



Éditorial



Marc Doncieux

Président Cofondateur d'Europa Group

Sur le métier, 1000 fois, remets ton ouvrage

Chers tous,

L'année 2024 a démontré, s'il en était besoin, la pertinence de notre stratégie et la solidité de nos métiers. En témoignent le retour en force des congrès et réunions présentiels, le renforcement de l'édition et du digital et le développement de nos métiers de conseil et de communication.

Notre légitimité sur nos marchés repose sur des savoir-faire reconnus, une exigence constante quant à la qualité de nos produits et services, ainsi que sur un portefeuille étendu de marques fortes. Notre expertise unique pour fédérer avec humilité les médecins au service des progrès de la médecine demeure au cœur de notre identité.

Dans le pilotage stratégique du groupe, nous ne pouvons ignorer l'environnement macroéconomique et politique particulièrement tendu que nous vivons actuellement. Quant à nos résultats, si la croissance du groupe est dans les objectifs budgétaires fixés, elle est hétérogène au sein des différentes structures. Ces résultats contrastés sont des éléments de réflexion qui nous rap-

pellent que rien n'est jamais acquis : pour conserver notre position de leader, nous devons redoubler d'efforts et faire preuve d'une vigilance permanente.

Remettre l'ouvrage sur le métier signifie pour chacun d'entre nous de questionner constamment nos pratiques, nos offres et nos modèles économiques. Cela implique une adaptation permanente à notre environnement concurrentiel, la création continue de nouveaux produits et l'intégration systématique de l'innovation sous toutes ses formes, qu'elle soit technique, technologique ou même philosophique.

Cette exigence quotidienne est indispensable à notre réussite collective. Elle suppose une capacité à accueillir le doute comme un moteur d'amélioration continue, comme une opportunité d'évoluer vers plus d'agilité et de performance, tout en restant rigoureusement alignés avec le sens profond de nos métiers, nous qui avons la chance de travailler au service de la santé et avec le soutien et la confiance des meilleurs experts et professionnels du secteur. Je suis heureux d'annoncer officiellement

le lancement ce mois-ci de notre projet de transformation en Société à Mission. Il incarne pleinement nos valeurs et notre fierté de grandir ensemble en contribuant positivement à la société. Une réflexion riche et profonde sur notre raison d'être va débiter dans les prochains jours et se poursuivra toute l'année, ne manquez pas les rendez-vous qui vous permettront d'y contribuer lorsqu'ils se présenteront à vous.

Notre groupe poursuit en 2025 sa trajectoire de croissance avec détermination, en opérant les transformations nécessaires pour répondre toujours mieux aux demandes de nos clients.

Quel bel ouvrage que le nôtre ! N'ayons de cesse de toujours progresser, ensemble !

Marc Doncieux



Louis Verdier
Directeur Général Europa Group

Bilan 2024 et Perspectives 2025 : agilité et confiance

Chers tous,

L'année 2024 a été riche en défis et en opportunités pour notre groupe. Je tiens à vous remercier chaleureusement pour votre engagement et votre contribution à nos succès.

Ensemble, nous avons réalisé une croissance globale de 5%, avec une progression de 8% du chiffre d'affaires et de 6% de la marge brute. Ces chiffres, bien que légèrement en-deçà de nos ambitions initiales, restent très satisfaisants dans un environnement macroéconomique complexe et volatil.

Cette performance est toutefois contrastée entre nos différentes activités. Notre pôle Cours et Congrès continue de bénéficier d'un environnement très favorable, avec des résultats qui dépassent nos attentes et témoignent de la solidité de ce secteur.

En parallèle, nous avons rencontré des vents contraires sur certaines de nos activités d'édition et sur l'ensemble nos opérations digitales, impactées par un environnement de marché instable. Cette situation touche l'ensemble de nos activités numériques, qu'il s'agisse de nos communautés de congrès ou de nos communautés de lecteurs.

Notre conviction reste forte : les marchés sur lesquels nous opérons demeurent

porteurs à long terme. C'est pourquoi nous maintenons notre stratégie d'investissement dans les activités à fort potentiel, même si certaines traversent actuellement une période plus difficile. Face à cette réalité, nous avons fait des choix stratégiques différenciés pour 2025 :

- Capitaliser sur la dynamique positive de nos activités Cours et Congrès
- Investir dans le rebond de nos activités digitales
- Adapter nos plans d'action aux spécificités de chaque entité
- Concentrer nos énergies sur le travail commercial

Dans ce contexte, nous avons donc intensifié nos efforts avec notamment le déploiement d'outils CRM harmonisés, le recrutement de nouveaux talents et la formation de nos équipes. Le séminaire commercial prévu en mars à Toulouse, dont vous trouverez de plus amples informations dans cette lettre, s'inscrit dans cette dynamique et sera l'occasion de partager les meilleures pratiques entre nos différentes équipes.

La trajectoire de croissance pour 2025 est confirmée, nous visons un résultat en progression de 10% par rapport à 2024. Forts des enseignements de l'année écoulée, nous constatons que la performance n'est jamais acquise.

Elle exige de nous une remise en question permanente des lectures que nous faisons de nos marchés, de la nature de nos offres et de nos organisations. Appuyons-nous sur nos clients pour mieux comprendre et adresser leurs besoins. C'est en osant faire évoluer nos pratiques que nous continuerons à proposer le meilleur de l'information de la formation santé. Cette croissance maîtrisée est aussi la condition indispensable pour continuer à vous proposer des carrières et à progresser ensemble.

Je sais pouvoir compter sur chacun d'entre vous pour contribuer à cette dynamique collective, en restant créatifs, engagés et en étant moteurs du changement.

Louis Verdier

Sommaire

- 04 *Les quatre pôles du groupe*
- 05 *Stratégies : Zoom sur la holding du groupe*
- 07 *Stratégies : Interview avec Romain Despax, DG 1Health / Philia / APM*
- 09 *Les événements du groupe : Premier séminaire commercial groupe*
- 10 *Stratégies : La Direction financière groupe se réorganise !*
- 10 *Stratégies : Acquisition de Témavet*
- 11 *Stratégies : Lancement du projet Société à Mission*
- 13 *Ensemble ! : Nos synergies intra-groupe*
- 15 *Focus sur... : Le site du Moniteur des pharmacies*
- 16 *Ensemble ! : PRPA et Edimark : retour sur collaboration gagnante*
- 17 *Ensemble ! : Ophtalmologie : le partenariat entre Europa Organisation et Edimark*
- 18 *Les événements du groupe : Retour sur le Congrès de septembre 2024*
- 20 *Tous solidaires ! : Les dernières initiatives solidaires au sein du groupe*
- 21 *Focus sur... : Le Rooftop du groupe à Paris*
- 22 *Le bottin du groupe*
- 23 *Le studio TV du groupe*

Directeur de la publication :

Louis Verdier

Coordination et rédaction :

Anne-Sophie Lartigau & Juliette Priouzeau

Maquette et mise en page :

Cédric Binder

LES QUATRE PÔLES DU GROUPE

Les activités d'Europa Group se répartissent en quatre grands ensembles qui démontrent la cohérence de nos métiers indépendamment de notre organisation juridique. Ces « pôles » regroupent ainsi indifféremment des sociétés, des Business Units et des marques commerciales. Leur composition est la photographie de notre activité aujourd'hui et en valorise toute sa richesse.

COURSES & CONGRESSES



DIGITAL PUBLISHING

EDUCATION



COMMUNICATION & SERVICES

Zoom sur la holding du groupe

Vous faites tous aujourd'hui partie d'une filiale d'Europa Group. Mais qui incarne concrètement le groupe ? Quelles sont les fonctions rattachées au groupe et à quoi servent-elles ?

Jusqu'à l'an dernier, c'est Europa Group, l'entreprise toulousaine fondée par Marc et Florence Doncieux en 1987, qui était la structure de rattachement des filiales du groupe. En 2024, la décision a été prise de simplifier et de clarifier l'organigramme juridique du groupe, en créant une holding, c'est-à-dire une nouvelle entité juridique à laquelle l'ensemble des entreprises du groupe est dorénavant directement rattaché.

Qui fait partie de la holding ?

Au sein de la holding, on trouve les membres du Comité Stratégique du groupe : Marc et Florence

Doncieux, les fondateurs ; Louis Verdier, le Directeur Général Groupe, Jean-Marie Nguyen-Daï, le Directeur Administratif et Financier Groupe, et Julien Kouchner, le Président du pôle Digital Publishing du groupe. On y trouve également les collaborateurs qui travaillent au service du groupe : Anne-Sophie Lartigau, Directrice Communication Groupe, Manon Weiler, Chargée de Missions auprès de la direction ; Quentin Frappier, Responsable Fusions et Acquisitions, ainsi que Coline Leclerc, Office Manager des bureaux de Paris.

Le Comité Stratégique

Il est responsable, comme son nom l'indique, de la stratégie ! C'est-à-dire de la destination et de la trajectoire à moyen-long terme du groupe, des acquisitions, des investissements majeurs, de la gestion des talents, des évolutions d'organisations structurelles et du financement de nos ambitions. L'état d'esprit de cette gouvernance est de ne pas imposer

les décisions aux Directeurs des filiales, mais de construire avec eux un avenir commun cohérent et profitable à tous, des collaborateurs aux actionnaires. Le Comité Stratégique définit un cadre, et le mode opératoire qui permettra d'atteindre les objectifs fixés revient à chaque direction de filiale.



Florence Doncieux
Présidente Cofondatrice



Marc Doncieux
Président Cofondateur



Louis Verdier
Directeur Général



Jean-Marie Nguyen Dai
Directeur Administratif
et Financier



Julien Kouchner
Président
1Health / Philia / APM

Louis Verdier
Directeur Général



La direction générale du groupe

Louis Verdier, le Directeur Général du groupe, veille à la mise en œuvre dans les filiales des orientations stratégiques du groupe. Il est responsable des résultats globaux et s'assure de la déclinaison effective de la stratégie dans chacune de ses filiales. Leurs directeurs lui sont hiérarchiquement rattachés, bénéficiant d'un accompagnement adapté à leurs besoins grâce à des échanges réguliers. Il incarne également le leadership du groupe, représentant ses valeurs auprès des parties prenantes internes et externes. Enfin, il supervise la performance globale tout en assurant l'adaptabilité stratégique pour garantir la pérennité du groupe.

Anne-Sophie Lartigau
Directrice Communication



La direction communication du groupe

Rattachée au Directeur Général, La Directrice Communication Groupe a pour mission de concevoir et de déployer une stratégie de communication unifiée pour le groupe, tout en respectant les spécificités de chaque entité. Cela consiste en l'élaboration d'un plan de communication annuel qui définit les objectifs, les cibles et les messages clés du groupe. Ce plan couvre à la fois la communication interne, visant à fédérer les collaborateurs autour des valeurs et de la culture d'entreprise, et la communication externe, destinée à promouvoir l'image du groupe auprès des parties prenantes externes.

Manon Weiler
Chargée de Missions



Le pilotage de missions transverses

En tant que Chargée de Missions rattachée à la Direction Générale, Manon Weiler agit comme un lien essentiel entre la direction et les équipes. Elle apporte un regard neutre et transversal sur l'ensemble de l'organisation, facilitant la communication dans les deux sens et les échanges entre les différents niveaux hiérarchiques. Sa fonction englobe le management de projets institutionnels transverses, la réalisation d'audits internes, ou encore l'optimisation des organisations et des outils. Un aspect important de son travail est l'accompagnement des nouvelles entreprises intégrant le groupe, facilitant leur transition et leur adaptation.

Jean-Marie Nguyen Dai
Directeur Administratif et Financier



La direction administrative et financière du groupe

En tant que membre du Comité Stratégique, la mission principale de notre Directeur Administratif et Financier Groupe, Jean-Marie Nguyen Dai, est d'apporter une expertise financière aux décisions stratégiques du groupe pour favoriser une croissance durable et rentable. Il est directement rattaché au Directeur Général.

Cette contribution s'étend à de nombreux domaines clés : pilotage de l'activité, prévisions budgétaires, stratégies de croissance externe, décisions d'investissement et de financement, structuration juridique, orientations commerciales.

Quentin Frappier
Responsable Fusions et Acquisitions



L'acquisition de nouvelles entités dans le groupe

Rattaché au Directeur Administratif et Financier, Quentin Frappier, le Responsable Fusions et Acquisitions du groupe, est venu renforcer la direction générale pour permettre l'accélération de notre politique de croissance externe. Quentin surveille les marchés, identifie les opportunités d'acquisitions, analyse les cibles, prépare les business plans, gère les différentes étapes du processus d'acquisition au travers des aspects juridiques, financiers, sociaux et RH.

Coline Leclerc
Office Manager



L'office management de l'immeuble parisien

Rattachée à Manon Weiler, Coline Leclerc est l'Office Manager de notre immeuble de bureaux parisiens. Elle travaille avec chacune des entités qui occupent les locaux : 1Health, Edimark, PRPA, ID, IDwebformation, CHAM, Europa Organisation, 1Health, AGM. Coline s'assure du bon fonctionnement des infrastructures, de la gestion de l'ensemble des prestataires et pilote également le Rooftop, notre lieu de réunion et de réception situé au dernier étage du bâtiment. Coline propose et anime des activités de cohésion aux différentes entités.

Objectifs stratégiques et réorganisation des équipes : Romain Despax, Directeur Général 1Health / Philia / APM dévoile les grands changements de ce début d'année



Romain Despax
DG 1Health / Philia / APM

Romain, quels sont vos objectifs business pour 2025 et à quels enjeux répondent-ils ?

Nous visons une croissance de 10% sur l'ensemble de nos structures présentes au sein du pôle Digital Publishing. Cela répond à un double enjeu : consolider notre leadership dans une quinzaine d'aires thérapeutiques et renforcer notre position de challenger sur une quarantaine d'autres. Nous souhaitons également contribuer à la dynamique du groupe après une année 2024 de transition, en revenant dans une logique de conquête.

Quelle est la place du papier dans la transformation digitale qui modifie les usages de nos lecteurs ?

Nous restons convaincus de la complémentarité entre le papier et le numérique. Certains formats papier restent plébiscités, notamment pour du contenu de formation très spécialisé. En revanche, l'information hebdomadaire est de plus en plus consommée en digital, ce qui oriente notre transformation.

Quels sont vos leviers pour atteindre vos objectifs ?

Nous avons commencé tout au long de 2024 à structurer trois axes de développement : l'innovation, l'accélération digitale, et les synergies internes. Nous voulons enrichir et réinventer nos produits, renforcer notre projet éditorial web et nos infrastructures techniques, et développer les collaborations au sein du pôle comme avec toutes les autres expertises du groupe.

Vous avez complètement repensé l'organisation du pôle. Peux-tu nous en dire plus ?

Avec plaisir ! L'objectif est de fluidifier les interactions pour créer les conditions de l'innovation, en s'appuyant encore plus fortement sur nos compétences en digital, en abonnement et marketing et en harmonisant nos outils métiers et notre architecture data. Cette évolution a été pensée pour optimiser la coordination et maximiser notre potentiel de croissance.

Parmi les nouveautés : un découpage en 3 grandes BU : Médecine de Spécialité, Presse Professionnelle Santé et une BU dédiée à APM. Les fonctions supports sont désormais pilotées de façon transverse auprès des équipes de 1Health et de Philia (RH, IT, Finances, Marketing, Digital, Abonnements).

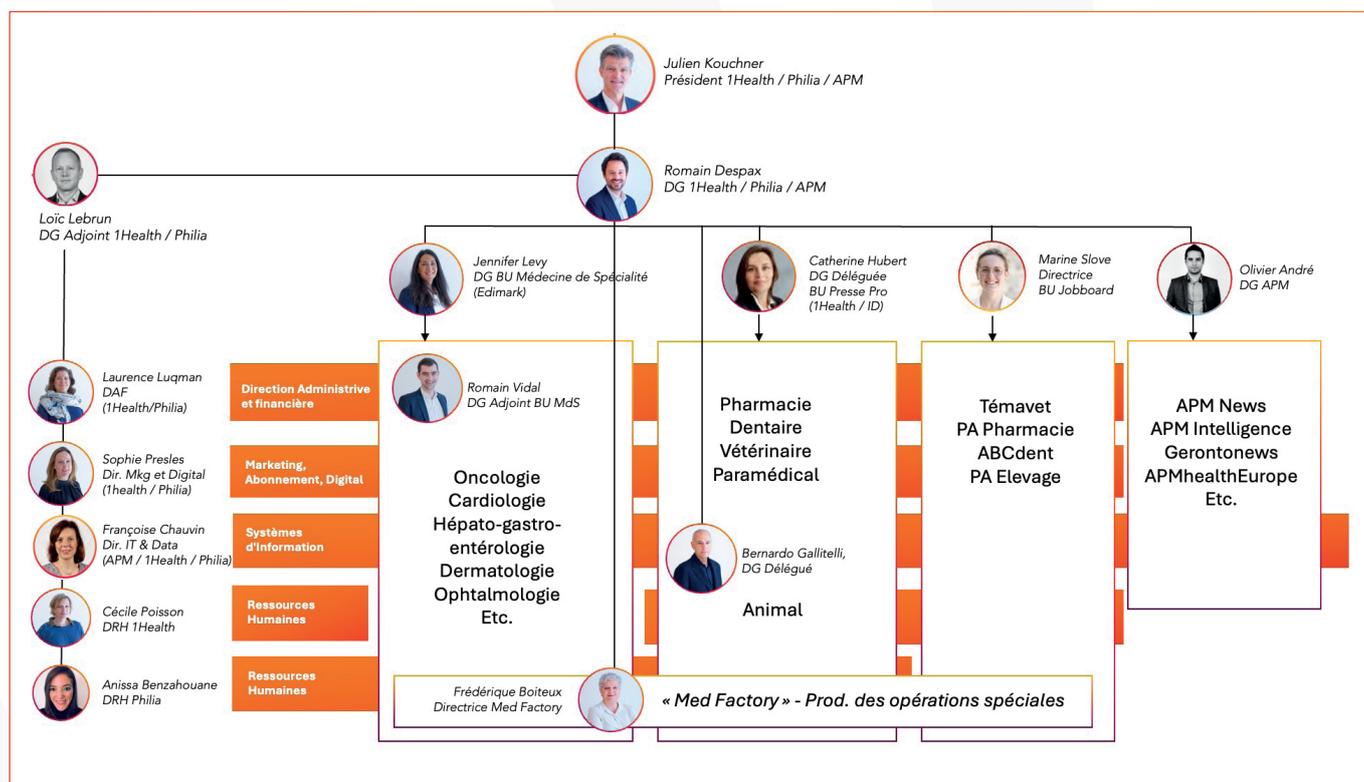
A noter également, la création d'une « Med'Factory » qui sera chargée de produire et d'enrichir nos offres, en appui des commerciaux, sur l'ensemble de nos marchés. L'agence de relations presse PRPA rejoint le pôle Communication & Services du groupe aux côtés de Bosphore Sense et d'AGM. Id Webformation sort également de notre périmètre pour rejoindre le pôle Education du groupe dirigé par Franck Rouxel.

Quel impact cette réorganisation a-t-elle sur les collaborateurs ?

Plus du tiers des collaborateurs de nos structures est concerné par cette réorganisation. Elle a permis des évolutions internes et des spécialisations accrues. Certaines équipes ont gagné en transversalité, intervenant désormais sur des marchés plus étendus. Les entreprises (1Health, Edimark, ID, APM) leurs dirigeants et leurs effectifs sont inchangés, mais vont pour beaucoup d'entre eux travailler différemment. Nous allons d'ailleurs réorganiser les espaces de travail des deux étages que nous occupons à Paris en conséquence.

Quelles sont les prochaines étapes

Nous avons conçu une structure souple, agile et évolutive. Ainsi, nous sommes déjà en mesure en ce premier trimestre 2025 d'élargir la collaboration sur certaines fonctions support à APM, telles que le pilotage DATA & INFRA. Enfin, suite au rachat récent de TEMAVET nous avons créé une quatrième Business Unit, pour porter le développement de nos activités « Job-board / Petites Annonces » sur l'ensemble de nos marchés. Nous sommes prêts et enthousiastes à l'idée de relever les défis de 2025 !



Premier séminaire commercial groupe : réunir pour progresser !

Les 17 et 18 mars prochains, le Meeting Lab accueillera à Toulouse une initiative inédite : le premier séminaire commercial du groupe. L'événement réunira 70 commerciaux de différentes filiales pour une première étape dans un parcours de progression commun.

Une ambition forte pour le groupe

Cet événement a pour ambition d'accroître la performance de nos équipes en leur fournissant des outils concrets et des bonnes pratiques. Plus qu'une simple formation, il s'agit d'un moment clé pour :

- Se découvrir et encourager la collaboration entre filiales
- Mieux connaître nos offres et produits pour mieux les valoriser
- Adopter une approche centrée sur les besoins du client pour gagner en efficacité commerciale

Pour plus d'efficacité, nous serons accompagnés par la Booster Academy qui animera des ateliers de travail en petits groupes !

Un programme axé sur la pratique et l'action

Lundi après-midi – Le pitch commercial

Entraînement à construire un pitch commercial percutant, qui met en avant la valeur de notre offre et notre différenciation face à la concurrence. Cet atelier s'appuiera sur des cas concrets, qui permettront une meilleure appropriation de nos produits et services.

Mardi matin – La découverte du client

L'art du questionnement et la posture pour cerner les besoins, évaluer le potentiel et guider naturellement le client vers notre solution...

Mardi après-midi – Le pilotage de l'activité commerciale

Un atelier pratique pour structurer et optimiser l'action commerciale au quotidien : des clés actionnables dès le retour sur le terrain !

Ce séminaire marque le début d'une dynamique d'échange et d'amélioration collective. Il ne s'agit pas de révolutionner nos pratiques, mais bien d'initier une montée en compétence commune pour être encore plus performants ensemble.

Rendez-vous dans notre prochaine lettre pour découvrir les retours des participants et les enseignements clés de cet événement !



La direction financière se réorganise en 2025 pour accompagner la croissance du groupe

Dans un contexte économique exigeant une gestion financière optimisée, notre direction financière évolue pour mieux soutenir la dynamique de croissance du groupe.

Une organisation par pôle d'activité. La nouvelle structure s'appuie sur trois équipes distinctes, chacune dédiée à un secteur stratégique : l'activité Congrès, le Digital Publishing et l'activité Conseil. Cette spécialisation permet une expertise approfondie et un accompagnement sur mesure pour chaque branche d'activité.

Une structure harmonisée. Au sein de chaque équipe, deux pôles complémentaires travaillent en synergie. Le pôle Comptabilité assure la gestion rigoureuse des transactions financières et garantit la conformité réglementaire. En parallèle, le pôle Controlling se concentre sur le pilotage de la performance et l'optimisation opérationnelle, apportant une vision stratégique essentielle.

Une transformation digitale ambitieuse. La convergence de nos outils de gestion constitue un levier majeur de cette transformation. Elle renforce la collaboration trans-

verse et optimise l'intégration entre les différents systèmes. Cette modernisation permet également de développer la business intelligence, d'automatiser le reporting et d'améliorer la cybersécurité, tout en assurant une scalabilité accrue. Ces avancées technologiques génèrent naturellement des économies d'échelle significatives.

Une gouvernance renforcée. Un Comité Finance groupe, institué en 2024 et composé des DAF des filiales, poursuit sa mission d'harmonisation des politiques et méthodes. Son action favorise une communication fluide entre les équipes et permet une allocation optimale des ressources et des compétences. Cette réorganisation ambitieuse s'inscrit dans une démarche globale d'amélioration de l'efficacité opérationnelle et du pilotage de la performance, permettant des prises de décision plus agiles et pertinentes pour l'ensemble du groupe.

Le groupe acquiert TémaVet : une nouvelle brique pour étoffer notre offre au service des vétérinaires

Nous poursuivons notre stratégie de croissance externe avec l'acquisition, au sein des équipes de 1Health, de TémaVet, un acteur de l'information vétérinaire en France. Cette opération s'inscrit dans notre volonté d'enrichir notre offre de services et de contenus pour les professionnels de la santé animale. TémaVet s'est imposé dans le secteur grâce à son approche omnicanale et sa capacité à toucher l'ensemble de la communauté vétérinaire. Cette petite structure de 3 personnes propose une offre médiatique diversifiée qui comprend :

- Un site de presse digitale dynamique et régulièrement actualisé
- Des podcasts thématiques appréciés par la communauté vétérinaire
- La revue L'auximook, publication de référence pour les Assistants Vétérinaires

- Le job-board Témavet job, plateforme de recrutement spécialisée

Cette acquisition nous permet d'élargir notre offre de contenus et de services, tout en bénéficiant de l'expertise éditoriale et de la communauté fidèle développée par TémaVet au fil des années. Témavet et 1Health pourront mutualiser leurs expertises et ressources pour proposer des contenus toujours plus riches et des services innovants à la communauté vétérinaire. Nous souhaitons la bienvenue aux équipes de TémaVet au sein du groupe et nous réjouissons des projets que nous allons développer ensemble dans les mois à venir.

Société à Mission : le projet est lancé !

Comme annoncé par notre Président Fondateur Marc Doncieux à plusieurs reprises ces derniers mois, Europa Group s'engage dans une démarche ambitieuse pour devenir une **Société à Mission**. Ce dossier spécial vous présente les détails de cette transformation passionnante qui façonnera notre avenir collectif.

Qu'est-ce qu'une Société à Mission ?

Découvrez cette qualité innovante qui allie performance économique et impact positif sur la société.

Une Société à Mission est une entreprise qui s'engage formellement à poursuivre des objectifs sociaux et environnementaux, au-delà de la simple recherche de profit. Cette qualité, introduite par la loi PACTE de 2019, permet aux entreprises de :

- Définir une « raison d'être » qui guide leurs orientations stratégiques et leurs engagements
- Inscrire des objectifs sociaux et environnementaux dans leurs statuts

- Mettre en place un Comité de Mission pour suivre l'exécution de ces engagements
- Se soumettre à une vérification par un organisme tiers indépendant tous les 2 ans

En devenant Société à Mission, Europa Group affirme son intention d'avoir un impact positif sur son écosystème tout en restant performant économiquement.

Notre feuille de route : les étapes clés

Un aperçu du parcours qui nous attend pour concrétiser notre ambition.

Notre transformation en Société à Mission s'étalera sur plusieurs années, avec des étapes bien définies :

1. Année 1 (2025-début 2026) : Définition de notre modèle

- Consultation des parties prenantes (collaborateurs, clients, partenaires)
- Définition de notre raison d'être et de nos objectifs statutaires
- Dépôt officiel de nos nouveaux statuts
- Lancement du plan d'action

2. Année 2 (2026) : Mise en œuvre

- Mise en place effective du Comité de Mission
- Déploiement complet du plan d'action à travers le groupe

3. Année 3 (2027) : Evaluation

- Production d'un rapport de mission par le Comité de Mission
- Audit par un organisme tiers indépendant
- Reconnaissance officielle de notre qualité de Société à Mission



Les acteurs clés de notre transformation

Focus sur les équipes qui vont piloter ce projet ambitieux.

Notre démarche mobilisera de nombreux intervenants au sein du groupe :

- **Le Comité de Pilotage (CoPil)** : Composé d'Anne-Sophie Lartigau, Directrice Communication et Anne Le Berre, Responsable RSE et Réglementation (Pilote et Co-pilote du projet), ainsi que de Florence Doncieux, Marc Doncieux et Louis Verdier (sponsors). Cette instance guidera le projet et prendra les décisions stratégiques.
- **La Core Team** : Un groupe restreint représentant le groupe, chargé de développer notre modèle de mission et d'assurer sa mise en œuvre opérationnelle.

Aux côtés d'Anne-Sophie et d'Anne seront mobilisés Julien Kouchner, Président de 1Health/Philia/APM ; Aurore Dionnet, DG de CHAM ; Jean-Marc Alazard, DG d'AGM ; Julie Petithomme, Responsable Soutenabilité chez Abenex.

- **Le Comité de Mission** : Composé de collaborateurs, de membres externes et d'experts, il supervisera en année 2 et 3 l'exécution de nos engagements et rédigera le rapport de mission.
- **Les parties prenantes consultées** : Tout au long du projet, la réflexion de la Core Team sera enrichie par les opinions de différents membres de la direction du groupe, des employés, des actionnaires, de clients et de fournisseurs et de personnalités externes pertinentes.

La Communauté des Entreprises à Mission (CEM)

Un réseau précieux pour accélérer notre transformation.

Europa Group a rejoint la Communauté des Entreprises à Mission (CEM), un réseau d'entreprises engagées dans la même démarche que nous. Cette adhésion nous permettra de bénéficier de ressources et d'expériences partagées, d'échanger avec d'autres entreprises en transition ou déjà reconnues et d'accélérer notre progression grâce aux meilleures pratiques du secteur.

« Nous sommes très heureux d'accueillir Europa Group parmi nos membres. Votre cheminement vers la Société à Mission consacre le niveau d'ambition de votre engagement, et montre votre volonté d'ouverture, votre vision long terme, pour concilier performance économique, sociétale et environnementale. Bravo ! et bienvenue ! »

Odile Brondy, Directrice du Développement et des Partenariat, CEM

Nuova Vista : notre partenaire expert

Pour nous guider dans cette aventure, un cabinet d'experts, PurePlayer sur le sujet. Nous avons choisi d'être accompagnés par Nuova Vista, un cabinet de conseil spécialisé dans la responsabilité sociétale des entreprises. Premier cabinet à devenir lui-même Société à Mission, Nuova Vista apportera son expertise dans la définition de raisons d'être et d'objectifs statutaires, son savoir-faire pour décliner opérationnellement notre modèle de mission et son soutien au Comité de Mission pour la rédaction des rapports. Fondé en 2009, Nuova Vista a une solide expérience dans l'accompagnement d'entreprises vers plus d'utilité et de soutenabilité, les deux piliers de la responsabilité sociétale.

« Nous sommes absolument ravis d'accompagner Europa Group sur le chemin de la Société à Mission : un projet d'entreprise enthousiasmant et porteur de sens, qui permettra de réaffirmer la raison d'être de l'entreprise, et le « pour quoi » de son existence, sa singularité, son élan vital et la vision de son utilité sociétale. Un projet au service de la cohésion du groupe et de l'engagement des équipes qui le composent : nous avons hâte de parcourir ce chemin avec vous ! »

Emmanuel Cibla, Senior Consultant, Nuova Vista

Cette transformation en Société à Mission est une opportunité unique de renforcer notre impact positif et notre cohésion. Chacun d'entre vous jouera un rôle crucial dans cette aventure. Restez à l'écoute pour plus d'informations sur la façon dont vous pourrez contribuer à façonner l'avenir de notre groupe !

Nos synergies

Aperçu des collaborations intra-groupe



Courses & Congresses

Insight Outside pour CHAM, Europa Organisation, Edimark, Information Dentaire : Déploiement du logiciel PROGRAMME V2 et de la plateforme Inviteo pour des événements des 4 entités.

Europa Organisation pour CHAM : Développement de l'appli mobile de l'événement ; Création de la nouvelle charte graphique.

Insight Outside pour Europa Booking & Services : Gestion de l'hébergement des intervenants invités (10 opérations sur le second semestre 2024 et une quinzaine déjà inscrite pour 2025).

Europa Organisation et Insight Outside : Marchés Biotech, infirmières SF2H et Ordre National des Pédiatres Podologues ; Rôle d'entremetteur auprès des organisateurs de la « Pharmabiotics Conference » en faveur d'Insight Outside qui s'est concrétisé positivement.

Europa Organisation pour 1Health : Projet du congrès « L'animal en ville » (2026).

Smart Data Power pour 1Health : Ajout des produits Smart Data Health dans certaines réponses à des clients Pharma.

AGM et Europa Organisation : Création de « Gustave Roussy and Friends », nouveau congrès en oncologie visant à renforcer les initiatives de recherche et de traitement.

Europa Organisation : Lancement d'un cycle de rencontres commerciales avec les différentes entités du groupe pour identifier des synergies commerciales.

Europa Digital & Publishing et Edimark : Travail en cours pour définir une stratégie et des plans d'actions autour d'aires thérapeutiques ciblées : Oncologie, hématologie, infectiologie, dermatologie, et échanges autour du marché de la cardiologie.



Digital Publishing

Information Dentaire pour 1Health : Reprise des titres *Clinic* et *CDP* par ID.

Edimark pour Europa Organisation : Médiatisation d'un congrès en ophtalmologie dans la revue *Images en Ophtalmologie* ; Couverture et compte rendu du congrès de la RICAI par *La Lettre de l'Infectiologue* et mise à disposition d'articles du même titre pour enrichir la plateforme de la RICAI.

Edimark pour 1Health : Extension des produits Edimark

sur des cibles 1Health (pharmaciens ou paramédical) ; Caution scientifique et expertise rédactionnelle sous l'égide de *La Lettre de l'Infectiologue* ; Diffusion de contenu adapté pour le pharmacien d'officine (déclinaison d'un supplément papier et digital sous l'égide du *Moniteur des Pharmacies* en coédition avec *La Lettre de l'Infectiologue*) ;

Information Dentaire et 1Health : Mise en ligne d'une nouvelle Market Place pour les abonnés/ventes d'ouvrages ID sur le modèle du *Moniteur des Pharmacies* (prévue pour fin d'année 2025).

1Health, Edimark et ID : Alignement en cours sur de nombreux sujets liés aux outils et à la data.

1Health et ID : Réflexion commune sur le pilotage des parutions des livres, qui a abouti au suivi de l'édition sur tous nos territoires par une seule personne (Caroline Balagny).

Europa Organisation pour 1Health : Réflexion en cours sur de nouveaux produits événementiels pour certaines revues de 1Health.



Education



Communication & Services

AGM et Europa Organisation : Webinaires PCR ; Perspectives sur le marché Sérologie.

Europa Organisation pour AGM : Émissions *lecancer.fr* et info-ATBVAC tournées dans le studio audiovisuel des bureaux de Paris.

AGM pour PRPA : Production de deux vidéos au congrès Asco par AGM pour un client de PRPA (Daiichi Sankyo).

Bosphore Sense et PRPA : Deux clients en commun (le Laboratoire AMGEN et la Fondation Arthritis) permettant d'exploiter des expertises complémentaires, les relations presse chez PRPA et la gestion des réseaux sociaux chez Bosphore ; Recommandations ou devis croisés pour BeiGene ; Fondation Arthritis ; Léo Pharma ; Celltrion ; Production d'une annonce presse de PRPA par Bosphore Sense.

Bosphore Sense pour 1Health : Réalisation de vidéos à l'occasion du lancement du nouveau site internet du *Moniteur des Pharmacie*.

Bosphore Sense pour Europa Organisation : Réalisation de supports à destination des médecins et patients pour PCR Online ; Accompagnement en communication sur MedTech Europe ; Mise en page de booklets destinés aux patients sur la sténose aortique chez la femme.

Bosphore Sense et AGM : Clients communs (dont Viatrix Rizmoic®), Réalisation de campagnes d'emailing ;

ID Webformation pour 1Health : Lancement des formations du *Moniteur des pharmacies*.

ID Webformation pour Europa Organisation : Formation e-learning pour le Collège National des Cardiologues des Hôpitaux.

Id Webformation pour Edimark : Déploiement de formations DPC Id Webformation au sein du Congrès JIP de l'Information Dentaire.

Réponse commune à un appel d'offres remporté pour une campagne environnementale ; 2 autres réponses à appel d'offre en cours (dont une avec le soutien et l'appui de Europa Digital & Publishing via Cardio Online).

Smart Data Power pour Europa Organisation : Identification de KOL susceptibles de se rendre sur les congrès (Détection, Invitation sur LinkedIn via la prise en main du compte d'un directeur de cours et envoi de messages personnalisés) ; Analyse comparative de la communication PCR vs TCT sur le Web et les réseaux sociaux pour le congrès EuroPCR ; Rapport d'écoute des réseaux sociaux à la suite de PCR London Valves et AICT-AsiaPCR.

Europa Digital & Publishing et AGM : Réflexion sur des dynamiques commerciales à imaginer autour de Medprime.

Smart Data Power pour 1Health : Réalisation d'un avatar pour Laurent Lefort, Directeur de la rédaction du *Moniteur des pharmacies* ; Prise en main du Compte LinkedIn d'un responsable commercial afin d'identifier des leads commerciaux et d'accroître sa visibilité.

Smart Data Power pour AGM : Mise en place d'un outil IA de génération d'articles d'actualités pour *Lecancer.fr* ; Organisation de rendez-vous commerciaux pour SDP avec deux clients d'AGM Communication, visant à développer des solutions innovantes en santé.

Edimark pour PRPA : Campagne presse pour la Fondation Roche ; Proposition d'achats d'espace sur les titres d'Edimark à des clients PRPA côté communication (Horizon ; Daiichi).

Europa Digital & Publishing et Smart Data Power : Travail sur le positionnement stratégique et la tactique commerciale.

AGM pour 1Health : Ajout de la cible patient (Bien Être et Santé) dans certaines réponses d'AGM à des clients en oncologie.

AGM et Edimark : Appel d'offre en oncologie du laboratoire Abbvie entièrement remporté par les offres des deux entités.

Focus sur...

Le site du Moniteur des pharmacies fait peau neuve : un succès éditorial confirmé

Lancé en novembre dernier, le nouveau site du Moniteur des pharmacies affiche déjà des résultats remarquables. Cette refonte majeure, qui agrège les contenus de trois marques phares du groupe, répond aux besoins d'information et de formation d'une communauté de plus de 76 000 pharmaciens en France. Interview avec Diane Mottez, Directrice Adjointe des Rédactions en charge du digital et Laurent Lefort, Directeur des Rédactions du pôle Pharmacies de 1Health.

Une référence pour l'écosystème officinal

Média de référence pour les professionnels de la pharmacie, le site du Moniteur des pharmacies fédère trois publications complémentaires : Le Moniteur des pharmacies (qui s'attache prioritairement aux activités du pharmacien en tant que professionnel de santé), Pharmacien Business pour la dimension entrepreneuriale du métier et Porphyre destiné aux préparateurs. Avec près de 13000 abonnés, le titre touche plus de 6 officines sur 10 en France.

Une approche éditoriale centrée sur l'utilisateur

« Nous avons conçu la structure en fonction des besoins des pharmaciens et préparateurs tout au long de leur journée professionnelle », explique Diane, soulignant l'importance d'une navigation intuitive. Le site s'articule autour de trois piliers : s'informer en temps réel, se former, et accéder à des services à forte valeur d'usage.

Des formats innovants plébiscités

Au-delà des contenus éditoriaux traditionnels produits par une équipe d'une vingtaine de journalistes, le nouveau site mise sur l'innovation. « Nous avons développé une démarche d'innovation à la rédaction pour proposer de nouveaux formats, notamment nombre de vidéos et podcasts », précise Laurent. Parmi les nouveautés qui rencontrent un vif succès : une vidéo quotidienne d'actualité diffusée dans la newsletter du soir, une information éditorialisée hebdomadaire présentée par un avatar de Laurent Lefort, fruit d'une collaboration avec Smart Data Power, une filiale du groupe.

Des résultats qui dépassent les attentes

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : en décembre 2024, le site a enregistré près de 270 000 visites et 780 000 pages vues, soit une augmentation de 17% en visites et 44% en pages vues par rapport à novembre. « Le nouveau site nous fait gagner en pages vues et les lecteurs passent plus de temps sur la plateforme, preuve que le maillage fonctionne », se réjouit Diane.

Cap sur l'avenir

Fort de ce succès, Le Moniteur des pharmacies continue d'innover avec de nouveaux projets en cours de lancement et en préparation : newsletters thématiques, chaîne WhatsApp, infographies animées et personnalisation grâce à la data. Une enquête auprès des visiteurs est également prévue pour affiner en temps réel l'offre éditoriale.

« Notre obsession ? Renforcer notre leadership en termes d'audience par rapport à nos concurrents, rendre la consultation simple et attractive pour plus de plaisir et être utile ! », conclut Laurent. « Ce site marque un tournant pour nos publications. Nous avons de jolies pierres précieuses parmi lesquelles notre communauté (inter)active, et maintenant nous avons enfin l'écran pour toutes les mettre en valeur. »



Diane Mottez - 1Health
Directrice Adjointe des rédactions



Laurent Lefort - 1Health
Directeur des Rédactions Pharmacies

Ensemble !

PRPA et Edimark : une synergie gagnante au service de la santé numérique et de la prévention

En novembre 2024, la collaboration entre PRPA, notre agence de relations presse spécialisée en santé, et une autre entité du groupe, Edimark, éditeur de presse médicale, a démontré toute sa pertinence lors de la médiatisation du rapport de l'Observatoire sur l'accès au numérique en santé de la Fondation Roche.

Une complémentarité naturelle

L'événement, orchestré par PRPA au sein du Rooftop des bureaux parisiens, a réuni journalistes, représentants institutionnels et acteurs de la santé autour de la présentation du rapport. « *La conférence de presse a permis de créer des synergies immédiates entre nos équipes* », explique Julie Ruocco, Directrice de Clientèle chez PRPA. Jennifer Levy-Benkemoun, Directrice Générale d'Edimark, a proposé spontanément de relayer le rapport dans leurs publications spécialisées, permettant de diversifier notre audience et d'élargir notre couverture médiatique.

Une diffusion démultipliée

Cette initiative s'est concrétisée par la publication d'articles dans six revues médicales spécialisées d'Edimark, dont La Lettre du Cardiologue et La Lettre du Cancérologue. « *C'était gagnant-gagnant : la Fondation Roche a bénéficié d'une visibilité accrue auprès des professionnels de santé, tandis que nous avons pu démontrer la force de frappe du groupe* », souligne Julie.

Un tremplin pour l'avenir

Cette première collaboration réussie ouvre la voie à de nouvelles opportunités. « *Elle s'inscrit dans une dynamique plus large de synergies au sein du groupe, notamment avec Bosphore, qui recommande régulièrement à PRPA des clients ayant des besoins en relations presse et inversement, nous leur recommandons des clients pour leurs besoins grand public* ».

Une stratégie qui porte ses fruits et illustre la capacité du groupe à mobiliser ses différentes expertises au service de ses clients.

Suivez-les !

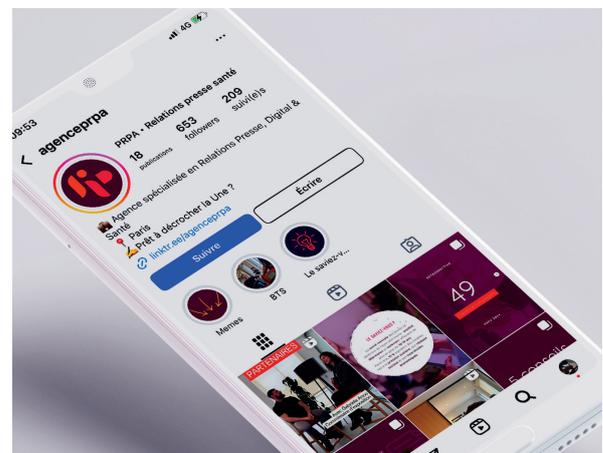
Découvrez les réseaux sociaux de PRPA



<https://www.linkedin.com/company/prpa/>



<https://www.instagram.com/agenceprpa/>



Julie Ruocco - PRPA

Directrice de Clientèle

Ensemble !

Ophthalmologie : une collaboration naturelle entre Europa Organisation et Edimark

La collaboration entre Europa Organisation et Edimark dans le domaine de l'ophtalmologie illustre parfaitement les synergies possibles au sein du groupe. Focus sur un partenariat gagnant-gagnant avec Muriel Bastelica, Directrice du pôle Ophthalmologie chez Europa Organisation et Rim Boubaker, Directrice Commerciale Adjointe chez Edimark.

La force de cette collaboration ? Elle repose sur des expertises complémentaires ! D'un côté, Europa Organisation excelle dans l'organisation de congrès médicaux et la gestion des relations avec les sociétés savantes. De l'autre, Edimark apporte son expertise éditoriale et scientifique à travers sa revue « Images en Ophthalmologie », diffusée à 6000 exemplaires.

« Nous sommes vraiment complémentaires, sans aucun chevauchement. C'est une chance inouïe pour consolider les liens avec les experts et formuler de nouvelles réponses commerciales », souligne Rim.

Cette synergie se matérialise aujourd'hui de plusieurs façons :

- Présence d'Edimark sur les congrès Europa d'ophtalmologie avec stands dédiés
- Distribution des revues lors des événements
- Médiatisation croisée des initiatives
- Échange de badges et facilitation d'accès aux événements

« Edimark bénéficie d'une excellente image de marque. Les médecins sont emballés quand ils découvrent qu'Europa et Edimark font partie du même groupe », témoigne Muriel.

Pour Edimark, ce rapprochement permet de maintenir des liens privilégiés avec les leaders d'opinion et les sociétés savantes, essentiels pour la qualité de ses publications. Pour Europa Organisation, c'est l'opportunité de s'appuyer sur une expertise scientifique pointue et une capacité inédite jusqu'alors à formuler des offres de haute tenue scientifique qui répondent à certains besoins des clients.

La collaboration s'annonce prometteuse, avec des projets de création de contenus pour les sites des sociétés savantes et le développement de nouvelles initiatives communes.

« L'idée maintenant, c'est que l'on se rapproche encore plus, que l'on fasse vivre le contenu au-delà des événements eux-mêmes », conclut Rim Boubaker.



Rim Boubaker - Edimark
Directrice Commerciale Adjointe



Muriel Bastelica - Europa Organisation
Directrice du pôle Ophthalmologie

Retour sur la deuxième édition du Congrès du groupe



3 jours ensemble parce que « Réunir, c'est progresser »

En septembre dernier, notre groupe a vécu un moment fort de cohésion et d'échanges lors des trois jours de notre Congrès à Toulouse. Cet événement exceptionnel a rassemblé 435 collaborateurs parmi les 540 de l'ensemble des filiales, pour un séjour ultra dense, aussi inspirant que festif – Sud-Ouest oblige !

Les objectifs de ce congrès ? Se rencontrer pour ensemble se projeter sur l'avenir du groupe, approfondir nos connaissances des métiers et des struc-

tures du groupe et surtout apprendre les uns des autres ! Grâce au programme des 77 conférences proposées par les 143 « collaborateurs-orateurs », chacun a pu plonger dans une partie de l'univers de ses collègues. Une offre très riche qui a offert une vue d'ensemble des savoir-faire présents au sein des équipes et permis de partager sur nos expertises, nos outils, nos bonnes pratiques et notre avenir. Deux belles soirées aux couleurs toulousaines - rose et violet pour la première, noir et rouge pour

la seconde au Stade Toulousain - ont permis de renforcer les liens dans une ambiance chaleureuse (voire très chaleureuse !). Cet événement a été l'occasion de prendre conscience du potentiel qui nous entoure, de consolider ou de tisser des liens qui se concrétisent depuis en synergies business entre nos équipes.

Bravo et un immense merci à tous les participants pour leur générosité, leur enthousiasme et leur confiance !

Votre note de satisfaction : un superbe 9,10 / 10 !

Vous avez attribué une note exceptionnelle de satisfaction générale, témoignant de votre enthousiasme à l'égard de cet événement fédérateur. Vos commentaires soulignent trois points forts majeurs : un programme de conférences particulièrement enrichissant, une atmosphère à la fois chaleureuse et dynamique, ainsi que la qualité de l'organisation. Les festivités du soir

ont manifestement marqué les esprits, obtenant l'excellente note de 9,35/10. La franchise et la pertinence de vos remarques constructives pour améliorer certains hébergements, la gestion de l'espace d'exposition et le choix de la date ont été précieusement consignées. Ces points d'attention guideront nos réflexions pour optimiser les prochaines éditions. Ce congrès a pleinement rempli

sa mission première : consolider notre cohésion et donner vie à notre vision partagée. Comme l'a justement souligné l'un des participants : « J'ai ressenti un réel engouement et un lien entre entités différentes ». Et maintenant, il ne nous reste plus qu'à faire ENCORE mieux la prochaine fois !

Jeux, dons et convivialité : quand notre congrès rime avec solidarité !

Notre première soirée « Très Toulousaine » a offert de belles surprises autour de la culture du Sud-Ouest. Roses contre Violets, vous avez rivalisé d'adresse et de connaissances avec diverses animations pour remporter un maximum de jetons pour deux associations. Grâce à vous, les associations Terre de Liens en Rhône Alpes et OSE en région parisienne ont pu bénéficier d'un don de 1 088 € chacune, nous permettant de compenser l'impact carbone de l'évènement.

Qui sont ces associations ?

Terre de Liens est un mouvement citoyen national qui œuvre pour préserver les terres agricoles et faciliter l'installation de

nouveaux agriculteurs en agriculture biologique. Depuis près de 20 ans, cette association s'attaque aux problématiques liées à la propriété des terres agricoles, contribuant ainsi à la durabilité de notre système alimentaire.

De son côté, OSE (Organe de Sauvetage Ecologique) se consacre à la sauvegarde de l'environnement en organisant des opérations de nettoyage de berges des rivières et des milieux aquatiques, chaque mois en Ile de France, et plus ponctuellement en région PACA et Auvergne.

A voir et revoir sans modération !

Le reportage photo officiel des 3 jours



Galerie

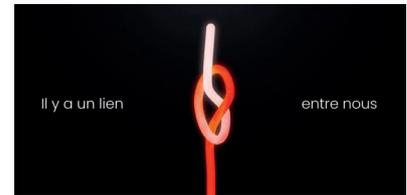
Mot de passe : **joierie!!!**

Le photobooth de la Soirée au Stade Toulousain



Galerie Photobooth

La vidéo manifeste du groupe diffusée lors de la plénière d'ouverture



Vidéo manifeste

Le vidéoclip du congrès



Les 3 jours de congrès

La chanson du team building



Notre prouesse

Tous solidaires !

BRAVO à tous les collaborateurs du groupe impliqués dans des projets solidaires !

Retour sur les initiatives déployées par les filiales du groupe au cours des derniers mois.

Gala de l'Espoir - Edimark

Edimark a soutenu le prestigieux Gala de l'Espoir qui s'est tenu en novembre au profit de la Ligue contre le cancer. Le grand ténor français Roberto Alagna, accompagné de l'orchestre de la Garde Républicaine, a produit une superbe performance pour rendre hommage aux chercheurs, soignants et bénévoles qui luttent contre le cancer.

Challenges sportifs et solidaires - Europa

Pour Octobre Rose, 15 collaborateurs d'Europa ont participé à une course de sensibilisation au cancer du sein avec la Ligue contre le cancer. En janvier, une équipe de 10 collaborateurs a pris part au Rugby Fauteuil Challenge, un tournoi inter-entreprises de sensibilisation au handicap, qui a permis de reverser 2 500€ au fonds de dotation du Stade Toulousain. Depuis septembre, 6 collaborateurs ont bénéficié d'un congé solidaire pour réaliser une mission avec une association partenaire du collectif Le Cœur des Entreprises, dont Europa est membre fondateur.

Mission d'étude bénévole - Smart Data Power

Cédric Chabal, intégré à la Réserve Citoyenne de l'Armée de l'Air et de l'Espace, a mené une mission d'étude bénévole sur les manipulations de l'information et la guerre cognitive. Le rapport, basé sur une vingtaine d'interviews d'experts, a été présenté au Chef d'Etat-Major de l'AAE en septembre 2024.

Courses solidaires - APM International

En octobre, 21 collaborateurs d'APM ont participé à la course Odyssea à Paris, un rendez-vous incontournable de la lutte contre le cancer du sein. Leur participation a permis de collecter la somme de 2 645 €, intégralement reversée à Gustave-Roussy pour soutenir

la recherche en oncologie. En novembre, une équipe sur-vitaminée de collaborateurs a parcouru un total de 1 502 km dans le cadre de Movember, une initiative mondiale visant à sensibiliser les hommes à la prévention en santé. Un effort qui s'est traduit par une donation de 851 €.

Une intense activité solidaire pour les équipes grenobloises ! - Insight Outside

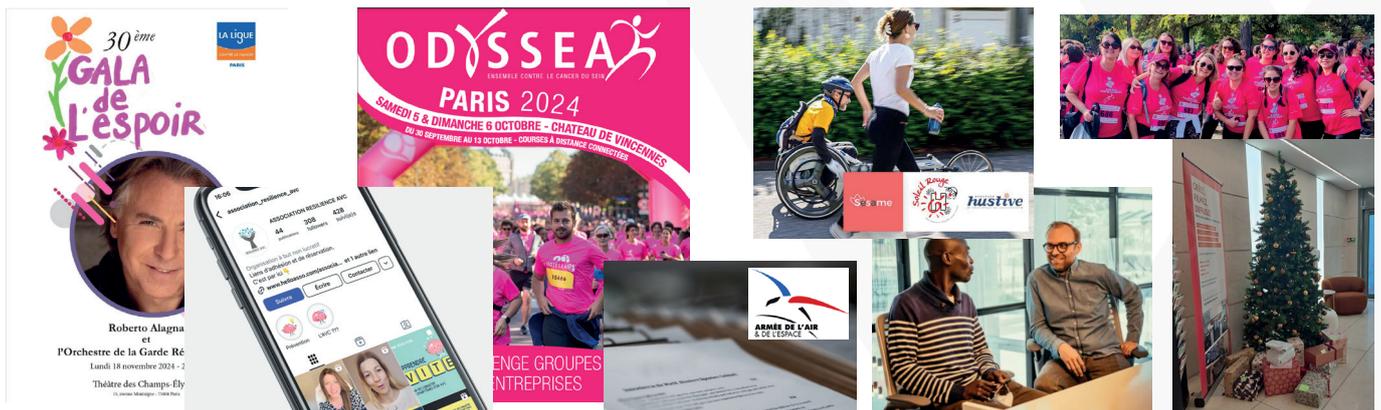
En juillet une collecte de fournitures scolaires a été organisée pour l'association Pluri-elles, qui vient en aide aux femmes et enfants victimes de violences. En septembre IO a participé à la course solidaire et inclusive D24, organisée par le collectif d'entreprises solidaires Sésame. Fin 2024, IO a mis en place l'accueil d'une personne en situation de précarité, en collaboration avec les Bureaux du Cœur. L'association a pour mission d'offrir aux personnes précaires un cadre de stabilité, de sécurité et d'intimité, au sein de locaux d'entreprise. En lien avec le collectif Sésame, une collecte de boîtes de Noël a été mise en place pour l'association Point d'eau.

Community management pro bono - Bosphore

Bosphore entame une deuxième année de collaboration pro bono avec l'association Résilience AVC, offrant des prestations de community management pour soutenir leur cause.

Opération boîtes de Noël - Immeuble Dumont Durville

Les différentes entreprises de nos locaux parisiens se sont mobilisées pour une collecte de boîtes de Noël, redistribuées par l'Association du Site de la Défense (ASD). Cette initiative a bénéficié à diverses structures, notamment des associations d'aide aux femmes victimes de violences. L'ASD, qui cible les 11-25 ans et les personnes en rupture avec la société, a impliqué de jeunes bénéficiaires dans la distribution, favorisant ainsi leur insertion active. A Toulouse, la collecte a permis au Secours Catholique de distribuer 39 boîtes à ses bénéficiaires en très grande précarité.



Focus sur...



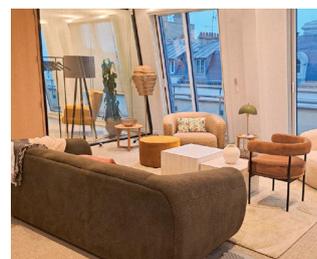
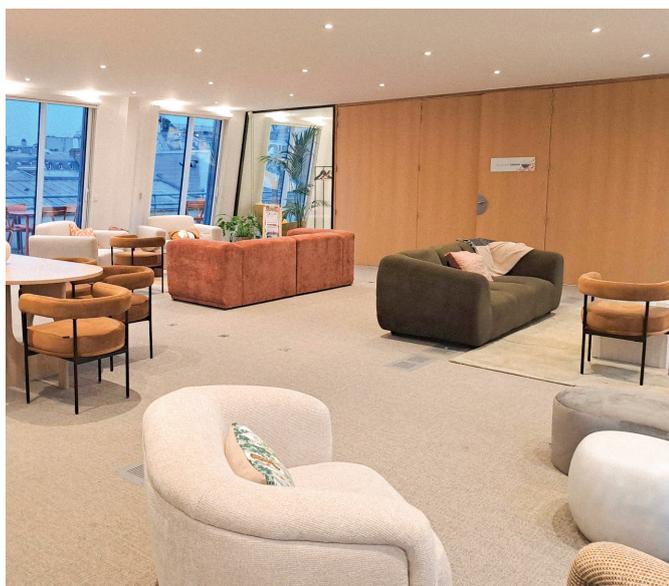
Le Rooftop Europa Group

Un espace unique à votre disposition

Et si vos prochaines réunions ou événements prenaient place dans un cadre d'exception ? Situé à deux pas de la place de l'Étoile, le dernier étage de nos bureaux parisiens vous accueille dans une ambiance chaleureuse et lumineuse, avec une vue imprenable sur la tour Eiffel.

Ses atouts ? Charme et flexibilité ! Avec son design moderne, ses grandes baies vitrées inondant les pièces de lumière naturelle et ses terrasses, cet espace est bien plus qu'un simple lieu de travail. Réunions clients ou internes : 4 salles

modulables, dont une salle de board meeting pouvant accueillir plus de 20 participants. Événements : séminaires, formations ou moments conviviaux : un espace lounge peut accueillir jusqu'à 100 personnes et un office traiteur permet d'organiser des petits déjeuners, cocktails ou dîners. Ce rooftop n'est pas seulement un lieu fonctionnel : c'est une véritable vitrine pour Europa Group à Paris. En accueillant vos clients dans cet espace prestigieux, vous renforcez l'image d'excellence et d'innovation de notre groupe.



Envie d'en profiter ? Contactez Coline Leclerc, Office Manager : dumont@europa-group.com

LE BOTTIN DU GROUPE

Un outil au service de nos synergies

Faciliter les synergies business et les partages d'expériences au sein du groupe : voilà la mission de notre annuaire qui répertorie les fiches contact de toutes les personnes en CDI.

Régulièrement mis à jour, il est l'outil parfait pour trouver rapidement les coordonnées de vos collègues au sein du groupe.

Comment trouver un contact ?

Entreprise par entreprise, vous pourrez effectuer une recherche libre par mot-clef qui vous permettra d'afficher les contacts correspondants.

La recherche est également possible par nom, prénom et service.

Les organigrammes

Retrouvez également les différents organigrammes du groupe.

Une façon visuelle de rapidement comprendre qui se trouve dans quelle équipe pour chacune de nos structures !

Les fiches contact

Elles contiennent :

- Photo (modifiable)
- Nom, prénom
- Intitulé du poste
- Service
- Numéro de téléphone (modifiable)
- Email
- Ville
- Compte LinkedIn
- Descriptif du poste

Personnalisez votre fiche contact

Vous pourrez remplir une description de votre poste.

C'est un autre élément essentiel de l'annuaire qui facilitera la recherche par mot-clef.

Listez les projets sur lesquels vous travaillez : acronymes des congrès, titres des parutions, noms des plateformes web, mots-clés des aires thérapeutiques.

Si besoin, explicitez en quelques mots vos principales fonctions.

Changez votre photo

Si vous n'avez pas de photo ou que vous souhaitez en changer, vous avez la main !

La photo est un élément très important de l'annuaire, n'oubliez pas de la publier.

Fréquence de mise à jour

La liste des inscrits au Bottin du groupe et les organigrammes seront mis à jour chaque semestre.

Vous avez la possibilité de modifier votre téléphone, votre compte LinkedIn et votre descriptif de poste à tout moment depuis votre compte.

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

CRÉEZ, FILMEZ, DIFFUSEZ

Notre studio professionnel à votre service

Au rez-de-chaussée de nos bureaux parisiens, profitez d'un plateau de tournage moderne et entièrement équipé, à la disposition de toutes les entités du groupe. Ce studio professionnel est l'outil idéal pour réaliser

une grande variété de contenus audiovisuels, des émissions en direct aux vidéos corporate, en passant par les interviews et les webinaires.



Doté des dernières technologies, notre plateau garantit des productions de haute qualité.

Il comprend 6 caméras professionnelles, un éclairage LED complet, un système de prise de son numérique, ainsi que des équipements pour le titrage des intervenants et la diffusion de slides.

Le studio a récemment fait l'acquisition de nouveaux équipements, notamment un desk triangulaire, à la fois convivial et modulable pour s'adapter à tous les formats (interviews, webinaires, etc.), de grands écrans latéraux qui permettent une personnalisation totale de chaque tournage, ainsi qu'un mur central composé de 12 moniteurs, offrant une polyvalence et une mise en valeur optimale des projets.

Le plateau propose également des capacités de streaming sécurisé et d'enregistrement numérique, ainsi que la connexion à distance qui permet un mix entre présentiel et distanciel, accueillant jusqu'à 6 intervenants simultanément.

Notre équipe audiovisuelle est à votre disposition pour vous accompagner à chaque étape de votre projet, de la conception à la réalisation finale.



Comment en profiter ?

Pour réserver le plateau ou discuter de votre projet, contactez notre équipe audiovisuelle à l'adresse webstudiotv-eg@europa-group.com