inspiration mutuelle des processus : « Il y avait une réelle volonté de connaître nos métiers, qui sont les mêmes, mais que l'on fait de manière un peu différente, pour évaluer les process des uns et des autres et s'inspirer des bons procédés. »

Parce qu'il fallait briser la glace et se découvrir humainement avant de pouvoir travailler ensemble, Claudie a débuté le projet Harmonia par une soirée de lancement, marquant la première rencontre entre les parties prenantes dans une ambiance conviviale. Les binômes ont

ensuite exploré, lors de plusieurs ateliers croisés, les points communs et les différences dans leurs méthodes de travail, cherchant à identifier les meilleures pratiques et actions complémentaires. Depuis le mois de juin 2023, des réunions régulières ont été organisées pour suivre l'évolution et planifier les prochaines étapes.

Une concrétisation rapide côté business

Grâce à ces ponts tendus entre les deux entreprises, une opportunité de business a rapidement vu le jour. Les équipes commerciales de IHealth et Philia ont pu répondre conjointement à la demande d'un client commun, Moderna, en s'appuyant sur une complémentarité de compétences inédites pour elles : un défi qu'elles n'auraient pas pu relever indépendamment l'une de l'autre.

Lorsque l'été dernier Moderna a demandé à IHealth de produire une communication scientifique sur son vaccin anti-COVID à destination des pharmaciens en s'inspirant d'un numéro spécial réalisé avec la Lettre de l'Infectiologue (Edimark) s'appuyant sur des études et un solide argumentaire scientifique, Frédérique Boiteux savait que cette compétence n'existait pas chez elle car cette demande, d'une teneur résolument médicale, nécessitait des compétences rédactionnelles spécifiques. Grâce aux échanges qu'elle avait régulièrement, dans le cadre du projet Harmonia, avec Jennifer Levy-Benkemoun (récemment nommée Directrice Générale d'Edimark), et Noémie Brullard (Directrice d'Unité Scientifique), Frédérique a immédiatement compris l'intérêt de solliciter ces expertises.

« Le type de communication diffère entre un pharmacien et un infectiologue, puisqu'un pharmacien, qui remet directement le produit au patient, a besoin d'informations détaillées sur la délivrance et l'usage du médicament, tout en étant assuré de son efficacité et de son

mode d'action. L'infectiologue, prescripteur du traitement, doit être convaincu de son choix thérapeutique pour la pathologie de son patient. Ces différences impliquent des stratégies de communication distinctes, mais complémentaires », précise Frédérique Boiteux.

Le projet a conduit à la diffusion print et web d'un numéro spécial du Moniteur des pharmacies en partenariat avec la Lettre de l'Infectiologue. Chaque entreprise a agi dans son périmètre habituel : Edimark, par son expertise éditoriale et scientifique a coordonné et produit les contenus pour la cible des pharmaciens, et IHealth a maqueté et diffusé le support auprès de son large réseau de pharmaciens.

Au-delà des aspects opérationnels et budgétaires du projet, ce numéro spécial, paru en octobre 2023, a permis de communiquer conjointement sur deux marques reconnues du groupe, une gageure supplémentaire d'excellence pour les lecteurs.

« Nous avons partagé notre savoir-faire éditorial, scientifique et notre méthode de travail. Nous avons apporté le contenu scientifique sous l'égide de la Lettre de l'Infectiologue pour le projet IHealth auprès des pharmaciens. Et les relations fidèles avec Moderna nous ont permis de développer un nouveau projet avec eux. Une belle opportunité commerciale que nous devons modéliser », précise Jennifer Levy-Benkemoun.

Un premier succès prometteur qui ouvre une nouvelle piste concrète de développement commercial entre les deux groupes

La requête de l'annonceur pour une communication plus scientifique envers les pharmaciens a mis en exergue une lacune dans les informations qui leur sont adressées par les laboratoires. N'étant pas prescripteur des médicaments

qu'ils délivrent, ils ne reçoivent que peu d'information sur les innovations thérapeutiques à venir. « Aujourd'hui, pour les médecines de spécialités, les pharmaciens apprennent qu'un nouveau traitement innovant est distribué quand la boîte arrive en officine, ils n'en n'ont jamais vraiment entendu parler avant. Pourtant les pharmaciens devraient être informés en amont de leur mise à disposition pour une délivrance éclairée au comptoir. Avec Edimark, nous avons les moyens d'inciter les laboratoires de spécialités à le mettre en œuvre ! », souligne Frédérique. La réussite de ce projet a nourri l'envie des équipes impliquées de développer d'autres propositions de ce type.

« L'idée, c'est que nos équipes commerciales puissent identifier des projets sur lesquels le partenariat fait sens et ne cannibalise pas les compétences respectives des entités. La pro-

chaine étape sera de présenter un modèle de proposition commerciale, de pack de communication adhoc, en identifiant les grandes aires thérapeutiques qui vont être porteuses en 2024 pour nos deux entités. » nous explique Jennifer.

L'objectif pour 2024 est de multiplier ces expériences pour acquérir un budget de développement de 240 000 €. Plusieurs marchés ont d'ores et déjà été identifiés, aussi bien dans le médical que le dentaire, avec Sakina Zennache, Directrice du développement commercial du groupe Information Dentaire.

Une expérience enrichissante sur le plan humain et professionnel

Cette initiative de cross-fertilisation a non seulement comblé un vide dans la communication médicale des laboratoires auprès des phar-

maciens, mais a également permis aux deux entités de s'aventurer dans de nouveaux territoires éditoriaux et commerciaux. Harmonia n'est pas seulement une réussite commerciale, c'est aussi une aventure humaine et professionnelle enrichissante.

« Elle a permis de tisser des liens plus forts entre les équipes, d'élargir les horizons de chacun et de créer une dynamique ensemble », souligne Jennifer Levy-Benkemoun.

Merci à Frédérique Boiteux et Jennifer Levy-Benkemoun pour leur témoignage inspirant !



Découvrez le supplément du Moniteur des pharmacies en collaboration avec la Lettre de l'Infectiologue !

Bravo à l'équipe IHealth qui a travaillé sur ce projet :

- Véronique Roy, Directrice de clientèle
- Christine Fahim, Responsable brand content & Egan Elangovan, Chef de projet - trafic manager
- Amélie Rivrin, Responsable fabrication
- Louis Rouanet, Développeur - Intégrateur web
- Karen Gazet, Lead designer

Bravo à l'équipe Edimark :

- Noémie Brullard, Directrice d'unité scientifique
- Yannick Van Geel, Directrice de la production



Diagonales

Bienvenue chez vous, bienvenue chez nous, bienvenue à Dumont d'Urville !

C'est avec un grand plaisir que nous vous annonçons l'emménagement de nos bureaux parisiens à deux pas

de la place de l'Etoile, au 19-21 de la rue Dumont d'Urville. Cette étape, qui fait suite à l'intégration de IHealth l'an dernier, est

un symbole fort à la fois de notre croissance mais aussi de notre volonté de resserrer les liens entre nous.

Nouvelle adresse, nouvelles ambitions

Depuis quelque temps, il était évident que nos anciens bureaux de Prony, malgré leur charme, ne pouvaient plus contenir notre dynamisme grandissant. Cette situation nous a poussés à rechercher un lieu qui non seulement répondrait à nos besoins immédiats mais anticiperait également notre expansion future.

Notre quête était claire : trouver un espace plus vaste, favorisant la collaboration de nos différentes entités. L'objectif était de créer un environnement où les liens entre les collaborateurs et les différentes branches du groupe pourraient s'épanouir.

« Sur le papier, les bureaux de la rue Dumont d'Urville n'étaient pas notre premier choix. Mais dès notre arrivée pour la visite, la magie a opéré. » confie Manon Weiler, en charge du dossier « DD ». « Avec ses 3140 mètres carrés, soit presque le double de la surface de Prony, ce lieu offrait tout ce dont nous rêvions : de grands plateaux pour stimuler la collaboration, ainsi que la possibilité de sous-louer deux étages, nous offrant flexibilité et sécurité financière. »

De grands espaces lumineux et... entièrement meublés ! Un réel défi que de composer avec

les aménagements existants, que nous avons transformé en opportunité :

« Nous nous sommes dit que la contrainte est stimulante, que ce serait intéressant. Et puis nous étions très attachés à une démarche éco-responsable : utiliser le plus d'éléments existants, de Dumont, de Prony et de Puteaux (les anciens bureaux de IHealth), faisait partie de notre cahier des charges » explique Manon.



Gabriel Morales
Office Manager



Paul-André Floutard-Vayleux
Technicien Informatique

Nouveaux bureaux, nouveaux visages : l'arrivée de Gabriel et Paul-André

Afin d'assurer un fonctionnement fluide de l'immeuble pour tous ses occupants, toutes entités confondues, le groupe a souhaité recruter un Office Manager. Gabriel est arrivé en octobre, et a participé à toutes les étapes du projet emménagement. Sa casquette est double : il gère à la fois les services généraux et l'animation interne.

Mais ce n'est pas tout, les habitants de Dumont ont également besoin d'un support informatique : c'est Paul-André Floutard-Vayleux qui s'en charge. Notre ancien alternant toulousain a souhaité "monter" à Paris pour sa deuxième année d'alternance, poursuivant ainsi son très beau parcours d'apprentissage professionnel.

Premiers pas dans les bureaux

C'est un projet d'un an qui se concrétise en ce moment même, avec l'installation séquentielle des équipes. Après des mois à préparer seuls les locaux, Gabriel et Paul ont enfin la joie d'être rejoints par les nouveaux occupants de l'immeuble ! Après l'arrivée de l'équipe audio-visuelle et technique d'Europa au rez-de-chaussée juste avant Noël, les équipes de IHealth ont pris leurs marques le 19 janvier, et seront suivies avant la fin

du mois par celles de Philia, de CHAM et d'Europa. Les travaux de décoration et les finitions se poursuivront encore quelques semaines et marqueront la fin d'un projet exigeant et complexe, et le début d'une nouvelle aventure collective parisienne pleine de promesses !

Bravo à toute l'équipe projet autour de Manon Weiler : Anne-Sophie Lartigau,

Gabriel Morales, Paul-André Floutard-Vayleux et Maxime Delaere pour l'informatique d'Europa, Sabrina Bourland pour IHealth, Jacqueline Hild, Laurence Luqman et Anissa Benzahouane pour Philia !

On vous fait faire un tour ? Visite guidée des bureaux

Au rez-de-chaussée, l'accessibilité est maximisée grâce à deux entrées distinctes : l'une côté rue Dumont d'Urville, l'autre côté rue La Pérouse. Cet espace accueille une belle cafétéria, capable de réunir 40 à 50 personnes simultanément. Sur ce niveau on retrouve également des salles de réunion, un local courrier, et notre fierté : le nouveau studio de tournage du groupe ! Ce dernier, avec son espace régie et un grand bureau pour l'équipe audio-visuelle d'Europa, gagne 15m² de plateau par rapport à l'ancien studio situé à Prony.

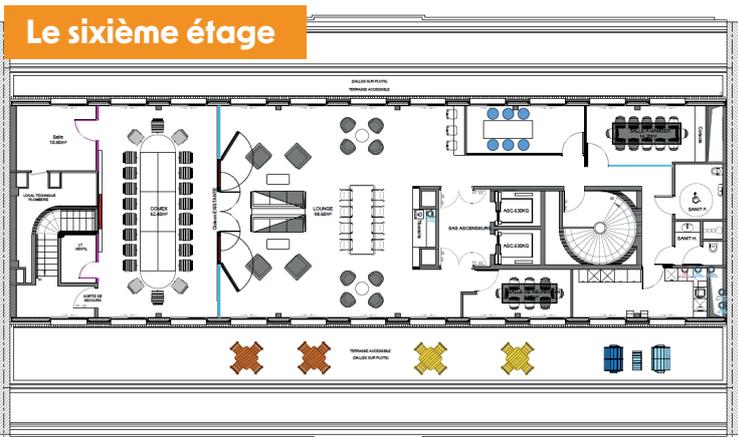
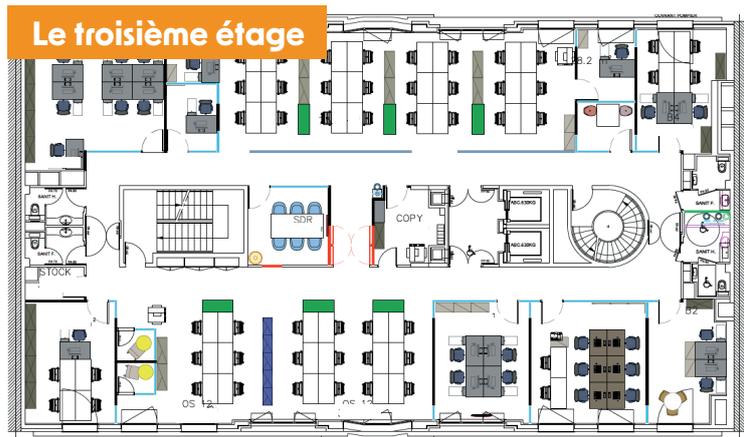
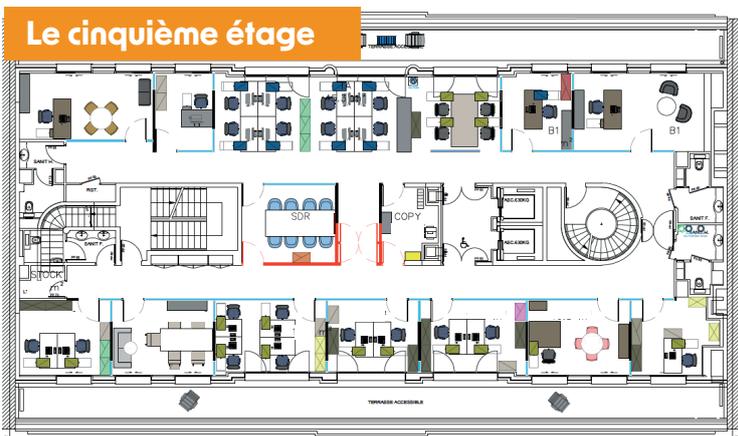
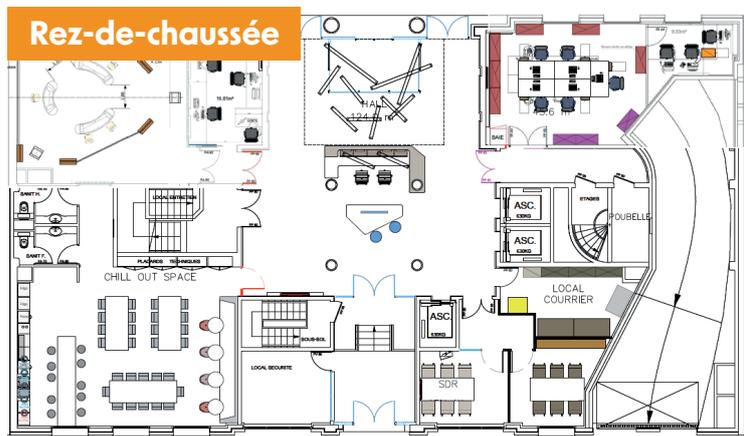
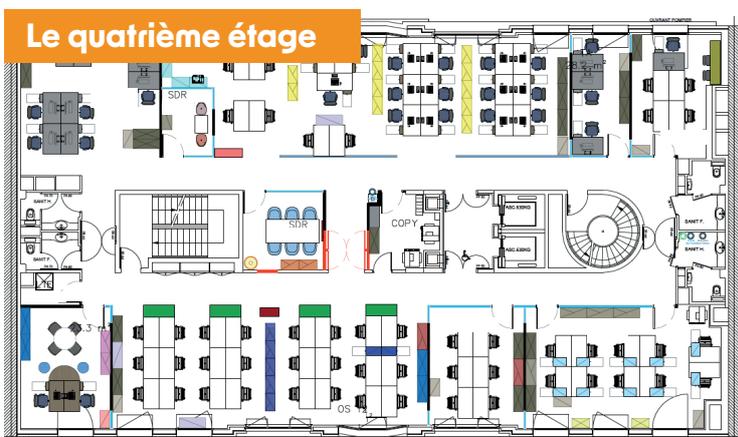
Le premier et le deuxième étage ne sont pas accessibles, nous les louons pour le moment à des sous-locataires. Ils constituent dans nos perspectives de croissance future une marge confortable d'espaces de travail pour accueillir peut-être un jour, de futurs collaborateurs !

Au troisième étage, l'équipe de IHealth profite d'un grand plateau open-space, agrémenté de phone-boxes insonorisées et d'une salle de réunion.

Le quatrième étage est dédié aux équipes de Philia, comprenant les entités : Information Dentaire, Edimark et PRPA, réparties dans un agencement similaire, avec des espaces partagés pour renforcer la synergie entre les entreprises.

Le cinquième étage est quant à lui dédié aux filiales dont les équipes sont moins nombreuses à Paris (CHAM, AGM), et à la Présidence et Direction Générale du groupe. On y retrouve également les équipes parisiennes d'Europa, ainsi que les bureaux de Julien Kouchner et de Claudie Damour-Terrasson.

Enfin, le sixième étage est notre joyau : au service de l'ensemble des clients du groupe, on trouve un espace de réception modulaire magnifique, lumineux, comprenant 4 salles de réunions dont une très grande salle de « board » pouvant accueillir plus de 20 participants, un espace lounge, et une terrasse offrant une vue imprenable sur la Tour Eiffel. Des portes battantes permettent de transformer cet étage en un vaste espace unifié, idéal pour accueillir jusqu'à 100 personnes dans un cadre prestigieux lors d'un cocktail ou d'une conférence.





Europa Group

Le Congrès *2^{ème} édition*

Du **4** au **6** septembre **2024** - **TOULOUSE**



EUROPA BOOKING & SERVICES
BY EUROPA GROUP



EUROPA DIGITAL & PUBLISHING
BY EUROPA GROUP



EUROPA ORGANISATION
BY EUROPA GROUP



Inright Outside
BY EUROPA GROUP

Philia
MEDICAL EDITIONS



EDIMARK
PRESSE EDITION MEDIA



id
PRESSE EDITION MEDIA



PRPA



Downtown Europe
Congress Organisers



HAM



Health

GROUPE
agm

agmcom
communication santé

Publiclin
médical éducation

agm multimedia
e-business santé

Diagonales

Collaboration stratégique : quand Insight Outside perfectionne la gestion des congrès chez Europa et CHAM !

Entrée dans le groupe fin 2016, notre filiale grenobloise avait séduit Marc Doncieux grâce à son progiciel de gestion intégré dédié à l'organisation de congrès. Cette solution 360° nommée Invitéo leur permettait d'organiser avec agilité tous leurs événements, là où Europa s'appuyait, parfois avec difficulté, sur des solutions indépendantes les unes des autres pour la gestion des inscriptions, de l'hôtellerie, de la logistique des participants et de la construction du programme de conférences.

Dès 2017, Europa demande à Insight Outside (IO) de déployer chez eux, en le personnalisant, les modules d'inscription et

d'appel à soumissions d'Invitéo. Ce projet, déployé avec succès, fut suivi par celui du module hébergement, une plateforme adaptée à un nouveau besoin de gestion de participants soumis à la réglementation MedTech et d'une plateforme logistique voyage. Dernier-né de la famille Invitéo chez Europa historique, « Programme », le système de gestion des programmes de conférences, vient d'être testé avec succès sur deux congrès pilotes, la SFTS et GulfPCR. Son déploiement progressif est en cours sur l'ensemble des congrès d'Europa, et prendra fin début 2025.

De ces co-développements fructueux avec Europa, est née

chez Frédéric Rochex et Eric Loisy, les Cofondateurs d'Insight Outside, l'idée de bâtir une offre de service à part entière, qui annonce un chiffre d'affaires déjà prometteur pour l'année à venir. L'un des premiers clients de l'offre n'est d'autre que CHAM, qui a rejoint le groupe en janvier dernier.

Nous avons interviewé Éric Loisy pour nous parler de cette actualité passionnante. L'équipe projet « Programme » d'Europa, composée de Sylvia Duprat, Cosima Thommen et Nadège Menen, ainsi qu'Aurore Dionnet, Cofondatrice de CHAM, nous ont également donné leur point de vue « client » sur ces superbes synergies internes.

Interview avec Éric Loisy, Cofondateur d'Insight Outside



Éric Loisy
Cofondateur
Insight Outside



Inviteo *myEvent*[®]

Éric, comment expliquer que votre solution arrive à répondre parfaitement aux besoins des équipes d'Europa, qui sont pourtant si spécifiques ?

Tout simplement parce qu'Invitéo se distingue des autres logiciels du marché par sa flexibilité : 80 % de ses fonctionnalités sont standardisées, et les 20 % restants sont personnalisables directement par les utilisateurs. Cela leur offre une grande liberté pour affiner la solution sans compromettre les standards établis. Pour les congrès d'Europa, qui sont souvent des événements récurrents, nous créons un modèle réutilisable et facile à actualiser d'une année sur l'autre. L'un des atouts majeurs d'Invitéo est sa base de données unique, qui permet à toutes les plateformes de communiquer entre elles, et qui remplace une grande partie des applications précédemment utilisées par Europa pour la gestion des événements. Un autre de nos atouts réside dans le fait que nous

sommes en constante évolution. Nous avons par exemple récemment développé un module pour la gestion des notes de frais, réduisant considérablement le temps y afférent. Ce module est maintenant systématiquement déployé, ce qui nous permet également de faire évoluer nos processus métier.

Invitéo a remplacé toutes les autres solutions qui étaient en place chez Europa ?

Oui, aujourd'hui, toute la gestion des congrès est centralisée via notre outil, de la création des bases de données à la génération des attestations de présence et des convocations, aux impressions sur site et bien d'autres choses encore. Pour pouvoir accompagner Europa dans cette démarche, nous avons doublé l'effectif de notre équipe informatique, qui consacre désormais la moitié de son temps aux plateformes d'Europa.

L'an dernier, ce travail de déploiement de votre solution chez Europa vous a mené à vous questionner...

Nous y pensions depuis longtemps, Marc Doncieux nous y encourageait depuis le début de notre collaboration ! C'est après l'expérience Programme, en fin d'année dernière, que nous nous sommes sentis prêts à reconsidérer notre business model et à l'étendre. Désormais, en plus de nos prestations de gestion d'événements, nous proposerons deux solutions supplémentaires à nos clients :

- **La première** est l'implémentation chez eux de notre solution complète et clé-en-main, conçue pour remplacer intégralement les outils existants de gestion d'événements, comme c'est le cas pour Europa, et bientôt pour CHAM.

- **La seconde** est axée sur la location de modules spécifiques, « à la carte », une offre déjà en place avec certains de nos clients.

Avec l'expérience acquise chez Europa, nous avons prouvé notre capacité à déployer nos plateformes chez nos clients directement et à former efficacement les utilisateurs.

Notre business plan initial prévoyait un chiffre d'affaires de 34 000 euros pour le lancement de cette offre en 2024. À notre grande satisfaction, notre prévisionnel a déjà dépassé les 100 000 euros. Cela inclut le projet CHAM, mais aussi trois autres clients potentiels, dont deux ont déjà signé et le troisième est en phase de finalisation contractuelle.

Parlons de « Programme », la toute dernière solution que vous avez développée avec Europa.

Il s'agit d'une solution qui permet de construire les programmes de conférences des congrès. C'est l'outil central pour deux équipes différentes chez Europa, qui coordonnent la construction des programmes des quelque cinquante congrès de la société, chacune ayant des spécificités propres. Il leur permet de bâtir un programme avec ses conférences, ses intervenants (parfois des centaines !) au travers des différents aspects de leur participation, ainsi que de leur logistique voyage.

Europa fonctionnait depuis des années avec une plateforme développée sur mesure, qui était vieillissante et présentait des risques majeurs d'obsolescence. De plus, elle ne communiquait pas de façon optimum avec les autres outils internes, si ce n'est manuellement par le biais d'exports et d'imports.

Ces derniers, en plus d'être très chronophages, comportaient également de grands risques d'erreur. Europa cherchait depuis plusieurs années à remplacer cette plateforme fragile, sans succès. Les solutions offertes par le marché n'étant pas assez personnalisables, nous nous sommes lancés dans ce défi majeur : remplacer le « cœur du réacteur » des congrès !

Comment avez-vous travaillé ?

Nous avons formé un petit groupe de projet dynamique avec des référentes au sein de chaque équipe chez Europa. Nous avons décidé de repartir de zéro. Nous avons cartographié le modèle pour le comprendre, récolté les besoins des équipes et ceux des utilisateurs du front office (médecins, partenaires...), puisque Programme présente un back-office et une partie en front-office qui permet aux conférenciers de gérer leur participation.

Notre approche n'a pas été de modifier le logiciel existant, mais plutôt de repenser entièrement le modèle en fonction des informations et des processus essentiels.

Nous travaillons toujours de façon pragmatique et concrète, notre schéma de fonctionnement était complet et simple à la fois ! Après une phase de développement de prototype, nous avons choisi deux congrès pilotes sur lesquels tester la solution. Et tout s'est très bien passé !

Le nouveau Programme présente-t-il des améliorations ?

Oui, elles sont considérables. L'outil génère désormais une vue synoptique du programme, qui met immédiatement en évidence les éventuels conflits de temps et facilite leur gestion. La partie front, le « Guest Website », a été entièrement repensée : le conférencier gère désormais sa venue au congrès, de A à Z, en quelques clics depuis ce portail unique, ce qui représente un confort incroyable pour lui comme pour les équipes. Il a un aperçu complet des sessions qui lui sont attribuées, avec la possibilité de sélectionner et de valider toutes les étapes requises en une seule fois.

Côté Europa, Programme est conçu de telle manière que toutes les données concernant un conférencier soient synchronisées en temps réel avec les modules d'inscriptions et d'hébergement. Toutes les équipes travaillent désormais sur une base de données unique ; il n'est plus nécessaire de compiler les données de façon manuelle. C'est une avancée majeure, qui sécurise énormément les flux d'information et fait gagner beaucoup de temps. Enfin, grâce au travail de l'équipe informatique d'Europa, Programme communique également efficacement avec les applications métiers maison, telles que l'application congrès, l'affichage interactif du programme en ligne, etc. En résumé, nous avons co-construit ensemble un

système d'information intégré qui témoigne de notre engagement à offrir une expérience sans faille et hautement satisfaisante à nos clients.

Vous avez réalisé ce projet en un temps record ! Comment y êtes-vous parvenu ?

Nous avons privilégié une communication fluide et réactive au sein de l'équipe projet, sans passer par un outil standard de ticketing. L'équipe a tout simplement utilisé un canal Teams pour signaler et prendre en compte les problèmes en temps réel, ce qui leur a fait gagner beaucoup de temps. Côté IO, nous avons alloué des ressources entièrement dédiées au projet. Nous avons adoré travailler sur ce projet. Il a été passionnant pour nos équipes d'accompagner sa refonte, de proposer de nouvelles perspectives, de nouvelles fonctionnalités. Nous sommes très heureux d'avoir relevé le défi et encore plus fiers de pouvoir étendre avec succès nos savoir-faire au sein du groupe. C'est bénéfique pour tous et très valorisant pour nos équipes.

Dans le même temps, vous avez été approchés par Aurore Dionnet, Cofondatrice de CHAM, pour lui présenter votre solution.

Tout à fait. Nous nous étions rencontrés à la réunion des dirigeants de mars dernier. Nous avons présenté Invitéo à Aurore avant l'été et réalisé ...

Synergie et agilité : les piliers d'un projet enthousiasmant ! Retour de l'équipe d'Europa impliquée dans la co-construction de Programme

Co-constructrice de Programme, l'équipe référente d'Europa qui a collaboré durant presque 2 ans avec Insight Outside ne tarit pas d'éloge sur cette collaboration, tant dans la gestion du projet que sur le résultat obtenu. Eric Loisy, Arnaud Bertrand et Benjamin Poncet côté Insight Outside, et Cosima Thommen, Nadège Menen, et Sylvia Duprat pour Europa ont avancé main dans la main pour atteindre tous les objectifs fixés, en termes de qualité comme de délais.

Cosima Thommen, référente pour l'équipe de Coordination Scientifique PCR, partage :

« Le véritable enjeu était de s'affranchir de l'ancien système et de se focaliser sur ce qui compte vraiment. » Cette émancipation était indispensable pour reconfigurer les fonctionnalités du nouveau système, sous l'impulsion stimulante d'IO qui poussait constamment Europa à innover.

« L'équipe d'IO nous a impressionnés par son esprit ouvert et sa profonde connaissance de notre secteur. Ils n'ont pas hésité à proposer des idées novatrices, refusant de se contenter du basique et cherchant systématiquement les solutions les plus optimales », rajoute Nadège Menen, référente de l'équipe Coordination Scientifique.

Cette collaboration a encouragé un échange fructueux de pratiques entre les services PCR et Comité Scientifique d'Europa, futurs utilisateurs du logiciel.

Sylvia Duprat, responsable du service Comité Scientifique, souligne : « Nous avons gagné en compréhension des méthodes de travail de chacun, ce qui a favorisé l'établissement d'une dynamique transversale et l'exploitation optimale de l'outil, tout en facilitant l'intégration de ses nouvelles fonctionnalités. »

Ce projet d'envergure, représentant près de 120 jours-homme sur 1 an et demi, a sollicité de nombreuses équipes chez Europa (Coordination Scientifique, Marketing digital, Inscriptions, Logistique invités, MedTech, Audiovisuel et Technique, Communication), avec une contribution remarquable de l'équipe informatique qui a dû réinventer et ajuster ses processus pour une intégration fluide du logiciel et assurer l'échange de données avec leurs systèmes internes. « Une délimitation précise de nos besoins et l'engagement de nos équipes et de celles d'IO ont été la clé d'une collaboration harmonieuse et productive. »

Les congrès SFTS et GulfPCR ont été les premiers à profiter de cette innovation.

« Le déploiement d'Invitéo Programme s'est effectué sans accroc, offrant d'ores et déjà des outils qui améliorent significativement notre efficacité opérationnelle, tout en facilitant le parcours des conférenciers ».

... ensemble l'état des lieux de ses besoins. Nous démarrons le projet sur les chapeaux de roue, car la plateforme, personnalisée comme il se doit, sera utilisée dès l'édition 2024 en septembre prochain. Tout en conservant l'historique des programmes depuis 2009, nous allons implémenter les modules d'inscription, la logistique de transport et d'hébergement en lien avec Chamonix, la génération des badges, l'émargement électronique sur site. Nous allons également faire évoluer leur système de facturation. Nous

apporterons un soutien humain également à cette petite équipe à l'approche de l'événement et sur site. C'était un point important pour Aurore, et nous avons toutes les ressources et les compétences nécessaires pour le faire. C'est un début de collaboration très prometteur, car Invitéo, comme je le disais, ne cesse d'évoluer, et nous serons à même de les accompagner en leur proposant de nouvelles fonctionnalités au fil du temps et de l'évolution de leurs besoins. Notre gros point fort, dans ce nouveau business model de location de solution intégrée, c'est

que nous connaissons l'organisation de congrès par cœur, que nous pratiquons nous-même au quotidien. Alors, contrairement à nos concurrents, nous proposons des approches très ancrées dans le métier, et, de fait, pertinentes.

Là encore, c'est une grande fierté de pouvoir contribuer à l'organisation de cet événement majeur du monde de la santé, qui appartient au groupe !

« Développer des synergies au sein du groupe c'est se parler, s'entraider et progresser dans la confiance ».
La perspective de CHAM, premier client d'Insight Outside à implémenter Invitéo dans sa structure.



Aurore Dionnet
Cofondatrice
CHAM



L'équipe de CHAM a rejoint le groupe il y a tout juste un an. Quelques semaines après leur arrivée, Aurore Dionnet, la Cofondatrice, rencontrait l'ensemble des dirigeants lors d'une réunion de travail à Toulouse, et entendait parler d'Invitéo pour la première fois.

« Nous sommes très heureux de faire partie du groupe et de pouvoir bénéficier des compétences qui s'y trouvent. J'avais très envie, sans tarder, de voir quelles synergies nous pourrions créer dans ce sens. Plusieurs personnes du groupe qui l'utilisent m'ont parlé d'Invitéo, ne tarissant pas

d'éloges sur ses fonctionnalités. J'ai eu entièrement confiance dans ces retours, parce que nous sommes un collectif, et que nous allons tous dans le même sens. Il faut savoir que nous sommes une toute petite équipe de trois personnes pour organiser CHAM, et que la logistique nous prend beaucoup de temps. Nous avons rencontré Eric Loisy avant l'été, et nous avons été emballés ! Le fait de pouvoir personnaliser l'outil selon nos besoins spécifiques est très rassurant.

Je lui ai également demandé un soutien humain à l'approche de l'événement et sur site. Je suis très

heureuse de pouvoir compter sur l'équipe d'IO parce que je sens de leur part un enthousiasme réel, une envie de bien faire, et je sais que je vais les avoir à mes côtés sur le long terme et bénéficier d'un accompagnement humain et technique pérenne et évolutif. Nous venons de démarrer les premières réunions de travail, 2024 s'annonce bien pour CHAM ! »



Perspectives

Pourquoi l'avenir de l'édition et de la presse santé est radieux

Les métiers de l'édition scientifique et de la presse santé génèrent la moitié du chiffre d'affaires global du groupe. Dans un contexte marqué par les profondes transformations

numériques, quel est l'avenir de ces métiers ? Pour éclairer cette question, Frédéric Doncieux, Directeur des activités d'édition chez Europa historique, a eu l'opportunité d'interviewer

Julien Kouchner, le Président Fondateur de IHealth. Ensemble, ils partagent une perspective à la fois forte et optimiste, anticipant un avenir prometteur pour notre secteur.



Frédéric Doncieux
Directeur ED&P



Julien Kouchner
Président IHealth

Frédéric : En tant qu'éditeurs, nous sommes des producteurs de contenus. Est-ce une bonne nouvelle sur ce secteur qui se transforme déjà tellement depuis 20 ans ?

Julien : C'est une excellente nouvelle oui ! La consommation de contenus n'a jamais été aussi élevée, marquant un tournant crucial pour l'édition. Ces deux dernières décennies ont été marquées par un accès direct à l'information, réduisant le besoin de médiateurs traditionnels comme les journalistes, particulièrement sur les plateformes telles que Facebook et Instagram. Des entreprises, y compris dans le secteur de la santé, ont cru pouvoir se passer d'intermédiaires pour atteindre directement leurs clients via internet, mais cette tendance s'est fort heureusement inversée. La valeur ajoutée des intermédiaires, notamment dans la formation et la communication, est plus que jamais réaffirmée. Finalement, la notion de confiance et de contenu de qualité, autrefois garantie par les grandes marques, a évolué, et nous y jouons un rôle central.

Cette « désintermédiation » de l'information a eu des conséquences négatives sur la qualité de l'information elle-même

Absolument. La surabondance de contenus a généré une augmentation de la désinformation et la difficulté de distinguer le vrai du faux. Initialement, l'accès direct aux consommateurs semblait simplifier les choses, mais il a conduit à une vague de fake news et à une interrogation sur la qualité et la véracité des contenus reçus, particulièrement ces dernières années. Le besoin de contenu authentique et vérifié est devenu évident. Face à l'immensité de l'information dis-

ponible, la facilité d'accès initiale a laissé place à une complexité telle que le filtrage devient un défi, avec un besoin croissant de sources fiables qui peuvent fournir l'information juste rapidement, plutôt que de passer des heures à rechercher et recouper l'information. Ainsi, la capacité à organiser et à évaluer le contenu devient précieuse face aux fake news et à la surcharge d'information, soulignant l'importance croissante de nos métiers dans l'ère numérique !

Nous éditons encore beaucoup de papier. Selon toi, doit-on s'inquiéter de sa disparition au profit d'un « tout digital » ?

Un aspect positif du digital est sa flexibilité de distribution à travers divers canaux, comme les sites web, les e-mails et les réseaux sociaux. La production de contenu de qualité, potentiellement assistée par l'IA, est ensuite diffusée sous l'égide de nos marques, enrichissant ainsi un écosystème numérique connecté à nos identités. Je ne vois rien de problématique à la diversification des formes de diffusion, tout cela contribue à la vie de nos communautés et à l'interaction entre ses membres.

Le digital offre une variété de formats, de l'écrit au visuel et à l'audio, et la question clé est de savoir comment, quand et sous quelle forme atteindre le public. C'est dans cette stratégie de ciblage que notre expertise prend toute son importance : là encore, nous sommes les mieux placés pour le faire !

Et puis, je voudrais préciser que le papier et le numérique n'ont pas le même usage. Dans l'information quotidienne, le temps est essentiel, favorisant ainsi le digital.

Toutefois, des supports comme les cahiers de formation, j'en ai la conviction, continueront d'être imprimés pendant un temps certain, car leur contenu complexe et érudit est souvent mieux assimilé sur papier pour une grande partie des professionnels. Cette préférence pour l'imprimé est susceptible de persister jusqu'à ce qu'un nouveau support le surpasse, mais actuellement nous observons plutôt une hybridation des modèles de diffusion de contenu : l'actualité privilégie le digital pour sa rapidité, tandis que les contenus plus scientifiques et éducatifs, comme la formation continue des professionnels de santé, peuvent encore bénéficier d'un format papier.

Et si nous abordions le délicat sujet du business model ? Les métiers de l'édition ont beaucoup souffert de l'époque du « tout gratuit » sur Internet. Comment vois-tu l'avenir économique de nos activités ?

Le digital offre aujourd'hui encore de nouvelles perspectives pour les éditeurs et la presse. Je crois savoir que certains journaux, comme Le Monde, ont atteint un nombre record d'abonnés, en partie accéléré par la pandémie, avec une base significative d'abonnements numériques. Cet exemple remet en question la notion que le digital, associé à la gratuité, nuisait au modèle économique de l'édition. Pourquoi ? La crise sanitaire a renforcé la nécessité de sources fiables, réaffirmant l'importance des marques de presse et la valeur de l'information vérifiée, qui est plus coûteuse que ce que la publicité peut financer. La stratégie digitale évolue vers un modèle payant, reconnaissant que la qualité a un coût. Le défi est de joindre le bon public au bon moment via le bon canal, et dans ce contexte, le contenu numérique payant devient de plus en plus pertinent : c'est là encore une très bonne nouvelle pour nous.

C'est vrai qu'aujourd'hui, dans nos vies quotidiennes, nous payons à nouveau pour regarder des films, écouter de la musique, lire des articles complets.

Tout à fait. Le modèle d'abonnement payant gagne en importance. La popularité des services comme Netflix, Spotify et Apple TV, qui offrent des abonnements mensuels sans engagement, crée chez les jeunes une habitude de payer pour un contenu de qualité. Cela ouvre la voie à l'acceptation de dépenser pour des contenus professionnels. Même si cela peut sembler suivre une tendance, la volonté de payer pour un accès à de l'information fiable et de qualité devient une norme. Des médias comme Le Figaro, Le Monde et L'Équipe ayant restreint l'accès à leur contenu uniquement aux abonnés, l'accès gratuit à du contenu de qualité devient de plus en plus rare. Pour le jeune professionnel de santé, l'idée de s'abonner devient donc de plus en plus, une démarche naturelle et acceptée. Alors cela présage bien pour l'avenir, mais à nous de rester compétitifs ! Il est essentiel de fournir un service ergonomique et « user-friendly », ce qui nous confirme également que la conception de produits numériques est un métier en soi sur lequel nous avons besoin de nous appuyer pour faire évoluer nos produits et nos services.

Beaucoup de nos plateformes sont encore gratuites, pour autant je ne pense pas qu'Europa soit en retard sur ce modèle. Qu'en penses-tu ?

Je partage totalement ton avis. Cela fait maintenant une dizaine d'années que je me consacre aux contenus pour les professionnels de santé. Ce qui est frappant, c'est que le secteur de la santé est en quelque sorte en retard dans la transformation numérique, en tous les cas c'est que j'ai pu observer. D'autres industries ont adopté le numérique plus rapidement et de manière plus significative, souvent à cause de l'éthique des contenus et de la réticence des grands décideurs à accepter le digital. Cela s'avère être un avantage pour nous, car cela nous donne le temps de nous adapter à la transformation numérique tout en restant attentifs aux besoins de nos clients qui sont prudents dans leur adoption du digital.

Tout à fait. Nous pouvons nous appuyer sur la très haute valeur de nos marques auprès de leurs communautés, et cette nouvelle culture de l'abonnement sera vecteur de croissance pour notre secteur.

Nous nous y dirigeons ! Avant cela, nous avons du travail en interne, pour adapter nos processus et nous permettre de mieux intégrer le digital. En ce moment chez IHealth, nous nous concentrons sur la refonte de nos systèmes d'information, qui doivent toujours intégrer la diffusion papier, privilégiée par nombre de nos clients.

Dans ce cadre, comment faites-vous évoluer le modèle éditorial de vos titres ?

Nous faisons la distinction entre les contenus qui sont exclusivement numériques et ceux qui restent sur papier, en fonction de leur pertinence et utilité. Par exemple, pour le domaine de la pratique vétérinaire équine, l'information est presque entièrement sur papier car la fréquence et la nature des informations ne justifient pas un contenu numérique quotidien.

Notre approche est de tirer parti du digital pour diffuser rapidement l'information essentielle, surtout pour des publications comme le Moniteur des pharmacies, qui est axé sur la formation et l'information professionnelle le justifiant pleinement. Nous avons également adapté nos hebdomadaires pour numériser le contenu qui doit être communiqué immédiatement, tout en conservant le papier pour les informations moins urgentes qui gagnent à être approfondies.

Notre modèle éditorial vise à utiliser tous les canaux disponibles, permettant aux utilisateurs de choisir entre le digital et le papier selon leurs préférences. Ainsi, nous évoluons vers un modèle qui embrasse l'hybridité, répondant aux besoins actuels tout en préparant le terrain pour les développements futurs. Cependant évidemment, celui qui voudrait « consommer » l'ensemble de nos contenus en digital peut le faire. Car transformation digitale progressive ne veut pas dire que nous n'avons pas déjà un marché pour le « pur digital ». En revanche, l'inverse n'est pas

vrai : une partie de nos contenus est désormais accessible uniquement en digital.

J'imagine que ces transformations impactent votre façon de travailler ?

Nous avons effectivement procédé à des changements significatifs en back office. Nos systèmes éditoriaux ont été mis à jour pour intégrer tous les contributeurs dans un espace unifié de type « newsroom », où chacun est encouragé à produire du contenu pour différents formats, notamment le papier et le digital. L'objectif est qu'à terme, tous les contributeurs puissent enrichir le contenu avec des visuels adaptés à chaque média. Nous explorons des méthodes pour réécrire et présenter le contenu de façon plus systématique, peut-être en utilisant l'intelligence artificielle pour faciliter ce processus. Cela nous amène à considérer un modèle basé sur un moteur de recherche spécifique pour les professionnels, qui, bien que différent, pourrait améliorer la fidélisation grâce à un accès facile à une information fiable et constamment mise à jour. Comme pour un abonnement à une plateforme de VOD, où quelques programmes clés justifient le maintien de l'abonnement, un moteur de recherche bien structuré est un outil indispensable pour les professionnels, justifiant d'autant plus ainsi une dépense annuelle pour un accès exclusif à ces contenus actualisés.

Merci Julien pour cet échange, je suis tout à fait convaincu, comme toi, que l'avenir de nos métiers est radieux !



1^{er} groupe de médias et de services à se positionner dans la perspective d'une seule santé, humaine, animale et environnementale.



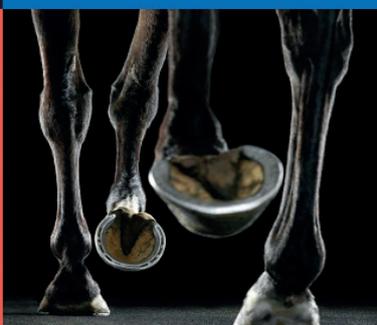
éditions



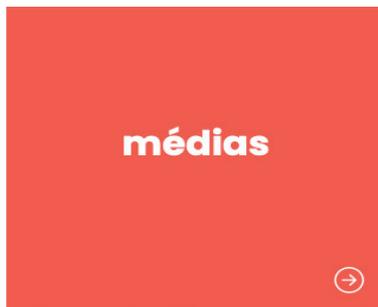
events



formation



services



médias



Partages

Séminaire « Management & Performance » du Stade Toulousain : les messages clés de deux participants, collaborateurs du groupe.

Dans l'univers compétitif du rugby, le Stade Toulousain se dresse comme un géant, fort de ses 22 Boucliers de Brennus. Symbole de l'excellence sportive et de l'histoire riche du rugby dans la région Occitanie, le club s'illustre par son écosystème unique, incarné par son école de rugby : véritable creuset de talents, cette institution façonne la nouvelle génération de joueurs et joueuses, ancrant profondément le club dans une tradition d'excellence et d'innovation.

C'est dans la continuité de leur passion pour la transmission du savoir que l'équipe du Stade, conjointement avec Europa, a eu l'idée d'organiser un séminaire qui permettrait de partager avec les dirigeants d'entreprise et des responsables RH les techniques du management d'une équipe sportive leader. C'est ainsi qu'est né « Management & Performance », organisé par les équipes d'Europa historique. En octobre dernier. Durant deux jours, 200 participants ont assisté à des conférences inédites et à des échanges entre des dirigeants d'entreprises, cadres, responsables RH et des figures emblématiques du monde du rugby.

Les conférences ont abordé dix thématiques clés du management, communes aux univers du sport et de l'entreprise : recrutement, fidélisation, valorisation, onboarding, offboarding, gestion des données, management du changement, leadership, gestion des talents clés, gestion de crise et l'équilibre entre santé, sport et travail. Des orateurs prestigieux tels que Didier Lacroix, Ugo Mola, Jérôme Cazalbou, Claude Onesta ou encore Christophe André ont partagé leur approche sur ces enjeux essentiels.



MANAGEMENT & PERFORMANCE 2023
Par le Stade Toulousain & Europa Group



Leçons de terrain : intégrer la stratégie sportive dans le management d'entreprise

Parmi les participants, deux collaborateurs d'Europa ont eu la chance d'assister à cet événement. Angelina Trevisan, Directrice des services et Vincent Basset, Chef du service informatique, ont bien voulu partager avec nous les leçons clés et les moments forts qu'ils ont retiré de ces deux jours riches en enseignements.

Angelina a identifié plusieurs similitudes entre les réalités du sport de haut niveau et les enjeux quotidiens chez Europa :

« Dès l'introduction par Didier Lacroix et Ugo Mola, j'ai trouvé de nombreux parallèles avec Europa, ils ont parlé de l'importance des valeurs de liberté, d'initiative, de respect. »

« Les joueurs sont soumis à une temporalité très forte, celle des matchs. Ils doivent garder une agilité, avec une temporalité extrêmement restreinte, pour trouver des ajustements au plus rapide et de la manière la plus intelligente possible. Ça m'a ramené à notre calendrier des congrès, ou encore aux parutions d'ouvrages, dans l'édition. »

Vincent a quant à lui retrouvé dans les conférences proposées l'importance cruciale du rôle du manager dans la délégation de responsabilités, la confiance et la promotion de l'autonomie de ses équipes.

« Le manager est là pour guider et soutenir, mais il est aussi là pour faire confiance. Laisser ses



Angelina Trevisan
Directrice des services
Europa Toulouse



Vincent Basset
Chef du service
informatique
Europa Toulouse

collaborateurs avancer, et de temps en temps, tomber, se relever, et apprendre de leurs erreurs. »

L'intervention de Claude Onesta, ancien sélectionneur de l'équipe de France de handball, a été particulièrement remarquée.

« Ce qui ressort, c'est l'importance de cultiver la singularité au sein d'une équipe tout en maintenant une culture commune, orientée vers un objectif commun. »

Tous deux ont été impressionnés par la façon dont le Stade Toulousain gère le cycle de la vie professionnelle d'un joueur, depuis son intégration jusqu'à sa reconversion, en mettant l'accent sur une culture de mentorat et un onboarding ritualisé. Le management développe une forte solidarité entre les joueurs, quel que soit leur niveau de célébrité, ils sont traités de la même manière : chaque élément compte, qu'il soit au cœur du match ou sur le banc.

« Il y a cette dimension de club famille, où les anciens joueurs restent impliqués et aident les

nouveaux. Une attention très forte est portée sur la transmission de la culture de l'excellence du Stade Toulousain, de l'ensemble de ses valeurs. » précise Angelina.

Ce séminaire a offert aux participants des perspectives stimulantes sur la synergie entre le sport de haut niveau et le monde de l'entreprise, soulignant l'importance de la gestion des talents, de la transmission d'une solide culture d'entreprise et de l'apprentissage de l'adaptabilité dans un environnement marqué par l'enjeu d'une forte temporalité et la culture de l'excellence.

Après le succès de ces journées, les équipes d'Europa travaillent déjà sur le programme de la deuxième édition !

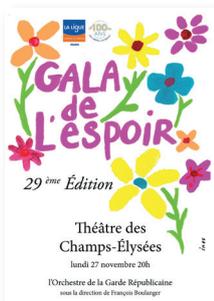
« Tous solidaires ! »

Retour sur quelques initiatives solidaires menées par les entreprises du groupe ce semestre

Gala de l'Espoir

Philia, novembre

Le 29 novembre 2023, Philia a soutenu le prestigieux Gala de l'Espoir au théâtre des Champs-Élysées, au profit de la Ligue contre le cancer. L'orchestre de la Garde Républicaine, sous la direction du maestro François Boulanger et avec le talentueux Ibrahim Maalouf à la trompette, a créé une ambiance musicale envoûtante pour rendre hommage aux chercheurs, soignants, et bénévoles.



Journée Mondiale du Redémarrage du Cœur

Downtown Europe, octobre

En octobre 2023, Downtown Europe et la Ligue Francophone Belge de Sauvetage ont organisé un concours Basic Life Support pour la Journée mondiale du redémarrage du cœur à l'hôtel Sheraton Brussels Airport. Cet événement, ouvert au grand public, a mis l'accent sur l'importance de la réanimation cardio-pulmonaire, avec des formateurs qualifiés enseignant les techniques de soutien vital de base. L'équipe de Downtown a participé activement, et certains membres ont même surpassé des cardiologues présents sur place, illustrant que tout le monde peut apprendre ces compétences vitales. L'événement a reçu une large couverture médiatique, soulignant son impact dans la sensibilisation à ces gestes qui sauvent des vies.



Opération Estival

Europa, juillet-août

Cet été, plusieurs collaborateurs d'Europa se sont mobilisés lors de l'opération Estival, une action portée par le collectif Le Cœur des Entreprises dont Europa est Membre Fondateur. Durant les mois de juillet et août, des distributions alimentaires ont été organisées à Toulouse, grâce à la mobilisation conjointe de La Banque Alimentaire, des Restos du Cœur et du Secours Catholique. Une belle action, qui a permis chaque soir à une centaine de personnes de bénéficier d'un repas.



Collecte et rencontre à La Caséla

Europa, octobre

La Caséla, ce havre de paix pour les femmes et mamans en situation de grande précarité, a reçu les nombreux dons des collaborateurs d'Europa (denrées alimentaires, produits d'hygiène pour femmes, enfants et bébés). Plus qu'une simple collecte, la rencontre organisée le jeudi 19 octobre a été un moment riche en émotions et en partage. Plusieurs collaboratrices ont eu l'opportunité de rencontrer les bénéficiaires du centre, d'échanger, de comprendre et de créer des liens.



Congé Solidaire

Europa, octobre

En Octobre, Europa a introduit une nouvelle mesure : le « Congé Solidaire ». Ce congé est une opportunité permettant aux collaborateurs de consacrer du temps à des actions en faveur des plus démunis. Les missions sont proposées par le Fonds de Dotation « Le Cœur des Entreprises ». Pour l'année 2024, 30 jours ou 60 demi-journées sont mis à disposition.



Octobre rose

Europa, octobre

Une semaine de sensibilisation au dépistage du cancer du sein a été organisée, avec la diffusion de contenus pédagogiques (tutoriel sur l'auto-palpation, témoignages, quizz etc.) et une journée où les collaborateurs se sont vêtus de rose en soutien à cette cause.



La Foulée pour la vie

Europa, novembre

Le dimanche 5 novembre, dix de nos collègues ont chaussé leurs baskets pour une cause noble : soutenir Le Secours Populaire et La Ligue contre le cancer. La Foulée pour la vie, une course humanitaire organisée par l'association Les Foulées Seyssois, a été un véritable succès ! Elle a permis de récolter au total 11 000 euros pour les associations partenaires.



Opération boîtes de Noël

Europa, décembre

Pour la troisième année consécutive, Europa s'est mobilisé pour aider les plus précaires à l'approche du difficile moment des fêtes de fin d'année, grâce à l'opération boîtes de Noël. Au total, ce sont 43 boîtes de Noël confectionnées par les collaborateurs qui ont été distribuées par le Secours Catholique.



Le Noël des enfants hospitalisés

Europa, décembre

Plus de 400 cadeaux ont été achetés et distribués aux enfants hospitalisés avec l'aide des collaborateurs de l'agence À La Une et d'Europa. Cette opération a été rendue possible grâce à la levée de fonds initiée par le Marché de Noël de l'agence de communication À La Une, au profit de l'association La Petite Etoile. Durant toute une après-midi, nos collaboratrices ont sillonné les couloirs de l'hôpital des enfants de Purpan, aux côtés d'Ovalion, mascotte du Stade Toulousain, et de plusieurs joueurs : Ange Capuozzo, Thibaud Flament, Paul Graou, Arthur Retiere, Juan Cruz Mallía, Dorian Aldegheri. Ensemble, ils ont distribué bonbons, cadeaux et surtout sourires et bonne humeur, aux enfants comme aux parents !

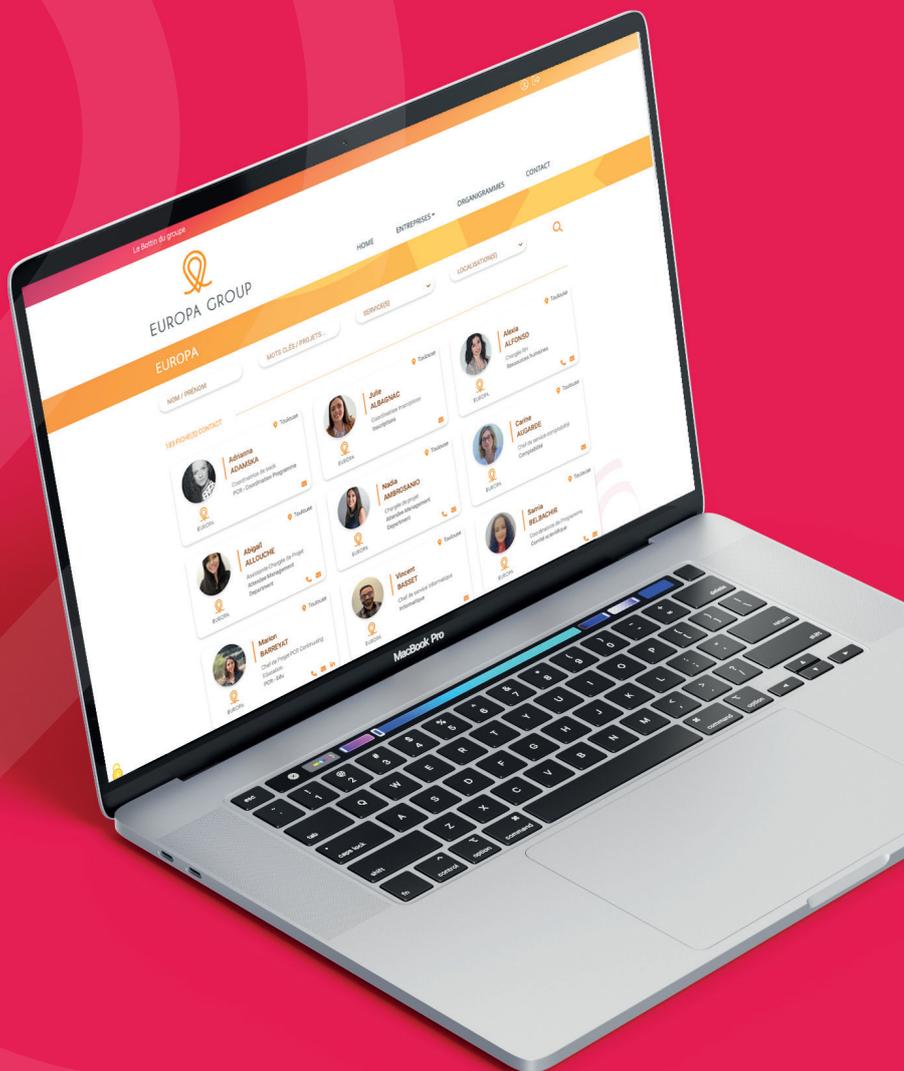


Le Bottin du groupe

Votre réseau professionnel au sein du groupe s'élargit de jour en jour et le Bottin est votre meilleur allié pour rester connecté !

Le Bottin en quelques mots

Notre annuaire en ligne, régulièrement mis à jour, est l'outil parfait pour trouver rapidement les coordonnées de vos collègues au sein du groupe. Vous y trouverez les fiches contacts de tous les salariés en CDI pour chaque entreprise membre.



Comment accéder au Bottin

1

Si vous êtes en **CDI**, vous avez reçu un email qui contenait le lien vers le Bottin.

2

Cliquez sur le lien, créez votre mot de passe et **conservez-le précieusement**.

3

Une fois connecté, enrichissez votre profil. **Ajoutez votre photo**, votre profil LinkedIn, et une brève **description de votre poste**.

Si vous rencontrez une difficulté ou que vous n'avez pas reçu d'email de connexion contactez Gabrielle : web@europa-organisation.com