



la lettre du Groupe

Éditorial



Marc Doncieux
PDG Europa Group

2023, retour vibrant à la vie normale

Au terme des années 2020 et 2021, qui ont été véritablement éprouvantes, et d'une année 2022 encore compliquée et brumeuse, nous sommes heureux que pour nos activités, 2023 marque un retour authentique à la vie pré-COVID.

L'engouement palpable du média congrès, l'enthousiasme des participants à se rassembler, l'empressement des partenaires à les accueillir sur leurs stands, ainsi que la multiplication des initiatives et certains records de fréquentation au cours de ce premier semestre ont fait du bien à tous ceux parmi nous qui organisent les congrès.

Nous observons une dynamique similaire dans les événements corporate organisés par Insight Outside, dont l'activité a repris avec dynamisme. Nous notons un retour significatif aux investissements dans l'événementiel pur, avec des clients ravis de pouvoir à nouveau réunir leurs équipes et célébrer leurs temps forts et succès.

Du côté de l'édition, qui avait battu des records pendant les années COVID, on constate un retour à la normalité et une légère baisse des investissements publicitaires, mais ce semestre reste extrêmement solide.

Les premiers mois de l'année ont été marqués par deux nouvelles acquisitions !

Ihealth, un groupe de presse très performant, nous ouvre les portes du monde de la pharmacie et du vétérinaire. Des équipes exceptionnelles, ultra motivées, et parfaitement complémentaires avec les activités d'édition de Phyllia se sont jointes à nous.

Un important travail a été mis en œuvre par Claudie Damour-Terrasson, Julien Kouchner et leurs équipes ces derniers temps pour commencer à travailler sur les synergies du groupe et développer des projets partagés.

Nous sommes également très heureux d'accueillir le groupe AGM dans notre famille. Spécialisés en communication santé et en Medical Education en oncologie, ils connaissent leur secteur d'activité en profondeur, et leur enthousiasme est contagieux ! Bienvenue à vous, nous sommes enchantés de vous avoir à bord.

Le groupe continue de grandir et sa structure a besoin d'évoluer pour accompagner cette croissance. Nous sommes ravis d'accueillir Louis Verdier, le nouveau Directeur Général du groupe qui nous a rejoint début mars. Il a la grande responsabilité de conduire la dynamique du groupe pour les années à venir, de faire évoluer son organisation et de nous conduire vers des succès toujours plus grands, car notre ambition ne faiblit pas ! Avec Flo, nous serons là pour l'y aider pendant encore au moins cinq ans.

Le comité éditorial de cette lettre, composé des dirigeants de chaque entreprise du groupe, est heureux de vous inviter à la lecture de ces pages, qui vous permettront, entre autres, d'en savoir plus sur CHAM, IHealth et AGM, de lire les réponses apportées par Louis à 5 collaborateurs du groupe, d'en savoir plus sur la cybercriminalité qui touche toutes nos structures. Vous avez un rôle actif à jouer dans le lien que nous souhaitons tisser entre nous : candidatez aux « jeudis d'Europa Group », nos mini conf' de partage d'expertises, utilisez notre « bottin », et enfin, pour terminer sur une touche plus légère, participez à notre concours estival de recettes de cuisine !

Nous vous souhaitons une bonne lecture mais surtout un très bel été !

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 :

lalettredugroupe@europa-group.com

Sommaire

- 2 Questions croisées : Louis Verdier
- 3 Diagonales : la Cybersécurité
- 4 Succès partagés
- 5 Portraits d'entreprise : CHAM
- 6 Mentor@Europa
- 7 Portraits d'entreprise : IHealth
- 8 Les Jeudis d'Europa Le Bottin du groupe
- 9 Portraits d'entreprise : AGM
- 10 Tous solidaires !
- 11 Décryptage : EuroPCR
- 13 Concours culinaire

Comité éditorial :

Présidents et Directeur Général du Groupe
Présidents et Directeurs des filiales

Coordination et rédaction :

Anne-Sophie Lartigau

Maquette et mise en page :

Cédric Binder



Questions croisées

Avec Louis Verdier notre nouveau Directeur Général groupe

Louis a rejoint le groupe en mars dernier. Qui est-il ? Quel est son rôle ? Quels sont les sujets sur lesquels il travaille actuellement ? Nous avons demandé à une personne de chaque entité du groupe de lui poser des questions : voici ses réponses !

Quelle est votre histoire ? *Sabrina, IHealth*

J'ai 44 ans et ma carrière s'est partagée entre l'investissement et le management. Pendant dix ans, j'ai soutenu la croissance d'entrepreneurs. Ensuite, j'ai rejoint Les Petits Chaperons Rouges, où nous sommes passés de 900 à 9 000 salariés en sept ans, grâce à la croissance organique et aux acquisitions, en France et à l'étranger. J'ai également été directeur général de La Maison Bleue, un autre groupe de crèches, avec une stratégie similaire.

Pourquoi avez-vous choisi de rejoindre Europa Group ? *Sonia, ED&P*

Le fil conducteur de ma carrière est non seulement la croissance, mais surtout l'accompagnement d'entrepreneurs. C'est ce qui m'a toujours passionné. Maintenant, je suis engagé dans deux nouvelles aventures entrepreneuriales : celle d'Europa historique, et celle du groupe, qui a réussi à attirer et fédérer d'autres entrepreneurs. Cette synergie m'attire et me motive, c'est cette dynamique entrepreneuriale qui m'a poussé à m'engager avec vous.

Avez-vous déjà eu des expériences dans le domaine de la santé ? *Romain Vidal, Edimark*

Durant mes 10 ans en tant qu'investisseur, je me suis spécialisé dans le secteur de la santé, dans le traitement du diabète notamment. J'ai beaucoup travaillé sur la chimie pharma, et sur l'officine en accompagnant la stratégie de croissance des Pharmacies Lafayette. Cela m'a permis d'appréhender les problématiques liées au marché, aux cycles de vie des médicaments et aux relations entre médecins et industriels. En travaillant dans le domaine des crèches, régies par le code de la santé publique, j'ai pu appréhender les contraintes réglementaires françaises et travailler avec différents professionnels de santé.

Quels sont les principaux objectifs que vous souhaitez atteindre ? *Sabrina, IHealth*

En tant que DG, ma mission est d'être fidèle au mandat que les Présidents m'ont confié (Marc et Florence Doncieux). Je dirige Europa historique, et j'orchestre la fédération de PME du groupe. Mon objectif est également d'assurer la pérennité et le développement de nos activités sur plusieurs années, y compris lorsque les fondateurs commenceront à prendre du recul.

Vous êtes avec nous depuis 4 mois, qu'est ce qui vous a frappé ? *Sonia, ED&P*

Mon observation révèle une forte adéquation entre les valeurs du groupe et sa réalité, avec une équipe unie et dévouée à la qualité du travail. Deux aspects m'ont frappé : l'énergie des

dirigeants et l'engagement de tous à s'améliorer constamment. Vous démontrez tous cet engagement, avec un désir commun de produire des contenus de qualité. Cette rigueur est une constante dans tout le groupe.

Comment allez-vous collaborer avec les différentes équipes du groupe ? *Sabrina, IHealth*

Le succès du groupe repose sur l'indépendance et l'expertise spécifique de chaque entreprise. Mon rôle est d'encourager leur croissance en capitalisant sur ces compétences, tout en offrant un soutien centralisé si nécessaire. Cette approche stimule le développement, soutenant des investissements dans des domaines variés, comme le numérique et l'internationalisation par exemple. Le groupe est prêt à financer des projets tout en respectant l'autonomie stratégique de chacun. Il est essentiel pour nous que le savoir-faire spécifique, les produits, les marques et les relations clients de chaque entreprise restent sous leur contrôle.

Je tiens à dire qu'au-delà de nos initiatives internes, la dynamique du groupe est alimentée par les besoins des clients. Ceux-ci commencent doucement à nous solliciter pour des solutions nécessitant diverses expertises du groupe. Leur intérêt pour nos diverses entités valide notre approche fédérative et nous permet de développer une offre plus intégrée. En fait, ça ne se décrète pas, de construire un groupe : c'est aussi parce que nos clients verront de plus en plus dans nos services une cohérence et une homogénéité que le groupe se développera en tant que tel.

Des passerelles métiers ou de compétences inter-entités sont-elles envisageables ? *Thierry, AGM*

Tout à fait ! Nous instaurerons des instances pour favoriser l'échange et la collaboration, comme entre les experts du digital, ou sur des thèmes transverses tel que la cybersécurité. Le partage des meilleures pratiques sera encouragé. Nous croyons au fait que c'est en se réunissant que l'on progresse, et que cela est compatible avec le respect de l'autonomie de chaque société.

Concernant nos lieux d'activités : des regroupements partiels sont-ils envisagés ? *Thierry, AGM*

Oui. Le groupe prévoit de partager ses ressources en adoptant une approche ouverte et hospitalière. Ainsi, nous accueillons volontiers toutes les équipes en déplacement, y compris chez nos filiales. Nous réfléchissons également à prendre des locaux accessibles à tous à Paris d'ici la fin de l'année,

offrant un espace de rencontre ouvert à nos collaborateurs et clients.

Existe-t-il des outils au service d'une communication interne « groupe » ? *Thierry, AGM*

Oui, plusieurs. Cette lettre semestrielle en est un. Nous nous sommes également engagés à organiser un séminaire groupe biennal sur le format du « congrès d'entreprise », le second étant prévu en 2024. Les « jeudis d'Europa Group », prisés pour leur partage d'expériences, se poursuivront : nous en appelons dans cette lettre à vos idées et vos envies d'échange. N'oublions pas le « bottin » qui permet d'accéder aux coordonnées des collaborateurs de chaque entreprise.

Sur quoi travaillez-vous en ce moment ? *Sonia, ED&P*

Je travaille activement sur deux axes clés. Je supervise une équipe transversale qui élabore une offre commerciale intégrée, combinant les compétences de toutes nos entités, pour la proposer à nos clients. Elle va au-delà de la simple addition de nos offres existantes. Ce projet, provisoirement nommé « 360 », occupe une grande partie de mon temps.

En parallèle, je m'occupe du plan stratégique du groupe pour les prochaines années. Cela implique des déplacements fréquents et des rencontres avec les dirigeants de chaque société pour définir clairement notre futur. Le but est de sécuriser les financements et les ressources nécessaires pour réaliser notre vision sur un horizon de quatre ans.

Terminons sur une touche plus légère. *Julia, d'Insight Outside, a deux questions :*

Sur quoi pouvez-vous faire une présentation d'une heure sans aucune préparation ?

Sur Eric Clapton, peut-être même plus si on me donne une guitare !

FCG, Stade Toulousain ou Racing ?

Je suis supporter bordelais ! Ça va nous obliger à trouver une filiale à acheter à Bordeaux, ça ! Blague à part, ça n'est pas facile tous les jours de soutenir les Girondins !

Merci pour vos questions !

Sonia Morcuende, d'Europa Digital & Publishing ; **Romain Vidal**, d'Edimark ; **Thierry Vidal**, d'AGM ; **Julia Heintz**, d'Insight Outside et **Sabrina Bourland**, de IHealth

Diagonales

La cybercriminalité, un enjeu pour notre avenir

La cybercriminalité et la cybersécurité représentent un défi majeur de notre époque. Chaque des entreprises du groupe a déjà subi une ou plusieurs

attaques. Avec un coût estimé à plus de 1550 milliards de dollars à l'échelle mondiale, les fraudes informatiques équivalent désormais au trafic de stupéfiants et

sont sur le point de surpasser, les conséquences pour les entreprises peuvent être dramatiques.



Jean-Marc Alazard, Co-fondateur d'AGM, a assisté en juin à une conférence organisée par l'ANSII (Agence Nationale de Sécurité des Systèmes d'Information). En voici une synthèse qui vous permettra de mieux comprendre cette menace et de protéger vos données personnelles et votre entreprise.

Quels sont les types de menaces et leur fréquence ?

Les huit principales menaces actuelles sont :

- 1 Les ransomwares (22%)
- 2 Les backdoors (20%)
- 3 Le piratage de comptes (14%)
- 4 L'usurpation d'identité (10%)
- 5 Le phishing (8%)
- 6 Les attaques par déni de service (5%)
- 7 Les fraudes au virement (FOVI) (4%)
- 8 Les défigurations de sites Internet (2%)

l'adresse email d'un collaborateur en entreprise, et le piratage de mots de passe complexes peut se faire rapidement avec un ordinateur puissant. Une fois accès obtenu, l'espionnage des communications, des transactions et des échanges avec d'autres collègues devient possible, permettant ainsi la modification de données financières.

Ces attaques impliquent une variété de techniques (piratage de boîtes email, usurpation d'identité d'un client ou d'un collègue, analyse de vos données). L'attaquant qui déploie cette stratégie vous connaît bien, communique en se faisant passer pour un client ou un collègue, et comprend vos dossiers clients, leur historique, et ainsi de suite

Et puisque le cybercriminel est loin d'être stupide, il ne demandera pas une rançon démesurée ni ne tentera un transfert d'argent qui serait immédiatement repéré.

Quelles cyber-attitude adopter ?

Pour se défendre contre ces menaces, il est essentiel d'adopter une «cyber-attitude» adéquate. Cela inclut l'implémentation de

solutions de sécurité informatique au sein de nos structures, tels que des firewalls, des sauvegardes externes quotidiennes, des antivirus, des antispams, la double authentification, la mise à jour des systèmes d'exploitation et des logiciels, etc.

Combien de temps faut-il à un pirate pour trouver votre mot de passe en 2023 ?

8 caractères / nombres seulement
immédiat

12 caractères / minuscules
14 heures

10 caractères / majuscules, minuscules, nombres & symboles
2 semaines

14 caractères / majuscules minuscules & nombres
202 000 ans

18 caractères / majuscules & minuscules
126 milliards d'années

Comment fonctionne l'univers de la cybercriminalité ?

Il est extrêmement bien organisé. Il comprend des «petites mains» qui envoient des courriels ou des SMS frauduleux, des têtes de réseau, des sous-traitants qui vendent des données, des développeurs de ransomware, des vendeurs de ces logiciels malveillants, des exploitants, des personnes qui implantent des backdoors et vendent l'accès à d'autres, des analystes de données qui piratent des comptes email et revendent un profil d'attaque à d'autres criminels. Il s'agit d'un monde économique parallèle, plus structuré que nous pourrions le penser, et peuplé de personnes qualifiées «d'intelligentes» par les autorités judiciaires.

Et la réalité est que ces activités criminelles sont très rentables et comportent peu de risques. Par exemple, il est plus facile de voler 11 millions d'euros à une entreprise du CAC40 ou 100 000 euros à une PME que de braquer une banque.

Le risque est partout !

Si vous pensez que vos données sont sécurisées, détrompez-vous. Il est assez simple de trouver



Les pratiques dangereuses à éviter sont :

- > Cliquer sur des liens dans les emails sans vérifier préalablement l'URL en la survolant pour déceler une éventuelle suspicion.
- > Réagir à des emails promotionnels (relatifs à Engie, à des services bancaires, à l'assurance maladie, à la carte vitale, etc.) ou concernant des problèmes de paiement de factures, de procès-verbaux, de mise à jour de données, de renouvellement de compte. Préférez plutôt vous rendre directement sur le site officiel et/ou vous connecter avec votre compte.
- > Utiliser le même mot de passe sur plusieurs sites ou applications.

> Divulguer des informations personnelles par téléphone (notamment à votre banque) ou par email (y compris les mots de passe).

> Chercher à traiter un email client suspect en cliquant sur une pièce jointe un vendredi soir avant de partir pour le week-end ou un jour férié (les ransomwares adorent avoir du temps pour crypter les données d'un disque ou d'un serveur).

> Stocker sur votre disque dur ou dans le cloud ce fameux petit fichier très pratique contenant tous vos mots de passe...



Que faire en cas de piratage ?

Malheureusement, malgré tous ces efforts, il se peut que le pire arrive. Dans ce cas, il est crucial de contacter immédiatement la hiérarchie, de demander conseil sur le site www.cybermalveillance.gouv.fr,

d'organiser les équipes pour reprendre l'activité au plus tôt, de contacter la police ou la gendarmerie, de conserver les éléments de preuve, de porter plainte, et surtout de ne jamais payer une rançon !



Succès partagés



Quand l'IA illustre la douleur dentaire

Marquant une première dans l'histoire de l'Information Dentaire, la Une de l'hebdomadaire du 19 avril dernier est une illustration générée par l'intelligence artificielle. Le directeur artistique a utilisé les mots clés suivants : oil matisse style, woman, dentist, pain. Cette innovation notable se trouve en lice pour le Prix de l'Innovation du SPEPS 2023.



Le compte à rebours pour le Grand Prix SPEPS 2023 est lancé !

Trois de nos dignes représentants, Edimark, l'Information Dentaire et IHealth, ont l'honneur de participer à la 24e édition de ce prestigieux concours éditorial. Nos articles sélectionnés ont été soumis et nous attendons avec impatience les résultats. Notez bien la date : la cérémonie de remise des prix se déroulera le mercredi 22 novembre 2023. Nous publierons les résultats dans la prochaine lettre du groupe !



IHealth rejoint le Syndicat de la Presse et de l'Édition des Professions de Santé !

Lors de la réunion du conseil d'administration qui s'est tenue le 23 mai 2023, toutes les publications de IHealth ont officiellement rejoint le SPEPS. Cette adhésion symbolise notre engagement renouvelé à soutenir et à promouvoir la profession de santé.

Portraits d'entreprise

Questionner l'avenir de la santé, sans langue de bois : focus sur CHAM

Nouveau venu dans le groupe, CHAM est un événement unique, créé par Guy Vallancien, alors chirurgien urologue et Aurore Dionnet, responsable d'un centre de formation médicale, qui réu-

nit chaque année fin septembre les acteurs clés de la santé en France pour briser les silos habituels, encourager le dialogue et explorer des sujets prospectifs. C'est une grande fierté pour le

groupe de compter l'équipe de CHAM à bord depuis juillet dernier : découvrez dans cet article la recette de son succès.



Guy Vallancien
Co-Fondateur



Aurore Dionnet
Co-Fondatrice



Créé en 2009, CHAM est un forum exceptionnel qui s'adresse aux décideurs et experts du secteur de la santé. Parmi les 550 participants triés sur le volet, on compte des directeurs d'hôpitaux, des médecins, des infirmiers, des pharmaciens, des assureurs, des universitaires, des chercheurs, des associations de patients, des personnalités politiques et des industriels. « L'objectif principal est de briser les silos habituels en favorisant le dialogue et l'échange d'idées entre ces acteurs clés. Ce n'est pas un think tank, mais un espace de réflexion collective qui met l'accent sur des sujets prospectifs et disruptifs. » précise Aurore Dionnet.

En rompant avec le cloisonnement habituel, CHAM offre une plateforme unique pour ces experts et décideurs. Le choix du lieu de cette rencontre était essentiel : « Nous avons choisi Chamonix symboliquement, car nous sommes au pied du sommet le plus haut d'Europe, mais aussi parce que cette petite ville offre un cadre parfait pour favoriser les rencontres et la qualité des échanges » nous explique Guy Vallancien.

CHAM est une organisation unique qui ne s'inspire d'aucun modèle existant. « Nous voulions mettre tout le monde dans la même boîte, et secouer tout ça » nous confie Guy avec humour. « Nous ne comprenons pas pourquoi les différents milieux ne se rencontreraient jamais. Comment progresser si l'on n'échange pas ensemble ? »

Le Centre des congrès de Chamonix, dont la capacité d'accueil est limitée à 550 participants, contribue au succès de l'événement : pas d'exposition, une seule salle disposée autour d'une scène centrale, pour un échange plus intime et productif, un congrès à « guichets fermés » pour lequel Guy et Aurore invitent des acteurs de premier plan du monde de la santé.

« Cela garantit des discussions pertinentes et orientées vers l'avenir. En plus d'une sélection rigoureuse des participants, la réussite de CHAM

repose sur une gestion stricte du temps, une absence de langue de bois et une programmation prospective. Nous planifions minutieusement les programmes un an, voire deux, à l'avance. »

Si CHAM ne recherche aucune notoriété, la transparence des échanges est totale : « Tous les débats sont enregistrés et mis en ligne sur notre site web et notre chaîne YouTube six mois après l'événement. L'objectif n'est pas de maximiser la visibilité, mais d'encourager l'action et l'inspiration pour faire avancer le système de santé. »

Son organisation, y compris la sélection des thèmes et des intervenants, est entièrement gérée par Guy, Aurore et Chloé Martin, la troisième collaboratrice.

En 2023, le fil rouge sera « *L'évaluation de la pertinence et de la qualité de la santé* ». « Un autre sujet « poil à gratter » comme on les aime ! Les échanges seront riches et nous sommes impatients d'y être ! » s'enthousiasme Guy. Avant tout, CHAM sert de plateforme pour soulever des questions et stimuler des idées innovantes dans le domaine de la santé.

« Nous passons beaucoup de temps à lire, à écouter et à se tenir au courant des tendances et mouvements mondiaux. Nous cherchons des idées pertinentes à partir d'une variété de sources, pas nécessairement directement liées à l'actualité du secteur de la santé. CHAM ne cherche pas à provoquer pour provoquer, mais plutôt à aborder des sujets réels qui n'ont pas encore atteint un consensus. » rajoute Aurore.

Quant au financement, il repose exclusivement sur les frais d'inscription, sans publicité. « Cela contribue à maintenir l'indépendance et l'intégrité de l'organisation, c'est essentiel ! ».

Ne vous méprenez pas, CHAM n'est pas un congrès. Son format unique le distingue des réunions auxquelles nous sommes habitués. « Ici, pas de panel en ligne, les débats se

déroulent dans une salle en forme de ring qui suscite l'intérêt et retient l'attention. Il y a des restrictions spécifiques, comme l'interdiction de parler de médicaments, de faire des présentations de diapositives, de pratiquer la langue de bois. Nous faisons tout pour concentrer les échanges au maximum pendant les 40 ou 60 min de nos tables rondes. Le résultat est souvent savoureux. »

CHAM, vous l'avez compris, est un événement annuel incontournable qui offre un espace unique qui défie les conventions, stimule le débat, et, finalement, aide à façonner l'avenir du système de santé en France.

POUR ALLER PLUS LOIN

Découvrez CANALCHAM, la plateforme web des vidéos de cet événement. Aurore et Guy vous recommandent les vidéos suivantes :

L'intervention de Alizée Agier, championne du monde de karaté, lors d'une table ronde sur « Le patient demain »



La table ronde intitulée « Du patient réparé à l'Homme augmenté ? »

www.canalcham.fr



CHAM en bref

Prochaine édition :
28/29 septembre 2023
1,5 jours de convention
0,5 jours d'ateliers
550 participants
75 orateurs
Staff : 3 salariés, 60 personnes sur place

Mentor@Europa

Lancement d'un programme de mentorat chez Europa historique et Insight Outside : Postulez dès maintenant !



Europa périmètre historique et Insight Outside lancent un tout nouveau programme de mentorat. Pour la première phase qui débutera en septembre, nous sélectionnerons 5 binômes mentor-mentoré maximum.

Le mentorat, c'est l'opportunité pour tous nos collaborateurs d'être guidés par un pair dans leur projet d'évolution professionnelle. C'est un échange bienveillant et confidentiel qui permet d'obtenir un soutien précieux lors de transitions professionnelles. Ce n'est pas du consulting, du coaching ou de la formation, mais une approche

horizontale pour un développement personnalisé.

Pour nos entreprises, le mentorat est une méthode complémentaire de développement du personnel qui viendra enrichir notre modèle de management traditionnel.



C'est un échange bienveillant et confidentiel qui permet d'obtenir un soutien



Modalités du test :

- > Durée : de septembre 2023 à juin 2024 (9 mois)
- > Entreprises participantes : Europa historique & Insight Outside
- > Nombre de binômes pour ce test : entre 3 et 5
- > Un collaborateur d'Europa peut être mentoré par un collaborateur d'Insight Outside, et vice-versa
- > Une rencontre mensuelle d'1h à 1h30 par binôme

Les règles :

- > Les mentors, identifiés par le comité de pilotage bénéficient d'un accompagnement pour assumer cette posture
- > Les mentorés sont des salariés en CDI désireux de progresser dans leur rôle.
- > Le mentor ne doit pas être le supérieur hiérarchique du mentoré
- > Confidentialité totale des échanges
- > Absence de jugement et de conseils directs



Vous souhaitez être mentoré

Si vous êtes intéressé, envoyez votre objectif d'accompagnement et le projet pour lequel vous souhaitez être mentoré à Manon Weiler avant le 1er septembre mweiler@europa-group.com

Nous vous informerons en septembre si votre candidature a été retenue.

Portraits d'entreprise

Découvrez IHealth, qui a rejoint Europa Group en janvier, au travers de l'interview de Julien

Kouchner, son Président. Il nous partage sa passion pour l'approche intégrée de la santé et

sa vision pour l'avenir de nos métiers.

IHealth : pionnier de l'approche intégrée de la santé



Julien Kouchner
Président

Qui êtes-vous ?

Je suis un entrepreneur de 52 ans, père de trois enfants, passionné de course à pied, d'art et de culture sous toutes ses formes.

Quel est votre parcours ?

En tant qu'ingénieur, j'ai complété mes études par un master aux États-Unis. J'ai découvert le domaine des médias et des services professionnels par hasard. Il y a 25 ans, j'ai commencé à me spécialiser dans la transformation digitale, d'abord en tant que manager, puis en tant qu'entrepreneur. Depuis 10 ans, je me suis concentré sur le domaine de la santé.

Qu'est-ce qui vous anime ?

Le développement ! J'aime les rencontres, les échanges, le tout dans le but de construire un monde de connaissances et de progrès au service du plus grand nombre.

Pourquoi avez-vous créé IHealth ?

IHealth s'inspire du concept de «One Health»

qui promeut une approche intégrée, systémique et unifiée de la santé publique, animale et environnementale à l'échelle locale, nationale et mondiale. «One Health» implique que des professions qui travaillent habituellement de manière indépendante partagent des ressources qu'elles n'ont pas l'habitude de mettre en commun. Par exemple, cela implique une étroite collaboration entre les médecins, les vétérinaires, les pharmaciens et les agronomes. Cela va au-delà du célèbre «parcours patient» et vise toujours à améliorer la santé des individus.

Quelle est la mission de IHealth ?

La mission de IHealth est d'informer et de former les professionnels de la santé tout au long de leur carrière. Parallèlement, nous cherchons à faire progresser les initiatives concrètes liées à «One Health».

Quels sont vos domaines d'activité ?

Nous opérons dans la presse «hybride» (digitale et papier), l'édition, la formation et les événements.

Comment résumeriez-vous la culture de votre entreprise ?

Nous sommes une entreprise qui allie l'histoire des marques de presse à une mentalité de start-up.

Pourquoi avez-vous choisi de rejoindre Europa ?

Il y avait une complémentarité évidente : au niveau des métiers, nous avons besoin de

l'expertise «présentielle» dans l'événementiel, qui était le prolongement naturel de nos activités papier et numériques ; en termes de public cible, nous avions besoin de l'expertise médicale pour appréhender le concept de «One Health». De plus, l'état d'esprit entrepreneurial d'Europa et de ses dirigeants, ainsi que l'envergure du groupe, solide mais à taille humaine, ont renforcé notre envie de faire partie de cette aventure.

Quelle est votre vision pour l'avenir de nos métiers ?

Le groupe Europa est parfaitement positionné pour devenir le leader de l'information et de la formation continue pour tous les professionnels de la santé humaine et animale. C'est le vœu que je formule et les équipes de IHealth seront ravies d'y participer !

IHealth en bref

8 supports consacrés à la santé humaine

13 supports consacrés à la santé animale

En 2022, un CA de 20 M€

110 collaborateurs dont 60 journalistes



Les Jeudis d'Europa

Nos séminaires mensuels, baptisés «Les Jeudis d'Europa Group», ont rayonné d'un joli succès tout au long du semestre.

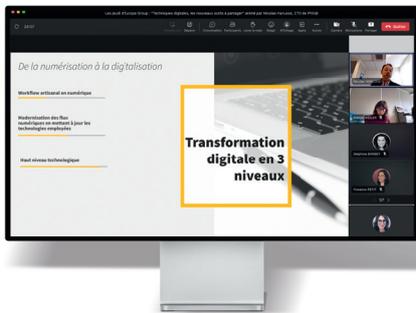
Un grand merci à **Benoit Dubuisson**, de Downtown Europe, dont l'expertise précieuse en management agile a éclairé notre compréhension du sujet. Nous saluons également **Adriana Blandin**, qui a captivé notre attention en décrivant avec enthousiasme la mise en place de la démarche RGPD chez Insight Outside. Bravo à **Anne Grosset** pour avoir présenté le plan d'intégration des nouvelles recrues au sein d'Europa.

Merci à **Laurence Luqman**, de Philia, pour son intervention sur les factures dématérialisées. Enfin, chapeau bas à **Nicolas Hanusse** qui nous a captivé avec sa présentation des nouveaux outils de gestion de projets déployés chez Philia.

Nous vous invitons maintenant à apporter votre contribution à cette série de conférences pour en composer le programme de la rentrée !

Les «Jeudis» vont se retirer pour une pause estivale bien méritée et reviendront en force en septembre.

Durant l'été, nous vous encourageons à nous faire part de vos suggestions pour nos futures mini-conférences. Nous examinerons chaque proposition avec la plus grande attention et vous communiquerons le programme des sessions pour la période septembre – décembre, dès la rentrée.



Vous voulez proposer un sujet de conférence ?

écrivez à
lalettre dugroupe@europa-group.com

Nous avons hâte de découvrir vos idées !

Le Bottin du groupe

L'annuaire inter-entreprises au service de nos synergies

Vous rencontrerez de plus en plus souvent le besoin d'entrer en relation avec un collaborateur du groupe : notre annuaire en ligne est là pour vous faciliter la tâche !

Vous y trouverez les fiches contacts de tous les salariés en CDI pour chaque entreprise membre.

Lancé en décembre dernier, il a été tout récemment mis à jour avec les derniers mouvements : il accueille désormais les collaborateurs de IHealth et du groupe AGM.

A vous de jouer !

N'oubliez pas que vous avez la main sur votre fiche contact ! Vous pouvez la personnaliser en rajoutant le descriptif de vos missions, votre photo et même votre téléphone portable si vous le souhaitez.

Accès 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



Complétez votre fiche contact : photo, profil LinkedIn, descriptif 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

Portraits d'entreprise

AGM l'agence de communication santé 360° du groupe

Né de la passion de deux pharmaciens pour la communication scientifique, le Groupe AGM a su se repositionner et devenir un acteur clé dans la communication B2B pour l'industrie pharmaceutique. Concentrée majoritairement dans le domaine de l'oncologie, la société

a su répondre aux besoins variés de ses clients en diversifiant ses activités. Aujourd'hui, les 18 collaborateurs du groupe AGM, toujours à la pointe de l'innovation, partagent avec leurs clients leur expérience unique en matière de Medical Education et d'information scientifique.

Révélant les dessous de leur parcours atypique et leur vision, les deux fondateurs nous expliquent comment ils ont forgé des relations solides avec les leaders d'opinion et pourquoi ils ont choisi de rejoindre Europa Group en février.



Christophe Gilliet
Co-Fondateur



Jean-Marc Alazard
Co-Fondateur

Quelles sont les origines d'AGM Group ?

Nous avons fondé AGM.com en 1992 dans un garage à Clermont-Ferrand, en dernière année de notre cursus en pharmacie. Initialement axée sur les images de synthèse (nous trouvions l'idée fantastique) nous avons rapidement changé d'orientation... notre idée a fait un gros flop ! Nous sommes alors devenus une agence de communication santé pour l'industrie pharmaceutique. Notre spécialité : les produits de spécialité ou hospitalier. Ensuite, nous avons grandi en suivant l'évolution du métier et les besoins de nos clients.

Vous avez commencé à proposer d'autres services ?

Oui, rapidement nous avons agrégé AGM multimédia, qui est devenue AGM Digital 360, pour accompagner les débuts d'Internet. Puis nous avons été rapidement sollicités pour un autre type de compétence : celui que l'on appelle la Medical Education : nous avons alors créé la structure PubliClin. Enfin, nous sommes également éditeur, avec des sites comme lecaner.fr, info-ATBVAC.com ou info-VIH.com. Aujourd'hui, notre groupe est à 90% tourné vers l'oncologie, un marché ultra-porteur que nous maîtrisons bien.

Pouvez-vous nous expliquer ce qu'est la Medical Education ? (ou Med Ed pour les intimes)

Prenons un exemple : un client nous demande : « Je souhaite monter un programme scientifique pour former les médecins sur le testing moléculaire dans le cadre de l'utilisation de mon produit, pouvez-vous m'aider ? »

Pour cette demande de Med Ed, nous allons concevoir le programme de A à Z, le faire valider

par des experts et par le laboratoire, puis l'implémenter opérationnellement. Si un laboratoire achète à Europa Organisation un symposium, nous sommes ceux qui, dans son ombre, auront entièrement bâti la session avec les leaders d'opinion de la spécialité.

Qu'est ce qui caractérise votre métier ?

Dans notre métier, chaque demande de l'industrie nécessite une réponse unique et sur-mesure. Qu'il s'agisse de créer une campagne de communication pour un antihypertenseur, concevoir un programme scientifique pour former des médecins, ou élaborer une stratégie numérique, il n'y a pas de solution toute faite. Nous devons à chaque fois concevoir et mettre en œuvre des solutions spécifiques à la demande.

Il y a cependant une exception : nos sites d'information scientifique, comme lecaner.fr pour lesquels nous produisons de l'actualité de manière plus standardisée et proposons des partenariats à l'industrie.

Quelle est la clef du succès d'AGM ?

La culture du groupe AGM se caractérise par un ancrage fort dans la médecine de spécialité, l'approche scientifique et les relations étroites avec les leaders d'opinion. Chaque projet s'articule autour de ces trois piliers.

La réactivité et la proximité avec nos clients sont également des valeurs clés pour nous. Initialement basés à Clermont-Ferrand, loin de nos interlocuteurs, nous avons dû développer ces qualités pour être compétitifs.

Pourquoi avoir rejoint Europa Group ?

Pour diverses raisons : leur projet entrepreneurial

correspondait à nos valeurs chez AGM, avec une histoire et une culture d'entreprise similaires. Les perspectives de synergies étaient intéressantes et une volonté commune de progression était évidente. Entrer dans le groupe est une chance de pérenniser et développer AGM dans un contexte entrepreneurial respectueux, et de rassurer nos collaborateurs sur l'avenir de notre entreprise.

Y a-t-il des synergies possibles entre AGM et d'autres entités du groupe ?

Absolument ! Pour illustrer cela, prenons l'exemple du dernier congrès de la SF2H*, organisé par Europa. Nous avons conçu tout le contenu d'un symposium pour Viatrix : recrutement des experts, élaboration du programme, création des slides, etc. Ici réside une possible synergie : nous pourrions envisager des collaborations étroites pour apporter plus de valeur ajoutée aux congrès. Nous avons l'expertise nécessaire pour accompagner les laboratoires dans ces événements, que ce soit par le biais du networking auprès des leaders d'opinion ou l'accompagnement des symposiums. Nous sommes déjà en train d'explorer ces opportunités.

*SF2H : Société Française d'Hygiène Hospitalière

AGM en bref

En 2022, un CA de 6,5 M€

18 collaborateurs

Siège : Clermont-Ferrand

« Tous solidaires ! »

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

Nos collaborateurs en action !

Medical Run

IHealth, juin

Les équipes de IHealth ont participé le 25 juin à la 7ème édition de la Medical Run, une course dédiée aux professionnels de santé, et dont les fonds collectés sont en faveur de la lutte contre le cancer. Bravo à Caroline Ballagny, Directrice des Editions IHealth, qui est montée sur la première marche du podium !



Je marche pour les Apprentis d'Auteuil

Europa Toulouse, Paris, Rotterdam, juin

Au même moment, d'autres équipes du groupe étaient mobilisées pour la deuxième année à la marche connectée en faveur des Maisons des Familles, une initiative de l'association Apprentis d'Auteuil. Les équipes ont parcouru 8 millions de pas en 3 semaines et permis le versement de 10 660 € à l'association.



Insight Outside, partenaire de Sésame

Notre filiale grenobloise est membre fondateur de SESAME, un collectif d'entreprises engagées aux côtés des associations du territoire grenoblois pour venir en aide aux plus démunis. Leurs leviers d'action ? Le bénévolat, le soutien financier, le mécénat de compétences, la mise à disposition de moyens matériels et de locaux.



Participation à des événements caritatifs :

Soirée du Cœur

Organisée par Mécénat Chirurgie Cardiaque Enfants du monde
Philia, mars



Gala de l'institut Analgesia

Innovation contre la douleur
AGM,



Gala Enfance Majuscule

Pour la bienveillance et la défense des droits de l'enfant
Philia, juin



Colloque Cancer sur la radiothérapie moderne

Organisé par la Ligue contre le cancer
Philia, avril



Décryptage

Fondamentaux, innovations et évolutions d'EuroPCR : plongée au cœur du congrès amiral d'Europa.



Romain Despax
Directeur de la BU PCR



Qu'est-ce qu'EuroPCR ?

EuroPCR est un cours pratique dans le domaine de la cardiologie interventionnelle qui est aussi le congrès annuel de l'EAPCI (European Association of Percutaneous Cardiovascular Interventions). Il réunit des professionnels de la santé et des industriels travaillant dans ce domaine pour partager leurs expériences, leurs pratiques et leurs innovations. Pour Europa, c'est notre plus grand événement, et surtout l'endroit où de nouvelles idées, concepts et approches sont présentés et testés, pour être ensuite adoptés (ou non !) et déclinés. Cette année, malgré un contexte international macro-économique morose, EuroPCR a une fois de plus démontré qu'il reste le congrès leader dans son domaine à l'échelle mondiale par le nombre de participants comme par l'impact dans la discipline. Une grande fierté pour toutes les équipes impliquées (on parle ici de 80 collaborateurs chez Europa !).

Quels sont les fondamentaux qui font le succès d'EuroPCR ?

Ce qui fait la force d'EuroPCR, et de toute la famille de congrès, de webinaires, d'ouvrages

Ce cours de cardiologie interventionnelle est devenu le leader mondial de sa discipline en se donnant pour mission de contribuer au progrès de sa communauté avec exigence, indépendance et esprit critique.

qui ont été développés depuis des années autour de ce congrès - ce que l'on appelle « la PCR family » - ce sont avant tout la très grande exigence et la très grande rigueur qui sont déployées dans la construction des programmes scientifiques comme dans chaque aspect logistique de leurs déploiements. C'est aussi la conviction que tout travail, toute expérience est sujet d'enseignement et source de progrès, et que l'on apprend bien que dans le partage ouvert et sans jugement ; et enfin c'est l'éthique de la marque, c'est-à-dire son indépendance vis-à-vis de l'industrie du matériel médical : les industriels sont des partenaires forts, écoutés et respectés, mais PCR sait préserver une ligne rouge infranchissable pour assurer la qualité éducative et la réputation du cours.

Comment le programme scientifique se différencie-t-il des autres ?

Une des spécificités d'EuroPCR, qui trouve son origine en 1979, sont les retransmissions LIVE d'interventions depuis la salle de cathétérisation directement dans la salle de conférence. Les LIVE sont extrêmement encadrés, et pratiqués par des opérateurs de premier plan, capable d'intervenir sur le patient tout en dispensant



Interview avec Romain Despax, Directeur de la BU PCR, pour découvrir les recettes du succès PCR de son succès et les passionnants projets en cours de développement.

un enseignement de très haute qualité pour l'audience. C'est un format très plébiscité, très immersif, qui capte toute leur attention.

Une autre de nos signatures, c'est qu'EuroPCR est conçu PAR et POUR les participants : nous encourageons au maximum les soumissions à nos différents appels à participation, qui constituent 50% du programme final ! Donner la parole au plus grand nombre et considérer chaque expérience comme source d'éducation est au cœur de l'ADN du congrès.

Nous sommes également reconnus pour notre format « LEARNING ». Dans ces sessions, tout est fait pour permettre le dialogue et favoriser l'apprentissage. Il n'y a pas d'orateurs derrière un pupitre mais des facilitateurs qui animent les échanges avec leurs pairs dans un cadre bienveillant. Ces sessions nécessitent un énorme travail de préparation en amont pour en garantir la qualité éducative, et les intervenants, triés sur le volet, sont formés en amont du congrès à une méthode de « formation de formateurs » que nous appelons VITAL, créée par le Professeur Marco, le fondateur du congrès.

Ces dernières années, nous intégrons de plus en plus de sessions de simulation, afin d'offrir aux participants une expérience pratique unique. Tout est construit la encore pour intégrer ce format dans un parcours d'apprentissage step-by-step et cohérent incluant des apports théoriques et une phase d'observation avant la pratique. Nous allons nous appuyer fortement dans les années à venir sur le concept de « never for the first time in a patient ».

Les origines du cours

C'est avec le Dr Fajadet que le Pr Jean Marco crée à Toulouse, en 1989, le premier cours en langue anglaise dédié à la pratique de l'angioplastie, alors que les bénéfices thérapeutiques apportés par cette nouvelle discipline sont encore contestés. Malgré tout, le cours, qui applique déjà les principes de l'éducation de l'adulte que le Pr Marco ne cesse de peaufiner au gré de ses recherches,

connait un succès grandissant et accompagne le développement fulgurant de la discipline. En 1997, devant l'affluence exponentielle, le cours est transféré à Paris et devient EuroPCR. Europa l'organise depuis 1991 et a depuis développé la marque PCR qui couvre un continuum d'éducation complet à découvrir sur www.pconline.com



Pr Jean Marco
Fondateur

Tu parles d'expérience participant ? Qu'entends-tu par là ?

EuroPCR a proposé 642 sessions cette année, sur 4 jours. Nous nous devons de construire un programme avec de multiples portes d'entrée afin que chacun puisse y trouver ce dont il a besoin, pour améliorer SA pratique. L'équipe de médecins en charge du programme travaille intensément pour bâtir tout cela en ayant toujours en tête qu'il doit apporter des réponses à chaque participant, quel qu'il soit.

Côté organisation, nous cherchons à créer une expérience présentielle unique qui justifie le déplacement : nous devons leur donner envie de venir, et de revenir ! Programme, networking, développement du sentiment d'appartenance à une communauté, émotion... les axes sur lesquels agir sont nombreux ! Nous proposons également une expérience online complémentaire, pour les années où les médecins ne peuvent pas nous rejoindre à Paris.

Revenons sur votre programme de formation de vos orateurs, ViTAL. Vous avez une actualité forte à ce sujet ?

C'est vrai. ViTAL est un programme unique dans le monde de l'éducation médicale, il est actuellement en cours d'approfondissement. Il vise à offrir une formation continue aux formateurs tout au long de leur carrière. Il va désormais se composer de trois éléments : ViTAL Focus, ViTAL Library et ViTAL Curriculum.

ViTAL Focus est une série de séminaires présentiels axés sur des thèmes spécifiques. Ces séminaires étaient traditionnellement organisés en marge d'événements tels que EuroPCR pour préparer les sessions associées. L'objectif est d'élargir leurs thèmes pour inclure d'autres occasions tout au long de l'année, abordant diverses thématiques.

ViTAL Library est une plateforme en ligne en cours de développement, qui offrira à sa

sortie en septembre prochain une multitude de modules de formation adaptés à différentes thématiques, telles que la préparation, la présentation, la livraison et l'évaluation de sessions. Cette bibliothèque virtuelle comprend déjà une trentaine de modules et sera enrichie avec 80 vidéos, servant d'outils didactiques et de meilleures pratiques pour les formateurs, quel que soit leur domaine thérapeutique.

ViTAL Curriculum vise à relier l'expérience des formateurs à celle de l'activité PCR. Il offrira une approche personnalisée en fonction du niveau d'expérience et des besoins des enseignants. Par exemple, si un présentateur est novice ou a peu d'expérience, le ViTAL Curriculum lui fournira une sélection de modules pertinents pour l'aider à progresser de manière cohérente. Un accompagnement personnalisé est également prévu pour soutenir les formateurs tout au long de leur parcours, jusqu'à l'évaluation de leurs performances lors de ses interventions en congrès.

Pourquoi ViTAL ?

L'intérêt du Prof. Marco pour les méthodes d'enseignement l'amène à étudier, à adopter et à enseigner des principes basés sur des interactions respectueuses et un partage dénué de jugement. Le Pr Marco développe alors la méthode ViTAL (Visionary Transformative Adult Learning), qu'il met en pratique à EuroPCR. Cette méthode est enseignée aux orateurs pendant un séminaire de trois jours afin de leur transmettre les techniques de com-

munication visant notamment à impliquer davantage le public.

« Il s'agit de former les médecins à devenir formateur. Elle nécessite de sortir de sa zone de confort et du schéma des présentations habituelles, se limitant à une succession de diapositives. On apprend à stimuler une audience à partir de cas concrets, à repérer les plus distracts pour les faire participer, à poser les bonnes questions », explique le Pr Marco. « Le

formateur doit amener à s'interroger sur ses besoins et sur les difficultés rencontrées dans sa pratique quotidienne, sur les améliorations et les connaissances à apporter pour y répondre, en partant d'exemples partagés et de son expérience personnelle afin de stimuler l'esprit critique ».

*Source : « Pr. Jean Marco, l'infatigable pédagogue de la cardiologie interventionnelle », Vincent Richeux, Medscape, 2019.

Les formateurs seront donc évalués ?

Tout à fait ! Un programme d'évaluation va être mis en place qui permettra une évaluation systématique de nos contenus et de nos facilitateurs. Alors qu'auparavant, cela se faisait de manière empirique et irrégulière, nous souhaitons maintenant structurer le processus.

Cela contribuera à améliorer de manière systématique nos contenus et les interventions des facilitateurs grâce à une saine émulation entre les sessions bien notées et celles qui le sont moins. Cette démarche d'évaluation sera liée de façon vertueuse au programme ViTAL : les lacunes identifiées pourront être comblées par des ViTAL Focus ou par la création de parcours adaptés aux besoins spécifiques des facilitateurs.

L'avenir semble radieux pour EuroPCR ?

Nous avons en effet de nombreuses raisons d'être confiants et enthousiastes pour l'avenir ! La dynamique de la discipline et de ses sous-spécialités est là, l'innovation a plus que jamais besoin d'être exposée et débattue, et la communauté répond présent. Nous avons consolidé d'importants partenariats cette année encore, et nous avons montré que l'on sait garder le leadership quels que soient les obstacles. Parmi nos challenges 2024 nous devons trouver des m2 supplémentaires pour agrandir l'exposition, ce sont de bons problèmes à avoir ! Pour nous, la prochaine édition doit toujours être meilleure que la précédente, c'est un cap inchangé depuis la création du cours ! Je vous donne rendez-vous en mai 2024 : vous êtes tous les bienvenus pour utiliser EuroPCR comme vitrine pour vos clients ou pour y piocher de nouvelles idées.

EuroPCR en bref

Création en **1989**

4 jours de congrès

11 550 participants

Paris, Palais des congrès Porte Maillot

20 M€CA

100 exposants

642 sessions

1683 orateurs et présentateurs

80 collaborateurs Europa impliqués

600 sous-traitants mobilisés

Une plateforme : **www.pconline.com**



Concours culinaire

Quelle est votre spécialité en cuisine ?

Avec l'arrivée imminente des vacances pour la majorité d'entre nous, il n'y a jamais eu de meilleur moment pour explorer de nouvelles recettes ou pour partager vos chefs-d'œuvre culinaires avec vos amis et votre famille.

Et si vous partagiez ces trésors gourmands avec vos collègues ?

Participez à notre concours !

Les 5 meilleures recettes seront partagées par mail à tous les collaborateurs du groupe.

Le ou la gagnante verra sa recette mise à la carte du Meeting Lab, notre lieu d'accueil de réunions professionnelles à Toulouse réputé pour la qualité de sa cuisine, et valorisée sur les réseaux sociaux du groupe.

Modalités de participation :

- 1  Soumettez votre recette phare à l'adresse mail suivante : laletfredugroupe@europagroup.com avant le **5 septembre 2023**.
- 2  Joignez une ou plusieurs photos de votre plat finalisé pour nous mettre l'eau à la bouche.
- 3  Racontez-nous ce qui rend votre recette exceptionnelle : est-ce son irrésistible fondant ? Son allure digne des plus grands restaurants ? Son histoire ?
- 4  Le Jury, composé de Cécile, Robin, Jules et Marjolaine, l'équipe du Meeting Lab, se fera un plaisir d'évaluer vos recettes avant de désigner les gagnantes.
- 5  Début octobre, un email sera envoyé à tous les collaborateurs du groupe pour partager les 5 meilleures recettes et dévoiler la grande gagnante.



À vos spatules !

Zoom sur... Le Meeting Lab by Europa Group

Le Meeting Lab, qui fêtera ses 10 ans l'an prochain, est un lieu d'exception dédié à l'accueil de réunions professionnelles. Situé en hyper-centre toulousain, il est conçu pour être un environnement de travail inspirant et flexible. Il offre une variété d'espaces adaptés à tous types de réunions, séminaires, ateliers ou événements. Il s'adresse à des entreprises à la recherche

d'un lieu d'accueil haut de gamme, capable de s'adapter à toutes leurs demandes et de leur proposer une prestation « all inclusive ».

Cécile, responsable du lieu depuis sa création, en parle ainsi: « Nous faisons tout pour que l'expérience Meeting Lab soit une réussite. Notre Chef mijote des petits plats réputés dans notre cuisine,

et tout au long du projet, nous accompagnons nos clients avec bienveillance et générosité. Tout est tourné autour de leur satisfaction : ils repartent avec des paillettes plein les yeux ! »

Pour en savoir plus : www.meetinglab-europa.com

