

CHAMPIONNAT DE FRANCE LIGUE 1 UBER EATS

9^{ÈME} JOURNÉE

Dimanche 1^{er} novembre
21h00
Lille - OL
Stade Pierre Mauroy
Téléfoot

10^{ÈME} JOURNÉE

Dimanche 8 novembre
21h00
OL – Saint-Etienne
Groupama Stadium
Téléfoot

11^{ÈME} JOURNÉE

Dimanche 22 novembre
17h00
Angers - OL
Stade Raymond Kopa
Canal +

CHAMPIONNAT DE FRANCE DIVISION 1 ARKEMA

7^{ÈME} JOURNÉE

Samedi 31 octobre
21h00
Montpellier - OL
Stade de la Mosson

8^{ÈME} JOURNÉE

Samedi 14 novembre
20h00
OL - Soyaux
Groupama OL Training Center

9^{ÈME} JOURNÉE

Samedi 21 novembre
20h00
PSG – OL
Stade Jean Bouin



CAP-TEL MET SES ÉQUIPES AU SERVICE DES CAMPAGNES TÉLÉPHONIQUES DE SES CLIENTS

Partenaire de l'Olympique Lyonnais depuis un an, cette société positionnée sur le marché des centres de services partagés entend s'adosser sur le réseau OL Business Team pour renforcer ses positions localement.

Contrairement à la plupart des PME, qui se développent dans un premier temps sur leur territoire d'origine avant d'élargir progressivement leur terrain de jeu, la société Cap-Tel a commencé par travailler avec des clients nationaux et internationaux. « La clientèle locale est en cours de développement depuis mon arrivée dans l'entreprise en 2017 », précise Rémi Bertotto, le directeur du développement. Une particularité qui tient avant tout au secteur d'activité sur lequel prospère cette entreprise installée à Limas, à proximité de Villefranche.

Cap-Tel est positionné sur le marché des centres de services partagés. Créée en 2006 par François Bertotto, l'entreprise s'appuie sur une plateforme téléphonique qui rassemble 80 salariés à l'Ile Maurice. « Nous mettons nos équipes à disposition de sociétés qui doivent engager des campagnes téléphoniques, mais qui ne souhaitent pas recruter, ou ne peuvent pas le faire pour des questions de coûts », explique le fils du dirigeant fondateur.

Ce modèle a déjà séduit une large clientèle, où voisinent des instituts de sondage, des sociétés de recouvrement, des associations, des collectivités... « Nous avons quatre grands domaines d'activité, poursuit Rémi Bertotto : l'acquisition de nouveaux clients, le suivi des clients existants, l'amélioration de la trésorerie notamment par la relance des factures impayées et, enfin, les études et sondages. »

Une offre de services particulièrement riche, qui correspond notamment aux besoins des commerciaux, quel que soit leur secteur d'activité. « Nous les aidons en amont de leur intervention sur le terrain, par la qualification de fichiers clients et par de la prise de rendez-vous. Ils peuvent ainsi se concentrer sur leur rôle qui consiste à finaliser la vente », ajoute-t-il.

Déjà bien implanté loin de ses bases, Cap-Tel entend maintenant développer son réseau de clients en région lyonnaise. « Pour le moment, notre clientèle est en effet principalement composée de grands comptes, qui interviennent dans toute la France, voire à l'étranger. Ainsi, nous travaillons en Belgique, au Luxembourg et aux Pays-Bas. Nous devons maintenant développer la clientèle en région lyonnaise. Nous avons commencé à ouvrir ce marché local depuis trois ans. En intégrant le club des partenaires de l'OL, je suis convaincu que nous pouvons renforcer notre notoriété et élargir notre réseau », conclut Rémi Bertotto.

CAP-TEL

CRÉATION : 2006

GÉRANT : FRANÇOIS BERTOTTO

SIÈGE SOCIAL : LIMAS

EFFECTIFS : 80 PERSONNES

ANALYSE

ROIRET ENERGIES

LE SPÉCIALISTE DES ÉNERGIES ÉLECTRIQUES

En dépit de l'arrêt de ses activités pendant un peu plus d'un mois pour mettre en place des mesures sanitaires sur les chantiers, cette entreprise lyonnaise historique affichera, cette année encore, un chiffre d'affaires en hausse.

Peu d'entreprises peuvent s'en vanter : Roiret Energies a fêté son 100^{ème} anniversaire l'année dernière. Une formidable saga, longtemps restée placée sous le signe de l'aventure familiale, avant un rachat en 1994, puis l'entrée dans la galaxie Vinci au début des années 2000. Des évolutions qui ont bien entendu marqué l'histoire de l'entreprise, mais sans jamais changer son ambition d'être un partenaire incontournable de la filière bâtiment.

Installé à Saint-Priest, Roiret Energies est aujourd'hui un spécialiste reconnu des énergies électriques. Un savoir-faire que l'entreprise décline majoritairement dans le tertiaire, la logistique et le retail, sous l'identité ROIRET Espaces. « Aujourd'hui cela représente 75 % du chiffre d'affaires de Roiret Energies. Mais nous intervenons aussi dans le Résidentiel depuis une dizaine d'années et nous avons créé une division spécifique « ROIRET Résidentiel » pour cette activité il y a 3 ans », explique Miguel Ribeiro, Chef d'Entreprise ROIRET Espaces.

Essentiellement basée sur Lyon et sa région, pour les activités tertiaire et résidentiel, la clientèle de Roiret Energies est composée de promoteurs et d'entreprises générales. « Mais nous avons aussi des offres qui sont adressées directement aux clients finaux, notamment lorsqu'il s'agit d'efficacité énergétique ou de réhabilitation », précise-t-il. Avant d'ajouter : « Pour la logistique et le retail, notre champ d'intervention est beaucoup plus étendu que la région lyonnaise. Nous suivons nos clients dans leurs développements géographiques, que

ce soit à Paris, à Bordeaux, en Savoie, voire à l'étranger »

Mais quel que soit le domaine dans lequel elles interviennent, les équipes de Roiret Energies déploient la même énergie et la même efficacité. « Quelle que soit sa taille, nous traitons à l'identique un client dans le tertiaire comme dans le retail. Qu'il s'agisse d'Orange, pour lequel nous sommes intervenus récemment dans le cadre de la construction de son nouveau siège lyonnais, dans le quartier de la Part-Dieu, ou de clients comme la Vie Claire ou Générale d'Optique, que nous accompagnons dans leur déploiement à travers la France, nous mettons toujours la même implication et la même énergie pour les satisfaire. »

Pour cela, Roiret Energies a fait le choix de segmenter ses équipes, afin de proposer une offre de véritables spécialistes. « Nous poussons la logique très loin, insiste Miguel Ribeiro. Nous avons des professionnels qui maîtrisent parfaitement leur domaine, car ils ne font que cela. Du responsable d'affaires jusqu'au monteur, les hommes sont dédiés à une seule activité. On s'adapte à chaque fois aux projets et aux contraintes de nos clients. C'est un de nos atouts. Nous travaillons toujours avec cet état d'esprit partenarial, à l'image des valeurs que porte l'OL. »

Partenaire de longue date de l'Olympique Lyonnais, Roiret Energies met bien évidemment à profit sa présence dans les tribunes du Groupama Stadium pour remercier ses clients et pour étoffer son réseau. « Mais c'est aussi pour notre plaisir personnel, ajoute Miguel Ribeiro. Personnellement, je suis un grand supporter de l'OL depuis très longtemps et je prends toujours énormément de plaisir à venir regarder les matchs de notre équipe. »



ROIRET ÉNERGIES

CRÉATION : 1919

PRÉSIDENT : PATRICK BORTOLINO

SIÈGE SOCIAL : SAINT-PIREST

EFFECTIFS : 90 PERSONNES

CHIFFRE D'AFFAIRES : 20 M€

LE PROJET OL VALLÉE ENTRE DANS LA DERNIÈRE LIGNE DROITE

En quelques années, le projet porté par OL Groupe est devenu une réalité tangible ; un tout nouveau quartier dont la montée en puissance va s'accélérer au cours des prochains mois.

Autour du Groupama Stadium et du centre d'entraînement qui accueille les équipes professionnelles de l'Olympique Lyonnais, un hôtel 3*, un laboratoire d'analyses, une clinique et un immeuble de bureaux sont déjà en activité depuis plusieurs mois.

Début 2021, un centre de loisirs viendra compléter l'offre, dopé par l'arrivée, dès le 2 novembre prochain, d'une desserte quotidienne de transports en commun, cadencée toutes les 15 minutes, par la ligne de tramway T7.

Dès le mois de février 2021, OL Vallée s'enrichira en effet d'une offre de loisirs unique en son genre dans la périphérie immédiate d'un stade. Sur plus de 23 000 m², les visiteurs du site trouveront diverses installations et équipements ouverts 7 jours sur 7 : Foot à 5 et Futsal, vague de surf, fitness, badminton, café-théâtre, restaurants...

A moyen terme, OL Vallée développera une offre additionnelle en termes d'équipements

sportifs, avec deux nouveaux projets. Dès la rentrée 2022, deux figures internationales du tennis Jo-Wilfried Tsonga et Thierry Ascione ouvriront leur 3^e académie en France, la All In Academy, au sud du Groupama Stadium. Dans le même temps, le projet de future Arena est lancé. Imaginée pour accueillir les matchs

de prestige d'EuroLigue de LDLC ASVEL, mais aussi des concerts, des séminaires, cette nouvelle infrastructure devrait être livrée au deuxième semestre 2023, au pied du Groupama Stadium.



REPÈRE

JEAN-LOUIS MAIER

“

« DEUX NOUVELLES ENSEIGNES PRESTIGIEUSES DANS LE CARRÉ D'OR LYONNAIS »

”

Partenaire de l'OL depuis plus de 20 ans, Jean-Louis Maier cultive l'art du beau avec passion. Une philosophie que le joaillier lyonnais se réjouit de proposer, à partir de cet hiver, au travers de deux nouvelles boutiques : TAG HEUER et BREITLING.

Avec une forte proportion de clientèle internationale dans vos boutiques, comment avez-vous vécu le confinement et la fermeture quasi totale des frontières ?

Nous avons réussi à passer cette période sans casse. Si l'on excepte bien entendu les deux mois d'inactivité totale liés au confinement, du 15 mars au 11 mai. Mais ensuite, nous avons très bien redémarré. Ce n'est pas sans rapport avec notre positionnement sur le marché du luxe, qui a été relativement préservé par les effets de la crise sanitaire. Nous avons notamment bénéficié d'une présence plus marquée que les années précédentes de la clientèle locale. Les chiffres en tout cas sont là pour le démontrer ; nous terminerons l'année 2020 avec des résultats tout à fait convenables.

Comment se présentent les prochains mois ?

Pour nous ils seront placés sous le signe du développement, puisque nous allons ouvrir deux nouvelles boutiques mono-marque, au 102 rue Président Édouard Herriot. La première à l'enseigne TAG HEUER et la seconde à l'enseigne BREITLING. Dans les deux cas, les clients entreront pleinement dans l'univers de ces deux marques prestigieuses : celui de l'automobile et du sport pour TAG HEUER, celui de l'air, de la terre et de la mer pour BREITLING. Ce seront deux décors totalement différents, avec deux ambiances très spécifiques pour chacune de ces boutiques, qui emploieront cinq personnes. Elles pourront par ailleurs s'appuyer sur les horlogers de la boutique multimarques MAIER Horloger, qui sont au nombre de huit et qui mettront leur savoir-faire au service de ces deux enseignes.

Pourquoi avez-vous fait le choix d'ouvrir ces boutiques mono-marque alors que vous proposez déjà TAG HEUER et BREITLING chez MAIER Horloger ?

C'est une demande des marques elles-mêmes, qui sont très porteuses et qui ont émis ce souhait. Naturellement nous avons répondu favorablement, au même titre que nous l'avons fait par le passé avec les boutiques ROLEX et FRED. Pour cela nous avons fait appel à Bernard Aulagne, de la société RBBA Conseil, notre partenaire habituel lorsque nous devons mener à bien une opération de ce type. A l'origine, nous avons prévu d'ouvrir ces deux boutiques au début du mois prochain, mais les travaux



ont été retardés par la crise sanitaire et nous avons finalement reporté ces ouvertures au 1^{er} décembre.

Avec ces deux boutiques entièrement dédiées à leur univers propre, allez-vous arrêter de proposer les marques TAG HEUER et BREITLING chez MAIER Horloger ?

Non, pas du tout. Elles seront toujours présente dans notre boutique multimarques, comme nous le faisons déjà avec ROLEX, mais aussi avec FRED qui est toujours proposé à la fois chez MAIER Joaillier et dans la boutique qui lui est dédiée. Ces deux expériences nous ont confirmé que ce modèle fonctionnait parfaitement ; nous n'avons donc aucune raison de modifier le dispositif. Il y a des clients qui ne recherchent pas un article en particulier et qui veulent avoir un éventail large de possibilités pour comparer les marques et les modèles avant de faire leur choix. Ils sont donc enclins à venir dans la multimarques. Tandis que d'autres aiment une marque et ne souhaitent pas en changer ; ceux-là sont destinés à se rendre dans la boutique dédiée à l'univers qu'ils apprécient. Car, bien entendu, ils trouvent sur place une profondeur de gamme beaucoup plus importante que dans une boutique multimarques.

Avez-vous l'ambition de toucher une nouvelle clientèle avec l'ouvertures de ces deux boutiques mono-marque ?

Oui, naturellement. Il y a aujourd'hui très peu de boutiques mono-marque entre Paris et la Côte d'Azur, à la fois pour TAG HEUER et BREITLING. La boutique TAG HEUER de Lyon sera seulement la 6^{ème} que cette prestigieuse marque suisse ouvre en France. Quant à BREITLING, cela fait à peine deux ans que son concept de boutique au style urban loft est déclinée dans

le monde. Ces ouvertures constitueront donc incontestablement deux événements majeurs et nous savons que nous allons ainsi conforter notre présence sur l'ensemble du territoire régional. Nous serons vraiment la référence pour les clients rhônalpins qui recherchent ces marques-là.

MAIER HORLOGER JOAILLIER

CRÉATION : 1998

PRÉSIDENT : JEAN-LOUIS MAIER

SIÈGE SOCIAL : LYON

EFFECTIFS : 45 PERSONNES

CHIFFRE D'AFFAIRES : 30 M€

7 BOUTIQUES : MAIER HORLOGER, BOUTIQUE ROLEX, MAIER VINTAGE ET MAIER JOAILLIER, BOUTIQUES FRED, TAG HEUER, BREITLING

ESPRIT
CLUB LE MAGAZINE

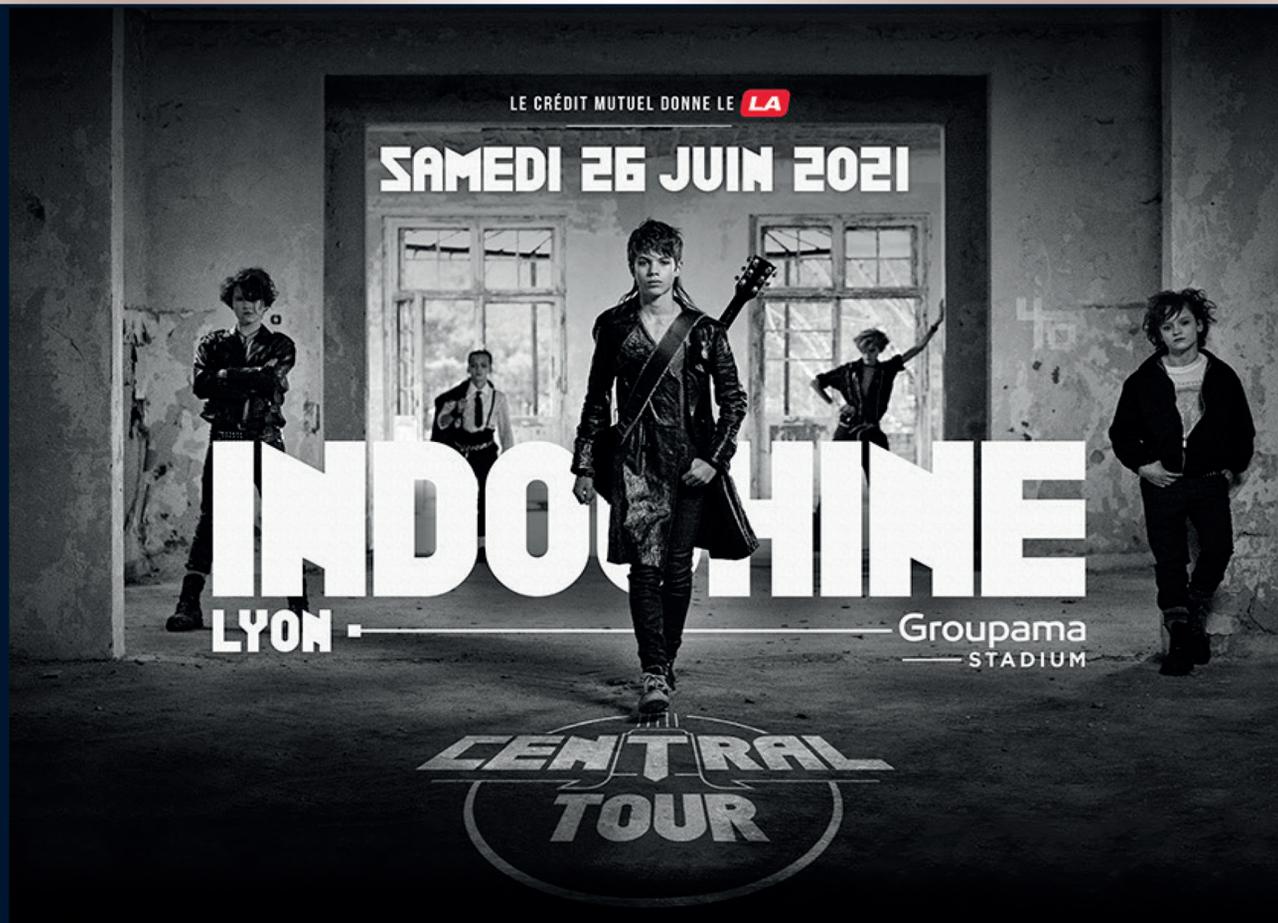
DIRECTEUR DE PUBLICATION
JACQUES MATAGRIN

OL-MEDIA
VIRGINIE ADNET
10 AVENUE SIMONE VEIL
69150 DÉCINES
VADNET@OL.FR
04 81 07 47 62

MAQUETTE
VITAL CROVILLE

RÉALISATION & RÉDACTION
TOUT LYON AFFICHES ©
18 RUE CHILDEBERT 69002 LYON
04 78 28 68 18

ASSISTEZ EN CONDITIONS **VIP** AU CONCERT ÉVÉNEMENT



CHOISISSEZ LA PRESTATION QUI VOUS CONVIENT



SALON DES LUMIÈRES



PRÉSIDENT BOX

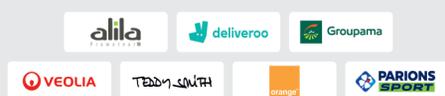


LOGES

POUR PLUS D'INFORMATIONS

04 81 07 55 14 / hospitality@ol.fr

OLYMPIQUE LYONNAIS



PARTENAIRES MAJEURS



PARTENAIRES PREMIUM



FOURNISSEURS OFFICIELS