

N°435 - MARS 2024 - 9,90 €

# Le Journal des Entreprises

NOUVELLE  
FORMULE

PAYS DE LA LOIRE

www.lejournaldesentreprises.com

**MAYENNE**  
ACTUAL STRUCTURE  
SON AMBITION  
SUR LE MARCHÉ  
DU TRAVAIL

**SARTHE**  
Le groupe Frio  
ouvre une filiale  
en Allemagne

**MAINE-ET-LOIRE**  
Dixneuf crée un site  
dans l'Ain

SIMPLIFICATION ADMINISTRATIVE  
**MEDEF ET CPME**  
MONTENT AU CRÉNEAU

Interviews exclusives  
de Patrick Martin  
et François Asselin

Anaïs Vivion, dirigeante  
de Beapp et présidente  
de French Tech Nantes.

**L'enquête**

# LE FINANCEMENT DES START-UP est-il vraiment en crise ?

# L'économie, nouveau modèle.

Nouveau site, nouvelles approches.  
Retrouvez toute l'actualité économique  
des entreprises et décideurs de votre région.



3

Semaines  
d'accès libre  
à notre site

Web  
Magazine  
Newsletters  
Podcasts  
Événements





Pour contacter votre correspondant par courriel :  
initiale.prenom.nom@lejournaldesentreprises.com

Directeur général, directeur de la publication :  
Bruno Dussourt

Directeur des rédactions : Philippe Flamand

Rédacteur en chef : Stéphane Vandangeon

Rédacteurs en chef adjoints :  
Gwenaëll Lyvinec, Florent Godard

Rédacteur en chef technique : Christophe Beluin

Graphiste : Jules Tanguy

Bureau de Nantes : 1, allée Baco – BP 73207  
44032 Nantes Cedex 1

Bureau d'Angers :  
2 carrefour Molière – 49124 Saint-Barthélemy-d'Anjou

Responsables d'éditions :  
David Pouilloux, 06 75 96 03 06 ;  
Olivier Hamard, 06 67 14 11 79

Journalistes :  
Benjamin Robert, 06 68 59 68 21  
Caroline Scribe, 06 17 53 10 55  
Courriel : 44-85@lejournaldesentreprises.com  
Frédéric Gérard, 06 67 09 98 86  
Courriel : 49-53-72@lejournaldesentreprises.com

Directeur commercial et du développement :  
Valérie Asti, 06 24 16 40 13

Publicité : Séverine Maurel, 06 65 00 48 37  
assistée de Béatrice Ollivier, 07 88 75 80 50

Directrice stratégie,  
diversification et communication :  
Emmanuelle Bouron, 06 60 96 82 51

Responsable Numérique et Data :  
Sabine Dechaume, 06 75 96 02 95

Chargée Evènements et Partenariats :  
Clémence Coutand, 07 88 36 27 33

Assistant Marketing Partenariats :  
Valentin Rezqi, 06 76 07 51 07

Diffusion, abonnements :

**0 810 500 301** Service 0,06 € / min  
+ prix appel

abonnement@lejournaldesentreprises.com

Abonnement papier + numérique  
1 an (10 numéros + 1 hors-série) : 390 €

Société éditrice :  
Manche Atlantique Presse  
1, allée Baco BP 73207 – 44032 Nantes Cedex 1

Capital social : 10 000 €

Actionnaire majoritaire : Financière Gaspard

N° ISSN : 1774-8380  
N° de CPPAP : 0725179144  
Dépôt légal : à parution

Imprimeur : MCC Graphic  
Saint-Sébastien  
Imprimerie labellisée certifié PEFC™ et FCS™

Papier : Burgo, Ardennes  
Taux de fibres recyclées : 0 %  
Eutrophisation : Ptot, 0,012 kg/tonne.

La reproduction ou l'utilisation  
sous quelque forme que ce soit de nos articles  
ou informations est interdite.



Par Philippe Flamand  
Directeur des rédactions  
Le Journal des Entreprises

## Une nouvelle ambition pour une économie nouveau modèle

Le monde change à toute vitesse et l'écosystème des entreprises change avec lui.

L'intelligence artificielle façon Chat GPT devient un élément clef du quotidien entrepreneurial dans un monde dominé par l'infobésité et sa cohorte de fake news.

L'information indépendante, factuelle et vérifiée n'en prend que plus d'importance pour prévoir, décider et in fine gérer son business. C'est pourquoi Le Journal des Entreprises se réinvente.

Sur le web d'abord, avec un nouveau site internet plus performant, mieux structuré, qui informe, bien sûr, mais déploie également de nouveaux services grâce à des algorithmes d'intelligence artificielle. Avec l'ambition de passer de l'information économique à l'intelligence économique.

Avec ses newsletters ensuite, centrées sur l'actualité économique des PME et des ETI sur les territoires.

Dans nos magazines mensuels enfin, relookés, à la pagination augmentée, enrichis avec de nouvelles rubriques consacrées à l'avenir des entreprises (RSE, Start-Up), à leur quotidien (Comment j'ai fait) et à leur ancrage familial et territorial (Saga).

Cette cure de jouvence s'accompagne d'une nouvelle donne géographique. Là où nous étions départementaux ou pluri départementaux nous devenons régionaux dans une logique revendiquée d'harmonisation au plus près de la vie réelle des entreprises et de leur champ d'action.

Bretagne, Pays de la Loire et Grand Est viennent donc compléter la liste de nos six autres éditions (Hauts-de-France, Normandie, Auvergne-Rhône-Alpes, Région Sud, Occitanie, Nouvelle-Aquitaine) pour proposer, chaque jour, sur le registre digital, et chaque mois sur le papier, des informations indispensables aux chef(e)s d'entreprise et à leurs partenaires.

Bonne lecture.

# Sommaire



© DAVID POUILLOUX

24



© ANTOINE HUMEAU

32



© GROUPE ECHO

56



© DAVID POUILLOUX

63

## 06 L'actu

- 06 Armor Group lance une nouvelle activité de « smart films »
- 07 Carrières de l'Ouest devient commissionnaire de fret ferroviaire
- 10 Sementis vise le million de brosses à dents fabriquées en 2024

## 14 Business

### Actual structure son ambition sur le marché du travail

- 18 Pour le groupe vendéen Steelgo, c'est l'heure du passage en Corse
- 19 CMG ou le pari gagnant des charpentes métalliques dans les chantiers de réhabilitation
- 20 Le groupe Brangeon investit 21 millions d'euros pour valoriser les déchets ultimes
- 22 Goubard renforce sa capacité industrielle avec la reprise d'Acson
- 23 Le spécialiste du photovoltaïque Solewa devient Wewise au côtés de trois autres entreprises
- 24 Le créateur d'objets publicitaires Génicado ouvre son capital et vise l'international
- 26 Le parisien Anod implante la première usine de son vélo hybride en Vendée
- 27 Stramatel équipe l'Adidas Arena pour les JO 2024 et renforce son innovation
- 28 Le groupe Frio ouvre une filiale en Allemagne et se tourne vers l'Amérique
- 30 Verteego booste le commerce avec l'intelligence artificielle
- 31 Dixneuf met le cap sur l'est de la France et ouvre un site dans l'Ain
- 32 Lacroix dévoile sa ligne de production de bornes de recharges de voitures électriques
- 34 Roussilhe passe dans les mains du lyonnais Opal-Demetz
- 35 Livraison à vélo : Naofood change de braquet en absorbant Les Coursiers Nantais

- 36 JVD complète sa gamme d'hygiène professionnelle
- 37 A & B Couture retouche son capital avec l'arrivée d'Innovafonds
- 38 Le groupe Acieo intègre les compétences de la société Deschamps
- 39 Box'n Services se lance en franchise

## 40 RSE

- 40 Protechhom veut imposer l'écoresponsabilité à ses fournisseurs
- 42 Vizion Connect lance un service d'autopartage électrique pour les villes et les entreprises
- 43 Underdog ouvre une boutique d'électroménager reconditionné

## 44 Start-up

- 44 Le spécialiste du négoce digital pour l'agriculture Delivagri vise 50 % de croissance en 2024
- 46 Allaw veut démocratiser l'accès aux services juridiques
- 47 Runway shower veut implanter ses stations de douche dans les quartiers d'affaires
- 48 Le nantais Smart Macadam veut faire face aux chutes des seniors
- 49 TelcoFactory souhaite devenir l'opérateur téléphonique de proximité de référence
- 50 Yuniboat met les voiles vers Saint-Nazaire

## 52 Saga

**Le groupe Bodet maîtrise le temps depuis plus de 150 ans**

## 56 Rencontre

- 56 Maryline Cesbron, habitée par la danse... et la pub
- 58 Olivier Clément, nouveau président du groupe électronique Eolane



## 60 Territoires

- 60 Le Grand Port Maritime Nantes Saint-Nazaire met le cap sur la transition énergétique
- 62 Le secteur vélique cherche à se structurer avec des formations
- 63 « Nous sommes le seul territoire à lancer un collectif pour recruter dans la tech »
- 64 La CEC Ouest a embarqué 62 dirigeants vers l'économie régénérative
- 66 Quatre start-up nantaises fondent le collectif Moins Pire
- 67 Le club Face Le Mans Sarthe se relance et étend sa politique d'inclusion par l'emploi

## 70 L'enquête

Le financement des start-up connaît-il vraiment la crise ?

## 76 Comment j'ai fait

- 76 Claude Robin (Amarris) : « Nous avons déconstruit les clichés sur les comptables pour recruter »
- 78 José Burgos (Stif) : « Ma PME a levé 10 millions d'euros en Bourse »

## 78 Best of de l'innovation

### 80 DOSSIER SPÉCIAL

Formation continue : retour aux fondamentaux

### 90 L'éco en France

- 90 La France crée toujours plus d'usines qu'elle n'en ferme
- 91 2 milliards d'euros de prêts garantis par l'État pour lutter contre le réchauffement climatique
- 92 Loi Climat et résilience : 113 000 hectares vont manquer avec le Zéro artificialisation nette

### 93 Les grands témoins

**Patrick Martin, président du Medef** : « Il ne faut pas perdre de vue l'objectif de compétitivité de nos entreprises »

**François Asselin, président de la CPME** : « Personne ne voit la catastrophe arriver »

# POUR HABITER, INVESTIR OU DÉFISCALISER AUX SABLES-D'OLONNE

RÉSIDENCE EN COURS DE CONSTRUCTION

LIVRAISON EN 2025

T2 | T3



VILLA  
KALIA

À PARTIR DE **217 500€** TTC<sup>(1)</sup>



DISPOSITIF  
**PINEL**<sup>(2)</sup>

ÉCONOMISEZ  
JUSQU'À **4 000€/AN** SUR VOS IMPÔTS<sup>(3)</sup> !



**DURET**  
TOUT L'IMMOBILIER

**02 51 98 23 18**  
[www.duret-promoteur.fr](http://www.duret-promoteur.fr)

AGENCE SPÉCIALISÉE DANS LE NEUF  
2 rue Benjamin Franklin,  
85000 LA ROCHE-SUR-YON

DURET PROMOTEUR • 10A Rue Augustin Fresnel 85600 MONTAIGU-VENDEE • SARL au capital de 58 480,00 € • SIRET 50966369600045 • RCS La Roche-sur-Yon B 509 663 696. (1) Prix hors frais de notaire, non contractuel.

(2) Le non-respect des engagements de location entraîne la perte du bénéfice des incitations fiscales. (3) Montant de l'économie réalisée non contractuel, calculé sur la base d'un investissement PINEL plafonné à 300 000€ TTC sur 9 ans, frais de notaire inclus.

# Actualité

## VENDEE TOURISME

### Le groupe Chadotel ouvre son capital à Bpifrance afin de poursuivre sa croissance

Le groupe hôtelier vendéen Chadotel (CA 20 M€), basé à Jard sur Mer, ouvre son capital et y accueille Bpifrance, Océan Participations et Ouest Croissance. Le capital reste majoritairement au main de la famille du dirigeant, Franck Chadeau, à la tête de l'entreprise depuis 23 ans. Il souhaite passer le flambeau à son fils, Louis Chadeau. Le groupe, qui compte 13 établissements de catégorie 4\* et supérieur, mise sur cette levée de fonds pour poursuivre son développement en organique ou via des croissances externes.



Armor Groupe lance une nouvelle filiale Armor Smart Films, dédiée aux films intelligents.

© ARMOR GROUP

## NANTES INDUSTRIE

# Armor Group lance une nouvelle activité de «smart films»

Le groupe nantais Armor se lance dans la conception et la production de films innovants. Cette nouvelle activité vient compléter ses métiers historiques dans la conception et la fabrication de rubans transfert thermique, des encres et consommables, ainsi que des services d'impression.

**L**e groupe nantais Armor (2 500 collaborateurs, 447 M€ de CA) crée une nouvelle filiale, Armor Smart Films, dédiée à l'impression et l'enduction de matériaux actifs complexes. La nouvelle activité bénéficie d'une équipe dédiée, d'équipements d'enduction de spécialité et de sérigraphie existants et des investissements dans de nouveaux matériels dans les prochaines années.

### DES APPLICATIONS POUR LES MEDTECH, LES GREENTECH, INFOTECH...

La conception et la production de films intelligents concernent de nombreux secteurs, tels que la medtech (entreprises de technologies médicales et de la santé), la greentech (entreprises de la transition écologique et énergétique) et les technologies de l'information et de la communication. Les perspectives de développement industriel et commercial sont encourageantes, avec des applications liées notamment aux capteurs de présence ou aux membranes pour le stockage ou la production d'énergie, la désalinisation, la capture de carbone ou la production d'hydrogène par électrolyse. Les champs d'intervention privilégiés

sont multiples comme les films à effet piézoélectrique (effet qui décrit l'interaction entre la pression mécanique et la tension électrique dans les solides, NDLR), les films destinés à la production ou au stockage d'énergie, l'électronique imprimée, la formulation de matériaux complexes ou les encres intelligentes.

### 50 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES D'ICI 5 À 10 ANS

«Le marché des matériaux intelligents devrait croître à un TCAC (taux de croissance annuel composé, NDLR) de 7,1 % pour la période 2023-2030, avec une taille de marché projetée de 115,4 milliards de dollars d'ici 2030. Armor Smart Films est une activité naissante, mais parfaitement adaptée à notre savoir-faire spécialisé dans l'enduction de couches fines sur films minces. Nous estimons son potentiel comme très prometteur. Nous projetons d'atteindre un chiffre d'affaires de l'ordre de 50 millions d'euros à un horizon de 5 à 10 ans, avec des dizaines de créations d'emplois associés», déclare Hubert de Boisredon, président-directeur général d'Armor Group.

Caroline Scribe



© URMET GROUP

### MAINE-ET-LOIRE **INDUSTRIE** FDI ouvre une filiale en Allemagne

Filiale du groupe Urmet France, la société de Cholet FDI (32 M€ de CA 2022, 170 collaborateurs), qui conçoit, industrialise et fabrique des systèmes de contrôle d'accès, interphonie et IoT pour les marchés résidentiels, a ouvert une filiale en Allemagne. Appelée FDI GmbH, elle a vu arriver ses premiers collaborateurs en février et vise à renforcer la stratégie de l'entreprise de l'international. FDI veut aussi accentuer sa présence dans d'autres pays, notamment en Australie, République Tchèque ou Slovaquie.



© MAISON BÉCAM

### MAINE-ET-LOIRE **COMMERCE** Maison Bécam ouvre sa 25<sup>e</sup> boulangerie et part à la conquête de la capitale

Déployé en propre et en licence de marque, le groupe angevin Maison Bécam, créé en 2005, (15 M€ de CA 2022) a ouvert sa 25<sup>e</sup> boulangerie à Corné (Maine-et-Loire) et continue son déploiement. Il prévoit l'ouverture d'au moins 5 nouveaux établissements cette année. Outre Blois (Loir-et-Cher), Orléans (Loiret), Le Mans (Sarthe) et Limoges (Haute-Vienne), le groupe veut mettre pour la première fois le pied dans la capitale. Il devrait ainsi ouvrir une boulangerie à Paris avant la fin de l'année.



Thomas Dupuy d'Angeac, président de Carrières de l'Ouest, veut proposer les services de la filiale Cinérites TL aux entreprises de tous secteurs d'activité pour le fret ferroviaire.

© RÉMI HAGEL

### MAYENNE **LOGISTIQUE**

## Carrières de l'Ouest devient commissionnaire de fret ferroviaire

Carrières de l'Ouest achemine par voie ferrée environ 4 500 tonnes de granulats et déchets de chantier par jour. Sa filiale est désormais qualifiée pour proposer un service de fret à des entreprises.

**S**ociété d'exploitation de la plus grande carrière de roche dure de France, à Voutré en Mayenne, Carrières de l'Ouest utilise historiquement le train pour livrer ses clients ; depuis 1860 en direction de Paris. Avec un million de tonnes de granulats l'an dernier, c'est même le premier chargeur des Pays de la Loire. La société mayennaise (120 salariés, 55 M€ de CA) peut désormais proposer un service de fret ferroviaire. Depuis quelques mois, elle est commissionnaire de transport via une filiale : Cinérites Transports Logistique emploie 14 personnes et réalise déjà 8 millions d'euros de chiffre d'affaires

Ses clients potentiels ? « Des sociétés comme Lafarge, pour qui on a déjà travaillé, indique le président Thomas Dupuy d'Angeac. Mais aussi des entreprises qui ont besoin de transporter de l'eau, des pièces d'usine, etc. »

Il suffit pour cela de réserver quelques wagons-containers sur la cinquantaine dont est composé chaque train. La filiale fait convoier en moyenne trois trains par jour chargés de 1 500 tonnes de granulats, hors week-end, et au retour, des déchets de chantier pour remblayer la carrière de Voutré. S'orienter vers la prestation est une manière de rentabiliser les investissements réalisés ces dernières

années : l'entreprise possède six reach-stackers, d'énormes chariots élévateurs, et 500 containers de 20 pieds.

### S'IMPLANTER PRÈS DE NANTES ET AUTOUR DE PARIS

Cinérites Transports Logistique s'appuie sur une plateforme de chargement de la carrière de Voutré. Elle compte d'autres sites au Mans (Matsud), à Trappes, au sud-ouest de Paris, et depuis septembre 2023 à Bonneuil-sur-Marne, au sud-est de Paris. « On cherche aussi à s'implanter à Gennevilliers (dans les Hauts-de-Seine, NDLR) où il existe déjà un terminal combiné rail-route, indique Thomas Dupuy d'Angeac. On explore en outre le projet d'une liaison entre le port de Saint-Nazaire et Paris. Et l'on souhaite s'implanter dans la région de Nantes où l'activité est importante. L'idée est de limiter l'activité logistique dans un rayon de 100 kilomètres autour d'une plateforme. »

Propriété du groupe familial Basaltes (450 salariés, 150 M€ de CA), Carrières de l'Ouest réduit ainsi son empreinte carbone : « Transporter 700 000 tonnes en train, c'est plus de 20 000 camions en moins sur les routes chaque année et 4 000 tonnes de CO<sub>2</sub> en moins dans l'atmosphère ».

Frédéric Gérard

NANTES DISTRIBUTION

# Tessier Electricité se modernise pour faire face à la concurrence

Distributeur indépendant de matériel électrique et électroménager pour les professionnels, la PME nantaise Tessier Électricité a engagé plusieurs chantiers de modernisation pour consolider ses positions sur un marché dominé par les grands groupes.



Eric Robert a pris la direction de la société nantaise Tessier Electricité il y a trois ans.

**A** lors qu'elle vient de fêter ses 65 ans d'existence, la société nantaise Tessier Électricité a engagé depuis trois ans d'importants investissements pour préparer l'avenir. La PME compte 80 salariés et réalise 33 millions d'euros de chiffre d'affaires. Elle distribue du matériel électrique et électroménager en B To B sur les marchés du résidentiel, du logement et du petit tertiaire. L'enjeu pour elle est de s'imposer face à une concurrence dominée par de grands réseaux, comme Rexel ou Sonepar. Elle-même adhérente du réseau Socoda, la société Tessier Électricité propose plus de 12 000 références aux artisans, TPE et PME du génie électrique et du génie climatique, via un réseau de huit agences, implantées dans les départements de la Loire-Atlantique, de la Vendée et du Maine-et-Loire.

Arrivé en 2020 à la direction de l'entreprise, détenant majoritairement par Paul Le Goff, Eric Robert a engagé plusieurs chantiers pour maintenir la dynamique de l'entreprise. « Nous menons plusieurs grands projets de front dans les domaines de la logistique et du digital. Il s'agit d'une succession d'étapes passage en vue de préparer l'avenir dans un contexte concurrentiel fort », expose le dirigeant.

## DIGITALISATION

Ainsi, la PME a investi dans plusieurs outils digitaux, à savoir un nouvel ERP et un site web marchand. Celui-ci représente d'ores et déjà 7,5% du chiffre d'affaires et l'objectif est de porter cette part à 10% fin 2024. Pour rationaliser les flux, une plateforme logistique a été mise en place. Un poste de référent technique vient compléter l'expertise technique présente dans chaque agence pour accompagner les clients dans leurs dimensionnements.

« Sous l'effet de la diversification des usages électriques, de la rénovation énergétique et de la production d'énergie verte, nos métiers et ceux de nos clients évoluent. Nous vendons aujourd'hui des pompes à chaleur, des panneaux photovoltaïques ou encore des bornes de recharge électrique. Ce sont des axes de développement », avance Eric Robert. L'entreprise a, elle-même, engagé sa transition énergétique par l'utilisation de véhicules électriques.

Tessier Électricité prévoit de se lancer à la conquête du secteur du second œuvre où l'entreprise est encore peu présente.

Caroline Scribe

NANTES INFORMATIQUE

## 4 Cad acquiert l'éditeur de logiciel Astrée Software

Le groupe nantais 4 Cad, distributeur de logiciels pour les industriels, devient aussi un éditeur, avec l'acquisition d'Astrée Software (Loire). Ce nouvel ensemble affiche ses ambitions : être leader de la transformation numérique pour les entreprises industrielles.

L'entreprise, créée en 2004, a élargi sa gamme de logiciels : conception assistée par ordinateur, automatisation des lignes de production, ou encore système de gestion d'entreprise.

Cette acquisition offre au nouveau groupe un maillage géographique plus dense sur le territoire français. L'ETI nantaise compte aujourd'hui 400 salariés et 13 agences, dont une en Suisse et une au Canada. L'ascension de 4 Cad se mesure aussi dans le chiffre d'affaires, passé de 68 millions d'euros en 2022, pour 83 millions d'euros en 2023. 4 Cad souhaite atteindre plus de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires et franchir la barre des 600 collaborateurs en 2024.



# THE NEW iX2

682 €/MOIS  
SANS APPORT.\*



100% ÉLECTRIQUE

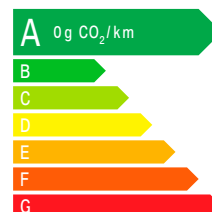
## PAYS DE LOIRE AUTOMOBILES

Porte de Sautron, av. des Lions  
44800 Saint-Herblain  
Tél. 02 40 16 94 30  
[www.pays-de-loire-automobiles.com](http://www.pays-de-loire-automobiles.com)

## Votre contact Entreprises :

M. Nicolas GIRARDOT  
Port. 06 45 85 49 49  
[nicolas.girardot@pays-loire.net.bmw.fr](mailto:nicolas.girardot@pays-loire.net.bmw.fr)

\*Exemple pour une BMW iX2 eDrive20 M Sport VP (5P) bva 1-204CH-5cv (SUV). 48 loyers linéaires : 681,56€/mois TTC.  
(1) Location longue durée sur 48 mois et pour 40 000 kms incluant l'Entretien, l'Assistance 24h/24h et la Garantie Perte Financière.  
Offre réservée aux entreprises pour toute commande d'une BMW iX2 eDrive20 M Sport dans les concessions participantes avant le 30/03/2024 sous réserve d'acceptation de votre dossier par Alphabet France Fleet Management - 1 Avenue Edouard Belin - 92500 Reuil Malmaison - SNC au capital de 38 125 € - RCS Nanterre B 338 708 076 - N° TVA Intracommunautaire : FR 61 338 708 076 - Téléphone : 01 49 04 91 00. Prestations souscrites auprès d'Alphabet France Fleet Management - N° ORIAS : 13009206. Vérifiable sur [www.orias.fr](http://www.orias.fr).  
Consommation d'énergie électrique : 160 Wh/km. Autonomie en cycle urbain : jusqu'à 563 km; Depuis le 01/09/2018, les véhicules légers neufs sont réceptionnés en Europe sur la base de la procédure d'essai harmonisée pour les véhicules légers (WLTP), procédure d'essai permettant de mesurer la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub>, plus réaliste que la procédure NEDC précédemment utilisée. (1) Après déduction du bonus écologique de 3000 €, sous réserve d'éligibilité conformément au décret en vigueur.



Pensez à covoiter #SeDéplacerMoinsPolluer



Alexis Godicheau et Thomas Jeanvret, codirigeants de Sementis et Apimani, créées en 2017 sous le nom de J'aime mes dents.



© OLIVIER HAMARD

### ÉLECTRONIQUE

#### Le vendéen Tronico est racheté par le périgourdin Agôn Electronics

Le groupe électronique vendéen Tronico est racheté par son concurrent périgourdin Agôn Electronics. Les deux entreprises sont spécialisées dans la sous-traitance électronique (EMS), d'une part et dans la conception de produits propres, d'autre part. Jusqu'à présent filiale d'Alcen, Tronico emploie 700 salariés (400 sur son site de Saint-Philbert-de-Bouaine en Vendée et 300 à Tanger, au Maroc) pour un chiffre d'affaires de 72 millions d'euros en 2022.

### MAINE-ET-LOIRE INDUSTRIE

## Sementis vise le million de brosses à dents fabriquées en 2024

Installé depuis un peu plus d'un an au Plessis-Grammoire, près d'Angers, le fabricant de brosses à dents Sementis et sa marque Apimani a réalisé une croissance de 25 % en 2023. L'entreprise a fabriqué 700 000 brosses à dents l'an passé et envisage d'en produire un million cette année.

**P**our sa première année de production, Sementis est allée au-delà de ses prévisions, avec 700 000 brosses à dents fabriquées, enregistrant une croissance de 25 % au lieu des 20 % envisagés. Fin 2022, la société J'aime mes dents, créée en 2017 à Angers, faisait l'acquisition de nouveaux locaux au Plessis-Grammoire (Maine-et-Loire), avant de changer d'identité en avril 2023 et de se diviser en deux entités : Sementis, pour l'activité industrielle de fabrication de brosses à dents, et Apimani pour les produits en nom propre.

### 1,5 MILLION D'EUROS D'INVESTISSEMENT

Second fabricant français de brosse à dents derrière La Brosserie Française, Sementis (1,5 M€ de CA 2023 contre 1,2 M€ en 2022) dit avoir bénéficié d'un marché en forte croissance en 2023. L'entreprise angevine a fabriqué 75 % de ses brosses à dents en marque blanche pour des clients français et 25 % pour sa propre marque Apimani. «C'est un secteur porteur, indique Thomas Jeanvret, codirigeant avec Alexis Godicheau de Sementis et d'Apimani. La brosse à dents est un accessoire de notre quotidien. Seules 5 % des brosses à dents sont

françaises, et sur une consommation annuelle de plus de 180 millions, nous ne sommes que deux fabricants en France.»

La jeune entreprise d'une quinzaine de personnes a choisi de localiser sa fabrication en France et reste exigeante sur les matières utilisées. Le bois des manches est issu de forêts gérées durablement dans le Jura et les filaments sont en nylon biosourcé. Sementis s'est doté dans ses nouveaux locaux de 470 mètres carrés d'une machine permettant la fabrication de 2 millions de brosses à dents par an, pour un investissement total de 1,5 million d'euros. L'entreprise en a donc produit 700 000 l'an passé, dont 75 % à tête amovible. Elle nourrit maintenant l'objectif d'atteindre en 2024 le million d'exemplaires fabriqués. Par ailleurs, elle a également commercialisé en 2023 plus de 300 000 produits, savons aimantés, peignes ou encore brosses à cheveux. Produits pour lesquels l'entreprise revendique le made in France, allant chercher ses partenaires au plus proche, en Anjou en premier lieu, puis dans l'Hexagone, éventuellement en Europe pour ce qu'on ne trouve pas en France.

Olivier Hamard



© AXPLORA

### SARTHE INDUSTRIE

#### Axplora investit 8 millions d'euros sur son site du Mans

Pour renforcer la capacité de production de son site du Mans (Sarthe) qui fournit des traitements contre le cancer, le groupe Axplora, basé à Raubling (Allemagne) investit 8 millions d'euros. L'unité mancelle, où 15 nouveaux postes vont être créés, fabrique des anticorps monoclonaux conjugués (ADC). Autrement appelés conjugués anticorps médicaments, ces principes hautement actifs font partie d'une classe particulière de médicaments qui sont utilisés comme une thérapie dans le traitement du cancer.



© MY PIE

### MAYENNE **AGROALIMENTAIRE**

#### My Pie accueille à son capital le fonds Ardian

L'entreprise mayennaise My Pie (11 M€ de CA 2022) accueille à son capital le fonds privé Ardian, qui a pris une participation minoritaire, sans que le montant ne soit dévoilé. L'arrivée de cet investisseur va offrir de nouvelles perspectives aux dirigeants de la PME, les fondateurs Adrien Goud et Sébastien Rico, et Jean-Rémy Cousin. « Nous travaillons déjà activement pour leur faire bénéficier de notre expertise, notamment en matière de structure organisationnelle, de digitalisation et d'internationalisation », explique Frédéric Quéru, directeur général croissance d'Ardian. Ce dernier évoque l'ambition de créer « un leader européen du snacking chaud ». My Pie a développé un concept original de tourtes, pizzas, croque-monsieur, etc. vendus chauds en corner dans la grande distribution. La cible privilégiée sont les magasins proches des centres-villes. L'entreprise du Bocage mayennais construit actuellement une nouvelle usine pour accueillir ses 75 salariés.



© FIVE A DAY

### LE MANS **SERVICES**

#### Five a Day ouvre sa première franchise à Montpellier

Lancée en 2018 par Alexandre et Thibault Guillaume, Five a Day, la société de livraison dans des entreprises de fruits frais et secs produits dans un rayon de 150 kilomètres, a ouvert sa première franchise à Montpellier (Hérault). Five a Day, qui a atteint l'an passé un chiffre d'affaires de 750 000 euros, a mis en place une équipe dédiée de trois personnes, chargée d'accompagner les futurs franchisés. Après Montpellier, Five a Day veut poursuivre son développement sur le territoire national et a identifié une trentaine d'agglomérations en France où elle souhaiterait s'implanter en franchise à l'horizon 2030.

### SARTHE **INDUSTRIE**

#### Les contreplaqués de Drouin désormais certifiés pour les équipements ferroviaires

Drouin SAS (27 M€ de CA 2022, 185 collaborateurs), spécialiste du contreplaqué et de l'usinage de panneaux et de bois, est sur de bons rails : la PME sarthoise a obtenu la certification pour une mise en œuvre de ses panneaux contreplaqués dans les équipements ferroviaires, pour lesquels des exigences particulières sont imposées en matière de réaction au feu. L'entreprise de Mézières-en-Ponthoise va désormais pouvoir proposer ses panneaux pour l'installation de cloisons, de plafonds et d'équipements dans les matériels ferroviaires.

### VENDÉE **BTP**

#### Le vendéen LCA Construction Bois ouvre une agence à Paris

L'entreprise vendéenne LCA Construction Bois, spécialisée dans la construction du gros œuvre bois et de l'enveloppe extérieure pour l'habitat et installée à La Boissière de Montaigu, ouvre une agence à Paris. Cette implantation va permettre à la PME familiale (99 salariés, 18,3 M€ de CA) de se rapprocher de ses clients parisiens et d'améliorer son empreinte carbone en limitant les déplacements des équipes de pose. Un binôme responsable travaux et conducteur travaux est déjà en place. Les recrutements en cours viendront compléter l'équipe.

### VENDÉE **NAUTISME**

#### Beneteau affiche un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros en 2023

Le constructeur vendéen de bateaux Beneteau affiche un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros en 2023, en hausse de 18 % par rapport à l'année précédente. Hors de sa section Habitat que le groupe souhaite céder à Trigano, le chiffre d'affaires de Béneteau en données publiées s'élève à 1,46 milliard d'euros, soit une croissance de 17 % pour sa section bateau. Ce chiffre est supérieur aux attentes, malgré le ralentissement de son activité au quatrième trimestre. Dans le détail, l'activité voile, qui représente 47 % des ventes sur l'année, a progressé de plus de 30 %. De son côté, l'activité liée aux moteurs a quant à elle progressé de 9 %. Pour 2024, Beneteau craint les hausses significatives des taux d'intérêt, combinées aux effets de l'inflation, et s'attend à un impact négatif de 100 à 150 millions d'euros sur l'année. Dans ce contexte, le groupe mise sur la montée en gamme de ses produits. Ainsi, la division bateau devrait générer en 2024 une marge opérationnelle entre 7 % et 10 %.

VENDÉE **TRANSITION ÉNERGÉTIQUE****Le vendéen Synerpod a inauguré sa première manufacture**

La start-up Synerpod a inauguré sa première manufacture à Montaigu-Vendée, et dédiée à la fabrication de «Pods». Il s'agit de préfabriqués dédiés à l'habitat collectif en précarité énergétique. Ils sont composés d'une pompe à chaleur avec ballon d'eau chaude, d'une VMC double flux et d'un système de monitoring, qui permet de maîtriser les charges des résidents.

Fruit d'un projet collaboratif né en décembre 2019, Synerpod voit deux industriels, déjà présents comme fournisseurs de la start-up, la soutenir avec une entrée au capital.

Il s'agit du groupe nantais Cetih, fabricant de portes et fenêtres, qui avait déjà mis un pied dans la rénovation énergétique des bâtiments avec sa filiale Koov. Créée il y a deux ans, cette filiale accompagne les particuliers dans leur démarche, avec des conseils et préconisations. Le second soutien est le fabricant de pompes à chaleur et de solutions de chauffage Airwell, basé dans les Yvelines.

NANTES **FORMATION****L'école d'ingénieurs nantaise ESB s'implante à Lyon**

Implantée à Nantes, où se trouve son siège, l'École supérieure du bois est une école d'ingénieurs spécialiste des usages du bois et des matériaux biosourcés. Cet organisme de formation de référence installera un établissement à Lyon à compter de septembre 2024 au sein du tiers-lieu Hévéa, dédié à l'ESS et à la protection de l'environnement. L'école, qui propose un bachelor en sciences et ingénierie du bois, a choisi d'intégrer un lieu totem de l'économie sociale et solidaire qui accueille déjà une trentaine de structures qui se consacrent aux thématiques environnementales et sociétales.

MAYENNE **GESTION DE L'EAU****Le fabricant mayennais de drains ATE racheté par l'italien FITT**

Agri Tube Extrusion (ATE) a rejoint le groupe italien FITT. Créée en 2001, la PME de Château-Gontier (46 salariés) est spécialisée dans la fabrication de systèmes de drains, d'évacuation et d'infiltration. La SAS innove et privilégie les procédés sans gravier avec l'usage de PVC recyclé. Pour soutenir la « très forte croissance » des dernières années, les dirigeants mayennais ont choisi d'intégrer un acteur stratégique: FITT emploie 1 200 personnes, possède dix sites de production et opère dans 87 pays. Il veut renforcer son offre « made in France » et sa présence dans l'Hexagone.

SARTHE **ELECTRONIQUE****Paris La Défense choisit le système d'alerte de masse de la PME sarthoise CiiTélécom**

La système d'alerte de CiiTélécom a été choisi pour Paris La Défense. L'automate TéléAlerte permet de « contacter rapidement, massivement mais de façon ciblée les tours, les établissements recevant du public et les occupants de la zone » en cas d'incidents et d'événements majeurs. La capacité d'envoi est de 330 000 alertes par heure sur différents canaux de communication: SMS, mails, téléphonie vocale, fax, panneaux d'affichages, etc. La réception de SMS est ainsi garantie « en moins de dix secondes », affirme Philippe Jauneau, PDG de la PME sarthoise (17 salariés et 2,5 M€ de CA en 2023). Le contrat a été signé par le biais de l'Ugap (marchés publics) pour une durée d'un an, renouvelable trois fois.

NANTES **INNOVATION****L'armateur japonais K Line rachète la start-up nantaise Airseas**

L'armateur japonais K Line rachète la start-up nantaise Airseas, qui emploie 145 salariés et avait été placée en redressement judiciaire. Airseas développe un système de voile de kit pour la propulsion des cargos, installé sur tous les navires et réduire leur consommation de carburants. Pour ce rachat, l'armateur a créé une filiale, Oceanicwing, afin d'intégrer les activités d'Airseas. Les conditions de rachat ne sont pas précisées. Jusqu'alors K Line était l'unique client d'Airseas. Fin 2023, la start-up nantaise avait même obtenu de bons résultats lors de sa première campagne d'essais en mer. Les résultats permettent de projeter une réduction initiale de 16 % en moyenne de fuel et d'émissions associées. Les prochaines étapes du développement du Seawing devaient avoir lieu sur un navire appartenant à l'armateur japonais K Line, qui avait acheté cinq Seawings, avec des options pour que la voile d'Airseas soit installée sur 50 de ses navires.

MAYENNE **MÉTALLURGIE****La fonderie Saint Jean et ses 80 salariés repris par Gietburg**

Le Tribunal de commerce de Laval a validé mi février le rachat de l'entreprise, propriété du groupe rhodanien Saint Jean Industries. Après dix-huit mois de redressement judiciaire, la fonderie située à Changé a été reprise par une société des Pays-Bas, Gietburg holding BV, filiale du groupe danois. L'offre comprend la reprise des 80 salariés. Le site est rebaptisé Fonderie Laval SAS. Il est spécialisé dans la conception et la fabrication de pièces acier et fonte pour les marchés des transports et de l'industrie.

# L'ACTU

## En bref

### NANTES ÉNERGIE

#### Lhyfe et Source Galileo signent un partenariat au Royaume-Uni et en Irlande

La société nantaise Lhyfe, producteur et fournisseur d'hydrogène vert et renouvelable, a signé un partenariat avec l'anglais Source Galileo, développeur européen d'énergie renouvelable, en vue de construire des unités de production d'hydrogène vert au Royaume-Uni et en Irlande. Dans un premier temps, les deux entreprises utiliseront l'électricité provenant de sources renouvelables terrestres. Par la suite, le Nantais et l'Anglais pourraient exploiter l'énorme potentiel éolien en mer du Royaume-Uni et de l'Irlande, parmi les plus importants d'Europe.



### MAYENNE AGROALIMENTAIRE

#### Oterra investit 5,8 millions d'euros pour décarboner et rendre plus autonome son usine de colorants naturels à Cossé

Le groupe danois Oterra a investi 5,8 millions d'euros sur le site de Cossé-le-Vivien racheté en 2021, dont 1,8 million d'euros subventionnés par l'Ademe, au titre de l'appel à projets BCIAT 2020. L'installation de la chaudière biomasse de 3,5 MW a été pensée et mise en oeuvre par Engie Solutions. Elle remplace une chaudière au fuel, ce qui participe à la décarbonation de l'activité du site, et fournit 82 % de la vapeur qui sert à concentrer les jus de légumes et les stabiliser. L'usine produit des colorants naturels à partir de 50 000 tonnes de légumes par an.

### LOIRE-ATLANTIQUE AUTOMOBILE

#### Le Groupe Pautric poursuit son développement en Belgique avec l'acquisition de sa 7<sup>e</sup> concession

Le groupe nantais Pautric poursuit son développement en Belgique avec l'acquisition de sa 7<sup>e</sup> concession BMW et Mini dans le pays. L'ETI, qui compte 790 collaborateurs, a atteint 750 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le Groupe Pautric contrôle en France et en Belgique 24 concessions de marques BMW / Mini / Volvo / Jaguar / Land Rover. Cette acquisition apporte 33 nouveaux collaborateurs au groupe nantais, en Belgique, pour un total de 210 dans ce pays. Le chiffre d'affaires à l'international grimpe ainsi à 60 millions d'euros.

 **BREIZH CAFE** PARTENAIRE OFFICIEL  
PARIS CANCALE TOKYO

# ATELIER DE LA CRÊPE

SAINT-MALO

## ÉCOLE INTERNATIONALE DE CRÊPIER



**SÉMINAIRES • TEAM-BUILDING • PRIVATISATION GROUPE**  
25 quai Duguay Trouin - 35400 SAINT-MALO - 02 23 17 21 79  
EVENT@ATELIERCREPE.COM - OTONALI.FR - HOTEL@OTONALI.FR





Business



Samuel Tual, le président du groupe Actual, ici dans son bureau à Laval d'où il veut faire émerger le numéro un français du marché du travail.

© FRÉDÉRIC GÉRARD

# ACTUAL STRUCTURE SON AMBITION SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL



Le groupe présidé par Samuel Tual (1,6 Md€ de CA) vient de mettre en place une nouvelle gouvernance et a travaillé sa marque employeur. L'objectif est de proposer une réponse dans chaque territoire sur le recrutement, l'insertion ou la formation. La croissance externe se poursuivra chez des voisins européens.

**D**

En 2023, le groupe Actual a réalisé 1,6 milliard d'euros de chiffre d'affaires avec ses 4 100 collaborateurs ; ils étaient 2 100, deux ans plus tôt. Le groupe lavallois avait fait un bond de géant lors de la fusion avec son partenaire Leader, en 2018. Les reprises se sont succédé depuis, à un rythme effréné, avec entre autres celles du Nantais Actifff ou du plus spécialisé Kobaltt. « L'ambition est de devenir le premier acteur indépendant français sur le marché de l'emploi », pose Samuel Tual, président depuis 2011. Et le dirigeant glisse que cet objectif pourrait être atteint d'ici trois ans.

### LA PRIORITÉ RESTE LA PÉRENNITÉ DU GROUPE

Ces dernières années, avec sa politique active de rachats, le groupe Actual a maillé le territoire national et peaufiné ses compétences, avec des filiales de recrutement de cadres (Batenborch, Clémentine, CCLD, etc.) ou en proposant des formations — son « CFA » digital Lektio par exemple forme deux mille personnes par an. Actual compte désormais 600 agences, dont une centaine dédiée à l'intérim d'insertion, un marché dont le groupe est déjà leader national. Actual a placé 165 000 intérimaires - soit 34 000 équivalents temps plein - l'an dernier, a orienté 305 000 personnes et œuvré pour 33 000 entreprises clientes. De quoi en faire déjà le cinquième acteur du marché du travail et de l'emploi en France.

Mais devenir le numéro un français ne signifie pas forcément devenir le leader en France. Le niveau de certains groupes internationaux, davantage focalisés sur le travail temporaire, semble inatteignable. « Nous sommes un groupe patrimonial qui n'a pas à répondre à des fonds d'investissement. Notre premier objectif, c'est la pérennité du groupe. On a donc le temps de la



© FRÉDÉRIC GÉPARD

**« Nous sommes un groupe patrimonial. Notre premier objectif, c'est la pérennité du groupe. On ne cherche pas à être le premier à tout prix, on cherche d'abord à apporter des réponses, à avoir un impact dans les territoires. »**

Samuel Tual, président du groupe Actual

réflexion, appuie Samuel Tual. On ne cherche pas à être le premier à tout prix, on cherche d'abord à apporter des réponses dans les territoires. Ce qui nous intéresse aujourd'hui, c'est d'avoir un impact et de jouer un rôle auprès des entreprises et acteurs locaux. »

### UN RÉSEAU D'OFFRES DENSE POUR AVOIR UN IMPACT EN RÉGIONS

Chaque pilote de territoire a désormais une feuille de route par département, indique le dirigeant qui veut maintenir un esprit « d'autonomie » des individus au travail et d'actions par rapport aux besoins identifiés. Le groupe peut désormais proposer un pack complet : intérim ou embauche, recrutement dans des secteurs très spécifiques et très qualifiés comme le management, le marketing, l'aéroportuaire ou la santé (Ergalis). Actual peut proposer un accompagnement aux personnes en insertion avec Ergos, conseiller sur des stratégies de recrutement avec Talent People ou UpSkills, les orienter vers ses écoles du digital avec six

## « L'ambition est de devenir le premier acteur indépendant français sur le marché de l'emploi. »

Samuel Tual à propos de la stratégie de son groupe à l'horizon 2031

campus Holberton School ou de gestion et RH avec six autres campus Esup. « Il existe beaucoup d'acteurs locaux qui font très bien leur travail mais avec un impact limité, résume Samuel Tual. Nous voulons faire converger nos marques vers un réseau plus cohérent. »

Le groupe a donc opéré une simplification de son portefeuille de marques et repensé son organisation. Le comex l'a décidé fin janvier. La nouvelle architecture a été présentée à plus de 500 collaborateurs fin janvier à Laval. « Jusqu'en 2023, nous avions trois entreprises qui fonctionnaient chacune les unes à côté des autres, avec leur propre conseil d'administration. Désormais, un management est réalisé par le directeur général, avec des relais sur chaque territoire, des directeurs de région, de secteur, etc. » explique Samuel Tual. François Pinte reste le secrétaire général. Des directions sont mises en place pour les fonctions supports et les « familles » de métiers. C'est aussi le cas pour le digital, que le groupe basé à Laval veut développer pour « supprimer certaines tâches au profit du temps passé avec les candidats » (lire par ailleurs).

Les dirigeants se sont donné trois ans pour finaliser l'homogénéisation des visuels, process de travail, supports informatiques, etc. entre les différentes entités du groupe. Une fois cette étape accomplie, « je pense que la croissance externe qui était importante par le passé va se freiner. Nous serons plutôt sur une croissance organique. »

**Le Mayennais Samuel Tual, président d'Actual Group : « L'agence physique n'est pas un concept obsolète, mais les usages sont différents. Les gens ne viennent plus chercher leurs chèques. Plutôt un coach. »**



© FRÉDÉRIC GÉRARD

### FICHE ENTREPRISE

# 1,6 milliard d'euros

de chiffre d'affaires en 2023 et 4 100 collaborateurs. Une phase active de rachats dans différents métiers (intérim, recrutement spécifique, formations, etc.) a fait grandir le groupe Actual qui s'est constitué jusqu'en 2022 autour de trois entités distinctes. Une nouvelle gouvernance fait converger les objectifs et les marques en une structure homogène depuis janvier 2024.

# 600 agences

Historiquement implanté dans l'Ouest, le groupe compte aujourd'hui 600 agences réparties sur le territoire national, dont plus de 350 dédiées à l'intérim et l'emploi et une centaine à l'intérim d'insertion, ainsi qu'une quinzaine à l'étranger.

# 5<sup>e</sup> rang national

L'ambition du groupe est de devenir le « premier acteur français indépendant de l'emploi ». Il lui sera difficile de faire mieux au regard des groupes internationaux du marché de l'intérim. Le président Tual prévoit désormais une croissance essentiellement organique.

### RÉALISER 20 % DE L'ACTIVITÉ HORS DE FRANCE

L'implantation du groupe pourrait encore se poursuivre, mais à un degré moindre, et de manière plus ciblée : dans le Grand Est ou encore à La Réunion, le seul DROM dont Actual est absent. La croissance externe pourrait surtout s'opérer à l'étranger. « Nous avons un objectif de développement international à l'horizon 2031, qui pourrait représenter 20% du chiffre d'affaires, annonce Samuel Tual. Le but n'est pas de se développer à tout prix, mais plutôt d'être moins dépendant de la conjoncture nationale. »

Celle-ci « n'a pas été favorable à nos activités » en 2023. Il évoque « la chute de l'intérim au second semestre », qui atteint 6,9 % selon le Crédoc sur l'ensemble de l'année. « Cela ne se reflète pas forcément sur le chiffre d'affaires global du groupe mais le chiffre d'affaires de nos activités recrutement a reculé de 12 %. » Idem en 2024 : le dirigeant prévoit une baisse d'activité en volumes avec une croissance comprise entre 0,4 % et 1,4 %.

La troisième phase de la nouvelle stratégie du groupe mayennais sera donc de se diversifier auprès des employeurs à l'étranger pour se prémunir des éventuelles dégradations de son marché historique. Les pays ciblés ont des similitudes avec le marché français du travail. « Bien sûr, leurs législations sont différentes, propres à chacun d'entre eux, mais ils présenteront le même esprit du droit, de la flexibilité du travail, etc. » Actual est déjà présent en Suisse, aux Pays Bas, au Portugal et en Espagne.

Frédéric Gérard



## DES PETITES BOUTIQUES PARTOUT À L'ÈRE DU DIGITAL AVEC L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

**C**e n'est pas la fin des agences physiques, assure Samuel Tual. « C'est plutôt un changement de raison. » L'offre d'Actual ne sera « jamais 100% digitalisée », affirme le président. Néanmoins, le spécialiste des secteurs de l'emploi va dans cette voie. Y compris en intégrant l'intelligence artificielle (IA) aux postes support. « Passer une annonce pour une offre d'emploi, etc. représente dix à quinze minutes de temps de rédaction. Avec l'IA, c'est réalisé en quelques secondes à 95 %. Le travail du rédacteur ou de la rédactrice est alors surtout de vérifier que le texte soit compréhensible de tous et qu'il intègre



© FRÉDÉRIC GÉRARD

**Le digital ne va pas faire disparaître les agences physiques, assure le président d'Actual.**

tous les informations nécessaires. » Le collaborateur peut ainsi « se concentrer sur l'essentiel », fait valoir Samuel Tual : « Echanger avec les personnes ». Ce qui va rénover les postes des conseillers en agence. En automatisant en partie les tâches les plus rébarbatives, le salarié d'Ac-

tual pourra se focaliser sur les missions prioritaires : conseiller, orienter, former. Les agences seront plus spécialisées. Historiquement, « il y avait des boutiques un peu partout dans les centres-villes. Les clients envoyaient un fax avec le nombre d'heures effectuées et le contenu des missions, et les

gens venaient chercher leur chèque », raconte Samuel Tual. Désormais, Actual veut instaurer une « professionnalisation de l'accompagnement » avec une approche proche de celle des « coach ». Cette vision est également appliquée dans les sept écoles du groupe : l'étudiant suit à son rythme des cours numériques, souvent en présentiel. Il n'y a pas de professeur à proprement parlé, le suivi et l'accompagnement sont assurés par « un coach ». La digitalisation des formations a notamment été développée avec Bizness depuis 2020, groupe complètement intégré à Actual depuis fin 2022.

**Frédéric Gérard**

# NOUVEAU TRANSIT CUSTOM



**LA RÉFÉRENCE DE L'UTILITAIRE, EN MIEUX.**

Pensez à covoiturer. #SeDéplacerMoinsPolluer



**Nantes, Rezé, St-Nazaire  
Angers, Cholet, Saumur**

## Pour le groupe vendéen Steelgo, c'est l'heure du passage en Corse

Le fabricant de charpentes métalliques SteelGo est racheté par le groupe corse Giudicelli, dont la principale filiale installe des panneaux solaires sur les toitures. Avec ce rapprochement, l'offre de chacune des deux entreprises sera enrichie par celle de l'autre.



**Hugues Echasseriau, dirigeant de Steelgo, propose désormais une offre regroupant charpente métallique et panneaux solaires.**

**D**e la Vendée à la Corse, il n'y avait finalement qu'un pas à franchir et surtout un «go» à donner pour le dirigeant de Steelgo. «J'ai 53 ans, je n'avais pas prévu de céder l'entreprise tout de suite», reconnaît Hugues Echasseriau, dirigeant de cette PME vendéenne basée près de Chanverrie. Il vient pourtant de passer sous la houlette du Corse Giudicelli. «Le contact a été fluide. Les valeurs étaient alignées. Et l'ambition d'aller grappiller de nouveaux chantiers était partagée», explique le dirigeant qui reste à son poste de directeur général de Steelgo.

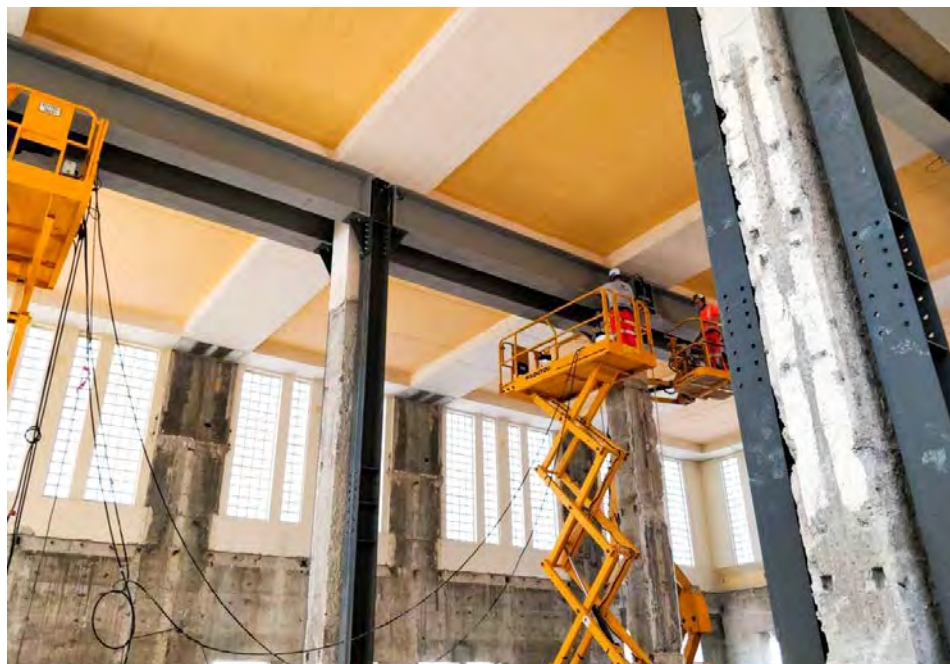
**UNE OFFRE ALLIANT PANNEAUX SOLAIRES ET CHARPENTE MÉTALLIQUE**  
L'entreprise vendéenne possède un bureau d'études, fabrique des charpentes métalliques et assure également la pose de ses ouvrages. Avec un chiffre d'affaires

de 12 millions d'euros en 2023 et 50 salariés, Steelgo grandissait à son rythme en équipant des industriels, des terrains agricoles, ou encore des zones commerciales situées dans le grand ouest. Du côté Corse, la filiale principale de Giudicelli, Voltaïca (22 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023), basée à Bastia, vend des panneaux photovoltaïques. Elle se faisait fort de trouver des sous-traitants partenaires pour chaque nouveau chantier. Les réponses traînaient parfois. Afin d'y remédier, Giudicelli souhaitait racheter un spécialiste du domaine, afin de promouvoir une offre incluant la charpente et les panneaux solaires. Hugues Echasseriau n'avait pas anticipé ce rachat de longue date, d'autant plus que les premières discussions entre les deux entités n'ont débuté qu'à l'été dernier. Mais il y a vu une opportunité de sécuriser et d'accélérer le déve-

loppement de l'entreprise sans perdre de marchés. «Au-delà de cette offre d'ensemble, nous pouvons toujours proposer nos charpentes seules, même si le projet se construit avec un autre distributeur de panneaux photovoltaïques», appuie-t-il. D'ailleurs, le dirigeant se voit s'étendre vers l'Italie à moyen terme. «Nous allons d'abord nous implanter avec des chefs d'agence là où le groupe Giudicelli est déjà présent, c'est-à-dire à Toulouse, Bastia et Nice», prévoit Hugues Echasseriau.

Grâce à ces expansions, Steelgo mise sur une croissance de son chiffre d'affaires de 15 % chaque année. Cette montée en puissance ne devrait pas poser de problème foncier dans les années à venir, car l'entreprise possède un grand terrain de 3 hectares. «Le foncier a notamment été un des critères pour le groupe Giudicelli, car il nous permet de structurer notre croissance sereinement», assure Hugues Echasseriau. Côté main-d'œuvre, l'entreprise prévoit sept recrutements sur 2024, «soit une augmentation de 15 % de nos effectifs, conforme à l'augmentation de chiffre d'affaires», calcule le dirigeant. Surtout, cette nouvelle entité se construit sur un marché français qui ne risque pas de se tarir. Les industriels avec des hangars de plus de 1 000 m<sup>2</sup> étaient déjà obligés de recourir à une toiture végétale ou à un système solaire, mais cette obligation s'étend depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024 à toutes les structures de plus de 500 m<sup>2</sup>. Même si les concurrents sont présents, la part du gâteau devrait sans surprise grossir pour l'ensemble des acteurs.

**Benjamin Robert**



CMG s'investit de plus en plus sur les chantiers de réhabilitation. Ici, la pose d'ossatures métalliques lors du chantier du pôle culturel le Quarante à Laval.

treprise, que la plupart d'entre eux restent suffisamment longtemps. »  
Sur les 45 collaborateurs de la PME, sept travaillent au bureau d'études, et une dizaine formés aux métiers de la métallurgie peuvent se déplacer pour intervenir par exemple sous la grande verrière du Grand Palais à Paris, dans un musée à Tours, pour construire des salles de sport, etc. « On intervient principalement dans le quart nord-ouest de la France, présente le dirigeant. On essaie que la préfabrication en atelier soit facilement transportable et le plus rapide possible à assembler sur les chantiers. »

## CMG ou le pari gagnant des charpentes métalliques dans les chantiers de réhabilitation

Depuis une douzaine d'années, la PME du Sud-Sarthe s'oriente de plus en plus vers la réhabilitation. Un marché qui lui a offert un chiffre d'affaires record de plus de dix millions d'euros en 2023. Friches industrielles ou bâtiments emblématiques, ce type de projets intéressent aussi les salariés qui s'investissent et restent, explique le dirigeant Régis Vian.



Régis Vian, patron depuis 2007 de CMG, dans le Sud-Est sarthois : « Notre croissance, c'est la montée en compétences des équipes. »

© JEAN-MARIE LIOT

**B**asée à Saint-Calais, en Sarthe, CMG sort d'une « grosse année » 2023. « Notre chiffre d'affaires a dépassé les dix millions d'euros, contre huit à neuf millions d'euros en régime de croisière », indique le dirigeant de la SAS, Régis Vian, associé (34%) depuis 2018 à Eric Jouvét du groupe EJ. Un niveau qu'il pense retrouver en 2024. « Il faut rester vigilant, tempère toutefois l'entrepreneur. Qui dit baisse d'activité globale, dit baisse des prix, du fait de la concurrence sur les marchés. » Le contexte dans le BTP pèsera forcément sur les constructions de charpentes et d'ossatures

métalliques, la spécialité de CMG. Régis Vian a racheté Constructions Métalliques du Grésillon en 2007. L'activité portait en grande partie sur la construction de bâtiments agricoles. « Aujourd'hui, si on en fait un par an... » Le dirigeant a préféré privilégier des chantiers qui requièrent plus de technicité à la hausse d'activité. « Ma croissance à moi, c'est la croissance des compétences, affirme Régis Vian. Cela passe par des formations, le développement de l'autonomie des salariés, tout ce qui fait que les salariés en font un peu plus que ce qu'on leur a demandé et qu'ils se sentent bien dans l'en-

### DE 10% À 50% DE L'ACTIVITÉ

CMG œuvre de plus en plus dans la réhabilitation. « Cela représente 50 % de notre activité actuellement, contre 10 % il y a quinze ans, explique Régis Vian. J'identifie un développement de la demande dans les années à venir. C'est un sujet porteur, il y a là une belle carte à jouer, notamment aujourd'hui, quand on parle de zéro artificialisation nette des sols et de réhabilitation des friches industrielles. » En 2011-2012, le chantier du théâtre-cinéma des Quinconces au Mans a été le tournant. « C'était la première fois que nous réalisions une opération de cette envergure. Il nous a permis de nous positionner auprès des entreprises générales, notamment parisiennes », explique le dirigeant. « Ce type de chantier est intellectuellement porteur et humainement satisfaisant », poursuit Régis Vian. « On est une entreprise, l'économique est important. Mais le but, c'est aussi de faire ce qui nous plaît, de se sentir bien... La première ressource ce sont les hommes, et on ne recrute pas en fonction des marchés. » Le patron calaisien affirme que la plupart des recrutements se font « de bouche à oreille ».

Frédéric Gérard

# Le groupe Brangeon investit 21 millions d'euros pour valoriser les déchets ultimes

Le groupe angevin Brangeon va implanter dans le Maine-et-Loire, sur la commune nouvelle de Beaupréau-en-Mauges, un nouvel équipement, appelé Ecotri. Il permettra la valorisation de plus de 50 000 tonnes de déchets ultimes par an. L'investissement s'élève à 21 millions d'euros.



disponibles ne permettaient pas de trier tous les déchets ultimes issus des entreprises de manière satisfaisante. Nous surveillons depuis plusieurs années les innovations capables de calibrer les matières, de les identifier, les isoler, pour les trier. Nous mettons aujourd'hui en place un processus inédit qui fera notamment appel à des robots de tri fonctionnant grâce à l'intelligence artificielle. Les déchets mélangés, par les procédés utilisés, seront ainsi isolés et transformés ensuite en matières premières issues du recyclage, bois, gravats, ferraille et métaux, plastiques et polymères. Les fragments les plus fins permettront l'élaboration de CSR, combustible solide de récupération.

© GROUPE BRANGEON

**Victor Brangeon, directeur général du groupe Brangeon, qui va investir 21 millions d'euros dans une unité de valorisation des déchets ultimes dans le Maine-et-Loire.**

**S**écialisé dans la collecte et gestion des déchets, le transport et la logistique, le groupe familial angevin Brangeon annonce la construction à La Poitevine, sur la commune nouvelle de Beaupréau-en-Mauges, d'une unité de valorisation des déchets ultimes appelée Ecotri. L'équipement sera implanté sur l'actuelle ISDND (installation de stockage des déchets non dangereux) du groupe. Brangeon va y construire un bâtiment de près de 1 700 mètres carrés, de 130 mètres de long sur 30 mètres de large, d'une hauteur de 13 mètres. Le groupe angevin (235 M€ de CA 2022, 1 400 collaborateurs) annonce un investissement de 21 millions d'euros pour réaliser cet équipement, «étape cruciale dans l'évolution de notre entre-

prise», indique son directeur général Victor Brangeon.

### UN SITE «UNIQUE EN EUROPE»

Ce futur site, que le groupe qualifie d'«unique en Europe», permettra la valorisation de 80 % de déchets ultimes, qui seront transformés en nouvelles matières au lieu d'être stockés. Ecotri traitera 65 000 tonnes de déchets par an, provenant d'entreprises ou de bennes de tout-venant de déchetteries du Maine-et-Loire, de Vendée, de Loire-Atlantique et de Mayenne. 52 000 tonnes seront ainsi valorisées, grâce à des procédés de tri optique, magnétique ou aéralgique (traitement d'air) et le recours à l'intelligence artificielle.

«Jusqu'à maintenant, précise David Guibert, directeur industriel de Brangeon Recyclage qui a élaboré ce projet, les techniques

### UN PLAN STRATÉGIQUE POUR GRANDIR

Couvrant un axe allant du Havre à Bordeaux dans le domaine de la gestion des déchets ménagers ou industriels, le groupe Brangeon développe parallèlement des activités de transport et de logistique. Il a défini l'an passé un plan stratégique appelé «un pacte positif» et ambitionne d'atteindre plus de 320 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025. Il mène pour cela un autre projet d'envergure, aux côtés du groupe mayennais Séché Environnement (895 M€ de CA en 2022) un autre projet d'envergure : la construction d'un centre de tri interrégional à Loublande, dans les Deux-Sèvres. Ce dernier générera les emballages ménagers d'un million d'habitants de l'ouest de la France, soit environ 50 000 tonnes par an. Il devrait être achevé en janvier 2025.

**Olivier Hamard**

3 et 4  
AVRIL  
2024



À vos marques,  
prêts,  
entreprenez !

# GO ENTREPRENEURS

48h de rencontres pour créer et développer votre entreprise

Inscription gratuite sur [go-entrepreneurs.com](https://go-entrepreneurs.com)

#GoEntrepreneurs

PARTENAIRES OFFICIELS



PARTENAIRES ASSOCIÉS



MÉDIAS OFFICIELS



AVEC



ORGANISÉ PAR

Les Echos  
Le Parisien  
ÉVÉNEMENTS

# Goubard renforce sa capacité industrielle avec la reprise d'Acson

À Seiches-sur-le-Loir, l'entreprise Goubard a repris la société Acson, Devenue Acson Technologies, l'entreprise de 8 salariés, spécialisée dans la tôlerie et la découpe laser, vient renforcer la capacité industrielle du fabricant de bennes et équipements de manutention.



© OLIVIER HAMARD

L'entreprise Goubard, présidée par Jérémie Bourdillon a repris la société Acson, à Seiches-sur-le-Loir, et son équipe de 8 personnes.

**S**ous-traitant industriel spécialisé dans la découpe laser, le pliage, la soudure de haute précision et l'industrialisation de pièces et sous-ensembles métalliques, l'entreprise Acson a rejoint le fabricant d'équipements de manutention Goubard. Installées toutes les deux à Seiches-sur-le-Loir, les deux entreprises vont pouvoir travailler mutuellement tout en grandissant sur leurs marchés respectifs. Acson devient Acson Technologies et intègre ce qui constitue maintenant le groupe Goubard.

### TRANSFERT DE CHARGES

Acson n'était pas une société inconnue pour Jérémie Bourdillon. Depuis des années, Goubard faisait appel régulièrement aux services de ce sous-traitant industriel, spécialisé dans la

découpe laser, le pliage, la soudure de haute précision et l'industrialisation de pièces et sous-ensembles métalliques. Créée en 1984, Acson (2,6 M€ de CA 2022, 8 collaborateurs) a longtemps fabriqué des cabines téléphoniques. L'entreprise s'est aussi diversifiée, fournissant des pièces pour l'industrie, le bâtiment, le matériel agricole et le secteur médical. «Elle possède des compétences que nous n'avons pas, reconnaît Jérémie Bourdillon, et nous allons pouvoir lui transférer certaines charges de travail, comme la fabrication de nos sous-ensembles. À terme, la demande de Goubard devrait représenter pour Acson Technologies environ 25 % de son activité.» Goubard, (10,4 M€ de CA 2022, 69 personnes) va pouvoir du même coup libérer de l'espace dans ses locaux et reprendre une croissance mise en veille l'an dernier.

L'opération résout une bonne partie du problème de place et de capacité industrielle évoqué par son dirigeant à l'automne 2023, qui avait contraint l'entreprise à allonger ses délais. «Cela nous laisse du temps, pour réfléchir sereinement plus tard à un agrandissement du site de Goubard ou de celui d'Acson Technologies,» anticipe Jérémie Bourdillon qui a choisi de s'appuyer sur les compétences déjà en place. Yannick Briand demeure ainsi directeur général d'Acson Technologies et l'équipe de 8 personnes reste inchangée. Le portefeuille clients reste le même et s'étoffera peu à peu des commandes passées par Goubard. Et le parc de machines sera renforcé par des investissements prévus dès 2024, pour un montant qui devrait s'élever à plusieurs centaines de milliers d'euros.

### DES SALARIÉS AU CAPITAL

40 ans après sa création, Acson repart donc sur un nouveau projet. «L'entreprise redevient autonome, indique le désormais président de Goubard et d'Acson Technologies, et pourra s'appuyer sur la direction industrielle du groupe pour les demandes très techniques ou de grande envergure, en bénéficiant aussi du soutien financier et d'apport d'affaires de Goubard.» Jérémie Bourdillon, comme il l'a fait lors de la reprise de Goubard en 2021 dont 17 collaborateurs sont maintenant actionnaires, veut aussi mettre en place un actionariat salarié. Déjà, 10 % des parts d'Acson Technologies ont été acquises par ses anciens cadres lors du rachat.

Olivier Hamard



Solewa constitue désormais avec trois autres entreprises la marque Wewise.

Centre-Val de Loire, sur l'axe Vierzon-Blois. Avec cette nouvelle marque, le groupe Butagaz veut renforcer et unifier son maillage territorial : Soltéa travaille en effet sur le sud-ouest de la France, O'SI Toit en Auvergne Rhône-Alpes et en Bourgogne-Franche-Comté, et Sys EnR sur l'ensemble du territoire national. La marque Wewise va peu à peu se substituer aux quatre entités : Solewa adoptera par exemple progressivement le nouveau nom et son identité visuelle après une période de transition de deux ans. Wewise représente désormais sur le territoire français un chiffre d'affaires cumulé de 100 millions d'euros et accompagne plus de 2 500 clients avec environ 300 collaborateurs.

© SOLEWA

# Le spécialiste du photovoltaïque Solewa devient Wewise au côtés de trois autres entreprises

Acteur du photovoltaïque dans le grand Ouest, l'entreprise mancelle Solewa, intégrée au groupe Butagaz en 2021, constitue désormais avec trois autres entreprises du groupe dédiées aux énergies renouvelables, la marque Wewise. L'ambition est de répondre aux attentes des entreprises en matière de décarbonation et de devenir un acteur fort sur le marché européen. Wewise réunit désormais 300 salariés.

**L**es sociétés Pyrénées Atlantiques), Sys EnR (Essonne), O'SI Toit (Côte d'Or) ainsi que la société sarthoise Solewa composent le pôle énergie solaire de Butagaz. Lequel a décidé de les regrouper sous une même marque, Wewise, pour réunir les entreprises du groupe dédiées aux énergies renouvelables et à la gestion des systèmes énergétiques.

## MAILLAGE NATIONAL

La nouvelle marque a l'ambition de peser sur ce marché, auprès d'une clientèle d'entreprises, notamment celles de taille inter-

médiaire (ETI). La société Solewa, qui emploie 140 collaborateurs, et qui a réalisé un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros en 2022, annonce une croissance de 30 % en 2023, ce qui la fait s'approcher des 50 millions d'euros de chiffre d'affaires. Elle a intégré le groupe Butagaz en 2021 et se déploie actuellement dans le grand Ouest avec quatre implantations, au Mans (Sarthe), à Montaigu (Vendée), Dol-de-Bretagne (Ille-et-Vilaine) et Rouen (Seine-Maritime), auprès d'une clientèle de professionnels dans l'agriculture, l'industrie et le tertiaire. Elle ouvrira prochainement une cinquième agence dans la région

## AMBITIONS EUROPÉENNES

Au-delà du territoire national, la marque Wewise est appelée à un destin continental : Butagaz a rejoint en effet le groupe britannique DCC Energy en 2017. Et c'est l'ensemble des sociétés du groupe qui travailleront à terme sous cette même bannière : DCC Energy compte en effet 17 sociétés qui travaillent dans le domaine des énergies renouvelables et la décarbonation dans 6 pays, en France mais aussi au Royaume-Uni, en Irlande, aux Pays-Bas, au Danemark et en Norvège. «Le lancement de Wewise représente une étape clé dans la stratégie « Cleaner Energy in the Power » telle que définie par DCC Energy, indique le groupe dans un communiqué, dont l'ambition est de doubler les bénéfices et de réduire de moitié les émissions carbone d'ici à 2030. À cet horizon, la marque entend conquérir 10 à 20 % de parts de marché des fournisseurs de services énergétiques en Europe. Un objectif qui s'appuie sur l'ambition de devenir leur partenaire incontournable dans leur stratégie de décarbonation.»

Olivier Hamard

## Le créateur d'objets publicitaires Génicado ouvre son capital et vise l'international

Près de Nantes, le créateur d'objets publicitaires ou goodies, Génicado vient d'ouvrir son capital à 15 cadres et à BNP Paribas Développement. Cette PME de 80 salariés, qui réalise 19 millions d'euros de chiffre d'affaires, vise deux croissances externes à Lyon et Bordeaux, ainsi qu'un développement à l'international. Objectif : 28 millions d'euros en 2028.



Quentin et Martin D'Hermies, co-dirigeants de la PME familiale Génicado, experte des objets publicitaires, implantée près de Nantes.

**P**our Génicado, spécialiste nantais des objets publicitaires, l'année 2023 a pris des allures de cadeau. Martin et Quentin D'Hermies sont à la tête de cette PME familiale, après son rachat à leur père Gilles en 2017. Le benjamin ne cache pas sa satisfaction. « Nous étions sur un rythme de croissance habituel de 10 %, mais l'année passée nous avons atteint 20 %, à 19 millions d'euros de chiffre d'affaires, rapporte Martin D'Hermies. Et les perspectives sont très bonnes pour les quatre prochaines années, nous visons 28 millions d'euros en 2028. »

Voilà quelques mois, les bases du plan stratégique 2023-2028 avaient été posées. Celui-ci s'incarne en ce début d'année 2024 par l'ouverture du capital à 15 cadres de l'entreprise, mais égale-

ment à un investisseur bancaire, BNP Paribas Développement. « Nos cadres prennent 5 % du capital, avec une participation variable, qui va de 10 000 à 100 000 euros chacun, notre investisseur bancaire, 15 %, précise Martin d'Hermies. C'était une façon de fidéliser nos cadres et de les remercier, mais aussi de partager la vision de l'entreprise et d'avoir un nouveau type de relation, plus mature, qui permet

de mieux partager les idées, le retour du terrain, la responsabilité. Cela apporte aussi un nouveau dynamisme. Dans la vie d'une entreprise, il ne faut pas mollir. Il est important d'impulser des choses nouvelles. » Et pour l'investisseur ? « C'est un partenaire, qui apporte des moyens et des conseils, au moment où il nous semblait nécessaire d'entamer un nouveau cycle pour l'entreprise. »

### DE LA START-UP AUX GROUPES MONDIAUX

Génicado est un créateur d'objets publicitaires, ou goodies. Il appose le nom ou la marque d'une entreprise sur des objets, en particulier textile, pull, tee-shirt, polo, bonnet, écharpe, mais aussi sur mille et un objets, du mug au stylo, en passant par la sacoche, la calculette, le tire-bouchon ou la gourde. « Nous avons des milliers de clients, de la start-up aux géants mondiaux, souligne Martin D'Hermies. Ces objets sont des cadeaux pour les collaborateurs d'une entreprise ou pour ses clients. Notre volonté est de proposer des objets de plus en plus durables, avec l'objectif d'atteindre 50 % d'objets éco-conçus en 2028, contre 20 % aujourd'hui. » Jouxant le siège de la société, situé sur la commune

**« Nos cadres prennent 5 % du capital, avec une participation variable, qui va de 10 000 à 100 000 euros chacun, notre investisseur bancaire, 15 % »**

Martin d'Hermies, codirigeant.



de la Chapelle-sur-Erdre, au nord de Nantes, les ateliers accueillent des machines servant à sérigraphier, broder, floquer, des objets qui arrivent dépourvus de toutes marques. « Nous sommes capables aujourd'hui de proposer des objets sur-mesure pour un client, en concevant son design dans notre studio graphique », précise le dirigeant.

### BIENTÔT LYON ET BORDEAUX

Présente également sous la forme d'agences commerciales de six personnes à Rennes et Paris, Génicado envisage un développement en région. « Nous visons Lyon, en 2024, puis Bordeaux, en 2025, pronostique Martin D'Hermies. Ce développement se fera via des croissances externes. Notre cible, ce sont des entreprises de notre secteur d'activité qui font entre 500 000 et 2 millions d'euros de chiffre d'affaires

et qui comptent une dizaine de salariés. » Ces deux croissances externes permettraient à la PME nantaise de se rapprocher de nouveaux viviers de clients, la proximité étant un atout dans ce business. « Nous sommes à l'étape de prospection », note le dirigeant.

Mais Génicado ne compte pas s'arrêter au monde de l'entreprise et aux frontières françaises. Voilà trois ans, le duo de frères a créé sa propre marque de vêtements, nommée Anouk et Ninon. Les vêtements, personnalisés, sont cette fois floqués aux noms de villes et non d'une entreprise. La fabrication s'opère au Portugal et les commandes arrivent à Nantes, une semaine plus tard. « Nous concevons nos collections, et nous apposons le nom d'une ville dans nos ateliers, explique Martin D'Hermies. On privilégie les villes de cœur, qui rappellent de bons

souvenirs, en famille ou entre amis, comme La Rochelle, Saint-Malo ou la Baule. » Sur un sweat, cela peut donner ainsi : « La Rochelle, mon amour. » Apportant un chiffre d'affaires de 1,3 million d'euros, la marque Anouk et Ninon est présente aujourd'hui dans 300 boutiques multimarques en France. « Nous avons de belles ambitions dans le Nord et à Paris, assure Martin D'Hermies, mais notre projet est de nous développer à l'international. » Tout juste de retour du salon du prêt-à-porter Who's Next, à Paris, le dirigeant a senti un engouement. « Nous avons noué des contacts clients avec des boutiques situées en Espagne, en Belgique, en Italie, en Angleterre, à Dubaï. » L'outre-mer est aussi à l'horizon : à la Réunion, en Guadeloupe, à Saint-Barthélemy et Saint-Martin.

David Pouilloux



L'actualité économique des entreprises et acteurs des territoires est aussi à retrouver sur

## NOS RÉSEAUX SOCIAUX

### EN CONTINU :

- Nominations, mouvements
- Opportunités business
- Veille concurrentielle
- Levées de fond
- Acquisition
- Fusion...



facebook



LinkedIn

Le Journal  
des Entreprises





**Arnaud Malrin souhaite produire 2 000 vélos en 2024 sur son nouveau site de Fontenay-le-Comte.**

pouvons fournir la même autonomie qu'un vélo électrique classique, grâce aux capacités du moteur et à notre système de récupération d'énergie. De plus, même si la batterie est vide, nous pourrions toujours fournir un minimum d'énergie», souligne le directeur général.

### L'ELDORADO INDUSTRIEL DE L'OUEST

Le choix de Fontenay-le-Comte pour Anod ne doit rien au hasard. La société cherchait à fonctionner le plus possible avec des sous-traitants locaux. Selon le dirigeant, l'Ouest était incontournable. C'est l'ESAT rennais Talendi (ex-Bretagne Ateliers) qui se chargera de l'assemblage des supercondensateurs. L'été dernier, l'association avait reçu 500 000 euros d'aides de la part de la Région Bretagne et de Rennes Métropole pour investir dans de nouvelles machines et répondre aux attentes du groupe automobile Stellantis - et de sa future C3 électrique. Parmi les sous-traitants, on retrouve la société Selva, basée en Loire-Atlantique (170 collaborateurs, 15 M€ de CA en 2021), qui s'occupera des équipements électroniques du vélo d'Anod. «L'Ouest possède un tissu d'ingénieurs et sous-traitants très riche. De plus, notre directeur technique, Laurent Gicquel, est basé à Fontenay-le-Comte», remarque Arnaud Malrin. Une vingtaine de recrutements sont prévus.

La jeune pousse arrive sur un territoire où les forces vives d'assemblage de vélos sont nombreuses, avec Arcade Cycles (La Roche-sur-Yon) ou encore la Manufacture Française du Cycles (Machecoul), qui se revendique première usine de fabrication de cycles en France. «Nous nous connaissons bien. Ils connaissent notre produit et nous échangeons en bon voisin», livre le directeur général. Des relations en bon voisin pour l'instant. Potentiellement en bon partenaire demain ?

**Benjamin Robert**

## Le parisien **Anod** implante la première usine de son vélo hybride en Vendée

Fondée en 2022, la start-up parisienne Anod implante sa première usine à Fontenay-le-Comte, en Vendée. Elle y assemblera son vélo électrique hybride, capable de se recharger lors du freinage. Forte de dix salariés, l'entreprise envisage de recruter une vingtaine de personnes dans le courant de l'année 2024 pour faire tourner l'usine.

**D**e Paris à la Vendée. Du 9<sup>e</sup> arrondissement à Fontenay-le-Comte. L'entreprise parisienne Anod, fondée en 2022, vient de poser ses valises dans l'Ouest, afin d'ouvrir sa première usine d'assemblage de son vélo électrique hybride, capable de se recharger lors du freinage. Installée dans un premier espace de 500 m<sup>2</sup> où elle poursuit sa R & D, Anod va investir dans les mois à venir un bâtiment de plus de 1 000 m<sup>2</sup> afin de produire 100 vélos par mois, puis 50 de plus tous les mois pour atteindre les 2 000 vélos produits en 2024. Ces vélos seront vendus en direct et par le biais de revendeurs, à un prix de 3 500 euros, soit un potentiel de 7 millions d'euros de chiffre d'affaires. «Pour trouver le point de rentabilité, nous devons

vendre environ 250 vélos par mois», estime Arnaud Malrin, fondateur et directeur général d'Anod.

Le vélo d'Anod se distingue des autres bicycles électriques classiques par son moteur, qui se transforme en dynamo capable de générer de l'énergie. L'électricité est ensuite stockée par des supercondensateurs, qui la restituent lors du redémarrage. De plus, le vélo est équipé d'une petite batterie, capable de rentrer dans une poche de jeans et rechargeable par USB-C comme un smartphone. «Nous utilisons six fois moins de lithium qu'une batterie standard de vélo», se félicite Arnaud Malrin. De plus, le moteur consommera environ deux fois moins d'énergie que les modèles sur le marché. «Malgré la finesse de notre batterie, nous



# Stramatel équipe l'Adidas Arena pour les JO 2024 et renforce son innovation

Leader européen des panneaux d'affichage électronique, la PME Stramatel, basée au Cellier (Loire-Atlantique), affiche une excellente santé. Pour les Jeux Olympiques de Paris 2024, elle vient d'apporter son expertise avec l'installation des panneaux de l'Adidas Arena, récemment inaugurée.



© NICOLAS HEAS

**Patrice Roul, PDG de Stramatel, une PME nantaise spécialisée dans l'affichage électronique qui exporte dans 90 pays dans le monde.**

**P**our les PME et ETI françaises, la perspective de décrocher un appel d'offres lié au JO 2024 est évidemment un Graal ou plutôt une médaille d'or. C'est ce que vient de réussir la PME Stramatel, basée au Cellier (Loire-Atlantique).

## LES PANNEAUX D'AFFICHAGE DE L'ADIDAS ARENA

L'année 2024 commence sous de bons auspices : l'entreprise, leader européen des panneaux d'affichage électronique sportif, équipe désormais l'Adidas Arena, inaugurée dimanche 11 février dernier. Cette salle flambant neuve accueillera les épreuves de badminton et de gymnastique lors des Jeux Olympiques de Paris. «C'est une véritable fierté pour nous», déclare Patrice Roul, le président de la PME, fondée par son père en 1981.

Bien qu'il ne s'agisse pas de la plus grande salle, ni de la plus prestigieuse que Stramatel ait équipée, il s'agit «du chantier le plus complet et probablement le plus complexe auquel nous ayons participé», selon le président. Cette installation comprend en effet un cube vidéo de 82 m<sup>2</sup>, des écrans géants intérieurs et extérieurs et un logiciel de régie vidéo pour piloter l'ensemble, également conçu par la PME. Cette installation restera après les Jeux, puisque le club Paris Basket deviendra le club résident de l'Adidas Arena par la suite. Stramatel équipera également d'autres lieux des JO, comme le système de chronométrage de la piscine olympique. Cette participation aux prochains Jeux Olympiques reflète la santé de fer dont peut se targuer Stramatel. En 2023, son chiffre d'affaires a bondi à 8 millions

d'euros, contre 6,5 en 2022. L'entreprise de 45 salariés peut aussi compter sur une présence dans 90 pays. Sa part d'exportation dans ses ventes est d'ailleurs de 40 % et comprend aussi de l'affichage industriel, représentant entre 10 et 15 % de l'activité de l'entreprise. «Nous sommes très présents en Allemagne et en Espagne mais, ainsi qu'au Moyen-Orient. Stramatel a d'ailleurs ouvert une filiale commerciale en Allemagne en 2023 pour se rapprocher de ce marché à fort potentiel. «En revanche, nous le sommes moins en Amérique du Nord qui reste un marché particulier», détaille Patrice Roul.

## 2 500 AFFICHEURS PRODUITS EN 2023

En 2023, l'entreprise a produit environ 2 500 afficheurs, toutes tailles confondues, contre 2 000 en 2022. Cette croissance de la PME n'empêche pas Stramatel de continuer d'innover, notamment avec l'affichage vidéo, sur lequel la PME se concentre de plus en plus. Une technologie qui demande de nouvelles compétences et qui offre également de nombreux avantages dans son utilisation. «Cela permet aux clubs de diffuser de la publicité et de diversifier leurs sources de financement via le sponsoring», explique Patrice Roul. Elle ne constitue pas encore la majorité des commandes de Stramatel, mais prend de plus en plus en place. «Nous équipons beaucoup des clubs nationaux ou régionaux, mais peut être qu'un jour, ce sera le tour des équipes locales comme le club de basket du Cellier», estime le dirigeant où son entreprise est implantée.

**Nicolas Heas**

Didier Grychta est le président du groupe sarthois Frio, qui ambitionne d'accélérer son développement à l'international.



© ARNAUD DEROUET@STUDIOPHOTOIM2

## Le groupe Frio ouvre une filiale en Allemagne et se tourne vers l'Amérique

Le groupe sarthois Frio, leader européen de la cave à vin, a repris la société Diwa-Klime, en Allemagne. Il veut intensifier sa présence outre-Rhin et va aussi cette année s'attaquer au marché américain.

**S**pécialiste de la cave à vin, la PME sarthoise Frio vient d'acquérir la société allemande Diwa Klima, basée à Lahr, dans le Bade-Wurtemberg. Distributeur de la marque de caves à vin encastrables Avintage, la structure de 14 salariés devient Frio Germany. « C'est l'un de nos distributeurs historiques qui couvre toute l'Allemagne avec une gamme de caves encastrables auprès de clients cuisinistes. Cette acquisition nous permet de nous développer plus vite dans ce pays qui était une de nos cibles.

Nous y sommes déjà présents, nous allons pouvoir consolider le segment des caves encastrables et renforcer nos autres gammes », précise Didier Grychta, président de Frio, qui emploie 112 salariés, dont 45 au sein de son siège social d'Arnage.

### SEPTIÈME FILIALE À L'ÉTRANGER

Créé en 1993, le groupe ouvre avec cette acquisition outre-rhin sa septième filiale à l'étranger. L'entreprise a peu à peu développé son activité à l'international, avec des distributeurs et en créant une filiale en Espagne, Frio Iberica.

Couvrant la péninsule Ibérique, cette filiale a été renforcée en 2018 par la reprise de la société Vitempus. L'acquisition de la société norvégienne Temptech, acquise en 2021, qui était présente également en Suède, au Danemark, en Finlande et en Lettonie, a permis à Frio de créer des filiales dans chacun de ces pays, regroupées sous l'entité Frio Nordic. Se revendiquant leader européen du marché de la cave à vin, Frio est à la tête de plusieurs marques, comme La Sommelière, Climadiff ou encore Provintech. Des marques qui ciblent aussi bien les particuliers (qui pèsent les trois quarts de l'activité) que les professionnels. « Nous couvons tous les segments de marché, explique Didier Grychta. Nous concevons tous nos produits et nous avons nos



propres ateliers de production en France pour le haut de gamme. Pour les autres gammes, la fabrication se répartit entre l'Europe et la Chine.» Le marché de la cave à vin représente plus des deux tiers des 70 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés par Frio en 2023. Un chiffre d'affaires réalisé pour moitié à l'export, l'entreprise distribuant ses produits dans 70 pays. Outre les caves à vin, le groupe sarthois est également présent dans le domaine du froid professionnel, avec des vitrines à boissons réfrigérées pour les cafés-hôtels-restaurants (CHR). Il se développe aussi dans les armoires de froid pour les pharmacies, cliniques et hôpitaux depuis fin 2019 et l'acquisition de Medifroid. « Cette activité a connu un bel essor avec la crise du Covid en 2020 et 2021, confie Didier Grychta, et le marché continue de croître. Nous avons enregistré une belle année 2023 et allons développer ces produits dans le nord de l'Europe, en Espagne et en Allemagne, par l'intermédiaire de nos filiales. »

### CAVE À VIN CONNECTÉE

Si Frio veut accentuer sa présence sur le segment du froid médical en Europe, c'est bien sûr celui des caves à vin, son activité historique, qu'il entend accélérer à l'export, notamment en Allemagne et sur le continent américain. Pour cela, il compte sur son concept de cave connectée. Lancé en 2021 et lauréat du grand prix de l'innovation au Salon de Paris en 2022, le modèle du groupe, Ecellar, se couple d'une application, Vinotag, et remplace le traditionnel livre de cave. En scannant les bouteilles, l'utilisateur connaît en temps réel le contenu de sa cave et est alerté sur la date optimale de consommation de ses vins en fonction de leur vieillissement. Développée et conçue avec d'autres entreprises, dont le groupe électronique Eolane à Angers, la cave connectée de Frio a été présentée au CES de Las Vegas en janvier dernier à un public international. « Le produit plaît, nous sommes déjà présent

## « Notre cave connectée est très adaptée à la clientèle d'Amérique du Nord, Canada inclus. »

Didier Grychta, président du groupe Frio

aux États-Unis avec un distributeur et nous voulons maintenant nous renforcer avec un autre partenaire, explique Didier Grychta. Cette gamme est très adaptée à la clientèle d'Amérique du Nord, Canada inclus. »

### RÊVE D'AMÉRIQUE

Le marché américain constitue un enjeu majeur pour Frio. Les Américains sont en effet les premiers consommateurs de vin dans le monde, devant les Français et les Italiens. Le marché de la cave à vin y est le plus important du monde, quatre fois supérieur au marché français. Il se vend chaque année aux États-Unis pas moins d'un million de caves à vin. Mais Frio ne lorgne pas que le continent nord américain. L'entreprise regarde également vers l'Amérique du Sud, et compte bien s'y développer aussi dès 2024 par l'intermédiaire de distributeurs. Un agent commer-

cial est désormais dédié à cette zone géographique, avec des pays cibles comme l'Argentine, le Pérou ou encore le Chili.

« Nous sommes aussi présents, plus à la marge, en Afrique, au Moyen-Orient et en Asie, comme au Japon, ajoute Didier Grychta. Mais l'Amérique représente un beau potentiel et nous devrions réaliser à terme les deux tiers de notre chiffre d'affaires à l'international. »

Si le marché de la cave à vin a quelque peu fléchi en 2023 après de très belles années, Frio a enregistré un chiffre d'affaires stable l'an passé. Avec le développement prévu à l'international, il compte bien gagner des parts de marché supplémentaires dès 2024 et retrouver une croissance qui a été forte ces 15 dernières années. Avec, aussi dans les projets, l'ouverture d'une autre filiale pour se renforcer sur le continent européen.

Olivier Hamard

## 50 % DES SALARIÉS ACTIONNAIRES DU GROUPE

Si 80% du groupe Frio est détenu depuis 2019 par le fonds Azulis Capital aux côtés de BNP Paribas Développement et Arkea Capital, il est également détenu à hauteur de 20% par ses salariés : « 50% d'entre eux sont actionnaires, précise le dirigeant Didier Grychta, ce qui permet entre autres de fidéliser les équipes. Lorsque nous avons repris la marque norvégienne Temtech, en 2021, nous avons aussi proposé aux salariés norvégiens d'entrer au capital. Aujourd'hui, la moitié des collaborateurs de Frio Nordics sont actionnaires. » La hauteur du ticket d'entrée permet à chaque collaborateur d'intégrer l'actionnariat, et le groupe sarthois, qui a rebaptisé Frio Germany la société allemande Diwa-Klima acquise récemment, compte engager le même processus avec



Le groupe Frio réalise plus des deux tiers de son chiffre d'affaires à l'international et a développé Ecellar, un concept de cave connectée.

ses collaborateurs d'outre-Rhin et leur proposer d'entrer au capital dans les deux ans.

Olivier Hamard



Clément Guillon, co-dirigeant de Verteego, une start-up nantaise qui propose de l'IA pour améliorer ses ventes dans le commerce de détail.

© DAVID POUJLOUX

## Verteego booste le commerce avec l'intelligence artificielle

Le logiciel d'intelligence artificielle de Verteego permet aux distributeurs et commerçants de mieux gérer leur chaîne d'approvisionnement. Après une levée de fonds de 3 millions d'euros voilà quelques mois, la start-up nantaise souhaite se renforcer à l'international.

**L**a reconnaissance à l'international de Verteego s'est récemment manifestée par un prix décroché à New York, en janvier, au NRF Retail Big Show, le plus grand salon mondial du retail, autrement dit La Mecque du commerce de détail. « Nous avons décroché le prix de la meilleure start-up française de la catégorie « Efficiency », souligne Clément Guillon, codirigeant de Verteego, fondé par Rupert Schiessl, qui gère une partie de l'équipe installée à Paris. Le cabinet américain Gartner, référence de la tech, nous a présentés comme meilleure solution française de notre secteur. » Son secteur : l'IA au service du commerce.

Deux prix, donc deux bonnes nouvelles qui s'ajoutent à celle du printemps 2023, qui a vu Verteego réaliser une levée de fonds de 3 millions d'euros. La

start-up approche de la rentabilité et dépense ses fonds avec précaution. « Depuis le départ, notre modèle de croissance repose sur la sobriété financière et la génération d'un chiffre d'affaires, explique Clément Guillon, qui ne souhaite pas communiquer pour autant sur le chiffre d'affaires de cette start-up qui compte 20 salariés, dont la moitié au siège, à Nantes. Nous proposons un système d'abonnement. Notre client paie à proportion de l'utilisation qu'il fait de notre solution. »

**UNE IA PRÉDICTIVE, LOIN DE CHATGPT**  
Mais alors que fait Verteego ? Son logiciel d'IA appartient à une autre famille d'intelligence artificielle que celle de ChatGPT ou Open IA, qui est sous le feu des projecteurs depuis un an. « C'est une IA prédictive qui absorbe les données de l'entreprise et apporte une aide à la décision, explique Clément Guillon. Elle va

prédire la demande des clients : combien tel produit sera vendu à tel point de vente, tel jour. Cela permet ainsi de gérer au plus près la chaîne d'approvisionnement, sa logistique, son stockage, ses ventes. » Autres intérêts ?

« Cela évite les gaspillages et optimise le travail des équipes. Cela donne aussi des indications sur le bon moment pour entamer une campagne marketing ou faire des promotions. »

Dans une période post-Covid, où l'inflation joue des tours et où le coût de l'énergie fluctue au gré de certaines tensions à l'international, la solution de la start-up nantaise apporte un confort psychologique au monde du commerce. « Il ne s'agit pas de voler le job de ceux qui s'occupent de tout cela habituellement, ou de remplacer les logiciels métiers actuels, précise Clément Guillon, par ailleurs vice-président de Naoned IA, association qui fédère les acteurs nantais de l'intelligence artificielle. Cette IA est une nouvelle génération d'outil informatique qui entre dans le monde du travail. L'idée est d'apporter une touche d'IA, une brique technologique supplémentaire qui vient se connecter aux logiciels existants et améliore leur performance. » Il ajoute : « En limitant le gaspillage, le nombre de produits périmés non vendus, les déplacements inutiles, on répond aux enjeux écologiques en apportant un moyen de réduire son empreinte carbone. »

Aujourd'hui, Europcar, Monoprix, Sodexo, Système U, des chaînes de restaurant, utilisent l'IA nantaise. Une IA qu'il est possible d'acheter dans une quinzaine de pays européens aujourd'hui. « L'export, via des partenaires locaux qui proposent nos solutions, représente aujourd'hui 20 % de notre chiffre d'affaires, nous visons les 50 % d'ici à deux ans. Et pour notre chiffre d'affaires, nous souhaitons le doubler chaque année. »

David Pouilloux

# Dixneuf met le cap sur l'est de la France et ouvre un site dans l'Ain

Fabricant de solutions pour poêles à bois et cheminées installé à la Romagne, l'entreprise Dixneuf a lancé la construction à Saint-Vulbas, dans l'Ain, d'un bâtiment de plus de 6 000 mètres carrés. Il y accueillera en 2025 une plateforme logistique et un campus de formation pour les artisans partenaires.



Raphaële Lucas, présidente, et Manuel Brin, directeur général de l'entreprise familiale Dixneuf.

**D**ans le Parc industriel de la Plaine de l'Ain (PIPA), à Saint-Vulbas (Ain), plus importante zone d'activités de la région Auvergne-Rhône-Alpes, l'entreprise Dixneuf, basée à La Romagne (Maine-et-Loire), a lancé les travaux d'un bâtiment de 6 000 mètres carrés en décembre dernier. Discrète sur le montant des travaux, la société, spécialisée dans la fabrication et la distribution de solutions pour les poêles à bois et cheminées, confie néanmoins que l'investissement s'élève à « plusieurs millions d'euros ». L'objectif pour cette ETI, qui a atteint un chiffre d'affaires de 72 millions d'euros en 2023, est de se rapprocher de ses clients dans la moitié est du pays et de ses partenaires locaux.

## DENSIFIER LA PRÉSENCE DANS L'EST

Dixneuf réalise 75 % de son chiffre d'affaires auprès de professionnels, installateurs de pôles à bois et de cheminées, qui utilisent ses

solutions. Le quart restant étant assuré auprès de grandes surfaces de bricolage. Dans ces 75 %, les trois-quarts sont réalisés avec une clientèle de la moitié ouest de la France. « Nous sommes leader dans l'Ouest et il y a une réelle opportunité de développement sur la moitié est, indique Raphaële Lucas, présidente de Dixneuf. C'est un projet sur lequel nous travaillons depuis un an et demi et qui se concrétise. Nous sommes présents dans l'Est mais nous allons densifier cette présence avec ce nouveau site et le recrutement d'un commercial. « L'entreprise investit donc dans un bâtiment de 6 000 mètres carrés, qui comprend une plateforme logistique de 5 000 mètres carrés. Celle-ci recevra uniquement des produits destinés aux professionnels. « Cela nous permettra d'être plus près de nos clients, de réduire les délais et de gagner en service, ajoute Raphaële Lucas, avec une

implantation idéale, proche des grands axes autoroutiers qui desservent toute la moitié est. Le déploiement sera progressif. La plateforme permettra de livrer une quarantaine de départements. » Cette plateforme devrait être opérationnelle en mars 2025 et Dixneuf envisage à terme d'employer une dizaine de personnes.

## CAMPUS DE FORMATION

En plus de la plateforme logistique, l'entreprise Dixneuf va également implanter dans un espace de 500 mètres carrés un campus de formation pour ses clients partenaires, à l'image de celui qu'elle a ouvert à La Romagne en 2021 et où ont été reproduites les différentes configurations techniques dans lesquelles les professionnels peuvent être amenés à opérer. « C'est notre campus installé depuis un an et demi à Saint-Quentin-Fallavier, près de Lyon, qui va déménager dans l'Ain, précise Raphaële Lucas, et disposera beaucoup plus d'espace. » En 2026, Dixneuf prévoit aussi de développer une activité de production sur ce nouveau site. En attendant, l'entreprise pourrait bien relancer en 2024 sur l'une de ses implantations de La Romagne un projet d'agrandissement de 1 500 mètres carrés de son unité de production, qu'elle avait mis en suspens. En renforçant sa présence dans l'est du pays tout en confortant sa place de leader dans la moitié ouest, l'entreprise de 280 personnes entend poursuivre la croissance qu'elle connaît depuis quelques années, avec un chiffre d'affaires qui a doublé en cinq ans.

Olivier Hamard

# Lacroix dévoile sa ligne de production de bornes de recharges de voitures électriques

L'usine du groupe nantais Lacroix, située à Beaupréau-en-Mauges dans le Maine-et-Loire, vient de démarrer la production de bornes de recharges pour Mobilize, une filiale de Renault. En 2026, 65 000 bornes devraient sortir chaque année de l'usine.



© ANTOINE HUMEAU

À l'image de cette coque fabriquée à quelques kilomètres de Beaupréau que présente Alban-Thomas Béduneau, directeur commercial de Lacroix Electronics, la quasi-totalité des matériaux provient de France.

**A** Beaupréau-en-Mauges, dans le Maine-et-Loire, le groupe nantais Lacroix vient de mettre en route une nouvelle ligne de production. L'usine fabrique désormais des bornes de rechargement de voitures électriques pour le compte de Mobilize, la marque de Renault Group dédiée aux nouvelles mobilités.

### L'ÉLECTRICITÉ DE LA VOITURE RÉINJECTÉE DANS LE RÉSEAU

Le groupe Renault prévoit quatre versions de cette borne de recharge des véhicules électriques, essentiellement à destination des particuliers. Elle sera connectée, avec un pilotage à distance de la recharge depuis le smartphone, et compatible avec tous types de véhicules. La plus simple sera vendue à 1 500 euros. La version haut de gamme ne sera

destinée qu'aux futures Renault 5, qui seront commercialisées dans le courant de l'année. Principale innovation de ces bornes, elles seront bidirectionnelles, c'est-à-dire qu'elles permettront aussi d'envoyer l'électricité de la batterie de la voiture vers le réseau public pendant les pics de consommation. De quoi économiser 200 euros par an pour l'utilisateur, assure Mobilize. Il faudra pour cela souscrire un contrat d'électricité directement avec la filiale de Renault, qui englobera aussi l'électricité de la maison. Singularité du projet : les bornes

électriques made in France sont le fruit d'une collaboration entre plusieurs entreprises, rassemblées au sein de Software République, un écosystème d'innovation dédié aux nouvelles formes de mobilité. IoTecha a conçu le matériel et le logiciel de recharge intelligente, Renault a travaillé sur l'architecture des systèmes de charge, ST Microelectronics a mis au point les composants semi-conducteurs et Thalès a apporté son expertise sur la cybersécurité. «Là où auparavant on avait un client et un fournisseur, on a ici des partenaires qui apportent chacun une brique», résume Vincent Bedouin, PDG du groupe Lacroix, qui affiche 708 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022. Cette borne de recharge est «l'illustration de cette dynamique de travail en écosystème qui permet d'accélérer la réalisation de projets innovants répondant aux enjeux sociétaux», estime Frédérique le Grévès, présidente de ST Microelectronics.

### UNE USINE AUTOMATISÉE

«Il y a quelques années, ce type de produit n'aurait sans doute pas pu voir le jour en France», poursuit le PDG du groupe nantais. L'usine Symbiose du groupe Lacroix, inaugurée il y a un an et demi à Beaupréau, permet de produire sept fois plus que son ancienne usine de Saint-Pierre-Montlimart située à quelques

**« L'automatisation des opérations à non-valeur ajoutée permet de capter de nouveaux business. »**

Alban-Thomas Béduneau, directeur commercial de Lacroix Electronics



kilomètres, grâce à la digitalisation et la robotisation de ses processus. Ici, toutes les opérations à faible valeur ajoutée, comme la préparation des composants électroniques, ont été automatisées. Certaines opérations de pose de semi-conducteurs sont faites par des machines, l'intelligence artificielle s'est substituée au comptage manuel des composants, ce qui permet une reconnaissance instantanée des stocks. Autant de gains de productivité qui permettent à l'usine de Beaupréau d'être plus compétitive. «Cela permet de capter des business que l'on n'aurait pas eus avant», résume Alban-Thomas Béduneau, directeur commercial de Lacroix.

### 65 000 BORNES PAR AN

Pas moins de 800 produits différents pour quarante clients sortent chaque mois de



## « Là où auparavant on avait un client et un fournisseur, on a ici des partenaires qui apportent chacun une brique. »

Vincent Bedouin, PDG du groupe Lacroix

Symbiose. Il s'agit d'électronique professionnelle. C'est le cas de ces bornes Mobilize Powerbox qui comptent chacune pas moins de 1 250 composants électroniques. Conséquence de cette automatisation généralisée, une vingtaine de personnes seulement travaillent sur cette ligne de production sur les 500 qu'emploie le site de Beaupréau. D'ici 2026,

Symbiose fabriquera 65 000 bornes par an, ce qui représentera un chiffre d'affaires de 5 à 10 millions d'euros par an. Le site a réalisé en 2023 85 millions d'euros et chiffre d'affaires, loin devant ses prévisions. L'objectif des 100 millions à horizon 2027 devrait être atteint beaucoup plus tôt que prévu.

Antoine Humeau



## TOUS LES SOIRS, L'ESSENTIEL DE L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE NATIONALE DIRECTEMENT SUR VOTRE TÉLÉPHONE

- Nominations, mouvements
- Opportunités business
- Veille concurrentielle
- Levées de fond
- Acquisition
- Fusion ...



Abonnez-vous maintenant





Alliance entre deux PME spécialisées dans les lunettes. De gauche à droite : François Fort (Opal-Demetz), Maxime Rolandeau (Roussilhe), Ludovic Brochard (Roussilhe), Guillaume Fort (Opal-Demetz).

## Roussilhe passe dans les mains du lyonnais Opal-Demetz

Le lyonnais Opal-Demetz prend le contrôle du fabricant de montures de lunettes nantais Roussilhe. L'objectif ? Produire en France et accélérer à l'international.

**O**pal Demetz (150 salariés ; 45 M€ de CA en 2023), spécialiste lyonnais de la conception et de la distribution de montures de lunettes de vue, prend une participation majoritaire au capital du fabricant de montures nantais Roussilhe (10 M€ de CA 2023, 45 salariés). À cette occasion, le fonds à impact de Weinberg Capital Partners prend une participation minoritaire au sein du capital d'Opal Demetz. L'objectif est de renforcer la fabrication en France du nouveau groupe grâce au site de Roussilhe à Oyonnax (Ain) tout en se développant à l'international, avec l'objectif d'y réaliser 25 % de ses ventes d'ici 2025. Présente par des accords de distribution dans 70 pays, l'entre-

prise veut créer trois nouvelles filiales d'ici 2 ans dont une à court terme en Europe de l'Est. Ce qui portera à huit le nombre total de ses filiales.

### LUNETTES MADE IN FRANCE

Créé en 1995 par François Fort, Opal s'est imposé au fil des années sur le marché de la monture pour enfant et adolescent et du petit prix (zéro reste à charge avec sa marque Owlet). En 2015, son rapprochement avec Demetz lui a permis de se positionner sur le segment de la lunette de vue pour le sport.

« Grâce à notre rapprochement, nous souhaitons devenir un groupe français solide et dynamique totalisant près de 60 millions d'euros de chiffre d'affaires dès 2024, annonce François Fort,

président d'Opal Demetz. Notre objectif commun de développement autour de la fabrication française contribuera ainsi à la réindustrialisation du secteur ». Roussilhe et Opal Demetz se voient déjà, ensemble, en acteur majeur sur le marché de la lunette française avec des collections propres et des montures sous licence fabriquées en France, en développant notamment le segment des adultes. Pour l'heure, Opal-Demetz, qui conçoit ses lunettes à Lyon, réalise l'essentiel de ses achats en Chine, notamment en raison de l'impératif de compétitivité sur son marché de référence, celui des montures pour enfants, adolescents et petit prix. Au total, tous segments confondus, le lunettier exploite 14 licences (Barbie, Eleven, Lulu Castagnette, Starwars, etc.) dont 2 sont fabriquées en France (Berenice et Saint James).

### UN FONDS À IMPACT ENTRE AU CAPITAL

L'arrivée du fonds à impact Weinberg Capital Partners fin décembre 2023 s'accompagne d'un changement au sein du management. François Fort, fondateur de la société, passe les manettes à son fils, Guillaume Fort, tout en restant président et membre actif du conseil de surveillance. « Nous avons été séduits par la vision de François Fort qui a su positionner Opal Demetz sur des segments de niche dont le groupe est rapidement devenu leader. Nous sommes heureux d'accompagner Guillaume Fort pour faire d'Opal Demetz un leader européen du secteur, afin de construire ensemble un acteur responsable répondant aux enjeux, de plus en plus exigeants, de la filière », déclare Cédric Weinberg, associé et directeur général de l'expertise Impact de Weinberg Capital Partners.

Delphine Sauzay

# Livraison à vélo : Naofood change de braquet en absorbant Les Coursiers Nantais

L'alternative éthique et locale à Uber Eats ou Deliveroo, créée en 2019, Naofood, vient de reprendre les activités des Coursiers Nantais, en redressement judiciaire. Une nouvelle coopérative nantaise du transport à vélo doit naître dans l'année 2024.



© THIBAUT DUMAS

**Guillaume Blanchet, à gauche, à l'atelier de réparation et de vente des ex-Coursiers nantais, aujourd'hui absorbés par Naofood**

**S**ac de livraison auréolé d'une peluche à portée de main, Guillaume Blanchet affiche toujours la même énergie. Le président fondateur de Naofood, annonce la reprise récente des activités de la coopérative les Coursiers Nantais (11 livreurs), entreprise spécialisée notamment dans la livraison de colis et colis (jusqu'à 150 kg) par vélo-cargo. «Ils correspondent à nos valeurs, nous voulons grandir avec eux pour devenir la référence de la livraison à vélo à Nantes, explique le trentenaire nantais. Nous cherchons l'épanouissement de nos coursiers, alors que d'autres cherchent à faire de l'argent sur leur dos.» Une seule et unique Scop de 40 livreurs sera créée courant 2024. Lancé fin 2019, Naofood est une alternative locale à Uber Eats ou Deliveroo pour la livraison de repas à domicile ou au bureau. 30 coursiers, salariés ou auto-entrepreneurs, livrent 90 commandes

chaque jour dans une zone de 3,5 kilomètres autour du centre-ville. Naofood a atteint 300 000 euros de chiffre d'affaires en 2023.

### ALLER VERS LE TEMPS PLEIN

Le panier moyen tourne autour de 35 euros pour Naofood contre 20 à 25 euros pour la concurrence, du côté des multinationales de la livraison. «Les jeunes qui commandent de la Junk Food sont les premiers clients d'Uber ou Deliveroo, note Guillaume Blanchet, nos clients, un peu plus âgés, nous choisissent, car nous sommes à la fois service de livraison respectueux et gage de qualité. Nous testons et sélectionnons nos restaurants partenaires [une quarantaine désormais, NDLR] qui se positionnent plutôt sur une alimentation éthique, locale, bio, etc.» L'activité de livraison de repas de Naofood est rentable, «mais très intense sur trois heures dans la journée, un peu le midi, mais surtout le soir». «Même en travail-

lant six jours sur sept un livreur arrive difficilement à 35 heures», note le dirigeant. L'idée est donc de compléter cette activité liée aux livraisons de repas avec les livraisons de colis des Coursiers Nantais, le matin ou l'après-midi, pour aller vers du temps plein pour les livreurs.

Du côté des Coursiers Nantais, un service en B to B est utilisé par une soixantaine d'entreprises clientes. Leurs besoins : le réasort en papier des imprimantes de bureaux, le transport de vêtements d'un pressing ou encore l'envoi à des restaurants ou hôtels du pain d'une boulangerie, etc. Une activité rentable, générant 200 000 euros en 2022, mais grevée par la découverte de dettes (environ 110 000 euros) liées à une ancienne gérance. Le tribunal de commerce de Nantes a ouvert une procédure de redressement judiciaire le 15 juillet dernier laissant six mois pour trouver une solution.

La cession à Naofood des contrats des employés, de la marque, des 8 vélos-cargos de livraison et des remorques (sans les dettes) a été entérinée en décembre dernier. «Désormais nous pouvons mutualiser le planning, la comptabilité, les RH, la communication, avec des économies substantielles au niveau des coûts, de l'ordre de 30 %, précise Guillaume Blanchet, et nous demeurons plus rapides, plus fluides et bien sûr plus écologiques qu'une livraison motorisée.» Les bureaux de Naofood se situent désormais au tiers-lieu le Wattignies, sur l'île de Nantes, où les ex-Coursiers Nantais avaient ouvert un atelier de réparation et de vente de vélos.

**Thibault Dumas**



Thierry Launois (à droite), PDG de JVD a confié à Olivier Kimmerling (à gauche) le développement de la nouvelle marque Novven By JVD.

## JVD complète sa gamme d'hygiène professionnelle

La société nantaise JVD a bouclé le rachat de Novven, le fabricant vendéen d'armoires séchantes, désinfectantes et décontaminantes. Cette opération permet à la PME nantaise d'élargir son offre et de se développer sur de nouveaux segments du marché des équipements d'hygiène professionnelle, en France et à l'international.

**L'**entreprise nantaise JVD (120 salariés, 34 M€ de CA), qui conçoit et fabrique des équipements d'hygiène professionnelle, a récemment racheté à la barre du tribunal la société Novven. Créée en 2021, celle-ci développe et fabrique sur son site de La Roche-sur-Yon, en Vendée, des armoires séchantes, désinfectantes et décontaminantes. Dotées d'un système de nettoyage intégré innovant, fruit de la R & D de Novven, ces armoires permettent de désinfecter des vêtements professionnels et EPI (équipements de protection individuels) sur le lieu même de contamination. Elles équipent ainsi plus de 1 000 casernes de pompiers où elles permettent de sécher, désinfecter et éliminer les micro-organismes présents sur les vestes, chaussures, casques,

masques et autres gants. Elles sont également utilisées par 300 crèches pour traiter jouets et doudous.

### COMPLÉMENTARITÉ DES OFFRES

« Ces dernières années, nous avons suivi avec intérêt le développement de Novven, dont l'activité est très complémentaire de notre cœur de métier centré sur l'hygiène professionnelle des mains et de l'air. Dans un premier temps, nous avons imaginé collaborer via un partenariat commercial. Les difficultés financières de Novven liées à un endettement excessif nous ont amenés à racheter l'entreprise », raconte Thierry Launois, PDG de JVD.

À la suite de cette opération, six des dix salariés de Novven rejoignent le siège de JVD à Rezé, près de Nantes. Il en va de même

pour Olivier Kimmerling. L'ancien dirigeant de Novven portera le développement commercial de la gamme d'armoires sous la marque « Novven by JVD ». Initialement localisée à La Roche-sur-Yon, la production est transférée dans l'usine nantaise qui a fait l'objet d'importants investissements ces dernières années : près de 3 millions d'euros pour agrandir et rénover le site industriel qui accueille la production et la R & D, puis plus d'un million d'euros pour lancer la nouvelle gamme de purificateurs d'air de JVD. « En l'espace de quatre ans, nous avons significativement fait évoluer notre offre d'hygiène professionnelle. Centrée sur les mains, le lavage et le séchage, elle inclut désormais la purification de l'air et l'hygiène des vêtements professionnels », souligne le dirigeant.

### NOUVEAUX MARCHÉS

Cette diversification va permettre à JVD de cibler de nouveaux marchés. Outre les casernes de pompiers et les crèches, la PME nantaise pourrait s'intéresser à l'industrie agroalimentaire, la cosmétique et « plus généralement à toutes les activités exposées à des contaminations en apportant des réponses autres que chimiques », indique Thierry Launois. JVD, qui réalise moins de 5 % de son chiffre d'affaires à l'export, compte également accélérer l'internationalisation de Novven en s'appuyant sur ses filiales en Espagne, au Mexique et à Singapour, ainsi que sur son réseau de distributeurs. « L'objectif est de multiplier par deux ou trois le chiffre d'affaires de Novven dans les cinq ans à venir. L'intégration de Novven est une étape clé pour accélérer le projet stratégique de JVD en faveur des solutions d'hygiène professionnelle », conclut Thierry Launois.

Caroline Scribe

## A & B Couture retouche son capital avec l'arrivée d'Innovafonds

Le Vendéen A & B Couture accueille le fonds parisien Innovafonds au sein de son capital. Après deux acquisitions en 2020 et 2023, la société qui conçoit et confectionne des vêtements de luxe, souhaite poursuivre les opérations de croissance externe.



A & B Couture réorganise son capital, avec l'arrivée d'Innovafonds.

**L**e luxe n'a jamais semblé si bien se porter. Dirigée par Tristan Henner, A & B Couture est issue du rapprochement en 2018 de trois ateliers vendéens : Auvinet basé à Saint-Martin-des-Tilleuls (110 salariés), Baizet à Vendrennes (105 salariés) et AM Façons à Tiffauges (45 salariés). Après cinq ans d'existence, le couturier voit arriver au sein de son capital le fonds parisien Innovafonds, accompagné de BNP Paribas Développement. Avant cette opération, c'était le fonds Odyssée Venture qui était majoritaire au capital. Tristan Henner avait alors une position minoritaire. Avec cette réorganisation, il devient majoritaire. « Nous prenons la part minoritaire avec BNP Paribas Développement », avance Quentin Ducouret, directeur associé d'InnovaFonds. Si les

informations sur la valorisation de l'entreprise restent confidentielles, la société A & B Couture a réalisé l'année dernière près de 15 millions d'euros de chiffre d'affaires et compte 280 salariés.

### PRÊT-À-PORTER POUR LES MAISONS DE LUXE

Elle est spécialisée dans le développement et le façonnage de prêt-à-porter pour les grandes maisons de luxe. « A & B Couture possède un tel niveau de qualité qu'il y a peu de clients, moins d'une vingtaine, qui font appel à ce savoir-faire de pointe », détaille Quentin Ducouret. Le souhait d'Innovafonds était justement d'avoir un dirigeant qui soit majoritaire à la tête de l'entreprise. « Notre objectif est de donner à Tristan Henner les moyens de poursuivre sa croissance, notamment via des acquisitions externes prévues dans les années à venir », justifie le direc-

teur associé d'InnovaFonds. Et le grand nombre d'ateliers de couture présents dans l'Ouest constitue un grand vivier pour l'entreprise. « Nos cibles privilégiées se situent donc sur le territoire, mais nous n'excluons pas de regarder ailleurs ».

### MULTIPLES CROISSANCES EXTERNES

Il faut dire que dans ce domaine, le couturier n'en est pas à son coup d'essai, avec d'abord l'acquisition en 2020 du bureau d'études Mode Création (20 salariés), situé en Vendée. Ce dernier se veut spécialiste du prêt-à-porter féminin de luxe, de la création à la fabrication des modèles. Cette reprise avait vocation à renforcer l'offre de services d'A & B Couture. L'entreprise s'est également engagée dans une seconde croissance externe en 2023, avec la reprise de l'atelier Belles Roches près des Herbiers. « Le bureau d'études a apporté au groupe des compétences complémentaires. À l'inverse, l'atelier est venu renforcer les capacités d'A & B Couture avec des activités similaires », précise Quentin Ducouret. Le groupe avance donc sereinement dans sa croissance sur un marché discret du luxe, avec désormais ses cinq entités. « Nous sommes dans un contexte favorable. Le luxe prospère et a tendance aujourd'hui à accroître la demande sur le made in France », ajoute le directeur associé d'InnovaFonds. En parallèle des acquisitions, A & B Couture compte aussi sur sa croissance organique. Plusieurs dizaines de salariés devraient venir alimenter les ateliers vendéens de haute couture.

Benjamin Robert

# Le groupe Acieo intègre les compétences de la société Deschamps

Basé à Château-Gontier sur Mayenne, le groupe Acieo, spécialiste du clos-couvert, et des métiers du bois et de l'acier, a intégré l'entreprise Deschamps de Saint-Denis-de-Gastines, dans le nord-Mayenne. Il ajoute ainsi à ses compétences la charpente bois et mixte bois-métal.

**I**nstallée à Saint-Denis-de-Gastines, l'entreprise de charpente bois et métal Deschamps (6 M€ de CA, 45 collaborateurs), a intégré le groupe mayennais Acieo, basé à Château-Gontier-sur-Mayenne et spécialiste du clos couvert. «Nous avons redéfini notre stratégie en 2022, explique le président d'Acieo Cyril Millereau, avec la volonté d'ajouter à nos compétences de charpentier métallique celle des charpentes bois et mixtes bois-métal. Nous apportons de notre côté à Deschamps une force commerciale supplémentaire. Il s'agit bien d'une intégration et les deux dirigeantes de l'entreprise restent dans l'opérationnel. Nathalie Planchais est toujours directrice générale, elle entre dans l'actionariat et au conseil d'administration du groupe.»

## 7 SOCIÉTÉS

Deschamps travaille pour des entreprises et des collectivités en Pays de la Loire, Normandie et Bretagne, et a développé une offre de construction modulaire, Aizence, pour les professionnels. «Nous avons déjà dans le groupe ces compétences avec l'entreprise CMBS, au Guerno dans le Morbihan, précise Cyril Millereau, qui est tout autant orientée menuiseries intérieures que charpente. Deschamps la renforce avec en plus le mixte bois-métal.» Spécialiste de la conception, de la fabrication et de l'installation de l'enveloppe des bâtiments en bois et en acier, Acieo (100,2 M€ de CA 2022-2023, 420 personnes) travaille sur un territoire allant de la région pari-



La société Deschamps, dirigée par Nathalie Planchais, a intégré le groupe Acieo, présidé par Cyril Millereau.

(menuiseries en acier et protection incendie à Guérande), le bureau d'études Excadia à Saint-Herblain (44) et CMBS (15 M€ de CA, 120 personnes).

## «L'ACIER A DE L'AVENIR»

L'intégration de Deschamps permet aussi à Acieo de renforcer ses réponses à des offres groupées de marchés publics à 25 % ou privés à 75 %, pour de gros chantiers, construction d'usines, de salles de sport, de bureaux... «Nous avons une équipe commerciale centralisée et nous avons beaucoup développé la transversalité entre les différentes entreprises du groupe, précise Cyril Millereau. Nous sommes persuadés que l'acier a aussi de l'avenir et qu'il faut surtout mettre le bon matériau au bon endroit. Nous travaillons beaucoup avec des matériaux recyclés, et quasiment toutes nos poutrelles proviennent de la filière du recyclage.» Le groupe s'est doté d'une personne chargée de la transition environnementale, a fait partie de l'accélérateur Bpifrance pour la décarbonation, effectue un bilan carbone chaque année et a formé ses collaborateurs aux défis climatiques. «On voit déjà les résultats dans nos bilans», soutient le président. Avec un carnet de commandes qui actuellement très rempli, le groupe, qui a doublé de taille et de chiffre d'affaires depuis 2010, ajoute une corde à son arc avec les compétences de Deschamps.

sienne à la Bretagne, avec 6 sociétés, auxquelles s'ajoute désormais l'entreprise Deschamps : Serru (charpente métallique et menuiserie aluminium à Château-Gontier), qui travaille partout en France avec des clients locaux, Ateliers David (charpente métallique et bardage à Guérande, en Loire-Atlantique) Seb Foucault (étanchéité, couverture et bardage à Villers-Bocage dans le Calvados), MAF Atlantique

Olivier Hamard



Marion Tesson, fondatrice et dirigeant de Box'n services, a ouvert une première franchise en Vendée avec Mylène Balat.

## Box'n Services se lance en franchise

Nouvelle étape dans le développement de Box'n Services. La société nantaise fait évoluer son concept de conciergerie d'entreprise connectée en y ajoutant une présence humaine. Et crée sa franchise pour mailler le territoire.

**F**ondée en 2015 par Marion Tesson, la société nantaise Box'n Services proposait originellement un service de conciergerie d'entreprise, accessible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, via une application mobile reliée à des casiers connectés. Un dispositif destiné à améliorer la qualité de vie au travail des salariés en mettant à leur disposition des services (pressing, livraison de paniers de fruits et de légumes, cordonnerie, etc.), directement sur leur lieu de travail. L'offre de départ a été complétée, en 2021, avec l'intégration d'une présence humaine sur le site. «La Caisse régionale du Crédit Agricole Atlantique Vendée à Nantes nous avait demandé de faire évoluer notre offre dans ce sens», raconte Marion Tesson, dirigeante de Box'n Services. Outre une meilleure prise en main du service par les utilisateurs, la présence d'une

personne sur place, à plein temps ou à temps partiel, permet d'ajouter des services complémentaires à ceux déjà proposés, notamment des services postaux (expédition et réception de colis à La Poste ou dans des points relais pour le compte des salariés), qui représentent 25 % des services demandés par les utilisateurs.

### CONCIERGERIE HUMAINE ET CONNECTÉE

«Nous avons complètement pivoté. À l'origine, je voulais une entreprise fonctionnant sur le digital et sans trop de salariés. C'est le contraire qui est en train de se produire», analyse Marion Tesson. En effet, avec ce nouveau modèle, l'entreprise a été amenée à recruter des concierges, tous embauchés en CDI. Box'n Services emploie désormais 14 salariés. Parallèlement, le profil des clients a évolué vers des entreprises de plus grande taille. En effet, en fonction du temps de présence du concierge (nombre

de jours par semaine) et des options de services (sport, massage sur chaise...), l'abonnement mensuel coûte de 1 500 à 3 500 euros par mois. Box'n Services, qui a vu son chiffre d'affaires passer de 320 000 euros en 2022 à près de 500 000 euros en 2023, est implantée dans une quinzaine d'entreprises à Nantes, La Roche-sur-Yon et Paris. Parmi ses clients figurent le Crédit Agricole Atlantique Vendée, le Ministère de l'Économie et des Finances à Nantes, Kereis... Box'n Services est également présent dans la Tour Cœur de Défense, à Paris, le second plus gros complexe de bureaux en Europe.

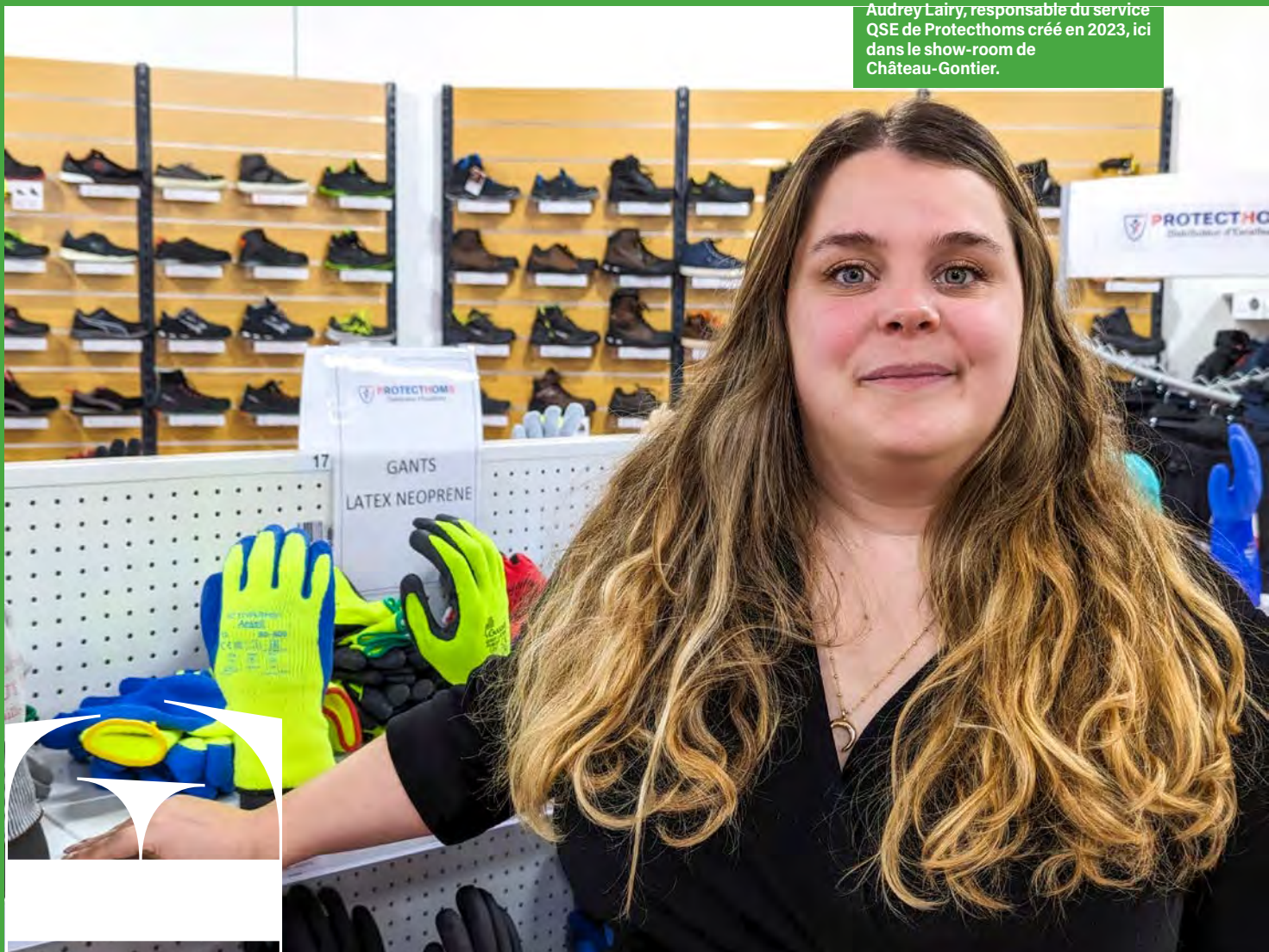
### VERS UNE QUINZAINE DE FRANCHISES

Pour développer son nouveau modèle, Box'n Services lance sa franchise en visant une quinzaine d'affiliés dans les grandes villes françaises d'ici cinq ans. Pour ce faire, l'entreprise s'est fait accompagner par le cabinet de conseil en franchise Framboise. «Nous avons été audités par le cabinet qui a décortiqué l'entreprise sous tous ses aspects afin de définir notre format de réseau dans tous les détails. J'en suis ressortie avec une feuille de route et un plan de développement», rapporte Marion Tesson. Pour le financer, la dirigeante peut compter sur le soutien de ses banques. Déjà lauréate de Réseau Entreprendre Atlantique, elle a également obtenu de l'association un prêt d'honneur «Croissance» de 80 000 euros, ainsi qu'un accompagnement sur trois ans par trois chefs d'entreprise. «L'enjeu pour Box'n services est double désormais. Il s'agit de sourcer les bons affiliés sur leur territoire et de les accompagner, tout en continuant à développer les villes que nous exploitons en propre : Nantes, Angers, Rennes et Paris», indique la dirigeante. Une première franchise a déjà ouvert en Vendée.

Caroline Scribe



Audrey Lairy, responsable du service QSE de Protecthoms créé en 2023, ici dans le show-room de Château-Gontier.



© FRÉDÉRIC GÉRARD



## Protecthoms veut imposer l'écoresponsabilité à ses fournisseurs

Protecthoms est distributeur d'équipements de protection individuels (EPI). Des produits qui doivent répondre à une certaine vision sociale et environnementale de l'économie, selon le groupe mayennais (50 M€ de CA en 2023, et 212 collaborateurs en France). Un service QSE a été créé en 2023 pour appliquer en interne les engagements de la RSE appliqués jusqu'aux clients. Et depuis janvier, les produits labellisés 100 % green sont mis en avant.



**D**ébut 2023, le groupe mayennais Protecthoms a créé un service Qualité sécurité environnement (QSE). « C'était une évidence », commente Marie-Pierre Marchand, la présidente du distributeur d'équipements de protection individuels (EPI ; 50 M€ de CA en 2023, 212 collaborateurs). « Le fondateur Laurent Lairy faisait de la RSE, sans d'abord le savoir, depuis la création de l'entreprise en 1993. À l'époque, personne n'en parlait. Aujourd'hui, il y a beaucoup de communication, cela peut mettre en avant des atouts, y compris sur le social. »

### PAS DE RSE MAIS DE LA RSSEE

Protecthoms a dépassé la RSE pour de la RSSEE : responsabilité sociale sociétale économique et environnementale. En 2018, une première ambition a été actée : labelliser le sourcing. Le plan se poursuit malgré le rachat par le groupe normand Grand Comptoir en 2021. « Nous essayons de référencer ce qui est fabriqué en France quand on peut, et que cela existe. On essaye de le faire au maximum en provenance de l'Europe. Mais une bonne part de la production est quand même réalisée ailleurs dans le monde, aujourd'hui, explique Audrey Lairy, fille du fondateur, et responsable QSE du groupe. On regarde alors les matières, la qualité, l'environnement, la traçabilité, les conditions sociales de fabrication, les écolabels, les modes fournisseurs, etc. »

En 2024, pour la première fois, une sélection 100 % green comprend des produits certifiés écoresponsables et équitables, issus de matériaux certifiés ou recyclés. Un livret les met en avant dans le nouveau catalogue aux 50 000 références. 95 % de cette sélection provient de fournisseurs qui ont signé la charte des engagements Labellisation Premium de Protecthoms. La signature est suivie de deux étapes. D'abord, un audit documentaire RSSEE est réalisé par Protecthoms. « On commence

## « On essaie de référencer ce qui est fabriqué en France. Si la production est faite ailleurs, on regarde les matières, la traçabilité, les conditions sociales de fabrication, etc. »

Audrey Lairy, responsable QSE de Protecthoms

par rassurer le fournisseur : nous ne serons jamais fabricant, nous resterons distributeur en B to B. Nous demandons surtout à savoir dans quelle usine, de quel pays et dans quelles conditions sont fabriqués les produits. Il n'y a donc pas de risque pour eux de dévoiler des secrets industriels ou d'approvisionnement », insiste Audrey Lairy.

Pour éviter toute suspicion, c'est un opérateur extérieur qui est en charge des labellisations. Le cabinet de contrôles SGS audite ensuite les sites des fournisseurs. Toujours sur la base du volontariat. L'engagement du groupe mayennais a déjà convaincu 150 partenaires historiques.

### UNE APPLICATION D'ABORD EN INTERNE

Chez Protecthoms, les produits sont classés en six « familles » : l'habillement constitue les plus gros volumes commercialisés, suivis des chaussures de sécurité, puis des gants et des protections de la tête, des services et enfin de l'hygiène. Toutes les catégories sont concernées, jusqu'à celle qui concerne la protection contre risque mortel. Les masques à gaz, tenues étanches pour environnements pollués, baudriers, etc. Des produits qui requièrent des pré-

conisations très techniques. « On ne met pas des marques spécifiques en avant, mais une qualité de service, explique Marie-Pierre Marchand. Nous prenons le temps de bien identifier les besoins du client pour le conseiller et réaliser la commande la plus pertinente. » Le service commercial est structuré pour assumer ce temps passé. Toujours avec un souci de proximité... et de la vie de famille. « Les commerciaux itinérants couvrent une zone dans un rayon de 100 km maximum. L'idée est qu'ils puissent se rendre facilement chez un client et rentrer chez eux le soir. » En Interne, l'entreprise « essaie de s'appliquer ce qu'elle demande aux clients ». Ainsi, le groupe a renforcé l'analyse de son bilan carbone. Un investissement logistique permet de limiter les transports. Les équipes sont aussi sensibilisées à la gestion des déchets, et son incités à imaginer des actions positives. Sur le plan social, des événements sont organisés régulièrement pour créer un esprit de groupe.

### AMBASSADRICE DE L'ONU SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Engagement ultime : « Protecthoms est ambassadeur des 17 objectifs pour le Pacte mondial en développement durable de l'ONU », glisse Audrey Lairy. Et ce, pour un deuxième mandat. Comme elle, des représentants groupe peuvent ainsi participer aux réflexions auprès des pouvoirs publics et des industries en régions. « Nous sommes souvent sollicités par des clients, des entreprises du secteur ou d'autres qu'on ne connaît pas qui cherchent des conseils sur les solutions à mettre en place. »

Frédéric Gérard

« Créer un service QSE était une évidence. » Marie-Pierre Marchand (à droite), présidente de Protecthoms, ici à l'atelier préparation de commandes du site de Château-Gontier.



© SYLVAIN MALMOUCHE

# Vizion Connect lance un service d'autopartage électrique pour les villes et les entreprises

Vizion Connect entend démocratiser l'autopartage électrique dans les villes moyennes et les entreprises. Pour cela, la société créée à Saint-Nazaire en janvier 2024 met à leur disposition des scooters et voitures électriques, ainsi qu'un logiciel de gestion des flottes.



Jean Baptiste Felix et son père Eric ont créé Vizion Connect à Saint-Nazaire pour développer les mobilités électriques.

**P**ermettre aux villes de moins de 50 000 habitants, aux citoyens et aux entreprises d'accéder à une mobilité à moindre coût, tout en répondant aux enjeux environnementaux, telle est l'ambition de Vizion Connect. Créée en janvier 2024 par Eric Felix et son fils Jean-Baptiste, la jeune entreprise est une filiale du groupe nazairien Kalliste, lui-même détenu par la famille Felix Nivagionni. Fondé en 2022, le groupe est spécialisé dans les systèmes embarqués et la gestion des mobilités à distance. «Mon père et moi avons créé Vizion Connect pour accélérer le développement d'une mobilité urbaine, économique et responsable, à travers une solution de gestion locative et d'autopartage de véhicules électriques. Notre offre a pour but d'inciter les habitants et les salariés à la multimodalité, de limiter

le nombre de véhicules dans l'espace public et de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>», argumente Jean-Baptiste Felix, en charge du développement de Vizion Connect.

## UNE SOLUTION CLÉ EN MAIN

Vizion Connect propose une solution clé en main qui comprend la mise à disposition d'une flotte de véhicules électriques (scooters et voitures avec ou sans permis) et de services de gestion de la location. Ces services prennent la forme d'une plateforme web permettant d'avoir une vision en temps réel sur la position des véhicules, les trajets, la gestion de l'entretien des véhicules. Intégrant des technologies développées par Geoclic Solutions, autre filiale du groupe Kalliste spécialisée dans la gestion de flottes et la géolocalisation, elle permet d'optimiser les déplacements et les consumma-

tions des véhicules. Elle permet également de recueillir l'ensemble des données liées à la consommation des véhicules, au niveau de batterie, à l'autonomie des véhicules...

Le business model de Vizion Connect pour les particuliers repose sur un abonnement de 95 euros par mois, avec un engagement sur 36 mois, à partager entre plusieurs personnes. La tarification de l'abonnement à destination des collectivités et entreprises n'est pas totalement finalisée. Mais «notre objectif est de faire baisser les coûts. Les collectivités peuvent jouer sur les subventions et les aides. Aux artisans et commerçants, nous proposons d'afficher sur les véhicules de la publicité qui viendra absorber une partie du coût de l'abonnement», détaille Éric Felix, dirigeant de Vizion Connect. La jeune société est actuellement en pourparlers avec les collectivités de Saint-Nazaire et de Pornic pour affiner son modèle.

## PARTENARIAT AVEC UN CONSTRUCTEUR ESPAGNOL

Par ailleurs, Vizion Connect vient de signer un partenariat exclusif avec le constructeur espagnol de véhicules électriques Silence. Cet accord doit faciliter l'adoption des véhicules électriques Silence par les entreprises et collectivités clientes de Vizion Connect. Vizion Connect aura la charge de piloter le déploiement des flottes. «Nous envisageons également de proposer un service de gestion locative en marque blanche», annonce Jean-Baptiste Felix. Un premier projet doit être livré prochainement à l'un des distributeurs partenaires de Silence.

Caroline Scribe



Inauguration de la première boutique physique de la start-up nantaise de l'électroménager reconditionné Underdog.

Nous tenons à augmenter la part de sourcing chez les particuliers, car ce sont des machines récupérées en proximité, à Nantes et autour de Nantes, et qui ont déjà servi, contrairement aux machines que l'on récupère chez les distributeurs ou marques. » Elle ajoute : « Les gens doivent comprendre qu'une machine qui a une petite rayure ou qui a un peu jauni, ce n'est pas important. Elle est moins chère et aucune ressource nouvelle n'a été utilisée pour la fabriquer. »

#### VOIR L'INTÉRIEUR DES MACHINES

L'ouverture du magasin, au-delà de permettre de toucher concrètement lave-linge, sèche-linge, four, réfrigérateur, permet également de voir comment les choses se passent dans l'atelier. « On accueille personnellement le client pour comprendre son besoin, on lui raconte l'histoire d'Underdog, l'importance de choisir le reconditionné, on lui montre l'atelier et les techniciens en train de travailler, explique Claire Bretton. On veut montrer à tous et de manière ultra transparente la qualité de notre reconditionnement et l'importance des métiers de technicien. Nos clients vont pouvoir découvrir notre modèle industriel et choisir leur produit sur place. » Chez la start-up qui avait opéré une levée de fonds de près de 4 millions d'euros au printemps dernier, une autre idée est en cours de réflexion. Elle illustre la recherche de transparence : proposer aux clients de voir l'intérieur des machines, afin de comprendre pourquoi, d'une marque à une autre, il existe des écarts de prix. « Quand on démonte une machine et que l'on voit avec quelle qualité de pièces elle a été fabriquée, notamment les marques allemandes, c'est très parlant, souligne Delphin Miloudi-Druelle, responsable du marketing chez Underdog. Nos clients comprendront mieux l'origine du prix d'une machine. »

David Pouilloux

## Underdog ouvre une boutique d'électroménager reconditionné

Moins d'un an après son lancement, Underdog, la start-up nantaise spécialisée dans l'électroménager reconditionné, vient d'ouvrir son premier point de vente physique. L'inauguration de ce magasin était l'occasion d'affirmer ses ambitions pour l'année 2024 : recruter 50 salariés et tripler sa capacité de réparation de machines.

**L'**anecdote est croustillante : un certain nombre de clients d'Underdog ne se contentaient pas d'aller sur le site de la boutique en ligne pour trouver la machine à laver ou le four de leur rêve. « Régulièrement, nous avions des personnes qui pensaient qu'il y avait une boutique sur place, rapporte Claire Bretton, la présidente et cofondatrice de la start-up de l'électroménager reconditionné Underdog. Mais nos ateliers, à Nantes, ne servaient jusqu'ici que d'espace de stockage, de réparation et de reconditionnement. En fait, parmi nos clients potentiels, certains veulent voir les machines avant d'acheter. Avec Léa de Fierkowsky et Laura Chavigny, avec qui j'ai cofondé Underdog, nous avons donc décidé d'ouvrir une boutique physique. » Aujourd'hui, l'entre-

prise compte 25 salariés, répare et vend 400 machines par mois. Elles sont en général 30 % moins cher que le neuf et sont garanties deux ans.

#### 50 RECRUTEMENTS EN 2024

« Notre ambition est de recruter 50 salariés d'ici à la fin de l'année, 25 techniciens et 25 opérateurs, précise Claire Bretton. Notre objectif est de réparer 1 500 machines par mois d'ici à la fin de l'année. » Le principal défi que doit relever la start-up est le sourcing des machines, c'est-à-dire l'approvisionnement, secteur géré par Laura Chavigny. « En janvier, nous serons sur un sourcing de 1 000 machines par mois, révèle la cofondatrice, par ailleurs chargée des ressources humaines. Notre source principale pour récupérer des machines sont les marques, les distributeurs, et les particuliers.



Damien Pierre, directeur des opérations, et Quentin de Chabot, directeur général, ont lancé en 2016 Delivagri, start-up angevine spécialisée dans le négoce digital de matières premières agricoles.

© DELIVAGRI

## Le spécialiste du négoce digital pour l'agriculture Delivagri vise 50 % de croissance en 2024

Lancée en 2016, la start-up angevine Delivagri, spécialisée dans la digitalisation du négoce des matières premières agricoles et d'approvisionnement, s'est installée dans de nouveaux locaux de 1 000 m<sup>2</sup> en 2023. Elle va recruter 15 personnes cette année et ambitionne un chiffre d'affaires dépassant les 60 millions d'euros en 2024, soit 50 % de plus que l'an passé, et compte commercialiser plus de 300 000 tonnes de matières premières.



**A**près avoir lancé son activité dans les locaux de WeForge, à Angers, Delivagri a déménagé dans un espace de 1 000 m<sup>2</sup> en 2023, dans le quartier de la gare. Avec 35 collaborateurs aujourd'hui et 15 recrutements prévus cette année, la start-up, qui digitalise le négoce des matières premières agricoles et d'approvisionnement, nourrit de fortes ambitions pour 2024, entre autres en se renforçant à l'international.

### ÉCONOMIE COLLABORATIVE

Créée en 2016, l'entreprise Delivagri a terminé l'année 2023 avec un chiffre d'affaires de 41 millions d'euros. La start-up, qui compte plus de 3 000 clients, agriculteurs ou agro-industriels, a acheté et revendu 220 000 tonnes de matières premières, des plus courantes (céréales, paille, foin, aliments, compost...) à celles de niche, en gérant toute la logistique des échanges. Elle assure le chargement et la livraison partout en France, directement dans les exploitations agricoles, et travaille avec plus de 3 000 transporteurs partenaires. Elle a pour cela développé un système d'économie collaborative, avec un important réseau d'acheteurs et de vendeurs. Réseau et collaboration qui permettent aussi d'optimiser les chargements et les livraisons dans des zones géographiques proches. S'appuyant sur de puissants algo-

## « Delivagri ne construit pas de silo, mais des architectures de données. Et on tire de la valeur de ces données. »

Quentin de Chabot, directeur général de Delivagri

ritmes développés en interne par ses informaticiens, Delivagri gère toute la logistique des échanges en proposant le meilleur prix, se présentant comme complémentaire au négoce classique. « Négocier 100 % digital, explique son directeur général Quentin de Chabot, Delivagri ne construit pas de silo, mais des architectures de données. Et on tire de la valeur de ces données. » Une valeur dont les agriculteurs, totalement indépendants dans leurs achats et leurs ventes, peuvent bénéficier. Ils sont ainsi 30 000 inscrits sur la plateforme développée par la start-up. Un site internet a ouvert en 2021, puis une application mobile a été lancée en 2022. « L'ensemble des outils digitaux que nous avons développés ces dernières années a pour objectif de faciliter l'accès aux agriculteurs 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 à nos meilleures offres en collecte et approvisionnements, » appuie Quentin de Chabot.

### SYSTÈME D'ALERTE

En 2023, Delivagri a innové avec un système d'alertes de prix. Il permet à l'agriculteur de choisir le prix souhaité pour acheter ou vendre des produits, d'y indiquer la date, le lieu de chargement ou de

livraison et la période. « Il est possible par exemple pour la vente de la production de blé de définir un prix objectif pour un contrat qui sera exécuté en juin-août et un autre prix objectif pour un deuxième contrat qui sera exécuté en janvier de l'année suivante, précise le dirigeant. C'est un outil précieux qui va aider l'agriculteur à réaliser des choix et stratégies de commercialisation sur une saison complète. » Lorsque le prix souhaité par l'agriculteur est atteint, celui-ci en est informé par un mail ou un SMS et il peut alors choisir d'acheter ou de vendre. Le service est accessible en France et dans les pays frontaliers. « Cette réactivité dans la transmission d'information augmente notre capacité à faire profiter les agriculteurs des meilleures opportunités de marché », ajoute Damien Pierre, directeur des opérations de Delivagri.

### OBJECTIF : 60 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Avec l'installation dans de nouveaux locaux, Delivagri va disposer d'espace pour recruter et atteindre cette année une cinquantaine de personnes. D'une part pour consolider ses activités existantes mais aussi s'attaquer à de nouveaux marchés, comme les engrais minéraux ou les semences, et se renforcer à l'international, où elle est déjà présente dans les pays frontaliers. Afin de favoriser l'intégration de ses nouveaux salariés, elle a créé la Delivagri Académie, son école de formation au négoce agricole digital. En se renforçant, la start-up ambitionne de dépasser 60 millions d'euros de chiffre d'affaires cette année, soit une progression de plus de 50 % par rapport à 2023. Elle compte commercialiser plus de 300 000 tonnes de matières premières en 2024 contre 220 000 tonnes l'an passé.

Olivier Hamard



Delivagri emploie 35 collaborateurs et prévoit 15 recrutements en 2024.

## Allaw veut démocratiser l'accès aux services juridiques

Après avoir levé 500 000 euros, la start-up nantaise Allaw, créée en avril 2023, lance sa plateforme d'intermédiation entre les professionnels du droit et les particuliers. Objectif : simplifier l'accès au droit pour les usagers, tout en aidant les professionnels du secteur dans leur organisation.



Ludovic Stang et son fils Germain Stang ont cofondé la start-up nantaise Allaw.

**F**ondée en avril 2023, la start-up nantaise Allaw a bouclé une levée de fonds de 500 000 euros auprès du fonds d'investissement nantais Delambre Participations et de deux business angels. Grâce à ce financement, la jeune entreprise, créée par Ludovic Stang et son fils Germain, a lancé en janvier une plateforme d'intermédiation entre les professionnels du droit (avocats, notaires et commissaires de justice) et les particuliers.

### DOCTOLIB DES PROFESSIONS DU DROIT

«Notre ambition est de rendre le droit accessible à tous, en proposant aux particuliers un service pour les guider dans leur parcours de droit et aux professionnels un logiciel leur permettant de gérer l'organisation de leur cabinet», explique Ludovic Stang,

PDG d'Allaw. Sur le modèle de ce que fait Doctolib dans le domaine de la santé, la plateforme d'Allaw offre aux professionnels du droit une solution pour faciliter leur installation et gérer leur relation client : prise et suivi des rendez-vous, organisation de l'agenda, gestion sécurisée des documents...

Aux particuliers, elle permet d'entrer en relation avec le professionnel le plus pertinent en fonction de leurs problématiques juridiques. «Notre plateforme utilise un algorithme d'intelligence artificielle pour faire les meilleures recommandations aux utilisateurs en fonction des besoins et des questionnements qu'ils ont renseignés au préalable», expose Germain Stang, directeur technique d'Allaw. Le business model d'Allaw repose sur un abonnement mensuel payant de 99 euros pour

les professionnels. En revanche, l'accès à la plateforme est gratuit pour les particuliers.

Les deux dirigeants ciblent une centaine de professionnels inscrits d'ici la mi-février. «Nous négocions un partenariat avec un groupement d'avocats qui pourrait nous amener 500 abonnés et un fort maillage territorial», annonce Ludovic Stang.

### 15 000 PROFESSIONNELS INSCRITS D'ICI 2025

À terme, les deux associés tablent sur 15 000 professionnels du droit inscrits d'ici 2025 et plus d'un million de particuliers utilisant la plateforme. La start-up, qui emploie actuellement sept salariés, devrait, par ailleurs, porter ses effectifs à 15-20 personnes d'ici la fin 2024, avec de premiers recrutements dès le mois d'avril. Le dirigeant ne communique pas, en revanche, sur le chiffre d'affaires attendu. Pour se donner les moyens de ces ambitions et investir massivement dans la communication, Allaw prépare une seconde levée de fonds pour le second semestre 2024, avec l'objectif de récolter deux à trois millions d'euros. «Les professions du droit sont en pleine mutation avec, notamment, une digitalisation croissante de leur activité. Notre logiciel permet aux professionnels de se consacrer au développement de leur clientèle et de recentrer leurs collaborateurs sur les tâches à plus forte valeur ajoutée. Nous sommes la première plateforme généraliste du droit et avons l'ambition de devenir la référence dans ce domaine», argumente Ludovic Stang.

Caroline Scribe



L'entreprise sarthoise Runway shower veut déployer, comme ici, des stations avec douches et vestiaires dans les quartiers d'affaires.

D'ici le mois de juin, de nouveaux contrats pourraient être signés au Mans, mais aussi à Nantes — la priorité — et à Rennes. L'entreprise accélère sur la prospection et la commercialisation, confiée à un prestataire. « La clé, c'est le foncier, voit Antony Ganot. Il faut sécuriser cet aspect pour être crédible auprès des clients à convaincre. »

Les abonnements varient de 90 euros hors taxe pour une petite entreprise jusqu'à 534 euros pour les grands groupes et les ETI. Le nettoyage et l'entretien sont compris dans le service.

### DE NOUVEAUX PARTENAIRES POUR ACCÉLÉRER LE DÉPLOIEMENT

SNCF Voyageurs, Groupama Centre Manche, Icare, Néosoft, SGS Sécurité, Abside top, Le Mans Créapolis... Quelle que soit l'envergure des premiers clients, il aurait été difficile de les séduire sans une approche interentreprises. Partager une station permet de valoriser à moindres frais une marque employeur, un quartier. L'équipement facilite aussi les rencontres entre salariés des bureaux. Pour aller plus loin, en janvier, la start-up a créé une communauté sur le réseau social Discord. Depuis, une hausse de fréquentation et d'adhésion à la station a été enregistrée.

Si les prototypes et le modèle V1 ont été fabriqués par La Tiny mancelle, dirigée par l'un des associés de Runway, « on aura besoin d'industrialiser le concept pour répondre à la demande ». C'est pourquoi fin décembre, la jeune entreprise s'est liée à de nouveaux partenaires : Mobic-Concept, fabricant belge de loges d'hôtellerie de plein air, et un fonds d'investisseurs luxembourgeois. Celui-ci n'est pas entré au capital de la start-up sarthoise. En février, de nouveaux investisseurs sont venus soutenir le projet. Ce qui devrait permettre d'atteindre l'objectif de dix à quinze implantations en 2024.

**Frédéric Gérard**

# Runway shower veut implanter ses stations de douche dans les quartiers d'affaires

Créée en 2022, Runway shower est actuellement incubée par Le Mans Innovation mais est aussi accompagnée par la Samoa à Nantes. Une ville ciblée en priorité par la start-up, qui installe des vestiaires et douches pour les entreprises aux pieds de leurs bureaux. L'arrivée de nouveaux partenaires pourrait permettre de s'implanter dans d'autres villes.



**Antony Ganot,** concepteur et associé de Runway shower.

© @JACQUES - SAMOA

**A**ller faire du sport pendant la pause du midi et prendre une douche avant de remonter au bureau. Depuis septembre, c'est un confort dont disposent les salariés de plusieurs entreprises installées dans le quartier Novaxud du Mans. L'équipement mis en place par Runway shower comprend deux douches, trois vestiaires et douze casiers. La station conçue par la start-up mancelle est extérieure aux bâtiments. Cette première version pourrait faire des petits en 2024.

Des pourparlers sont menés avec

de grandes usines en France. Mais « nous ciblons en priorité le secteur tertiaire, des zones de bureaux où les entreprises n'ont pas les moyens, pas la place ou pas l'énergie de déployer de tels équipements pour environ 5 % du personnel à l'usage », explique Antony Ganot, le concepteur du projet. Il est l'actionnaire majoritaire de Runway shower qu'il a créée fin 2022 avec deux associés (détenteurs de 20 % du capital chacun), Simon Louvard et Sébastien Leparç. La start-up est incubée par Le Mans Innovation. Elle est aussi accompagnée par Samoa, la société d'aménagement urbain de Nantes.

## Le nantais Smart Macadam veut faire face aux chutes des seniors

La société nantaise Smart Macadam développe une application qui aide au quotidien des personnes âgées à se rééduquer suite à une mauvaise chute. Une étude clinique, qui regroupe de nombreux acteurs régionaux de la santé, vise à en faire un véritable dispositif médical, qui pourrait être remboursé par la sécurité sociale.



© BENJAMIN ROBERT

Laurent Maury, dirigeant de Smart Macadam, a travaillé sur une interface intuitive pour que les seniors s'approprient facilement l'application.

**S**mart Macadam emploie cinq personnes à Nantes. Pour le géant Apple, c'est plus de 160 000 à travers le monde. Malgré ces poids différents, les deux sociétés sont en lien et travaillent ensemble autour du projet Mementop-gait. Ce dernier vise à développer une application numérique d'auto-rééducation pour les personnes de plus de 65 ans après une chute. Porté par le Nantais Smart Macadam, ce projet a séduit, et réunit beaucoup de monde : le gérontopôle des Pays de la Loire, le CHU de Nantes et d'Angers, l'entreprise de Vertou LNA Santé qui gère 80 Ehpad et établissements de santé, ainsi qu'Apple. Munis d'une montre connectée et d'un smartphone, les patients peuvent suivre un programme personnalisé d'activités quotidiennes afin de récupérer plus

vite. Des études cliniques vont être lancées afin d'évaluer les performances de cette solution, mais aussi son acceptabilité et sa prise en main par les patients, pas forcément tous à l'aise avec le numérique. Ces études ont été financées à parts égales entre la région des Pays de la Loire et l'État (Ministère de l'économie et des finances) pour un total de 1,7 million d'euros.

### L'IMPORTANCE DU SUIVI QUOTIDIEN

Le projet, qui aboutira fin 2027 au plus tôt, doit valider son utilité auprès d'une patientèle âgée. Apple fournira 1 300 montres connectées et smartphones afin d'équiper les participants des essais cliniques. «Ils nous suivent également dans la conception de l'application», précise Laurent Maury, directeur général de Smart Macadam. De son côté, LNA Santé pourrait servir de

relais auprès des patients pour diffuser l'application dans ses centres de réadaptation. Trois pôles d'activités seront proposés au sein de l'application : l'hygiène de vie, la rééducation, et la marche. Les protocoles seront qualifiés par les professionnels de santé, notamment les kinés. «Nous avons environ 145 000 hospitalisations par an en France suite à une chute», précise de son côté Gilles Berrut, fondateur du gérontopôle régional. Les patients sont ensuite envoyés vers des kinésithérapeutes, qu'ils ne voient pas forcément régulièrement. «Cela ne respecte pas les recommandations des sociétés savantes, qui appuient sur l'importance d'un exercice quotidien pendant plusieurs semaines pour récupérer au plus vite», poursuit-il, en voyant dans l'apport du numérique une solution pour généraliser cette voie.

### UN MÉDIA POUR FINANCER L'APPLI

Au-delà de cette future application, Smart Macadam vise 1,2 million d'euros de chiffre d'affaires en 2024 grâce à l'édition d'un média mensuel, nommé Gazette, destiné aux personnes âgées et parrainé par Malakoff Humanis. «Cette somme nous sert notamment à financer la partie recherche sur l'application», précise Laurent Maury, qui explique l'engouement autour de sa solution par les forts enjeux socio-économiques qui s'y cachent. «Il n'y a pas encore d'application remboursée par la sécurité sociale, mais nous pourrions être pionniers», avance-t-il. Rendez-vous dans trois ans pour la fin des essais cliniques.

**Benjamin Robert**



Stanislas Bridault et Hugues Bridault lancent l'opérateur téléphonique de proximité TelcoFactory, qu'ils veulent déployer en Pays de la Loire au premier semestre puis dans le Grand Ouest avant fin 2024.

fares qu'il dégagera. Il pourra s'appuyer sur un centre d'appels dédié basé à Angers. Un second centre d'appels sera quant à lui réservé aux clients. En outre, des technico-commerciaux, deux à trois par département, animeront le réseau et pourront également intervenir rapidement.

### MAILLAGE DU TERRITOIRE

L'opérateur angevin mise donc tout sur la proximité et le service : « Nous allons traiter le client comme s'il était seul au monde », assure Hugues Bidault, qui a travaillé pour France Télécom Mobile international, déployant des réseaux dans l'Europe de l'est et dans plusieurs dizaines de pays africains. L'avant-projet de TelcoFactory est finalisé et il s'agit maintenant de mailler sur le territoire un réseau de commerçants, qui commercialiseront en direct le forfait téléphonique, qui va de 6 euros à 25 euros, et des téléphones dans un second temps. « Tous les éventuels problèmes ont été résolus et nous voulons nous lancer d'abord en Pays de la Loire à la fin du premier semestre 2024, indiquent les deux fondateurs, ce qui sera le réseau-test, puis dans le grand ouest à la fin de l'année. » Avant, envisagent les deux hommes, de se déployer entre autres dans les 18 mois en Île-de-France, Normandie, à Paris et dans les Hauts-de-France. Pour cela, TelcoFactory prépare une première levée de fonds de 500 000 euros en capital, qui permettra d'ouvrir le réseau-test en Pays de la Loire, et veut aussi lever 2,5 millions d'euros en financement pour son fonds de roulement. La jeune entreprise veut accompagner son déploiement avec une montée en charge de ses effectifs. Elle a pour l'heure constitué une équipe de 5 personnes et prévoit le recrutement de 40 à 45 personnes d'ici à trois ans.

Olivier Hamard

# TelcoFactory souhaite devenir l'opérateur téléphonique de proximité de référence

À Angers, Hugues et Stanislas Bridault ont lancé la société TelcoFactory, un opérateur téléphonique qui veut aller au plus près des habitants. Aux côtés des grands noms de la téléphonie, la jeune entreprise souhaite apporter une réponse de proximité. Elle entend lever des fonds pour se développer dans un premier temps en Pays de la Loire.

**A**pporter un service de téléphonie de proximité tout en étant défenseur du dernier commerce. Pour lancer TelcoFactory, Hugues et Stanislas Bridault sont partis d'un constat simple : les opérateurs téléphoniques sont de moins en moins présents physiquement et de plus en plus de démarches doivent s'effectuer en ligne. « Ils n'ont plus d'obligation de service et il y a un trou dans la raquette, constate Hugues Bridault. 89 % des gens ont un smartphone et 48 % de ces utilisateurs ne seraient pas à l'aise avec les applications mobiles. Nous voulons donc apporter un service que ces opérateurs ne font plus. » Concrètement, père et fils ont donc créé une société de téléphonie et signé un contrat-cadre

pour utiliser les réseaux d'Orange et SFR, ce qui devrait aussi être fait avec Bouygues Telecom fin 2024.

### COMMERCES DE PROXIMITÉ

Reconnus comme opérateurs, TelcoFactory veut maintenant se déployer au plus près des utilisateurs, dans les commerces de proximité, en milieu rural comme urbain. « L'idée est que ces commerçants, précise Stanislas Bridault, soient l'interlocuteur du client et puissent gérer son problème, qu'il s'agisse d'utiliser une application, de répondre à un souci de réseau ou de mobile en panne. » Formé, le commerçant, qu'il soit épicier, buraliste, coiffeur ou boulanger, disposera d'une borne dans son magasin pour les clients et sera commissionné sur le chiffre d'affaires

## Yuniboat met les voiles vers Saint-Nazaire

Actuellement installée à Batz-sur-mer, la start-up Yuniboat souhaite s'ancrer à Saint-Nazaire afin de s'agrandir et d'industrialiser le reconditionnement de bateaux à moteur, et de voiliers. Ce chantier naval devrait être opérationnel fin 2025. À terme, l'ambition est d'en créer quatre autres afin de couvrir l'ensemble des côtes françaises.



Thierry Boussion, fondateur et dirigeant de Yuniboat, souhaite reconditionner une centaine de bateaux sur son futur site de Saint-Nazaire.

**C**e bateau ? 12 000 euros, contre 35 000 euros pour l'équivalent neuf.

Cet autre modèle ? 28 000 euros, au lieu de 80 000 euros. Fondée en 2021, la jeune start-up Yuniboat parvient à vendre des bateaux deux à trois fois moins chers que ceux sur le marché.

Et pour cause, il s'agit de modèles reconditionnés. Si l'économie circulaire a aujourd'hui le vent en poupe dans de nombreuses filières, il s'avère que le secteur du nautisme n'avait jusqu'alors pas emprunté ce courant. «Après deux ans d'existence, il n'y a plus de doute. Le marché est immense», souligne Thierry Boussion, dirigeant et cofondateur de Yuniboat. Labellisée Ruptur, l'entreprise récupère des bateaux qui ne sortent plus des ports, auprès de l'APER (Association pour la Plaisance Écoresponsable) ou directement auprès des propriétaires. «Nous reconditionnons autant les voi-

liers que les bateaux à moteur», précise le dirigeant, qui a doublé son chiffre d'affaires entre 2022 et 2023 pour atteindre les 250 000 euros. «Nous visons 645 000 euros en 2024», ajoute-t-il. L'entreprise de sept personnes, actuellement installée sur un terrain de 700 m<sup>2</sup> à Batz-sur-mer, est à l'étroit avec 23 bateaux dans l'attente de leur seconde vie. Elle vise un nouveau chantier à Saint-Nazaire, d'environ 5 000 m<sup>2</sup>, dont 3 000 m<sup>2</sup> de bâtiment. «Le terrain est réservé. Nous pourrions y établir un stockage vertical des bateaux afin d'optimiser notre empreinte foncière», prévoit le fondateur.

### CAP SUR LA LEVÉE DE FONDS

Après une première levée de fonds de 135 000 euros l'été dernier, complétée par un apport bancaire de 180 000 euros, l'entreprise cherche aujourd'hui à financer cette future installation. «Nous aurons besoin d'un tour de table entre 3,8 et 5 millions d'euro-

ros», détaille Thierry Boussion. À l'échelle des grands du secteur nautique, comme Jeanneau ou Beneteau qui génèrent des centaines de millions d'euros de chiffre d'affaires, le reconditionnement reste un micromarché. «Nous réparerons une centaine de bateaux par an sur notre site de Saint-Nazaire, pour un panier moyen de 20 000 euros», appuie Thierry Boussion. À terme, Yuniboat souhaite s'étendre avec cinq chantiers navals, afin de pouvoir couvrir l'ensemble des côtes françaises.

### UNE ACTIVITÉ DE MAINTENANCE

Les modèles récupérés par Yuniboat ne sont plus garantis par les constructeurs et ont souvent plus de dix ans. «Mais un bateau est conçu pour vivre une quarantaine d'années. À partir du moment où la coque est saine, nous pouvons le reconditionner», estime Thierry Boussion, qui assure également une garantie à la vente de ses bateaux. Et si jamais la coque est dégradée, Yuniboat est en lien avec des sociétés comme le nantais Bâtho, qui transforme de vieux bateaux en hébergements insolites, mais aussi avec des recycleries. En parallèle du reconditionnement, Yuniboat mise sur la maintenance. «Comme la révision d'une voiture, cela doit être régulier. L'ambition est d'avoir une flotte de véhicules qui réalisent ces opérations, avec une offre intégrée dans un réseau», appuie Thierry Boussion. L'objectif est d'en avoir une centaine sur tout le territoire national, en évitant de changer les pièces si cela n'est pas nécessaire. «Nous tablons sur 100 000 euros de chiffre d'affaires par camion et par an», estime le dirigeant.

Benjamin Robert



## LOIRE-ATLANTIQUE **SANTÉ**

### Hera-Mi cherche à lever 750 000 euros

La société nantaise Hera-Mi cherche à lever 750 000 euros sur la plateforme rennaise MyOptions. Cette campagne, ouverte aux personnes physiques et morales, a pour objectif de financer la poursuite du développement de la start-up fondée par Sylvie Davila en France et à l'international, notamment aux États-Unis. Hera-Mi propose aux radiologues un logiciel d'aide à la détection des cancers du sein lors des mammographies 2D et 3D, grâce à l'intelligence artificielle. La campagne sur myOptions est un «financement bridge» en attendant une levée de fonds plus importante dans le courant de l'année 2024.



© ANDI BRUCKNER

## NANTES **SANTÉ**

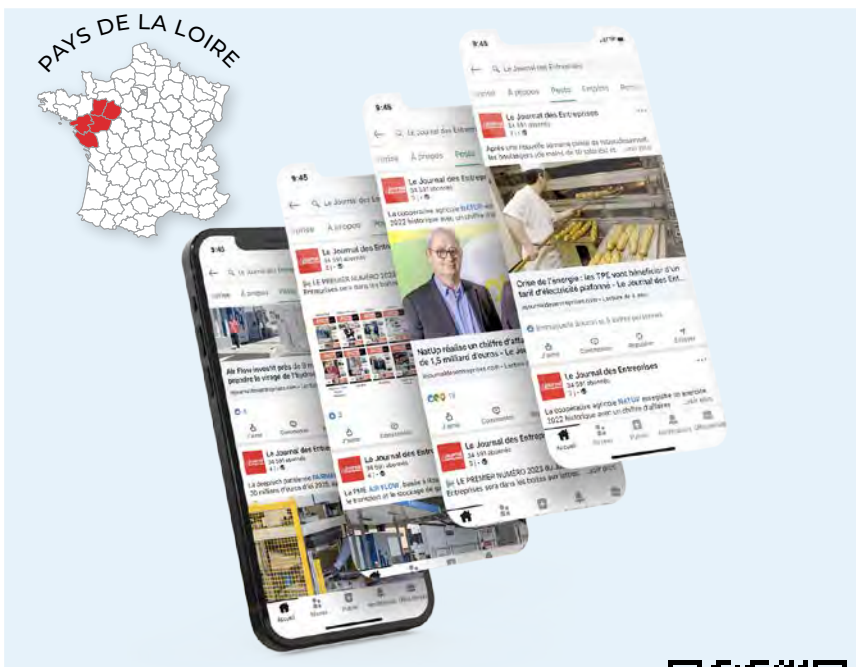
### Valneva vend son bon de revue prioritaire (PRV) pour 95 millions d'euros

Valneva, spécialisée dans les vaccins, annonce la vente pour 95 millions d'euros du bon de revue prioritaire (PRV) qu'elle a obtenu de l'agence de santé américaine, Food and Drug Administration (FDA). Valneva avait reçu ce bon en 2023 pour l'autorisation de mise sur le marché octroyée par la FDA pour son vaccin contre le chikungunya. Elle utilisera cette somme pour financer ses projets de R & D, notamment le co-développement de son vaccin contre la maladie de Lyme actuellement en Phase 3 et le lancement d'essais cliniques complémentaires pour son vaccin contre le chikungunya.

## LOIRE-ATLANTIQUE **ÉNERGIE**

### La start-up industrielle Lhyfe annonce 1,3 million d'euros de chiffre d'affaires

Comptant 195 salariés, la start-up nantaise Lhyfe, qui produit et distribue de l'hydrogène vert, a réalisé un chiffre d'affaires 2023 de 1,3 million d'euros, soit un doublement par rapport à 2022. Ce résultat est le fruit de la montée en puissance de l'usine de Bouin, première unité de production de cette société cotée en Bourse. Au second semestre, Lhyfe a continué d'élargir son portefeuille clients en France et a commencé à constituer son portefeuille outre-Rhin avec les premiers clients livrés en Allemagne. Elle est désormais présente dans 12 pays, principalement en Europe.



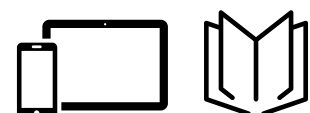
**POUR RESTER  
CONNECTÉ À L'ACTUALITÉ  
ÉCONOMIQUE DES  
ENTREPRISES ET ACTEURS  
DES TERRITOIRES  
DE LA RÉGION  
PAYS DE LA LOIRE**

Abonnez-vous maintenant  
à notre page LinkedIn

**Pays de la Loire**

- Nominations, mouvements
- Opportunités business
- Veille concurrentielle
- Levées de fond
- Acquisition
- Fusion ...

**LinkedIn**



# Saga



Le chronométrage sportif, développé par le groupe Bodet dans les années soixante-dix, a apporté sa notoriété à l'entreprise.



© GROUPE BODET

# Saga

## Groupe Bodet



1868



1955

On confie à Paul Bodet l'installation d'une horloge pour l'église du village de Trémentines, activité qu'il développe. Son fils Emmanuel la poursuit jusqu'à la seconde guerre mondiale.

1945

Pierre Bodet entre dans l'entreprise et lance l'électrification des cloches d'église. À la tête de l'entreprise jusqu'en 1992, il l'a développée en diversifiant les activités.

L'entreprise, sous l'impulsion de son dirigeant Pierre Bodet, lance la fabrication de ses propres horloges de clocher.

# La maîtrise du temps depuis plus de 150 ans

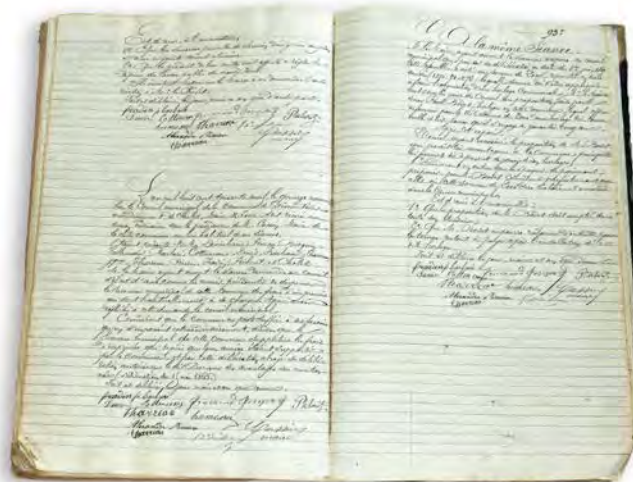
À Cholet, le groupe familial Bodet vient de franchir la barre des 1 000 salariés. Avec à sa tête la cinquième génération de la famille, il mène depuis plus de 150 ans des activités qui se rejoignent autour d'un même domaine : la mesure du temps, de la traditionnelle horloge d'église au logiciel de pointe pour les services de ressources humaines.

**L'**abbé Thuillier, curé de Trémentines en 1868, ne saura jamais qu'il a un peu contribué à l'histoire du groupe Bodet. Cette année-là, le conseil municipal de la commune choletaise décide de l'installation d'une horloge dans le clocher de sa nouvelle église. Et le curé de déclarer : « Paul, cette horloge, tu vas la faire ! » Paul, c'est Paul Bodet, menuisier-ébéniste dans le village. Curieux et passionné de mécanique, il se forme alors à l'horlogerie et installe cette fameuse horloge, toute première réalisation à l'origine de l'aventure Bodet. 156 ans plus tard, Pascal Bodet préside le groupe familial. De 1868 à 2024, de Paul à Pascal, cinq générations de dirigeants se sont succédé, de père en fils. Et récemment, le groupe a franchi la barre symbolique des 1 000 collaborateurs.

Retour en 1868 : de Trémentines, Paul Bodet étend son activité aux villages alentour, jusqu'en 1918 où lui succède son fils Emmanuel. « Les deux premières générations ont été installateurs d'horloges dans les églises, raconte Jean-Pierre Bodet, quatrième du nom qui dirigea la société familiale de 1992 à 2016 et conserve aujourd'hui la fonction de directeur général délégué. De 1940 à 1944, l'activité s'est arrêtée, et mon grand-père avait un magasin d'horlogerie dans le bourg de Trémentines. »

## LA FÉE ÉLECTRICITÉ ACTIVE LES CLOCHES

Au sortir de la guerre, Pierre Bodet prend la suite. Ingénieur des Arts et Métiers, il relance l'installation d'horloges dans les édifices religieux et surtout développe une nouvelle activité : l'électrification des cloches d'église, jusqu'alors sonnées à la main. « Le marché a explosé, relate Jean-Pierre Bodet. Mon père a commencé seul, puis l'entreprise a rapidement compté 10, 20, puis 50 salariés. » En 2024, l'activité campa-



15 novembre 1868 : le conseil municipal de Trémentines commande à Paul Bodet une horloge pour l'église du village. C'est le début de l'aventure.

© GROUPE BODET

## 1973

Jean-Pierre Bodet entre dans l'entreprise familiale. Il est le 132<sup>e</sup> salarié et va faire entrer la société, qu'il dirigera de 1992 à 2016, dans l'ère de l'électronique.

## 1976

Bodet est fournisseur des Jeux Olympiques de Montréal, au Canada. L'entreprise travaillera deux ans plus tard pour la Coupe du monde de football en Argentine.

## 1987

Bodet lance son premier logiciel pour la gestion du temps en entreprise. Kelio, la filiale dédiée aux logiciels SIDH, représente aujourd'hui plus de la moitié des effectifs et du chiffre d'affaires du groupe.



© GROUPE BODET

Le campanaire a été la première activité de Bodet. Elle est toujours présente dans le groupe.



© BERTRAND BÉCHARD

naire existe toujours au sein du groupe Bodet et est même repartie en croissance depuis une douzaine d'années. Le groupe assure en effet l'entretien des horloges et des systèmes de sonnerie dans environ 15 000 des quelque 42 000 églises de l'Hexagone. Et il a même une activité on ne peut plus traditionnelle : la réparation des cloches, qu'il est le seul à effectuer en France.

À partir de 1955, l'entreprise a aussi fabriqué ses propres horloges. Un atout à l'aube des années soixante-dix, car Pierre Bodet sait que le campanaire ne suffira pas pour entretenir l'expansion de la PME familiale. « Il a alors fabriqué des horloges pour les établissements scolaires et rapidement aussi pour les entreprises, indique Jean-Pierre Bodet, au départ dans l'Ouest puis dans toute la France. » C'est alors pour Bodet, spécialiste du campanaire depuis déjà un siècle, le début de la diversification.



**« On a dû innover sans cesse, car bien souvent un produit ne dure guère plus de 20 ans. »**

Jean-Pierre Bodet, directeur général délégué du groupe Bodet.

### OUVERTURE AU SPORT ET PREMIERS CHRONOMÈTRES

En 1973, Jean-Pierre Bodet entre à son tour dans l'entreprise familiale. Ingénieur en électronique, il va développer l'activité des chronomètres sportifs tout juste naissante. « Nous avons lancé dès 1974 les premiers chronomètres à décompte électronique dans les salles de sport », explique-t-il. Au-delà du chronométrage sportif, Bodet s'ouvre aussi à l'enseignement, l'industrie ou la santé, avec des horloges pour les entreprises ou les établissements de soins. Et suit l'évolu-



## FICHE ENTREPRISE

# 2018

**Le groupe Bodet, que dirige depuis 2016 Pascal Bodet, représentant la 5<sup>e</sup> génération, installe son siège à Cholet, tout en conservant à Trémentines ses activités historiques, campanaire et Time & Sport.**



© ETIENNE LIZAMBARD

**Entré en 1973, Jean-Pierre Bodet a dirigé le groupe familial de 1992 à 2016. Il en est encore le directeur général délégué.**



© GROUPE BODET

**Kelio, la filiale dédiée aux solutions SIRH, représente plus de la moitié du chiffre d'affaires du groupe.**

tion des technologies, les lampes, puis les leds succédant aux aiguilles : « On a dû innover sans cesse, ajoute Jean-Pierre Bodet, car bien souvent un produit ne dure guère plus de 20 ans. » Le chronométrage sportif, commercialisé aujourd'hui pour moitié hors de France, a permis de booster l'expansion de Bodet à l'export, qui était déjà présent sur les marchés étrangers depuis le milieu des années soixante-dix avec des horloges électriques à chiffres sautants ou à palettes. Il a aussi contribué fortement à la notoriété du nom de l'entreprise.

Horloges et affichage sportif sont désormais réunis dans l'une des filiales du groupe, Bodet Time Sport (27 M€ de CA 2022), aux côtés de Bodet Campanaire et d'une autre entité, Kelio, qui s'appelait jusqu'en 2022 Bodet Software. Initié en 1983 pour gérer le temps de travail en entreprise, le premier logiciel Bodet est sorti

## 1 000 salariés

Le groupe Bodet vient de dépasser le millier de collaborateurs. Kelio en emploie plus de la moitié et le campanaire regroupe environ 120 personnes.

## 126 millions d'euros

C'est le chiffre d'affaires du groupe pour 2023. Les activités Time & Sport sont réalisées pour 50 % à l'international.

## 110 pays

Le groupe Bodet est présent dans 110 pays à travers le monde. Il a par exemple créé les 40 horloges de la Grande Mosquée de la Mecque, en Arabie Saoudite.

## Actionnariat

L'entreprise est depuis son origine demeurée dans le giron familial. Un seul actionnaire est extérieur à la famille Bodet, Crédit Mutuel Equity, à hauteur de 16 %.

en 1987 : « Nous étions les premiers en France à faire de la gestion du temps sur ordinateur, explique Jean-Pierre Bodet. Nous avons commencé en France puis en Belgique, avant de nous tourner vers des distributeurs pour l'export. »

### LOGICIELS DE GESTION RH POUR LA FRANCE ET L'EXPORT

Avec plus de 68 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022, dont 50 % à l'international, l'activité d'édition de logiciels RH, installée à Cholet en 1998, pèse plus de la moitié de l'activité du groupe et emploie environ 550 personnes, avec 6 filiales à l'étranger. « Kelio a véritablement pris son essor à partir de 2012 et l'arrivée de son directeur général Eric Ruty, confie Jean-Pierre Bodet. Il a eu la vision de proposer des logiciels complets gérant l'ensemble des ressources humaines, et nous sommes aujourd'hui leader dans ce domaine. » À Cholet, à côté de Kelio, le groupe Bodet, qui a atteint 126 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023, a installé son siège social en 2018. Autour, ont aussi été acquis plusieurs bâtiments. « Cela permettra de grandir dans les dix prochaines années, affirme Jean-Pierre Bodet. Si on n'a pas d'ambition, ce n'est pas intéressant. »

En attendant de grandir à Cholet, c'est bien à Trémentines que le groupe familial mène son prochain projet d'envergure. Comme pour mieux réaffirmer ses origines, il va y faire construire un nouveau site pour son activité originelle, le campanaire, qui emploie 120 personnes pour un chiffre d'affaires de 15,8 millions d'euros en 2022. Les travaux débiteront à l'automne 2024 et le déménagement est prévu pour le second semestre 2025. Bodet, le maître du temps, sera alors à l'aube de ses 160 ans.

**Olivier Hamard**



Maryline Cesbron pratique avec son mari Jean-Mathias Cantel la danse sportive en compétition au niveau national et international.

# Rencontre



© DR

## Maryline Cesbron habitée par la danse... et la pub

Dirigeante du groupe de communication angevin Echo, Maryline Cesbron est également présidente du CJD, à Angers. Parallèlement, elle pratique avec son conjoint la danse sportive, avec un objectif : décrocher un jour la première place au championnat de France.



**L**orsqu'elle commence sa semaine, Maryline Cesbron sait qu'elle n'aura aucun trou dans son planning. Entre son entreprise, ses responsabilités de présidente du CJD et... la danse sportive en couple, passion qu'elle partage avec son mari Jean-Mathias Cantel, la fondatrice et dirigeante du groupe de communication Écho, a pour le moins un emploi du temps minuté. « Si je n'étais pas organisée ce serait un beau bazar, sourit-elle. Mais c'est génial, car je ne sais pas ne rien faire. Et je fais tout par passion sinon je ne fais pas ! »

### EMPLOI DU TEMPS CHARGÉ

Entre la cinquantaine d'heures passées dans l'entreprise qui emploie une quinzaine de collaborateurs à Angers et à Troyes, dans l'Aube, celles consacrées au sport ou à la danse, le CJD, les petits-déjeuners du BNI du jeudi matin, l'emploi du temps de Maryline Cesbron est on ne peut plus rempli. Le week-end est un peu moins dense : Fitness et danse tout de même, compétitions des enfants... Mais le dimanche après-midi demeure sacré pour la dirigeante de 45 ans. Une pause nécessaire en famille, « la priorité absolue », avec son mari et leurs deux garçons de 10 et 14 ans, sportifs eux aussi. Gymnastes, ils pratiquent une dizaine d'heures par semaine. Tout comme leurs parents en danse sportive, une discipline qui regroupe 5 danses latines et 5 danses standard. « Si on veut élever son niveau, confie Maryline Cesbron, il faut répéter énormément pour que le corps apprenne et que tout devienne parfaitement naturel. »

### DANSES LATINES

Aussi, le couple s'entraîne-t-il également une dizaine d'heures par semaine, dont deux fois avec un duo d'entraîneurs qui a déjà obtenu un titre de champion du monde. En 2023, Maryline Cesbron et son mari, qui ont une prédilection pour les danses latines, se sont classés deuxième au championnat de France et

## « Si on veut élever son niveau, il faut répéter énormément pour que le corps apprenne et que tout devienne parfaitement naturel. »

Maryline Cesbron, dirigeante du groupe Echo.

47<sup>e</sup> au championnat du monde. Dans leur catégorie, ils comptent donc parmi les meilleurs Français et participent à des compétitions partout dans l'hexagone, mais aussi ailleurs en Europe pour les championnats du monde. Dans une saison divisée en deux parties, de septembre à novembre puis de fin février au mois de juin, Maryline Cesbron s'autorise tout de même une semaine sans danser durant les fêtes de fin d'année et deux autres pendant les vacances d'été.

### AGENCE DE PUBLICITÉ

Avec son mari, Maryline Cesbron mène de front la danse sportive de haut niveau et le développement du groupe Écho. Groupe qu'elle a lancé seule à Troyes en 2014 puis installé à Angers en 2016. L'entreprise travaille donc entre Anjou et Aube, pour des PME et quelques grands groupes, auprès également d'une clientèle parisienne. « Uniquement en publicité, précise Maryline Cesbron. Notre valeur ajoutée est d'avoir intégré tous les métiers, graphiste, webmaster, rédacteur, photographe, développeur... » Désormais, Echo regarde aussi vers la Vendée, avec l'installation récente d'une commerciale aux Herbiers. C'est aussi son mari Jean-Mathias qui a amené Maryline Cesbron à

la danse: « Il a commencé très jeune et de mon côté j'étais gymnaste, raconte-t-elle. Nous avons pratiqué pendant trois ans jusqu'à la naissance de nos enfants puis nous avons repris il y a deux ans et demi. J'aime beaucoup le sport et je suis aussi une créative. La danse mélange ces domaines sportif et artistique. Elle me permet d'évacuer, d'être mieux dans ma tête et plus à l'aise en public. Moi qui souffre un peu d'un manque de confiance, je serais sans doute beaucoup plus inquiète si je ne dansais pas. »

### QUAND DANSE ET CJD SE COMPLÈTENT

La dirigeante confesse même que sans la danse, elle ne serait peut-être pas devenue présidente du CJD à Angers, responsabilité qu'elle a prise à l'automne 2023. « Il me faut de la compétition, ce qui n'est pas du tout le cas au CJD, même s'il y a un esprit de réussite. Nous avons été élues en binôme sur un programme et c'est une reconnaissance. Je suis entrée au CJD parce que je voulais apprendre techniquement, et on y apprend, comme dans la danse. C'est pour moi très ressemblant, l'un et l'autre se complètent et s'apportent beaucoup mutuellement. « Au CJD, la nouvelle présidente a encouragé tout de même la mise en place d'une commission Champions, avec la découverte mensuelle d'un sport, et a choisi pour devise le temps de son mandat : « Devenir les champions du monde de l'entrepreneuriat »... Championne du monde de danse, la dirigeante angevine ne vise pas si haut, mais elle s'est tout de même fixé un objectif : décrocher un jour la première place aux championnats de France. « Ce ne sera pas à court terme, envisage-t-elle. Nous n'en sommes pas encore là et nous espérons atteindre ce niveau d'ici trois à quatre ans. »

Olivier Hamard

Maryline Cesbron est également dirigeante du groupe de communication Echo et présidente du CJD à Angers.



© GROUPE ÉCHO



© EOLANE GROUP

# Olivier Clément, nouveau président du groupe électronique Eolane

Le groupe angevin Eolane a désigné son nouveau président du directoire. Olivier Clément vient remplacer Henri Juin.

**D**ébut février 2024, Olivier Clément est le nouveau président du directoire du groupe électronique angevin Eolane. Il a succédé à Henri Juin, en poste depuis mi-2019 et «prend de ce fait l'ensemble des responsabilités des sociétés filiales françaises et étrangères du groupe», a précisé le groupe Eolane.

### RENFORCER L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

Titulaire d'un diplôme d'ingénieur de CentraleSupélec et d'un diplôme en finance, marketing & management de l'INSEAD, Olivier Clément a exercé diverses responsabilités dans les opérations chez Valeo, Alstom Power, General Electric, et plus récemment comme directeur général de plusieurs PME industrielles. «Dans la continuité de la stratégie de croissance d'Eolane et des actions déjà engagées, indique le nouveau président, ma

priorité sera de renforcer l'excellence opérationnelle qui fait des enjeux de nos clients, nos propres enjeux.»

Spécialisé dans la conception de cartes électroniques de haute technologie produites en petites, moyennes et grandes séries, et leur intégration dans un produit final, le groupe Eolane travaille pour 8 marchés différents : la défense, l'industrie, les télécoms, le ferroviaire, l'automobile, le médical, l'énergie et l'aéronautique. Présent sur 3 continents, il dispose de 13 sites et emploie 2 400 employés, dont 600 en Maine-et-Loire, pour un chiffre d'affaires de 326 millions d'euros en 2023. En 2023, le groupe angevin a lancé la construction d'un nouveau site de production en Malaisie, pour renforcer sa présence sur les marchés asiatiques et américains. Il ouvrira ses portes dans les tout prochains mois.

Olivier Hamard



© OIOO STUDIO - SAS OIOO STUDIO

## Florence Cinotti prend la direction de la filiale Aveltys, du groupe Altyn

Florence Cinotti devient directrice de la filiale Aveltys du groupe nantais Altyn. Ce dernier compte 650 collaborateurs et a atteint les 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. Cette ETI est spécialisée dans la rénovation énergétique, écologique et numérique des bâtiments et des territoires. Evoluant depuis douze ans au sein du groupe Altyn, elle était auparavant à la tête de la direction des métiers du groupe. «J'ai pour ambition de renforcer la position d'Aveltys sur son marché et de donner à la filiale une place fondamentale au sein du groupe Altyn. Aveltys apporte la brique de l'exploitation performante et durable des bâtiments qui manquait au groupe pour compléter et renforcer la chaîne de valeur en matière de construction performante et de réhabilitation énergétique des bâtiments proposés par le groupe», explique la nouvelle directrice de la filiale.



## Ils font l'actualité



© GENS DE CONFIANCE

**ADRIEN TOULOUSE** arrive au poste de directeur de cabinet de la start-up nantaise des petites annonces Gens de Confiance. Diplômé d'HEC Paris et de Polytechnique, il a notamment eu une première expérience en start-up dans le domaine de l'IA.



© MARION LEFLOUR

**CÉLINE URBAIN**, codirigeante de la société de logistique GreenLog, à Bouchemaine, est la nouvelle présidente de la délégation Femmes Chefs d'Entreprises (FCE) en Maine-et-Loire, qui compte 26 adhérentes. Elle succède à Amantine Revol.



© DR

**FRANÇOIS MOLINS** rejoint l'ICES (Institut catholique de Vendée). L'ancien procureur général auprès de la Cour de cassation dispensera un cours de «Droit et terrorisme» et parrainera une chaire sur l'indépendance stratégique de la France.



© CÉDRIC MENUET - LE JDE

**SÉBASTIEN COTTAIS** est le nouveau délégué général de Le Mans Tech, structure qui accompagne les projets innovants et technologiques sur le territoire. Sébastien Cottais a été jusqu'en août 2023 le directeur de Réseau Entreprendre Sarthe.

## Ils bougent

**Jérôme Suhard** prend le poste de directeur général adjoint de Pepperbay, éditeur de solutions de gestion en mode SaaS. Cette promotion s'inscrit dans un contexte de forte croissance des activités de la société sise à Basse-Goulaine, près de Nantes.

**Nicolas Delaire** devient directeur produit de LivingPackets, start-up de la livraison intelligente. Implantée à Nantes, cette PME d'environ 60 salariés développe et commercialise des emballages de livraison réutilisables et sécurisés intégrant des services logistiques de contrôle et de ventes.

**Frédéric Grenot** a été nommé président de Renaissance Textiles, à Changé (Mayenne). Créée en 2021 par les entreprises du textile TDV industries (Mayenne), Mulliez-Flory (Maine-et-Loire) et Les Tissages de Charlieu (Loire), Renaissance Textile recycle des fibres pour produire de nouveaux tissus.



© BENJAMIN ROBERT

### Frédéric Serre devient directeur général de NatéoSanté

Frédéric Serre devient directeur général de NatéoSanté. Installée à Saint-Hilaire-de-Chaléons, au sud de Nantes, l'entreprise fabrique des purificateurs d'air filtrant virus, bactéries, particules fines et autres polluants chimiques. Ces équipements sont commercialisés auprès de clients professionnels (établissements de santé, écoles, crèches, entreprises, commerces, restaurants). La PME (14 salariés en 2023, CA non divulgué), réalise entre 40 et 50 % de son chiffre d'affaires à l'export, en se renforçant sur les marchés européens et asiatiques.



© SCANIA FRANCE

### Benoît Tanguy va devenir PDG de Scania France

À compter du 1<sup>er</sup> avril, Benoît Tanguy succédera à Carl Pattyn au poste de PDG de Scania France (843 M€ de CA 2022), basé à Angers et filiale du fabricant suédois de camions Scania. Benoît Tanguy a commencé son parcours chez Scania France en 2000 en tant que chef de région, a été directeur commercial en 2003 puis a pris la direction de Scania Colombie en 2014, avant d'être nommé en 2018 directeur de Scania BSU, regroupant Bulgarie et Roumanie. En France, Scania emploie 3 500 personnes via son importateur Scania France et dispose d'une usine d'assemblage à Angers.



Sur le Grand Port Maritime de Nantes Saint-Nazaire, le trafic de produits destinés à l'alimentation animale a progressé de 5 % sur un an. Les énergies fossiles occupent les deux tiers du trafic.



© FRANCK BADAIRE

# Le Grand Port Maritime Nantes Saint-Nazaire met le cap sur la transition énergétique

Le Grand Port Maritime de Nantes Saint-Nazaire est à mi-parcours de son plan stratégique 2021-2026. Très dépendant du trafic des énergies fossiles, il trace son sillon vers les énergies renouvelables pour se décarboner et mise sur la croissance de ses activités foncières et immobilières. En 2024, 33,5 millions d'euros seront investis dans ses projets de transformation.



**F**in janvier, tout juste de retour de Davos, en Suisse, où elle était en compagnie du président de la République, Emmanuel Macron, la présidente de la région Pays de la Loire, Christelle Morançais, est passée des montagnes helvètes à la mer pour donner une conférence de presse sur le bilan et les perspectives du Grand Port Maritime de Nantes Saint-Nazaire. Pour cela, elle a enfilé sa casquette de présidente du conseil de surveillance de l'institution. « Partout où je vais, je suis la VRP du Grand Port Maritime, déclare-t-elle. Ce déplacement à Davos m'a convaincue qu'il faut porter une vision qui conforte notre territoire à l'échelle européenne et mondiale. »

### NOUVELLE GÉNÉRATION DE PARCS ÉOLIENS

Le Grand Port Maritime est évidemment un atout clé de notre territoire qui le relie à tous les continents. En 2023, le trafic total du port s'élève à 28,4 millions de tonnes (Mt) dont 21 Mt à l'import et 7,3 Mt à l'export. « Il faut défendre et préserver le trafic maritime, qui est son cœur de métier, et ce malgré le contexte d'une très forte concurrence à l'international, poursuit Christelle Morançais. Le second axe consiste à accélérer la transition énergétique du grand port, qui dépend encore aujourd'hui largement des énergies fossiles. » Michel Puyrazat, président du directoire par intérim de Nantes Saint-Nazaire Port, confirme : « 10 % des énergies fossiles consommées en France passent par notre port. » Elles représentent aujourd'hui les deux tiers de son trafic. Nouveauté : le transport maritime verra « l'ouverture de trois nouvelles lignes commerciales en 2024 », précise Michel Puyrazat. La décarbonation s'impose donc au menu du port, avec l'objectif d'atteindre la neutralité carbone en 2050. Le changement de modèle économique du port s'opère en premier lieu du côté des énergies marines renouve-

lables, de l'éolien en mer en particulier. « Nous avons construit un premier parc éolien en mer, au large de Saint-Nazaire, et un second est en route, celui d'Yeu-Noirmoutier, dont le port assurera la partie installation », précise Christelle Morançais. Le futur ? Un troisième parc est en vue, mais avec la technologie de « l'éolien flottant » qui incarne la nouvelle génération de parcs éoliens en mer, implantés loin des côtes. En appui de cette perspective, le vaste projet Eole (réaménagement des quais pour accueillir l'éolien flottant) vise d'ailleurs à « redimensionner l'infrastructure existante » afin de « satisfaire aux exigences des industriels de la filière ».

### 30 000 T D'HYDROGÈNE VERT

Un autre axe de transition du port se situe du côté de l'hydrogène vert, à travers un projet porté par le champion nantais de l'hydrogène bas carbone, Lhyfe. Il est localisé à Montoir-de-Bretagne. Le projet consiste en l'implantation d'ici à 2028 d'une activité de production industrielle et de distribution d'hydrogène renouvelable ou bas carbone et d'e-carburants dérivés. La future unité industrielle de 250 MW (soit une production annuelle de 30 000 tonnes par an d'hydrogène renouvelable) contribuera à la « décarbonation du complexe industrialoportuaire et, plus largement, du transport maritime », souligne-t-on du côté du grand port. Par ailleurs, Nantes Saint-Nazaire Port poursuit sa

coopération avec EDF pour le développement, dans l'estuaire de la Loire, d'une filière de production de carburants d'aviation durables synthétiques. Le projet industriel se nomme Take Kair et représente un investissement de 750 millions d'euros. Il contribuera, à horizon 2028, à la décarbonation du transport aérien et de l'industrie, en cohérence avec les feuilles de route nationales et territoriales. Par ailleurs, un projet de captage, de transport et de séquestration de CO<sub>2</sub> est mené par Elengy. Dénommé GoCO<sub>2</sub>, comme Grand Ouest CO<sub>2</sub>, il mobilisera un investissement de 1,7 milliard d'euros sur sept ans.

### LE FONCIER, UN RELAIS DE CROISSANCE

À mi-parcours du projet stratégique 2021-2026, la valorisation du domaine foncier et la conduite de projets immobiliers logistiques et tertiaires font partie des relais de croissance identifiés. Située à l'Est et au Nord du terminal méthanier de Montoir-de-Bretagne, une première centrale solaire au sol a été mise en service en janvier 2023. Avec ses 14 000 panneaux solaires au sol disposés sur une surface de 9 hectares, cette centrale, exploitée par Engie Green, aura une capacité de 7,6 MW d'électricité. Par ailleurs, un second projet, porté par l'énergéticien Amarenco, sur une surface de 13,9 ha, est en cours d'études administratives. Nantes Saint-Nazaire Port souhaite insuffler une nouvelle vie à d'anciens sites portuaires, situés en cœur de la Cité des Ducs de Bretagne, comme le site du quai marquis d'Aiguillon. Côté investissements, après une année 2023 à 32 millions d'euros, ce sont 33,5 millions d'euros que le port investira en propre sur l'ensemble de ses projets cette année. Mais la Région, ainsi que l'État, abonderont de 32,5 millions d'euros de subventions chacun ce budget dans le cadre du plan Etat-Région 2023-2027. Au total, 112 millions d'euros viendront alimenter les projets de transformation du grand port dans les années à venir.

La centrale photovoltaïque exploitée par Engie Green, à Montoir-de-Bretagne, compte 14 000 panneaux solaires.



© NSNP-F-BADNAIRE

David Pouilloux

## Le secteur vélique cherche à se structurer avec des formations

L'association Wind Ship, Centrale Nantes, et deux autres partenaires académiques vont évaluer les besoins en compétences du secteur vélique. L'objectif est de les mettre en perspective avec l'offre de formation déjà existante afin de dégager des axes de développement à horizon 2030.



© BENJAMIN ROBERT

Xavier Blay (à gauche), directeur des études au Cafoc, Lise Detrimont (troisième à droite), déléguée générale de Wind Ship, et Adrien Simonet (deuxième à droite), responsable développement de Neoline, étaient réunis pour lancer une étude sur les formations liées au vélique.

**L**e retour de la voile comme propulsion des navires semble incontournable pour décarboner le transport maritime. Cette filière émergente voit actuellement de nombreux projets arriver à maturation, spécialement en Loire-Atlantique. Mais les défis restent de taille afin de ne pas louper la marche d'une réindustrialisation rapide et locale. À commencer par la formation. Hisser les voiles ne se fait pas d'un simple coup de manivelle. Afin d'évaluer ces besoins pour le secteur, l'association Wind Ship, Centrale Nantes, le Campus des métiers et des qualifications nautisme Pays de la Loire (lycée des Métiers Éric Tabarly), et le Centre académique de formation continue, lancent une étude. Dotée d'un budget de 160 000 euros pour six mois, cette dernière vise notamment à déga-

ger des axes de développement pour les organismes de formation.

### UNE LISTE DE 65 MÉTIERS

Il n'est pas habituel pour Centrale Nantes de s'associer à un lycée professionnel, mais cela permet d'évaluer les besoins à tous les niveaux et dans chaque strate de compétences (chaudronnerie, architecture, manutention etc.). «Nous avons établi une liste de 65 métiers concrets. Cette étude précisera pour chacun si une évolution spécifique des formations est nécessaire», appuie Lise Detrimont, déléguée générale de l'association Wind Ship. Une fois ce diagnostic posé, les organismes comme les lycées maritimes pourront proposer des offres de formations adaptées aux nouveaux besoins du secteur vélique. «Pour que la filière émerge réellement, il faut exister

après des jeunes et donc gagner en visibilité. Cela passe justement par les formations», poursuit Xavier Blay, directeur des études au Cafoc de Nantes.

### PLUS DE 4 500 EMPLOIS DIRECTS D'ICI 2030

L'année dernière, Wind Ship avait collaboré avec l'IRT Jules Verne durant six mois pour définir un programme d'accompagnement de ces nouvelles technologies. L'étude menée à cette occasion a abouti à un chiffre d'affaires annuel pour le secteur vélique de 1,6 milliard d'euros en 2030 et plus de 4 600 emplois directs en France (contre 550 aujourd'hui). Et les prévisions ne s'arrêtent pas là. D'ici 2050, cela pourrait représenter jusqu'à 23 500 emplois dans l'industrie navale civile française, et un chiffre d'affaires annuel de 15 milliards d'euros. Mais ces chiffres restent encore de la prospective. Car la filière locale est encore en recherche de stabilité. En témoigne une des sociétés pionnières du vélique, Airseas, qui a été placée en redressement judiciaire depuis quelques semaines. Autre exemple, l'armateur local Neoline parvenait à lancer la construction de son premier navire à voiles après plusieurs rebondissements l'année dernière. Mais ce dernier est actuellement en construction en Turquie par RMK Marine, alors qu'une alternative de construction locale avait été proposée à l'époque par Neopolia. «Il y a un coche à ne pas louper afin de répondre aux enjeux de décarbonation, de souveraineté, et d'indépendance énergétique», conclut Xavier Blay.

**Benjamin Robert**



### Qui s'est déjà engagé dans ce collectif ?

**Lise Thébaud :** Nous avons des entreprises comme Lengow, Goodflow, 7opteam, Nickel, iAdvize, La société générale, EP, HN Services, RCA, Inside group, Shopopop, Gens de confiance, BNP Paribas, Octopize ou Sully group. Le principe est d'aller chercher les talents ailleurs, en Île-de-France, dans les autres métropoles françaises, mais aussi à l'international, au Canada, par exemple. Par ailleurs, ce collectif porte une vraie diversité d'entreprises. Cela permet aux candidats d'imaginer que s'ils viennent sur notre territoire pour une entreprise, ils pourront ensuite évoluer, avoir une vraie carrière et un parcours riche sur le plan professionnel. Cela évite l'idée d'un «one shot» professionnel sans autres perspectives si cela se passe mal.

### Que proposez-vous aux entreprises qui puisse les motiver à rejoindre ce collectif ?

**C. M. B. :** Nous leur proposons une programmation annuelle d'événements, de promotion et de recrutement, avec des jobs dating, entre autres. Le point d'orgue est le Devovx, qui se tient à Paris, du 17 au 19 avril 2024. C'est l'événement Tech incontournable. Il réunit pendant trois jours les développeurs, les architectes et les décideurs techniques. Pour une entreprise, pour sa marque employeur, c'est une exposition incomparable. D'ailleurs, nous sommes le seul territoire à proposer un collectif d'entreprises pour recruter dans la tech.

**L. T. :** Nos entreprises viennent avec leurs offres d'emploi. Lors de ce genre d'événement, plus de 150 offres d'emploi sont proposées. En 2023, plus de 2 000 contacts, soit des CV de candidats potentiels, ont été enregistrés.

### Qu'est-ce qui attire les candidats ?

**C. M. B. :** Un job à Nantes #Tech propose aux candidats des offres d'emploi, un travail, bien sûr, au sein d'une entreprise qui a su les convaincre de les rejoindre. Mais c'est aussi pour eux, et leur conjoint ou leur conjointe, la promesse d'une nouvelle ville et d'une nouvelle vie. Pour Nantes et Saint-Nazaire, c'est également une façon de montrer que nous sommes sur la carte des villes qui comptent dans le numérique et les start-up. Attirer les entreprises et les talents de ce secteur reste une priorité de notre territoire.

**Propos recueillis par David Pouilloux**

— **Carine Menier Broine**, cheffe de projet à l'agence [Nantes Saint-Nazaire Développement](#), et **Lise Thébaud**, cheffe de projet à [La Cantine Numérique](#)

## « Nous sommes le seul territoire à lancer un collectif pour recruter dans la tech »

L'agence Nantes Saint-Nazaire développement et la Cantine numérique proposent aux entreprises du territoire qui souhaitent recruter des talents dans la tech de jouer cette partition de manière collective, à l'heure où embaucher des talents reste compliqué. Ce collectif, présenté par Carine Menier Broine de Nantes Saint-Nazaire développement et Lise Thébaud de la Cantine Numérique, se nomme Un job à Nantes #Tech.

### Pouvez-vous expliquer le concept de ce collectif original «Un job à Nantes #Tech» ?

**Carine Menier Broine :** Depuis trois ans, nous avons créé ce collectif qui rassemble des entreprises qui ont besoin de recruter dans la tech. Ces entreprises peuvent être dans tous les secteurs d'activité, mais elles ont en commun d'avoir des besoins dans le numérique. L'agence Nantes Saint-

Nazaire développement et la Cantine numérique portent ce projet qui permet aux entreprises qui en font partie, d'accroître leur visibilité, leur notoriété, de rayonner au-delà de notre territoire, d'échanger entre elles, d'enrichir leur stratégie RH avec cette démarche collective originale, et de trouver des candidats en dehors du bassin d'emplois Nantes Saint-Nazaire.

## La CEC Ouest a embarqué 62 dirigeants vers l'économie régénérative

Les 62 participants à la première « Convention des entreprises pour le climat Ouest » dressent le bilan d'une année de parcours vers l'économie régénérative. Économie circulaire, décarbonation, évolution des modèles d'affaires sont au cœur de leurs feuilles de route.



Eric Duverger, fondateur de la CEC, Sophie Leclercq, copilote de la CEC Ouest, Stéphanie Romero, Benoît Thierry et Amélie André, alumni, ont dressé le bilan de la promotion 2023 de la CEC Ouest.

**B**ilan positif pour la première édition de la « Convention des entreprises pour le climat Ouest » (ou CEC Ouest). Cette déclinaison territoriale, la première en France, de l'association nationale créée en 2020 a embarqué 62 chefs d'entreprise, ainsi que des responsables d'associations, d'écoles... des Pays de la Loire et de Bretagne dans un parcours collectif de dix mois. Objectif: les engager activement dans la transition écologique. Au terme de ce programme, 98 % des participants déclarent avoir une compréhension approfondie de la crise écologique, au-delà de la seule question climatique. Cette prise de conscience, qui doit toucher à la fois « la tête (comprendre), le cœur (ressentir) et le corps (agir) » selon la pédagogie mise en œuvre par la CEC,

a pour ambition d'amener les participants à « réinventer leurs modèles d'affaires pour les inscrire dans les limites planétaires ». « L'idée est de passer d'une économie extractive à une économie régénérative », expose Éric Duverger, cofondateur de la CEC.

### ÉCONOMIE CIRCULAIRE, HUMAIN ET DÉCARBONATION

Message reçu cinq sur cinq par les alumni de la CEC Ouest. Dans le détail, 60 % placent la circularité au centre de leur modèle économique, tandis que 70 % d'entre

eux intègrent une démarche d'écoconception dans leur feuille de route. 88 % des participants considèrent le volet humain comme l'axe prioritaire de leur transformation. 84 % font également de la décarbonation une priorité.

La quasi-totalité des organisations prévoient ainsi de réaliser un bilan carbone. Enfin, plus de la majorité des participants identifient un lien au vivant, en intégrant des actions visant à réduire les impacts sur la biodiversité, le climat, la surexploitation des ressources et la pollution. À l'issue de leur parcours, 31 % d'entre eux s'orientent même vers des modèles régénératifs visant à restaurer et à renouveler les ressources naturelles.

### 58 FEUILLES DE ROUTE RÉDIGÉES PAR LES PARTICIPANTS

Ces bonnes intentions trouvent leur expression dans les 58 feuilles de route rédigées par les participants à cette première édition de la CEC Ouest. Devenue entreprise à mission en 2022, l'ETI familiale nantaise de travaux publics Charier (1 800 salariés, 350 millions d'euros de chiffre d'affaires) a ainsi revu son modèle économique de croissance pour privilégier les activités régénératives aux dépens d'activités plus impactantes sur l'environnement. Si Charier n'entend pas pour l'instant arrêter l'exploitation des carrières, l'en-

« L'idée est de passer d'une économie extractive à une économie régénérative. »

Eric Duverger, cofondateur de la CEC



treprise a l'objectif de réaliser 20% de son chiffre d'affaires grâce à des activités régénératives à l'horizon 2030. « Dans cette perspective, nous avons intégré des entreprises spécialisées dans la gestion des espaces verts et dans le génie écologique », indique Stéphanie Romero, directrice Environnement et RSE entreprise chez Charier et alumni de la CEC Ouest. Chez Thierry Immobilier, la transition écologique se traduit par des renoncements, comme celui d'ouvrir une agence en Vendée. « Les trajets domicile-travail et les déplacements professionnels sont responsables de 45% des émissions de CO<sub>2</sub> de notre entreprise. C'est pourquoi, nous avons renoncé à développer de petites agences afin de limiter nos déplacements », explique Benoît Thierry, président de Thierry

Immobilier (180 salariés, 14 millions d'euros de chiffre d'affaires).

### 5 PROJETS COOPÉRATIFS

La première édition de la CEC Ouest a également donné naissance à des projets coopératifs, comme celui de Space4Nature. Ce fonds de dotation, qui mobilise une quinzaine de participants, a vocation à protéger la nature et à régénérer la biodiversité en créant un maillage de réserves volontaires sur le territoire. « L'idée est de restituer à la nature les ressources que nous avons prélevées. Nous avons pour ambition de régénérer de nombreux hectares dans les Pays de la Loire et en Bretagne. L'objectif est de protéger l'équivalent de la surface de Nantes d'ici 2028. Nous avons trouvé un premier terrain au nord de Nantes. Une collecte de fonds est en cours via le crowdfunding », annonce Amélie André,

directrice ESG et Innovation chez Sodero Gestion qui figure parmi les porteurs de projet.

### LANCEMENT DE LA PROMOTION 2024

Les autres projets coopératifs portent sur la renaturation d'un technicentre SNCF près de Rennes, la mobilité, une zone régénérative et une installation d'autoconsommation énergétique. L'heure est maintenant au lancement de la promotion 2024 de la CEC Ouest. « C'est dans l'Ouest qu'ont fleuri le plus de projets inspirants. Il faut maintenir l'élan. Nous ne pouvons pas transformer toutes les entreprises d'un territoire. Notre objectif consiste à créer des leaders d'opinions, des ambassadeurs pour rayonner sur un territoire et le faire basculer vers une économie durable », conclut Éric Duverger.

Caroline Scribe

# SOYEZ VISIBLE

COMMUNIQUEZ  
DANS  
NOTRE MAGAZINE

Développez votre image  
et votre notoriété  
en communiquant dans  
Le Journal des Entreprises



Soyez présent sur tous nos supports  
de communication print et digital

**MENSUEL,  
HEBDOMADAIRE ET  
QUOTIDIEN**

Contactez votre directrice  
de clientèle :

Séverine Maurel

06 65 00 48 37

s.maurel

@lejournaldesentreprises.com

**Le Journal  
des Entreprises**



Benjamin Moreau (Compo'plume) a fabriqué cette table à partir de volants de badminton recyclés, tandis que Christophe Pilher (Instead) a mis au point ce tabouret à partir de drêche de brasserie (un résidu d'orge cuite).

ceuses, ou extrudeuses que nous utilisons tous dans nos processus de fabrication », commente Benjamin Moreau. Les start-up envisagent aussi de mutualiser une partie de leur budget, notamment pour accéder à certains salons via des stands en commun. Dès avril, Moins Pire bénéficiera d'un showroom à Nantes, à proximité de Graslin, où ils pourront exposer leurs produits. « Le lieu deviendra le QG du collectif, appuie Benjamin Moreau. Nous pourrions également partager nos bonnes pratiques ».

### UN ÉVÉNEMENT PAR TRIMESTRE

Le collectif Moins Pire souhaite d'abord bien s'ancrer à l'échelle locale, avant de voir plus loin, potentiellement à terme à l'échelle nationale. « Nous organiserons un événement par trimestre. Cela pourra prendre la forme de formation, de pitchs d'entreprises, ou encore des rencontres avec des chercheurs spécialisés dans la caractérisation de matériaux », annonce Christophe Pilher, cofondateur et directeur général d'Instead. Aujourd'hui, le collectif grossit ses rangs principalement via le réseau des quatre start-up. « Nous ne sommes pas fermés à accueillir un plus grand groupe, s'il est engagé dans cette démarche d'écoconception et partage notre vision », appuie néanmoins Christophe Pilher, qui cherche de nouveaux locaux. Si le collectif ne bénéficie pas encore de force industrielle commune, l'horizon semble néanmoins dégagé pour ces nouveaux acteurs. « La loi AGEC force les prescripteurs, comme les architectes à se tourner vers des solutions plus responsables. De plus, l'affichage environnemental fait son apparition, et devrait constituer un nouveau facteur d'achat en notre faveur », espère Benjamin Moreau.

Benjamin Robert

## Quatre start-up nantaises fondent le collectif Moins Pire

Malàkio, Panopoli, Instead, et Compo'plume, quatre start-up nantaises qui créent, chacun à leur manière, du mobilier écoconçu, se sont regroupées au sein d'un collectif. L'ambition est d'unir leurs forces afin de répondre à des appels d'offres plus importants, mais aussi de partager les bonnes pratiques, ou encore certaines machines coûteuses.

**L**es coquillages pour Malàkio, le liège et les plumes pour Compo'plume, le plastique pour Panopoli, ou encore la drêche de brasserie pour Instead. Ces quatre start-up nantaises collectent des matériaux considérés comme des déchets par d'autres filières, pour fabriquer des pièces de mobiliers, notamment des tables et chaises pour le B to B (hôtels, restaurants, cafés etc.). Ensemble, elles viennent de créer le collectif Moins Pire. Et l'ambition est claire : les quatre acteurs veulent faire plus mieux, surtout au niveau environnemental. « Nous partageons le même ADN, et la collaboration peut aider chacun d'entre nous dans son déve-

loppement », résume Benjamin Moreau, fondateur et dirigeant de Compo'plume. Deux autres acteurs, Poreva, en Vendée, qui travaille sur les chutes de cuir, et l'entreprise No More, basée à la Chapelle sur Erdre, devraient bientôt s'immiscer au sein de cette nouvelle association.

### DES AVANTAGES MULTIPLES

Au-delà de pouvoir s'enorgueillir de jolis slogans du jeu collectif « à la nantaise », ce regroupement va amener des avantages concrets aux quatre entreprises. Tout d'abord, un cadre pour s'unir et répondre à des gros appels d'offres qu'ils ne peuvent adresser seuls. « Nous pourrions également partager certaines machines comme des presses, des pon-

## Le club Face Le Mans Sarthe se relance et étend sa politique d'inclusion par l'emploi

Le club sarthois Face sort d'une année de remise à plat sous l'impulsion de nouveaux dirigeants. Des comptes à l'équilibre et de nouveaux partenariats vont permettre d'enclencher une nouvelle dynamique auprès de populations éloignées de l'emploi.



Olivier Cavaillès veut fédérer autour du nouveau bureau du Club Face sarthois en offrant de nouvelles solutions de retour à l'emploi, « y compris en zone rurale ».

© OLIVIER CAVAILLÈS

**N**e l'appellez plus Face Le Mans Métropole mais le club Face Le Mans Sarthe. L'association a historiquement œuvré au Mans, Allonnes et Coullaines. Mais pour le nouveau président Olivier Cavaillès, patron d'une entreprise au Lude, l'action d'insertion doit s'opérer sur l'ensemble du département, « y compris en zone rurale ».

### SOURCER LE BON CANDIDAT

Le club sarthois a voulu innover et a initié deux idées : du « job sourcing », qui permet de facturer à une entreprise un service de proposition de candidat intéressé, habitant près de l'entreprise et répondant aux critères attendus. Et une approche « entreprenant ». « Certaines personnes sont sans emploi parce qu'elles ne sont pas

manageables. Car peut-être pas faites pour travailler avec les autres, explique Olivier Cavaillès. On voudrait donc faire intervenir tous les clubs d'entrepreneurs, des conseillers et mettre en place un réseau de mise en relation, un peu comme Initiative Sarthe, pour imaginer des projets d'entrepreneurs. On est à une époque où on manque d'artisans, de commerçants de proximité dans certains quartiers, etc. Cela peut être une solution pour que des personnes éloignées de l'emploi trouvent leur équilibre. »

C'est l'état d'esprit du nouveau bureau. Doté en octobre 2022 de trois membres, avec François Le Forestier et Jean Padilla, il s'est étoffé plus récemment de deux acteurs connus sur le territoire, Jean-Pierre Fabre et Willy Jourdain. « Quand on est arrivé, la gouvernance depuis trois-

quatre ans n'était pas stable, et on a découvert que la situation budgétaire non plus. On avait du public non accompagné... On a tout remis à plat et on a décidé de réduire le personnel », retrace Olivier Cavaillès. L'association sarthoise ne s'appuie plus, depuis fin 2023, que sur une seule salariée. La trésorerie est revenue à l'équilibre. « Il va nous falloir trouver cinq à dix bénévoles en plus », sait le président.

### INCLUSION ET ÉDUCATION

La nouvelle équipe de Face espère pouvoir fédérer dans son réseau d'adhérents, y compris des salariés des entreprises adhérentes. Le club peut s'appuyer déjà sur de grands groupes comme Enedis, Veolia, Vinci, la SNCF, Décathlon, etc. « On aimerait aussi davantage de PME. »

Un nouveau manifeste a été établi autour de trois domaines clés : « l'éducation, l'inclusion par l'emploi, l'accès aux droits ». Les interventions seront ciblées notamment dans les collèges des quartiers prioritaires et dans un lycée du sud du département, après la Seconde. Une fiche intervention sera proposée. Quant à la Job Académie, elle permet de former sur plusieurs semaines des personnes éloignées de l'emploi, de les mettre dans les meilleures dispositions pour qu'elles retrouvent confiance en elles. Un système de parrainage leur offre un accompagnement dans leurs recherches d'emploi. Mais une étape ne doit pas être ignorée pour réussir ce chantier : gagner en visibilité. « Car Face a 25 ans de présence au Mans, mais n'est toujours pas connu partout. »

Frédéric Gérard

**Podeliha prévoit d'investir environ 221 millions d'euros au cours de l'année 2024 en construction et rénovation de logements.**



MAINE-ET-LOIRE **IMMOBILIER**

## Le bailleur Podeliha poursuit ses investissements en région

Plus important acteur du logement social des Pays de la Loire et basé à Angers, Podeliha s'engage à poursuivre la production de logements pour 2024, avec 221 millions d'euros qui seront investis cette année.

**E**n 2023, l'opérateur Podeliha, premier acteur du logement social en Pays de la Loire et filiale d'Action Logement basée à Angers, a livré 640 logements locatifs dans la région. Il a parallèlement lancé la construction de 1 106 logements, pour la location ou l'accession. 60 % de ces projets, soit 661, sont menés en Maine-et-Loire et 26 % en Vendée, soit 285. En 2024, Podeliha, qui compte 27 000 logements répartis dans 260 communes, prévoit d'investir environ 221 millions d'euros dans la construction ou la rénovation de logements.

### ACQUISITIONS ET OPTIMISATION

Au-delà de ces investissements prévus, Podeliha prévoit plusieurs mesures phares. Dans le cadre l'Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI) lancé par le Groupe Action Logement, qui prévoit l'acquisition de 30 000 logements en France, il se porte acquéreur de 225 logements à travers différents programmes. Réparties en Maine-et-Loire (111) Sarthe (102) et Vendée (12), ces acquisitions s'inscrivent dans une offre en logement locatif intermédiaire, destinée aux salariés et s'inscrivant en dehors du dispositif de logement social. Par

ailleurs, pour répondre aux obligations de la réglementation ZAN, Zéro artificialisation nette, Podeliha a décidé de repenser sa stratégie foncière. Il a notamment identifié plusieurs leviers d'optimisation foncière, notamment avec le remplacement de logements individuels anciens par de l'habitat collectif ou la surélévation de certains bâtiments.

Pour réduire les délais et optimiser les coûts, l'opérateur dit vouloir poursuivre le développement des constructions hors site. 24 logements construits sur ce principe seront livrés cette année et 7 opérations, représentant 75 logements, seront étudiées en 2024. L'accent va également être mis sur les logements à destination des étudiants, avec plusieurs opérations : Il en gère actuellement 556 dans la région, soit 47 % de plus qu'en 2022. Une résidence de 119 logements a en effet été acquise en 2023 à La Roche-sur-Yon (Vendée) et d'autres projets sont en cours, principalement dans l'agglomération angevine : 35 logements seront ainsi construits pour l'Ircom aux Ponts-de-Cé, 99 pour l'ESAIP à Saint-Barthélemy-d'Anjou et 68 seront livrés à la rentrée de septembre 2025 pour le lycée Saint-Benoît à Angers.

Olivier Hamard



NANTES **ÉNERGIE**

### GRDF intègre son nouveau siège régional à Nantes

GRDF intègre son nouveau siège régional près de la gare de Nantes. D'une surface de 6 700 m<sup>2</sup>, ce dernier va regrouper sur un même site plusieurs équipes de l'entreprise précédemment réparties sur quatre sites dans l'agglomération nantaise afin de renforcer les synergies entre les métiers, et favoriser les échanges entre salariés. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024, en application de la loi AGECE, GRDF s'inscrit dans cette démarche en valorisant les biodéchets de ses collaborateurs en gaz vert sur ce site.



LAVAL **ÉDUCATION**

### La Mayenne va investir 14 millions d'euros dans un nouveau collège

Le conseil départemental va investir 14 millions d'euros dans un nouveau collège public à Laval, face à la rivière. Il devra accueillir environ 400 collégiens, à partir de la rentrée 2027. Il remplacera Fernand-Puech, situé à deux rues. C'est la première fois depuis 40 ans qu'il a en charge les collèges que le Département se lance dans la construction d'un établissement. Le cabinet nantais Mabire-Reich Architectes a été retenu pour la conception et la réalisation du projet.



© NANTES MÉTROPOLE

## NANTES COLLECTIVITÉS

### Nantes Métropole contracte un prêt de 200 millions d'euros auprès de la Banque Européenne d'Investissement

Nantes Métropole sort le chéquier pour la mobilité. La collectivité, pilotée par Johanna Rolland, présidente de la métropole et maire de Nantes, vient de contracter un prêt de 200 millions d'euros auprès de la Banque Européenne d'Investissement. L'objectif : soutenir ses projets dans les transports en commun (rénovation de voies, achat de nouvelles rames, construction de pôle multimodal et de nouvelles lignes, etc.) et sur les axes cyclables (38 km de nouvelles pistes). Ce prêt est accompagné d'une subvention de 30 M€ de la Commission européenne au titre du mécanisme de transition juste (JMT) qui s'est appuyée sur ce prêt pour calculer son montant (15%). «Les investissements de Nantes Métropole sont massifs en la matière avec 1 milliard d'euros consacrés sur ce mandat, souligne Johanna Rolland. La signature du prêt de 200 millions d'euros avec la BEI est une bonne nouvelle pour le financement des projets portés par Nantes Métropole en matière de mobilité.»



© VINCENT RIPAUD - AGENCE SKILLVALLEY - 5BD

## ANGERS TOURISME

### Le parc Terra Botanica va s'ouvrir à un partenaire privé

Porté par le Conseil départemental et la ville d'Angers pour sa partie foncière, le parc angevin dédié au végétal Terra Botanica lance en ce mois de mars un appel à manifestation d'intérêt pour faire appel à un opérateur privé. Il s'agit de lui permettre d'augmenter le montant de ses investissements et son attractivité. Les acteurs du tourisme intéressés auront jusqu'au mois de juin pour rendre leur proposition et le choix de l'acteur devrait intervenir au second semestre 2024, pour la mise en place de l'opérateur au premier semestre 2025.

## MAINE-ET-LOIRE COLLECTIVITÉS

### Angers Loire Métropole prévoit 142 millions d'euros d'investissements en 2024

À l'occasion de son débat d'orientation budgétaire pour 2024, la communauté d'agglomération Angers Loire Métropole prévoit un montant d'investissements s'élevant à 142 millions d'euros cette année. Ce montant était de 167 millions d'euros en 2023. La collectivité consacrera entre autres durant l'année en cours 24,7 millions d'euros à des opérations de voirie et de traitement des eaux pluviales, 19,4 millions d'euros à des opérations de logement, 15,1 millions d'euros au développement du territoire intelligent et 14,8 millions d'euros aux transports.

## GRAND OUEST ACCOMPAGNEMENT

### Le CyGO lance un incubateur de start-up dédié au cycle

Fondé à Nantes, le CyGO est une union des entreprises du cycle du Grand Ouest. Il compte aujourd'hui 70 adhérents en Bretagne, Pays de la Loire et Centre Val de Loire. Il vient d'annoncer le lancement du CyGO Starter. Ce nouveau dispositif vise à soutenir les porteurs de projets innovants dans le domaine du cycle. Six premiers lauréats sont accompagnés pour cette première promotion, dont les rennais de Galian, Baltee Mobility et Traajet. Le programme leur permet de bénéficier d'accompagnement de 18 mois avec des chefs d'entreprises eux-mêmes spécialisés dans le domaine du vélo.

## NANTES INNOVATION

### Atlantpole lance la saison 7 de la Manufacturing Factory

L'incubateur de start-up nantais Atlantpole lance la saison 7 de la Manufacturing Factory en présentant les six projets retenus pour ce programme d'accompagnement vise à construire et valider le projet. Parmi les six lauréats, Arsène propose une alternative au café à partir de lupin. Il y a Cosnativ' qui développe des ingrédients cosmétiques élaborés à partir de biodéchets, ainsi qu'Egcortex qui innove avec des composants pour IoT. Ils sont accompagnés par La Paletière, qui assure une voie de revalorisation des pales d'éoliennes démantelées. De son côté, Sternytent a mis au point une remorque cargo multifonction pour vélo. Zoïdcity est lauréat avec des constructions modulaires et réversibles d'espace professionnel. Le jury était composé d'Atlantpole, de l'ADEME, Airbus Atlantic, Banque Populaire Grand Ouest, KIMYA by Armor et WAE Group ainsi que les pôles de compétitivité EMC2, Images et Réseaux, Pôle Mer Bretagne Atlantique, S2E2, ID4Mobility, Polyméris et We Network - Cap'tronic.

# L'enquête



© LEO GIRARD

## Le financement des start-up connaît-il vraiment la crise ?

➤ Le montant des levées de fonds s'est écroulé en 2023, avec une chute de 40%. Les start-up des Pays de la Loire vivent-elles pour autant une crise de financement ? Rien n'est moins sûr. L'argent est là, de la love money à l'entrée Bourse, disponible, à condition de trouver la bonne recette pour décrocher le Graal.



**Zero to one, à Nantes, a attiré plus de 400 start-upers et start-upeuses.**

**D**ans la vie d'un chef d'entreprise, d'un créateur de start-up en particulier, la question se pose rapidement de trouver de l'argent. Et là, de la love money, ce coup de pouce financier des proches, à la grosse levée de fonds lors d'une entrée en Bourse, il y a un pas de géant. Mais la démarche est identique: il faut trouver des fonds à la hauteur de son ambition. « Lever des fonds est constitutif du business model d'une start-up, estime Florian Hervéou, cofondateur du Startup Palace et de \_icilundi, et par ailleurs co-organisateur de l'événement dédié aux start-up Zero to one. Le financement s'opère sur un spectre large. Il est important d'en avoir conscience. Et il est vrai que l'atmosphère est un peu différente depuis quelques mois... »

### UNE BAISSÉ DE 40 % DU MONTANT DES LEVÉES DE FONDS

L'actualité récente en ce domaine nous a en effet poussés à interroger le monde des start-up. Car les experts sont formels: les levées de fonds se sont écroulées en 2023, d'environ 40 % sur un an, après deux années post-covid fastes. Les chiffres parlent d'eux-mêmes: en France, les entreprises innovantes ont récolté la somme de 8,3 milliards d'euros en levées de fonds l'an dernier. Et c'est 5 milliards de moins qu'en 2022 et environ 2 milliards de moins qu'en 2021. Si l'on zoome sur l'un des départements de la région Pays de la Loire, la Loire-Atlantique, cela donne, en 2023, un montant total des levées de fonds de 177 millions d'euros, après le record de 636 millions d'euros levés en 2022. Cette année-là, quatre acteurs clés du territoire avaient dépassé les 100 millions d'euros de levée de fonds: Lhyfe, Akeneo, Propriétés-privées.com et Valneva...

Alors, que se passe-t-il? Crise de financement? Ou pas crise? Peut-on encore trouver des fonds? Et comment s'y prendre? Fondatrice et présidente de BeApp et Kephyre, deux start-up nantaises, et présidente de la French Tech Nantes, Anaïs Vivion décrit cette période avec des mots simples: « La fête est finie. Après des années d'euphorie, on revient à une période plus rationnelle ». Elle le reconnaît: « On ne lève plus juste avec une belle idée et un joli dossier. Il faut en montrer davantage aux business angels ou aux sociétés de capital-risque. Ils attendent d'avoir des indicateurs solides sous les yeux! »

Même son de cloche du côté de Mickaël Froger, ancien fondateur de Lengow et fondateur d'une nouvelle start-up, Mimbi, qui propose un logiciel pour améliorer la performance des marques. « Les fonds ne sont pas partis. Simplement, ils font preuve de beaucoup plus d'exigence sur les dossiers qui leur sont soumis. Pour moi, il n'y a pas de crise, juste un réajustement. L'argent facile, c'est fini. Mais des euros, il y en a. »

Dans les faits, certains chiffres se montrent en effet rassurants. D'abord, avec plus de 8 milliards d'euros levés en France en 2023, cela reste pratiquement le double de ce que l'on observait en 2019 (4,5 milliards d'euros) ou 2020 (4,3 milliards d'euros). Quant au nombre d'opérations, 808 en 2023, il est quasiment stable: 839 en 2022, 782 en 2021. « Les fonds sont plus prudents, le montant moyen des levées est passé de 15 millions d'euros à 10 millions, avec un très fort développement des fonds d'amorçage, souvent inférieur à 5 millions », analyse Florian Hervéou.

Un autre phénomène est en cours: les fonds ont changé l'affectation de leurs investissements, observe Anaïs Vivion. « Ils opèrent moins dans le secteur des logiciels (SaaS) pour aller davantage sur les DeepTechs (technologies de rupture), notamment dans les

## Top 5 des plus grosses levées de fonds en Pays de la Loire

# 1

**Akeneo**

(LOIRE-ATLANTIQUE)  
**122 M€**  
(LOGICIEL, 2022)

**Mickaël Froger,**  
cofondateur de  
mimbi, ex diri-  
geant et fonda-  
teur de Lengow.



© DAVID POUILLOUX

**Top 5**  
des plus grosses  
levées de fonds en  
Pays de la Loire

# 2

**Lhyfe**  
(LOIRE-ATLANTIQUE)

**118 M€**  
(ÉNERGIE, 2022)

© DAVID POUILLoux



Nadya Jahan, fondatrice et présidente de Crocobo, encourage la recherche d'aides auprès des réseaux de soutien à la création d'entreprise.

GreenTechs, l'énergie, la santé et l'IA (Intelligence artificielle). Les projets à fort potentiel de développement, de croissance, se trouvent aujourd'hui dans ces secteurs qui intéressent en particulier les fonds à impact. » En 2023, le secteur des DeepTechs a récolté plus de 1,66 milliard d'euros de fonds, soit une augmentation de près de 120 % comparés aux 760 millions d'euros de l'année précédente.

## DES FONDS MIEUX INVESTIS

En y regardant de plus près, la crise actuelle de financement concerne surtout les start-up qui veulent devenir des licornes, via des levées de fonds records, et dont les business models ont davantage de mal à convaincre les investisseurs des grands fonds. Aujourd'hui, la volonté est de financer moins mais mieux. « Plutôt que des licornes, nous cherchons à financer des cathédrales : des start-up aux fondations solides, et qui se placeront au centre des futurs écosystèmes, note

Béregère Lehembre, cofondatrice et partner d'Asterion Ventures, un fonds de capital-risque à impact. Il n'y a pas moins d'opérations, en réalité, c'est le temps entre deux levées de fonds qui peut être allongé afin de laisser davantage de temps à la start-up pour trouver son bon business model. Entre ces deux moments, il faut néanmoins montrer une certaine rentabilité, un modèle économique fiable avec un plan commercial solide. » Par ailleurs, cette exigence se double aujourd'hui d'une volonté générale de décentraliser les investissements. « Entre 2022 et 2023, nous sommes passés de 61 % des opérations qui concernaient des start-up parisiennes à 50 % en 2023, argumente Béregère Lehembre. De même, en termes de montants, 75 % des fonds ont été investis dans des start-up parisiennes en 2022, contre 61 % en 2023. » Asterion Ventures, dont la majorité des investissements reste pour l'instant destinée aux acteurs de la capitale, veut suivre cette tendance.

## DE LA LOVE MONEY AUX AIDES DE BPIFRANCE

Pour démarrer un projet, les sommes folles levées, tels les 850 millions d'euros du grenoblois Verkor (batteries bas carbone) ou même les 60 millions d'euros de l'angevin Néolithé (déchets non recyclables transformés en pierre), ne sont évidemment pas un passage obligé. On peut commencer petit, avant de voir grand. Certains récoltent des fonds auprès de leurs proches, parents, cousins, amis qui fournissent alors un petit matelas de « love money ». Un grand nombre de chefs d'entreprise ont d'ailleurs évoqué cette étape, vécue dans les mois qui précèdent la création de leur entreprise. Ils font soit un tour de table 100% love money, soit c'est une partie de la levée de fonds.

« Dans notre tour de table, nous avons des business angels, des fonds de capital-risque et de la love money, détaille Claire Bretton, présidente d'Underdog, start-



© BEAPP

**« La fête est finie. Après des années d'euphorie, on revient à une période plus rationnelle. »**

Anais Vivion, fondatrice de Beapp et présidente de French Tech Nantes



up nantaise qui reconditionne du gros électroménager. Au sein de notre levée de fonds de 3,8 millions d'euros, la love money représentée moins de 10 %. Le plus important, c'est de dire à ses proches, amis, famille, que c'est une opportunité d'investissement, mais que c'est risqué, qu'ils peuvent tout perdre. Il faut être totalement transparent, afin qu'en cas d'échec, cela n'affecte pas vos relations.»

La première étape de recherche de fonds peut se jouer en dehors du premier cercle relationnel. Nadya Jahan est une serial entrepreneuse nantaise, à la tête aujourd'hui de deux entreprises, Crocobo (marque d'accessoires pour bébé) et Nila/Agency (agence de conseil pour le e-commerce). Elle est aussi la fondatrice de la société de jeux vidéos Mandala Games. Celle qui a fondé sa première entreprise à 17 ans a plusieurs fois dû se pencher sur le financement des start-up qu'elle a créées. «La première chose à savoir, c'est qu'il existe un grand nombre d'aides financières que l'on peut solliciter lors de la création de son entreprise, explique la dirigeante. Il y a l'aide à la reprise et à la création d'entreprise (Arce), versée par France Travail (anciennement Pôle Emploi) qui permet de recevoir une partie de ses allocations-chômage sous la forme d'un capital, en une seule fois.» Cette première aide peut enclencher d'autres. «Lors de la création de Mandala Games, j'ai pu avoir un prêt de la part d'Initiative Nantes et de Réseau Entreprendre Atlantique, poursuit Nadya Jahan. Cet apport a débloqué la possibilité d'avoir d'autres financements, comme ceux de Bpifrance. On sous-estime d'ailleurs les aides de Bpifrance, sous forme de prêts ou de subventions, à tous les stades de développement de sa start-up.»

Lorsque le besoin de fonds dépasse plusieurs centaines de milliers d'euros, le recours aux business

angels et fonds de capital-risque s'impose quasiment à tous. Mickaël Froger, le cofondateur de Mimbi, vient de lever 1,5 million d'euros, à peine quelques mois après la création de sa start-up. L'expérience d'entrepreneur de Mickaël Froger et celle de son associé, Frédéric Clément, ainsi que la nature de leur projet ont séduit les investisseurs. Son sourire se fige en revanche lorsqu'il observe l'attitude parfois désinvolte de certains porteurs de projet. «Lorsque l'on veut lever des fonds, il faut expliquer pourquoi on veut le faire, donner les détails de ce que l'on va faire avec cet argent : son marché, ses clients, le montant du panier moyen, le recrutement, les investissements dans l'innovation, les perspectives de croissance, de rentabilité, etc. Ceux qui imaginent qu'avec deux slides ils vont lever 20 millions se trompent.»

Selon le dirigeant nantais, les cimetières de start-up sont remplis de personnes qui ont échoué parce qu'ils n'avaient pas assez réfléchi à ce qu'ils allaient faire de leurs fonds. «En 2015, pour notre levée de fonds de 10 millions d'euros, notre dossier faisait 60 pages et on avait une pression énorme sur les épaules avec mes associés, se souvient Mickaël Froger. Avant la présentation, je n'avais pas dormi pendant trois nuits. Les investisseurs sont là pour faire de l'argent, pas pour en perdre. L'excès de confiance est mauvaise conseillère.»

#### SE RÉMUNÉRER APRÈS AVOIR QUITTÉ SON EMPLOI

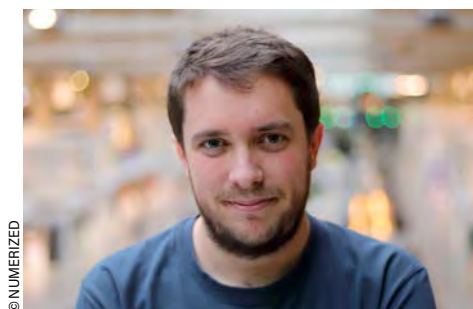
Implanté à Nantes, Gens de Confiance est une plateforme de petites annonces qui fonctionne par recommandations. Elle compte aujourd'hui 950 000 membres. Ulric Le Grand, cofondateur et directeur général de Gens de Confiance, explique la nécessité de trouver de l'argent au moment où le projet prend

**3**  
**Valneva**  
(LOIRE-ATLANTIQUE)

**102 M€**  
(SANTÉ, 2022)

## METAV.RS CHOISIT DES INVESTISSEURS DE SINGAPOUR AFIN DE S'INTERNATIONALISER RAPIDEMENT

**S**pin-off de la start-up angevine Numerized, qui propose aux entreprises d'ajouter à leur site web la 3D ou la réalité augmentée, Metav.rs vient de lever 3 millions d'euros auprès d'investisseurs étrangers et français. La jeune société accompagne les marques dans les univers virtuels pour vendre dans le metavers, écosystème virtuel immersif, des NFT, jetons cryptographiques auxquels est rattaché un certificat de propriété numérique. Lancée fin janvier 2021, Metav.rs a entamé sa première levée de fonds dans un contexte national encore fri-



© NUMERIZED

**Pour Simon Foucher, cofondateur de Metav.rs, le soutien de fonds étrangers va permettre à la start-up angevine d'accélérer plus rapidement.**

lieux : «Le metavers est encore quelque chose de très nouveau et les fonds français que nous avons rencontrés nous ont dit qu'ils n'y investissaient pas encore. Certains nous ont proposé de prendre des tickets mais en qualité de suiveurs, derrière d'autres enga-

gements plus conséquents, témoigne Simon Foucher, cofondateur de Metav.rs. Nous nous sommes donc tournés vers des fonds asiatiques que nous avons rencontrés à Paris. Ce sont des références dans le domaine du web3, qui exploite la tech-

nologie blockchain.» Metav.rs a bouclé sa première levée de fonds essentielle-ment avec des investisseurs de Singapour, complétés par des fonds français. En ajoutant d'autres types de financements, la jeune entreprise a bouclé un tour de table d'environ 3 millions d'euros. «Il fallait accélérer dans un secteur où les choses vont très vite, ajoute le dirigeant. Nous venons de dépasser les 20 salariés.» Metav.rs prévoit d'ailleurs dans son développement avec l'ouverture prochaine d'un bureau, et pas n'importe où, à Singapour...

**Olivier Hamard**

## « L'entrée en Bourse est un travail colossal qui décrit tous les risques que nos investisseurs doivent connaître. »

Nolwenn Belléguic, directrice générale déléguée de Lhyfe

de l'ampleur. « Pendant 18 mois, avec Nicolas Davoust et Enguerrand Léger, nous avons développé Gens de Confiance en mode « side project », parallèlement à nos emplois respectifs. Comme le chiffre d'affaires était bon, nous avons créé l'entreprise en 2014 et commencé un road-show qui nous a permis de lever 500 000 euros auprès de Partech et la même somme auprès de Bpifrance en 2015. Lever des fonds rapidement était crucial pour nous rémunérer, car, à ce moment-là, nous avions quitté nos emplois respectifs pour nous consacrer à 100 % à Gens de Confiance. »

Après une seconde levée de fonds de 3 millions d'euros, en 2019, Gens de Confiance en a opéré une nouvelle en 2023, de 5 millions d'euros. « Le fonds Isai a réinvesti 2 millions et nous en avons profité pour lever 3 millions d'euros en financement participatif auprès de nos membres, rapporte Ulric Le Grand. Au terme de ce tour de table, nous avons 1 100 actionnaires ! En remboursant des parts à Partech, notre partenaire historique, nous avons également prouvé notre capacité à distribuer des liquidités. Ce qui est fondamental pour un fonds. Enfin, nous avons profité de cette opération pour permettre à nos collaborateurs qui en détenaient de vendre leurs BSPCE (bons de souscription de parts de créateur d'entreprise). C'était important pour montrer que l'entreprise a de la valeur. »

« Aujourd'hui, on dit qu'il est plus difficile de lever des fonds, poursuit-il. Personnellement, j'ai toujours trouvé cet exercice difficile. Il faut que le dossier soit bon. Le dossier Gens de Confiance est aujourd'hui assez largement dérisqué. Nous employons un peu plus de 80 salariés pour un chiffre d'affaires de 7 millions d'euros et nous avons été rentables en 2022. » Des conseils pour lever des fonds ? « Bien s'entourer pour savoir quels fonds aller voir en fonction de la maturité de l'entreprise, de son activité, de ses besoins en financement, commence-t-il. La levée de fonds est un sport de haut niveau qui requiert de la ténacité. Enfin, il faut savoir jouer avec tous les outils de financement, en commençant par le chiffre d'affaires de l'entreprise pour se développer sur fonds propres, la dette bancaire et des fonds pour accélérer et, sans oublier, que les fonds ont vocation à sortir un jour. »

### DES LEVÉES DE PLUS EN PLUS GROSSES

Comptant aujourd'hui 150 salariés, Shopopop développe une plateforme de livraison de courses entre particuliers. L'entreprise revendique plus d'un milliard d'euros de courses livrées en 2023. L'entreprise a levé 2 millions d'euros en 2018, puis 4 millions d'euros en 2020, à chaque fois auprès d'investisseurs locaux comme Go Capital, West Web Valley, Pays de Loire Participations et les business angels de Bamboo. Sa méthode : créer du lien et de la confiance. « Il est assez facile de se croiser lors d'événements locaux et



© TCHAO TCHAO

**Julien Boucault, fondateur de Tchao Tchao, a lancé une levée de fonds en financement participatif.**

d'échanger de manière informelle », souligne Antoine Cheul, cofondateur, qui cultive cette proximité. « Une fois les fonds levés, les actionnaires deviennent des associés et vous partagez la même envie de voir l'entreprise réussir ».

En 2021, Shopopop a franchi le palier supérieur, avec une levée de 20 millions d'euros incluant un fonds parisien Meridiam. « Les fonds régionaux atteignent leurs limites pour des sommes aussi élevées », estime le dirigeant. Sa relation avec Meridiam ? « Nous essayons de garder une proximité avec eux, via des groupes WhatsApp informels, et nous nous déplaçons à Paris pour les croiser et les tenir au courant », détaille le cofondateur. Avec le recul, le cofondateur estime avoir emprunté le bon chemin et le reprendrait si c'était à refaire. « Nous n'avons pas fait de très grosses levées de fonds, au départ. L'idée n'était pas d'aller le plus vite possible. Notre première responsabilité était d'être rentable assez rapidement et pouvoir payer les salariés ». À l'issue de cette dernière opération de levée de fonds, les deux fondateurs ne sont plus actionnaires majoritaires. « Il faut casser cette croyance, estime Antoine Cheul, même si nous n'avons plus la majorité au capital, nous restons décisionnaires. »

### UNE LEVÉE DE FONDS PARTICIPATIVE

Au chapitre des idées originales pour lever des fonds, on trouve la start-up angevine, Tchao Tchao. En 2023, cette dernière a commercialisé plus de 300 kits d'aménagement pour voitures et fourgons, en France et dans des pays limitrophes, Allemagne, Belgique ou encore Suisse. La jeune entreprise créée par Julien Boucault compte aujourd'hui 5 collaborateurs et prône un tourisme de proximité, avec des kits compatibles avec 140 modèles de véhicules, soit environ 20 millions de voitures en France et 200 millions en Europe. Des kits fabriqués en Maine-et-Loire avec des matériaux issus de la région. Le dirigeant, qui a participé en janvier



**Propriétés-privées.com**

(LOIRE-ATLANTIQUE)

**100 M€**  
(IMMOBILIER, 2022)



2023 à l'émission « Qui veut être mon associé ? », sur M6, a bénéficié à cette occasion d'une réelle visibilité et est désormais accompagné par deux investisseurs, Eric Larchevêque et Jean-Pierre Nadir.

Tchao Tchao vient de lancer également une première levée de fonds auprès de particuliers via la plateforme Tudigo : « Nous voulons lever 1 million d'euros pour accélérer, confie Julien Boucault. L'idée de départ était de mener un projet collaboratif et le fait d'avoir plein d'actionnaires particuliers est une vraie force. » Il ajoute : « J'avais la possibilité de faire un tour de table avec des business angels et une dizaine de personnes étaient intéressées pour mettre des tickets plus importants. Mais la levée participative correspondait vraiment à ce que je veux faire de l'entreprise, quelque chose d'ouvert et surtout orienté sur la communauté. Derrière, c'est aussi une vraie force, le fait d'avoir plusieurs centaines de personnes prêtes à financer. À 90 %, ce ne sont ni des clients ni des membres de la famille, mais des gens qui nous connaissent par les réseaux, qui nous ont peut-être découverts lors du passage télé. Je trouve ça très positif. »

### LE STRESS DE L'ENTRÉE EN BOURSE

Toute entreprise doit rendre des comptes une fois qu'elle a des partenaires au capital. C'est encore plus vrai lorsque cet apport d'argent se fait via une entrée en Bourse. Nolwenn Belléguic, directrice générale déléguée de Lhyfe, explique comment elle a vécu de l'intérieur les levées de fonds du champion local de production d'hydrogène vert. « Notre première levée de fonds, début 2020, c'était 8 millions d'euros, c'était la plus grosse levée dans les GreenTechs en Europe. Cette somme nous a aidés à recruter nos premiers salariés et à construire notre première usine de

production d'hydrogène vert, en Vendée. Quand on prépare une levée de fonds, on se trouve face à un tour de table d'investisseurs. Le plus important est d'arriver à en déverrouiller un, à le convaincre d'y aller, car ensuite les autres suivent. »

L'étage supérieur consistait à lever plus de 100 millions d'euros, cette fois, via un passage en Bourse. « Nous avons fait le grand saut en 2022, avec la levée de 118 millions d'euros, qui nous a permis de lancer tous les projets que nous avons mis en route, en France et en Europe. Cette entrée en Bourse est un travail colossal, un document de 300 pages, dont 40 pages qui décrivent tous les risques, que nos investisseurs doivent connaître. » Le plus éprouvant ? « Il y a ce que l'on appelle des road shows, avec des centaines d'investisseurs à convaincre. Et cela dans un contexte international très difficile, avec le début de la guerre en Ukraine. » L'après levée de fonds est aussi une épreuve. « Il faut rendre des comptes tous les trimestres à nos investisseurs. Le bon côté des choses, c'est qu'ils sont auprès de nous, s'impliquent, nous conseillent. L'entrée en Bourse apporte beaucoup de notoriété à une boîte. Mais quand le cours dévisse, ça se voit, c'est le revers de la médaille. Ce qui me semble essentiel, c'est de ne pas piloter l'entreprise avec l'œil sur le cours de la Bourse, mais sur son ambition, avec en tête le rêve que l'on poursuit : changer le monde. »

Pour conclure cette enquête, il a été assez cocasse de découvrir que l'expression « l'argent est le nerf de la guerre », débusquée dans Gargantua, de Rabelais, dériverait d'une autre plus ancienne, et plus business, celle de l'homme d'État romain Cicéron : « L'argent est le nerf des affaires ».

**David Pouilloux, Caroline Scribe, Benjamin Robert et Olivier Hamard.**

**Top 5**  
des plus grosses levées de fonds en Pays de la Loire



**60 M€**  
(MATÉRIAUX /BTP, 2023)

## QUIDOU A RÉUSSI À GRANDIR VITE SANS LEVER DE FONDS

**P**artenaire de Zero to one, l'événement start-up de l'année à Nantes, Nicolas Durandière est le cofondateur, en 2017, de Ouidou, une ESN (entreprise des services numériques) spécialisée dans l'amélioration des logiciels métiers. Cinq ans plus tard, Ouidou est quasiment une ETI, avec 245 salariés, près de 24 M€ de chiffre d'affaires et une essaimage, depuis Paris, à Strasbourg, Lyon, Lille et à Nantes où travaillent déjà 25 salariés. Nicolas Durandière jette un pavé dans la mare sur le sujet des levées de fonds parfois gigantesques



© DAVID POUILLOUX

Nicolas Durandière, nantais d'origine, a fondé Ouidou en 2017, et il a ouvert un bureau à Nantes de 25 salariés.

qu'il observe. « Ce que je déplore, c'est que les médias ne s'intéressent pas à nous, aux ESN vertueuses, on n'est pas assez sexy. Ils sont focus sur les start-up qui ont des ambitions folles, lèvent des sommes délirantes, mais vont

dans le mur », tacle le dirigeant. Agacé, il pointe ce que peu d'entre eux osent évoquer : « Les fonds sont brûlés en grosses rémunérations pour les dirigeants et n'ont pas été utiles au business de l'entreprise, estime-t-il.

Trois ans après la levée, les boîtes n'existent plus, mais les dirigeants se sont bien servis. La levée de fonds a fabriqué du salaire, et n'a pas apporté suffisamment de valeur. » Son modèle ? « Pour Ouidou, nous n'avons pas levé un seul euro, car notre modèle de développement repose sur la qualité de notre business et sur une facturation immédiate dès les premiers jours. Nous avons grandi très vite, fait de l'hyper croissance, mais nous avons tout de suite fait des bénéfices, et nous venons d'instaurer un intéressement pour nos salariés. »

**David Pouilloux**



# Comment j'ai fait



© AMARRIS

— Claude Robin, président d'Amarris

## « Nous avons déconstruit les clichés sur les comptables pour recruter »

Comment recruter sur un métier en tension ? Le cabinet d'expertise comptable Amarris a choisi de renverser la table : embauche d'une responsable marque employeur, nouvelle stratégie RH et tournage d'une vidéo parodique déjantée avec, dans le rôle principal, le président du groupe Claude Robin. Résultat : les candidatures explosent.



**D**ifficile de recruter des comptables. La profession recense en moyenne 70 000 postes à pourvoir en France et 19 000 offres d'emploi sont disponibles rien qu'à Nantes. Pour attirer les candidats, le cabinet d'expertise comptable Amarris (550 salariés, 34 M€ de chiffre d'affaires), basé à Saint-Herblain près de Nantes, qui recrute une centaine de collaborateurs bon an mal an, a décidé de sortir « la grosse artillerie en termes de marque employeur », selon les termes de son fondateur et président Claude Robin.

### UNE RESPONSABLE MARQUE EMPLOYEUR

Le plan d'actions commence par l'embauche, au printemps 2023, de Claire Baruffi au poste, tout juste créé, de responsable Marque employeur, directement rattaché à la direction générale. « C'est un poste encore inhabituel sur le marché qui nécessite une double compétence en RH et en communication. En collaboration avec la direction générale, la DRH et la direction marketing, j'ai commencé par mener un audit interne. L'objectif était de prendre le pouls des collaborateurs, de commencer à placer des idées, d'évaluer leur degré d'adoption afin d'orienter les actions à venir, d'aligner le discours des services communication et RH avec la réalité du terrain et ainsi construire une démarche collective à partir du ressenti des salariés », rapporte Claire Baruffi.

L'enquête révèle l'investissement important des collaborateurs dans leur travail, l'existence d'une forte culture d'entreprise portée par le dirigeant et un grand sens de la fête. « Cette bonne ambiance dans l'entreprise était en total décalage avec les idées reçues dont souffre la profession de comptable, perçu comme ringard, rigide, vieux jeu, peu enclin au numérique... La question était de savoir comment communiquer sur les aspects positifs de la profession pour déconstruire ces clichés », décrypte Claire Baruffi.

### UNE VIDÉO À 120 000 VUES

Après avoir exploré plusieurs pistes, la direction d'Amarris décide de tourner en dérision les clichés sur le métier de comptable, dans une vidéo inspirée de l'émission parodique de Canal + « Message à caractère informatif », qui détournait des films d'entreprise des années 80. « Nous sommes partis des commentaires désobligeants sur les comptables pour montrer que ce métier est, au contraire, diversifié, innovant, digitalisé et qu'il offre de nombreux avantages, notamment en termes d'équilibre entre vie personnelle et professionnelle. Nous avons travaillé les textes, le script, la direction artistique en interne. Nous avons écumé les magasins de seconde main pour trouver des costumes reprenant les codes des années 1980 », raconte Claire Baruffi. Claude Robin, président

d'Amarris, a endossé, avec beaucoup d'autodérision, le rôle de Monsieur Gilbert, patron complètement has-been. 180 salariés, issus de tous les bureaux d'Amarris ont également participé au tournage, réalisé par un vidéaste indépendant. « La réalisation de cette vidéo, quasiment « fait maison » a été une vraie aventure collective. Elle totalise aujourd'hui 120 000 vues sur les plateformes médias pour un budget inférieur à 10 000 euros », indique Claire Baruffi.

### « DANS LA PEAU D'UN CANDIDAT »

Parallèlement, un gros travail est effectué pour revoir le parcours candidat. « Nous nous sommes mis dans la peau du candidat qui postule pour faire la chasse aux clics et publier des contenus plus engageants. Nous avons aussi lifté les annonces pour qu'elles gagnent en référencement naturel et en taux de conversion. », avance Claire Baruffi. Sur le fond, les annonces mentionnent les salaires, pratique peu habituelle dans la profession. Changement de ton également avec des intitulés, comme « Si tu tapes sur des chiffres comme on tape sur des bambous, rejoins-nous. » De premières campagnes monétisées ciblent également candidats et prospects. « L'idée, c'est de montrer que l'on peut être professionnel, sans se prendre au sérieux », commente Claire Baruffi.

### CANDIDATURES EN HAUSSE DE 136 %

De nouvelles actions de communication sont également déployées en interne (diffusion de capsules vidéos pour promouvoir la cooptation auprès des salariés...). Elles sont associées à un travail de fond sur les avantages proposés aux salariés de l'entreprise, comme la semaine de quatre jours et demi sur la base du volontariat. Ces mesures ont porté leurs fruits très rapidement, avec une hausse impressionnante du chiffre des candidatures. De juin à septembre 2022, Amarris totalisait 65 annonces pour 350 candidatures. Sur la même période, en 2023, le cabinet d'expertise comptable n'avait plus que 37 annonces, mais enregistré 827 candidatures sur ces quatre mois.

### UN SECOND FILM

Fort du succès de sa première vidéo, qui a remporté le Trophée d'Or de la meilleure stratégie marque employeur lors de la 14<sup>e</sup> Cérémonie des Trophées marketing et communication de la profession comptable, Amarris tourne une seconde vidéo pour présenter sa raison d'être. Par ailleurs, la marque employeur est devenue un axe majeur de la communication d'Amarris. « La marque employeur est un sujet transverse à l'entreprise, un peu comme la RSE. Quand on fait savoir qu'une entreprise traite bien ses salariés, cela rejaillit sur la qualité de la relation avec les clients, selon la théorie de la symétrie des attentions », souligne Claire Baruffi dont la fonction a été étendue à directrice de la communication, marque employeur et RSE.

Caroline Scribe



© AMARRIS

Claire Baruffi, directrice communication, marque employeur et RSE chez Amarris.

— José Burgos, président de Stif

# «Ma PME a levé 10 millions d'euros en Bourse»

En décembre 2023, le groupe angevin Stif levait 10,35 millions d'euros lors de son introduction en Bourse. Résultat d'une démarche entamée moins d'un an plus tôt par José Burgos, son dirigeant, qui fait entrer l'entreprise industrielle de Saint-Georges-sur-Loire dans une autre dimension.

Une recherche sur internet, un coup de téléphone et le processus était lancé. Le raccourci est certes osé, car l'entrée en Bourse sur le marché Euronext Growth de l'entreprise industrielle Stif le 20 décembre 2023 ne tient en rien de l'approximation et de l'empressement. Elle est le résultat de la volonté de José Burgos, le président de cette PME de Saint-Georges-sur-Loire (Maine-et-Loire), qui cherchait début 2023 une réponse à un besoin de financement : une dizaine de millions d'euros pour se développer dans les équipements de protection contre l'explosion des BESS, ces systèmes de stockage d'énergie par batterie. Stifa conçu une solution avec un système d'échappement des gaz pour soulager la surpression en cas d'explosion de ces centrales utilisant un groupe de batteries pour stocker l'énergie électrique. Ce marché complète les activités historiques de l'entreprise : la fabrication de composants pour le transport de vrac, majoritairement dans l'industrie agroalimentaire ; et le développement d'équipements de protection contre les risques d'explosion en milieu industriel.

### FAIRE DÉCOLLER LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Novatrice sur ce marché des BESS très prometteur, Stif, début 2023, veut aller vite et garder sa longueur d'avance. Pour cela, l'entreprise a besoin d'argent : «Nous avons déjà emprunté 2,5 millions d'euros récemment pour réhabiliter notre deuxième usine, raconte le président de Stif José Burgos, et je ne souhaitais pas aller voir les banques. Faire entrer des actionnaires pour disposer d'argent frais non plus.» Stifa fait par le passé l'expérience d'un LBO. Le modèle ne lui convenant pas, le groupe avait racheté les parts de l'actionnaire partenaire. «Nous avons découvert le marché des BESS qui présente un très fort potentiel, argumente le dirigeant. Depuis 40 ans, Stif se développe et depuis 3 ans, la croissance est de 10 à 15 % chaque année. Elle devrait être encore beaucoup plus forte dans les années à venir.» Avec le développement du marché des BESS, Stif table sur un chiffre d'affaires de 80 millions d'euros en 2027, contre 31,2 millions

d'euros en 2022, avec l'ambition de réaliser 80 % de son activité avec les systèmes anti-explosion.

### IPO DANS LE MOTEUR DE RECHERCHE

Dans la tête du dirigeant angevin, trottait début 2023 le souvenir d'une entreprise bretonne qui avait réalisé en 2021 une entrée en Bourse. Il est vrai que hors banque ou LBO, les solutions de levée de fonds sont limitées. «L'idée a fait son chemin, explique José Burgos, mais je n'avais aucun contact dans ce milieu. Je n'y connaissais rien et je ne suis pas boursicoteur. J'ai donc tapé IPO (Initial Public Offering, traduction anglaise de l'expression introduction en Bourse, NDLR) sur mon moteur de recherche.» Dès les premiers résultats apparaît le nom de Louis Thannberger, président d'IPO N°1. José Burgos l'appelle, les deux hommes conviennent d'un rendez-vous dans les deux jours et la machine est lancée. Spécialiste des introductions en Bourse des PME, Louis Thannberger perçoit le potentiel de l'entreprise industrielle angevine et fait une proposition d'accompagnement à ses dirigeants, José Burgos et son père Manuel Burgos, fondateur de Stif en 1984. «Il nous a aidés dès le démarrage puis a mené un travail de mise en relation et de conseil tout au long du process», relate le président du groupe angevin.

### CE QUE COÛTE UNE INTRODUCTION EN BOURSE

On est alors en mars 2023 et la machine est lancée. L'introduction en Bourse est envisagée quelques mois plus tard, dans le courant de l'été. La première étape consiste à trouver un «listing sponsor», une banque qui va aider à la rédaction du document d'enregistrement, nécessaire à la demande d'introduction. «Nous en avons rencontré trois et choisi de travailler avec la banque Delubac, explique José Burgos. Nous avons aussi créé un groupe de travail extérieur à l'entreprise, qui s'est réuni une fois par semaine, dans lequel nous avons intégré nos avocats, un expert-comptable, un commissaire aux comptes et une agence de communication financière, car nous avons maintenant obligation de communiquer nos résultats et notre chiffre d'affaires chaque trimestre.» José Burgos a aussi suivi des formations auprès d'Euronext, pour préparer l'en-



José Burgos, président de Stif.



**« On ne sent pas du tout dépossédé. Aller en Bourse, c'est rester libre et indépendant. »**

trée en Bourse. Tout le processus de préparation, durant lequel le projet est présenté à des investisseurs, permet de sécuriser un pourcentage nécessaire de futurs actionnaires avant l'introduction en Bourse. Dans le cas de Stif, il était supérieur à 60% des actions mises sur le marché. Au final, toutes ces prestations et ces accompagnements ont un coût : entre 8 et 10 % des fonds levés, selon le président de Stif.

### GAGNER LA CONFIANCE DES INVESTISSEURS

Envisagée pour l'été 2023, l'introduction en Bourse de Stif n'a eu lieu qu'en décembre, la période estivale n'étant pas la plus favorable à ce type d'opération. Et il fallait aussi choisir une fenêtre de tir, les introductions en Bourse en 2023 n'ayant pas été légion : fin décembre, Stif n'était que la sixième à entrer sur les marchés français. Autant dire que son arrivée était attendue : de sa réussite ou de son échec allaient

dépendre la mise en avant ou en attente d'autres projets... L'entreprise a dépassé ses propres espérances : «Je n'ai jamais douté de l'introduction, confie José Burgos, mais durant les 15 derniers jours, j'ai eu des craintes sur le prix de la valorisation.» En novembre, le dirigeant envisageait une levée de 10 millions d'euros, puis a revu ses prétentions à la baisse pour descendre à 9 millions d'euros. Finalement, ce sont 10,35 millions d'euros qui ont été levés : les 9 millions envisagés et 1,35 million dans le cadre de l'exercice de la clause dite d'extension, permettant de céder des parts supplémentaires.

### ATTRIBUTION GRATUITE D'ACTIONS

La demande totale d'achat d'actions a atteint 15,3 millions d'euros. La part cotée de Stifs'élève désormais à 31 %, la famille Burgos restant majoritaire avec 69 % des parts. «On ne se sent pas du tout dépossédés, confie José Burgos. On ouvre certes ses comptes mais les actionnaires ne mettent pas le nez dans la gestion de l'entreprise. Aller en Bourse, c'est rester libre et indépendant. Cela nous a permis d'augmenter le capital, mais pas la dette, ce que nous pourrions aller chercher s'il le faut.» En interne, l'introduction en Bourse a aussi changé la donne. Le staff de Stif s'est étoffé, avec entre autres l'arrivée d'un DAF, Christophe Canal, et l'entreprise de 190 salariés, qui n'a aucune peine à recruter, a réalisé une AGA (attribution gratuite d'actions), en distribuant 1 % de celles-ci. Certains salariés étant allés au-delà en acquérant eux-mêmes des parts lors de l'introduction. «Nous avons déjà une politique sociale forte, avec une mutuelle, un intéressement et une participation, précise José Burgos. L'AGA va être le ciment de tout cela. Les gens sont fiers de travailler dans une entreprise qui marche bien.» Stifa recruté 19 personnes en 2023 et 6 ont déjà rejoint le groupe en janvier 2024.

### SOUDAIN NOTORIÉTÉ

Le groupe «marche» si bien qu'il a annoncé récemment un contrat signé avec le géant américain Tesla, d'un montant de 10 millions d'euros, pour fournir des systèmes anti-explosion. Le chiffre d'affaires de Stif France atteint 75 % à l'international. Et les projets ne manquent pas : le développement de Stif Plastic, activité d'injection reprise en 2023, l'implantation prochaine d'un site industriel aux États-Unis, le doublement de la capacité industrielle de sa filiale en Chine. Deux pays cible pour le groupe qui envisage aussi de créer une unité de production en Corée pour le marché local.

Reste un aspect sur lequel le groupe Stif n'était pas préparé : la notoriété. Créée il y a quarante ans, l'entreprise a fait son chemin discrètement, loin des médias. Depuis l'annonce de la volonté d'entrer en Bourse, José Burgos est très sollicité, et l'on a découvert en Anjou cette société industrielle qui cartonne et va de l'avant. La rançon du succès, en quelque sorte. Et cette notoriété n'est pas que locale : selon le président de Stif, le statut d'entreprise cotée en Bourse est aussi un gage supplémentaire de sérieux pour les prospects et les clients, en France comme à l'international.

Olivier Hamard

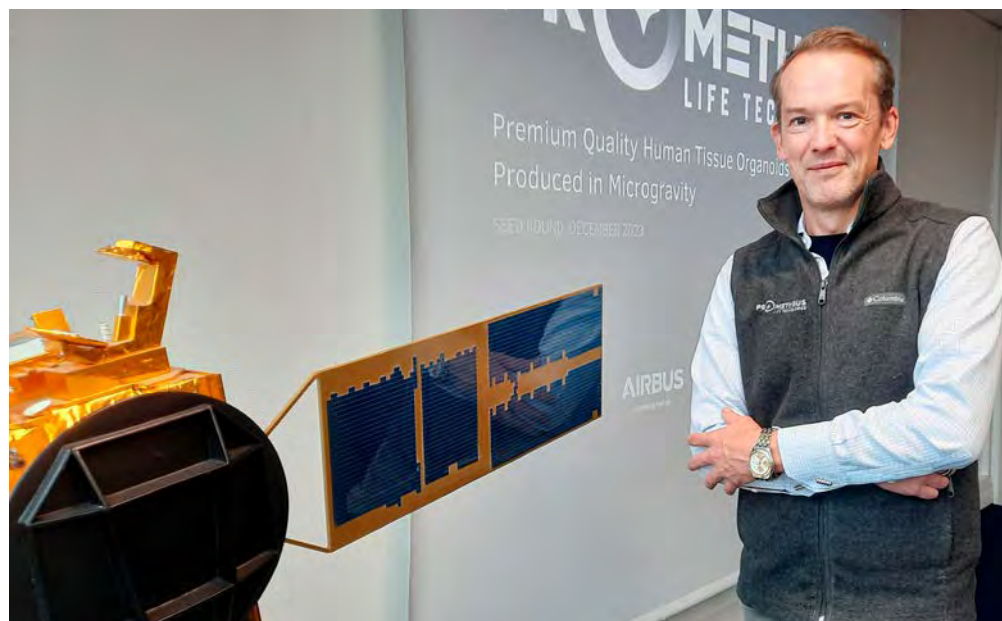
# BEST OF DE L'INNOVATION

L'actu de nos 9 éditions en régions

STRASBOURG BIOTECH

## Prometheus veut cultiver des cellules humaines dans l'espace

Spin-off sorti de l'université de Zurich, Prometheus Life Technologies parie sur l'apesanteur pour cultiver des cellules humaines de meilleure qualité dans un but médical. La start-up vient d'ouvrir son premier bureau France à Strasbourg.



Cofondateur de Prometheus, Raphael Roettgen s'apprête à commercialiser depuis Strasbourg sa technologie de culture cellulaire dans l'espace.

Sur le papier, le principe technologique de Prometheus est des plus simples : il consiste à envoyer en orbite des cellules humaines d'organes, osseuses ou cartilagineuses. « La microgravité permet aux cellules de se développer en trois dimensions dans des conditions optimales », explique Raphael Roettgen. Le cofondateur de la biotech suisse Prometheus Life Technologies (5 personnes), vient en effet de rejoindre l'incubateur de l'International Space University (ISU) d'Illkirch-Graffenstaden (Bas-Rhin), près de Strasbourg. Un choix retenu « pour la qualité de l'écosystème, la présence de l'ISU et la proximité d'Alsace BioValley », le pôle de compétitivité santé du Grand Est. Car l'ovni Prometheus entend désormais partir à la conquête du marché français et des labos de l'industrie pharma.

### DES ÉCHANTILLONS MIS EN ORBITE PAR SPACE X

« Sur Terre, on ne parvient à reproduire des conditions de microgravité que pendant quelques secondes à quelques minutes selon les technologies employées, alors que nous avons besoin de semaines de cultures, détaille

le chercheur. Quant aux clinostats (des appareils rotatifs qui réduisent les effets de la gravité, NDLR), ils ont des effets indésirables. Les résultats ne sont pas d'aussi bonne qualité ». À l'avenir, envisage-t-il, « on pourra par exemple prélever des cellules du foie d'un patient malade, les envoyer dans l'espace et lui réimplanter les tissus » au retour. La technologie limiterait les risques de rejet.

C'est à bord de la capsule Dragon de SpaceX que les premiers échantillons avaient rejoint la station internationale (ISS) en 2020 et 2021 dans le cadre d'une collaboration entre l'université de Zurich et Airbus qui ont investi environ 1,5 million euros dans ce programme de recherche. Le tout jeune spin-off Prometheus parie désormais sur la baisse des coûts des vols spatiaux. Il n'exclut pas de mettre en œuvre à Strasbourg une cellule de R&D. Son fondateur annonce la création d'un pool d'une douzaine de collaborateurs à horizon 2026. Dans l'immédiat, la start-up est en train de lever deux millions d'euros et espère boucler son tour de table mi-2024.

MORBIHAN BIENS DE CONSOMMATION

## EverEver lave plus durable avec son lave-vaisselle

Martin Hacpille, dirigeant d'EverEver, a une ambition : fabriquer un lave-vaisselle conçu pour durer 20 ans et assemblé dans le Morbihan. Après avoir levé deux fois 500 000 euros, entre 2021 et 2022 auprès d'entrepreneurs français, il est passé du prototype de lave-vaisselle réparable à une phase d'industrialisation et de dépôts de brevets. Sa recherche de partenaires et autres sous-traitants qui fabriqueront les différentes pièces de son lave-vaisselle, l'a conduit dans le Morbihan où le lave-vaisselle sera assemblé. EverEver prend des engagements : 80 % des pièces seront fabriquées en France, 17 % en Europe et 3 % ailleurs dans le monde. Martin Hacpille entend attaquer la production en grande série de son innovation qui sera vendue aux alentours de 850 euros. « Nous devrions produire 15 000 unités pour notre première année d'industrialisation, en 2025. Nous visons 230 000 unités produites, par an, en 2029. »



## Le Best of de l'innovation

### MOSELLE NUMÉRIQUE

#### Ta-Da lance son service de collecte de données

Pour répondre à ses utilisateurs, l'intelligence artificielle se nourrit de données. C'est ce constat qui a poussé William Simonin, cofondateur et dirigeant de la start-up messine spécialisée dans la reconnaissance vocale Vivoka, à lancer Ta-Da, un nouveau service de collecte de données il y a plus de deux ans. Les développements de l'équipe de Ta-Da ont alors abouti à une solution de création, de vérification et de collecte de données basée sur la blockchain, technologie permettant de garder la trace d'un ensemble de transactions de manière décentralisée et sécurisée.

Concrètement, toutes les entreprises travaillant dans l'intelligence artificielle peuvent déposer des demandes sur la plateforme Ta-Da, comme par exemple récupérer des heures de fichiers audio, des données textuelles ou des images. Sur la plateforme, les utilisateurs de Ta-Da vont être mis à contribution pour créer et valider la donnée, puis seront rémunérés une fois leurs travaux validés. Début 2024, il sera possible de télécharger Ta-Da sur les stores Android et Apple.

### HAUTE-VIENNE SERVICES

## Le robot de Recyclamer va aspirer les déchets des océans

La start-up Recyclamer a développé un robot capable d'aspirer les déchets en surface et d'analyser la provenance de pollutions en milieux aquatique. Elle développe déjà un modèle de taille supérieure pour s'attaquer aux mers et océans. Geneseas, c'est son nom, mesure 1,5 m x 1,2 m. La version actuelle est la taille S. Alimenté par des panneaux solaires et des turbines, il est capable d'engloutir 140 litres de déchets flottants (mégots, plastiques, canettes...) ou d'hydrocarbures avant de rentrer en autonomie à sa base pour être vidé. Il est aussi programmé pour analyser l'eau (PH, température, conductivité, etc.) et cartographier les sources de pollution issues par exemple d'un cours d'eau qui se déverse dans un lac ou d'un bateau qui largue des eaux sales dans une marina. Six ans après sa création, Geneseas prend son envol.

#### 40 EXEMPLAIRES LIVRÉS EN 2024

Cinq modèles fonctionnent déjà à La Rochelle, Brest, Ibiza, Palma de Majorque et Valence. En 2024, 40 exemplaires seront livrés en France, en Espagne, en Équateur, à Monaco. Geneseas y œuvrera dans des ports, des lacs, des bassins aquacoles, pour toujours « dépolluer sans polluer » assure son créateur Alan d'Alfonso Peral.

Suivant une logique vertueuse, Alan d'Alfonso Peral opte pour des fournisseurs voisins. Le design est signé du rochelais Yacht Concept



Geneseas collecte les déchets en surface et revient à sa base en autonomie ou en pilotage manuel.

(L'Hermione), les coques sont fabriquées par Masters Composites à Aytré (Charente-Maritime), les fibres du filtre sont naturelles et produites en France; l'électronique est assurée par FBO (14,2 M€ de CA en 2022), basé aussi à Saint-Junien, devenu son principal actionnaire en février 2023.

En vendant 42% des parts à son fournisseur, Recyclamer a assuré son avenir, à commencer par le développement de la taille M. Le prototype sera bientôt testé à Majorque (Baléares). Il mesure 6 m x 2,4 m et se destine aux grands lacs ou entrées de port. Alan d'Alfonso Peral, qui travaille avec sept collaborateurs, planche déjà sur la taille L destinée au septième continent, « dans cinq ou six ans », et sur une collecte au fond des plans d'eau.

### NORD SERVICES

## L'application Usave sauve les invendus non-alimentaires



Lukas Liénard (à gauche) et Raphaël Lopez.

Un parfum, un smartphone ou une appareil ménager, neufs et à prix cassé, à saisir à quelques kilomètres de chez soi... c'est l'offre qu'on retrouve sur l'application Usave. Développée par la start-up du même nom, créée en janvier 2023 à Lille, elle permet aux enseignes, grandes chaînes et magasins indépendants, d'écouler leurs invendus, exclusive-

ment non-alimentaires, auprès de particuliers. Pour Lukas Liénard, fondateur avec Raphaël Lopez, de la start-up, « il s'agit de 10 000 à 500 000 euros d'invendus qui dorment dans les stocks des magasins, coûtent en trésorerie tout en perdant peu à peu de la valeur, et prennent de la place. Nous les transformons en chiffre d'affaires et en trafic magasin ».

En quelques clics, une fiche produit peut être créée sur l'appli, et rendue visible aux acheteurs potentiels alentour, qui réservent alors en ligne les produits qui les intéressent, et viennent les chercher en magasin. Le service est gratuit pour les acheteurs, et sur abonnement pour les vendeurs.

## Formation



© WRIGHTSTUDIO

# Formation continue : retour aux fondamentaux

Lors de la crise sanitaire, les entreprises ont démontré leur capacité d'adaptation en proposant de nouveaux modes de formation à leurs salariés. Mais les cursus classiques de stages en présentiel reviennent en force. Avec des inégalités persistantes dans l'accès à la formation professionnelle des salariés plus fréquente pour les plus diplômés et les collaborateurs des grandes entreprises.

**Y**a-t-il eu un avant et un après la loi Avenir professionnel du 5 septembre 2018, qui a entrepris une refonte du système de formation professionnelle ? Pas vraiment à en croire la dernière enquête formation employeur menée par le Cereq (Centre d'études et de recherches sur les qualifications), la Dares (Direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques) et France Compétences (instance nationale de financement et de régulation de la formation professionnelle) qui ont interrogé les pratiques de 20 000 entreprises en 2020. Les trois

quarts des entreprises de dix salariés et plus ont formé au moins un membre de leur personnel cette année-là, proportion qui demeure stable depuis 2005. La France se situe ainsi légèrement au-dessus de la moyenne européenne, loin derrière la tête du classement occupée par la Suède (91,5 %), la République tchèque (85,9 %) et la Belgique (81 %). En 2020, selon un rapport de la Cour des comptes, les dépenses de formation des salariés du secteur privé ont représenté en France quelque 17,5 milliards d'euros, permettant au total à 40 % des salariés d'accéder à une formation.

## LES NOUVEAUX MODES DE FORMATION EN RECU

L'enquête formation employeur montre qu'en 2020, les entreprises ont réduit le nombre de formations en présentiel sous forme de cours ou de stages organisés au sein de l'entreprise avec des formateurs internes ou dans un centre de formation, au profit d'autres modalités. « Face à de fortes contraintes liées à la crise de la Covid, les entreprises françaises qui ont continué de former leurs collaborateurs en



## Formation



### « Nous constatons que le fait d'échanger avec des pairs, de favoriser le retour réflexif sur le travail [...] facilite les apprentissages. »

Isabelle Marion-Vernoux, cheffe du Département formation et certification au sein du Cereq

2020 ont démontré une grande capacité d'adaptation. Elles ont quasiment maintenu leur effort de formation en optant pour des modalités de formation en situation de travail ou à distance, peu répandues jusqu'alors, tirant ainsi parti des opportunités offertes par certains dispositifs encouragés par la loi de 2018 et le plan de relance », observe Isabelle Marion-Vernoux, cheffe du Département formation et certification au sein du Cereq. Ainsi selon l'enquête, 61 % des entreprises (contre 48 % en 2015) ont privilégié la participation à des conférences et des séminaires, les échanges de pratiques entre professionnels, les périodes d'autoformation, y compris celles suivies en ligne. « Si cette évolution majeure semble être pour partie liée à la crise sanitaire, elle aurait pu également résulter d'un changement structurel des pratiques. Nous pensions percevoir les prémices de nouvelles tendances. Au contraire, les données portant sur 2021 suggèrent que ces ajustements résultent davantage d'une adaptation conjoncturelle et le modèle du stage en présentiel est redevenu la norme », ajoute Isabelle Marion-Vernoux. Le nombre d'entreprises organisant des formations en situation de travail a par exemple nettement reculé en 2021 pour retrouver son niveau d'avant crise sanitaire.

Toutefois, il faut noter que le développement des compétences en entreprise passe de plus en plus par d'autres voies que la formation continue, comme le montre une autre enquête du Céreq sur les apprentissages informels. « Nous constatons que le fait d'échanger avec des pairs, de favoriser le retour réflexif sur le travail, ou encore de soutenir la prise d'initiative ou l'autonomie facilite les apprentissages, estime l'experte. Les salariés occupant les postes les moins qualifiés qui bénéficient de cette organisation ont ainsi les mêmes chances que les plus qualifiés de développer leurs aptitudes. C'est au niveau de l'entreprise que tout se joue ».

#### UN EFFORT DE FORMATION INÉGAL

Au-delà du contexte conjoncturel et des évolutions structurelles, l'effort de formation reste, comme par le passé, étroitement lié aux caractéristiques des entreprises employeuses. Plus une société est grande, plus elle forme ses effectifs. En 2020, la part de salariés ayant suivi des formations passe de 15 %

dans les structures de moins de dix personnes à 61 % dans les entreprises de 1 000 personnes et plus. Inversement, la durée des formations par personne formée décroît avec la taille de l'employeur : elle passe de 91 heures en moyenne dans les TPE, à 36 heures pour les structures comptant entre 10 et 19 salariés et à 22 heures dans celles de 1 000 collaborateurs et plus. Ces différences peuvent en partie s'expliquer par des stratégies de formation différentes : les grandes structures forment leurs effectifs de manière plus régulière sur des périodes plus courtes (le management notamment), tandis que les petites sociétés forment moins fréquemment, pour des durées supérieures et se focalisent le plus souvent sur des ateliers à forte composante technique. Ce recours à la formation professionnelle est par ailleurs très hétérogène au niveau du secteur d'activité de l'employeur. Les activités financières et d'assurance sont le premier secteur en termes d'accès à la formation, avec 75 % des effectifs formés en 2020, contre 40 % dans l'ensemble des entreprises privées d'au moins un salarié. « Nous constatons les mêmes inégalités à la formation en termes de secteur d'activité, de catégorie socioprofessionnelle, et de taille d'entreprise que par le passé », constate Isabelle Marion-Vernoux, qui estime néanmoins que « pour mesurer si les écarts se sont réduits, il faut attendre encore un peu, car 2020 n'est pas une année de référence ».

Mallory Lalanne

### UN NOUVEAU PACTE POUR RENFORCER L'ACCÈS DES SENIORS À LA FORMATION PROFESSIONNELLE

Le taux d'emploi des 60-64 ans en France pourrait passer de 36,2 % en 2022 à 65 % à l'horizon 2030. « Les publications de l'Insee prévoient d'ores et déjà un taux d'emploi tournant autour de 60 %, sous le seul effet mécanique de la réforme des retraites », constate le ministère du Travail. Pour accompagner cet allongement de la durée d'activité, en complément des mesures d'ores et déjà portées dans la réforme des retraites (retraite progressive, cumul emploi retraite, prévention de l'usure professionnelle...), le gouvernement a impulsé fin novembre 2023 un nouveau pacte de la vie au travail, visant à améliorer la reconversion des publics seniors. Un document d'orientation a été adressé aux organisations syndicales et patronales afin de les inciter à renforcer

la négociation collective de branche ou d'entreprise sur la gestion des seniors en activité, aménager les fins de carrière et favoriser les transitions entre l'activité et la retraite. Le gouvernement invite par ailleurs les partenaires sociaux à imaginer des solutions pour mieux préparer les secondes parties de carrières en renforçant l'accès des seniors à la formation professionnelle et aux dispositifs de reconversion, et en améliorant les conditions de travail tout au long de la carrière mais aussi à mieux lutter contre les stéréotypes et discriminations liés à l'âge. L'exécutif a fixé le terme de la négociation au 15 mars 2024. L'objectif, pour les partenaires sociaux, est de parvenir à un accord national interprofessionnel (ANI), qui serait en tout ou partie transcrit dans la loi avant l'été 2024.

# La nouvelle donne des écoles d'entreprises

La loi Avenir Professionnel de 2018 permet aux entreprises de créer leur propre centre de formation adapté à leurs besoins pour faire monter en compétences les nouvelles recrues et les salariés en poste. La plupart des entreprises qui franchissent le pas optent pour un centre de formation en alternance. La démarche impose de respecter certaines règles pour obtenir des financements.



jurassienne Sublimetal d'un centre de formation interne dédié au métier de polisseur en partenariat avec le Greta de Lons-le-Saunier.

Autres avantages de la création d'un centre de formation maison, un gain en flexibilité dans l'organisation de sa formation (dates, horaires, formats); une plus grande efficacité dans la transmission des savoirs par la proximité entre les formateurs et les collaborateurs; une diminution des coûts de formation en mobilisant des ressources internes; un meilleur suivi de l'évolution des compétences acquises évaluées directement en situation professionnelle.

## UN PARCOURS TRÈS ENCADRÉ

Reste que la création d'un centre de formation interne, qu'il soit ou non CFA, est strictement encadrée par la loi et soumise à différentes obligations et formalités administratives. L'organisme de formation interne est une structure juridique à part entière qui doit déclarer son activité auprès de la direction régionale de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités (DREETS). L'idéal est ensuite qu'il obtienne une certification officielle (Qualiopi – obligatoire pour le CFA ou DataDock) et que son cursus soit enregistré au répertoire national des certifications professionnelles (RNCP).

Le CFA d'entreprise permet d'accueillir des apprentis mais aussi de former les salariés en alternance. Il peut être interne à l'entreprise, être une filiale de l'entreprise, ou constitué par un groupe d'entreprises. On parle de CFA hors les murs lorsque l'entreprise délègue tout ou partie de la formation à des partenaires (chambre de commerce et d'industrie, établissement d'enseignement public ou privé, chambre de métiers...).

Le CFA doit respecter un certain nombre d'obligations, dont la gratuité des formations pour l'apprenti et la soumission à un contrôle pédagogique. Son financement repose sur l'entreprise en partie via la taxe d'apprentissage et sur des aides de l'État (via l'opco - opérateur de compétences) et de la Région sur la base de chaque contrat d'apprentissage signé.

Mallory Lalanne

La création d'une école maison ou d'un CFA est devenue une pratique courante quel que soit le secteur d'activité.

**E**n s'appuyant sur les nouvelles possibilités offertes par la loi Avenir Professionnel, des grandes entreprises (BNP Paribas, Lactalis, Hermès, L'Oréal, Total, Sodexo...) créent leur propre centre de formation d'apprentis (CFA) pour répondre à leurs difficultés de recrutement. Les PME sont nombreuses, également, à franchir le pas, soit en investissant dans une école interne soit en optant - c'est le cas le plus fréquent - pour la création d'un centre de formation d'apprentis (CFA). Ce CFA permet de former en alternance des jeunes aux métiers spécifiques de l'entreprise pour les recruter mais également de faire monter en compétences les salariés en poste, voir les clients et les fournisseurs. L'entreprise FenêtréA dans le Morbihan (560 salariés et 82 M€ de CA) va par exemple ouvrir en 2024 son centre de formation, la FenêtréA Académie, en investissant 600 000 euros pour aménager un atelier en ligne de production.

La création d'une école maison ou d'un CFA est devenue une pratique courante quel que soit le secteur d'activité, souvent pour pallier l'absence de formation adéquate aux métiers et technologies de l'entreprise. Le groupe pharmaceutique GSK va ainsi investir 10 millions d'euros pour créer à Saint-Amand-les-Eaux, près de Valenciennes (Nord) un centre de formation à la fabrication de vaccins en milieu aseptique. Le groupe Global Metal Works (150 salariés; 35 M€ de CA en 2022) d'Ambérieu-en-Bugey (Ain), a quant à lui doté sa filiale

**La création d'une école maison ou d'un CFA est devenue une pratique courante quel que soit le secteur d'activité.**

# « Nos formations répondent aux mutations des entreprises et des modes de travail »

À l'heure où le rapport au travail connaît de profondes mutations, la formation permet aux salariés de faire évoluer leur carrière et aux entreprises d'accélérer leur transformation. Audencia répond à ces attentes par des contenus riches et connectés aux enjeux de société. Explication par Olga Batrak, directrice open et custom Executive Programmes.

**A qui s'adresse l'offre de formation continue d'Audencia ?**

Notre offre est à la fois dédiée aux salariés qui souhaitent acquérir des compétences complémentaires et aux entreprises désireuses d'insuffler de nouvelles approches à leurs équipes. Nous sommes à même de former une personne ou plusieurs dizaines au sein d'une même organisation, par des modules courts de quelques jours ou via des programmes complets validant pour la majorité des titres RNCP de niveau 6 et 7. L'ensemble de ces formations sont à temps partiel (2 à 4 jours par mois) pour s'adapter aux emplois du temps des salariés.

En plus des 175 formations inter entreprise issues de notre catalogue, nous façonnons des programmes sur mesure pour les entreprises. Nous pouvons par exemple accompagner la prise de responsabilité managériale. Nous accompagnons également les cadres, les dirigeants et les

CODIR, dans leur réflexion globale sur la gouvernance, la stratégie, le leadership, leur politique RH ou la conduite de changement.

**Quels sont les domaines de compétences les plus recherchés ?**

Les entreprises sont en mutation constante, et les thèmes demandés en sont l'illustration. Le développement du télétravail a fait émerger des besoins sur les nouveaux modes de management. Le souci de fédérer ses salariés et cultiver un esprit d'appartenance est plus que jamais d'actualité. L'importance accrue des softskills, le développement de compétences interpersonnelles et la notion de leadership figurent aussi de plus en plus souvent aux cahiers des charges, tout comme le rôle croissant de la digitalisation. Quant aux notions d'impact sociétal et environnemental, elles sont au cœur des préoccupations des salariés comme des entreprises.

**Comment accompagnez-vous la transition vertueuse des entreprises ?**

La RSE est traitée de manière transversale, elle irrigue tous les programmes. Elle est toutefois abordée de manière plus spécifique, en tant que sujet à part entière, à travers les modules de formation de l'école Gaïa. Cette école de la transition écologique et sociale, que nous avons

lancée en 2021, est particulièrement dédiée à la formation aux stratégies et pratiques managériales à impact positif.

**Quels retours avez-vous sur votre offre de formation continue ?**

Les entreprises saluent un meilleur engagement de leurs équipes. Investir dans la montée en compétence de ses salariés est un marqueur fort de leur confiance et un atout dans leur stratégie de marque employeur. Les temps de formation permettent en outre de faire travailler ensemble des talents disséminés, de faire émerger des idées nouvelles, qui plus est dans le cadre stimulant de nos campus. Les équipes saluent enfin la qualité de nos intervenants, qu'ils soient enseignants-chercheurs, professionnels ou consultants : cette diversité permet de conjuguer savoir académique, expertise terrain et vision transversale.



**Audencia**

Remise de diplômes entreprise d'un programme Audencia sur mesure



# Les entreprises au centre du dispositif

La loi impose chaque année à l'employeur de participer au développement de la formation professionnelle de ses salariés. Et de financer ces dispositifs.



© X - ATELIER 211

Un salarié peut décider de co-construire sa reconversion dans une entreprise dans un contexte où la mobilité est un point d'ancrage très important.

**L**a loi Avenir Professionnel du 5 septembre 2018, entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2019, a modifié le paysage de la formation professionnelle en France, en jouant sur l'interaction des acteurs et les modalités des formations. « Nous sommes passés d'une obligation de moyen à une obligation de résultat, d'un budget de formation à une concrétisation plus systématique, intensive et récurrente, analyse Anne Keravel, directrice projets au sein de Cegos, organisme de formation professionnelle et continue. Avant 2018, les entreprises devaient montrer qu'elles avaient financé des formations au travers d'un plan de développement de compétences et du paiement

d'une taxe équivalent à 1 % de la masse salariale brute. Désormais, elles doivent réellement former chaque salarié au moins une fois tous les 6 ans, tandis que la définition même de la formation a changé avec des formations en présentiel, à distance ou en situation de travail (AFEST), une validation des acquis d'expérience, un bilan de compétences ». La loi sur l'avenir professionnel a par ailleurs voulu rendre le salarié acteur de sa formation et de son parcours professionnel. Chaque collaborateur dispose désormais d'un compte personnel de formation (CPF), crédité chaque année de 500 euros supplémentaires, et plafonné à 5 000 euros (800 euros pour les salariés les moins qualifiés et les personnes en situation de handicap, plafonné à 8 000 euros). « Un salarié peut décider de co-construire sa reconversion dans une entreprise dans un contexte où la mobilité est un point d'ancrage très important. Ce dispositif permet d'avoir un rapport gagnant-gagnant entre le salarié qui a envie d'évoluer, changer de travail, et une entreprise qui souhaite lui donner sa chance et accepte de financer cette montée en compétences », observe Anne Keravel. L'employeur est également tenu d'organiser tous les deux ans a minima un entretien professionnel avec chacun de ses salariés (article L6315-1 du Code du travail), consacré aux perspectives d'évolution professionnelle. Tous les six ans, cet entretien prend la forme d'un état des lieux de l'évolution et des perspectives de mobilité du salarié. Objectif : vérifier que le salarié a bénéficié des entretiens professionnels prévus et vérifier qu'il a suivi au moins une action de formation, acquis des éléments de certification par la formation ou par une validation des acquis de son

## ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DES TERRITOIRES

**L**e projet de transition professionnelle (PTP) ou « CPF de transition professionnelle » permet aux salariés de mobiliser leur CPF pour financer une formation certifiante visant un métier pour lequel des perspectives d'emploi sont identifiées sur leur territoire par l'association Transitions Pro. Celle-ci peut prendre en charge le financement de l'ensemble des frais pédagogiques liés à l'action de formation, la rémunération du salarié et les cotisations sociales. Le dis-

positif Transitions collectives (Transco) quant à lui accompagne les transitions professionnelles en anticipant les mutations économiques à l'échelle d'un territoire ou d'un bassin d'emploi. Il offre aux salariés la possibilité de préparer leur reconversion en anticipant une éventuelle perte d'emploi et en bénéficiant du financement des frais pédagogiques et de leur rémunération pendant leur parcours de formation visant un métier identifié comme porteur localement. Ce

dispositif en deux volets permet aux salariés de suivre une formation de reconversion pouvant aller jusqu'à 24 mois puis de réintégrer leur entreprise à l'issue de sa formation (volet PTP) ou au contraire implique la rupture du contrat de travail à l'issue du parcours de reconversion (volet congé de mobilité). La démarche de Transitions Collectives doit être initiée par l'entreprise au sein de laquelle les emplois sont fragilisés ou qui a des besoins de recrutement.



## Formation

expérience, ou encore bénéficié d'une progression salariale ou professionnelle.

### ACCOMPAGNER LES MUTATIONS

Les entreprises doivent également participer au financement de la formation professionnelle continue en versant à l'Urssaf une contribution unique à la formation professionnelle et à l'alternance (Cufpa), constituée de la contribution pour la formation professionnelle (CFP) et de la taxe d'apprentissage. Le montant de la CFP varie en fonction de la taille de l'entreprise : 0,55 % de la masse salariale brute jusqu'à 10 salariés, 1 % à partir de 11 salariés. Cette contribution permet notamment le financement de la formation continue des salariés des entreprises de moins de 50 salariés, de la formation des demandeurs d'emploi et du compte personnel de formation (CPF). En revanche les entreprises de plus de 50 salariés n'ont pas accès à ce financement mutualisé et doivent financer sur un budget de formation propre leur plan de développement des compétences, mais elles peuvent bénéficier pour cela d'aides financières européennes et régionales. Parmi les aides mobilisables par les entreprises : le fonds social européen et le fonds national de l'emploi - formation (FNE-Formation). Issu de la crise



« Nous sommes passés d'une obligation de moyen à une obligation de résultat. »

Anne Keravel, directrice projets chez Cegos

Covid, le FNE-Formation vise à développer les compétences des salariés pour les maintenir en emploi en accompagnant les entreprises dans leurs mutations économiques (transition écologique, numérique...). Les demandes de prise en charge doivent être déposées par les entreprises auprès des opérateurs de compétence (OPCO). Les ressources affectées au FNE formation sont en baisse en 2024 à 273 millions d'euros contre 300 millions en 2023, avec une partie qui sera particulièrement fléchée vers les formations à l'emploi réalisées dans le cadre des futurs Jeux olympiques de Paris.

Mallory Lalanne



CHAMBRE DE COMMERCE  
ET D'INDUSTRIE

“ Je choisis ma **FORMATION**  
je passe à l'**ACTION** ”

Contactez la CCI de Maine-et-Loire pour développer vos compétences et concrétiser vos envies.

Consultez nos offres →

[formation.paysdelaloire.cci.fr](https://formation.paysdelaloire.cci.fr)



## Formation

## LOIRE-ATLANTIQUE

## Cetih limite ses opérations de SAV grâce à son centre de formation

En activité depuis quatre ans, le centre de formation de Cetih permet au groupe de former les professionnels à la pose de portes, fenêtres, panneaux photovoltaïques. Une initiative qui génère un chiffre d'affaires de 650 000 euros et engendre cinq à dix fois moins d'opérations de SAV.

**F**ormer pour mieux poser. C'est le credo du centre de formation du groupe Cetih (1 500 salariés, 285 M€ de CA) lancé il y a quatre ans. Fabricant de portes, fenêtres et panneaux solaires, la société nantaise accueille sur son centre des professionnels du bâtiment pour les former à la pose de ses produits. Son catalogue propose 150 formations entre un à trois jours. « Nous avons cinq à dix fois moins de retours en SAV avec les professionnels qui ont suivi nos formations », remarque Thierry Charpentier, responsable du centre de formation.

« Avec un chiffre d'affaires de 650 000 euros sur l'année scolaire 2022-2023, nous avons atteint l'autonomie dans nos activités. Nous visons pour 2024 les 200 formations et l'accueil de 1 500 apprenants ». Le centre possède



Thierry Charpentier, responsable du centre de formation de Cetih, envisage d'accueillir 1 500 nouveaux apprenants sur l'année 2023-2024.

des modules de construction du centre, afin de s'entraîner à la pose sur un vrai toit. Certaines sessions aident aussi les professionnels à anticiper les nouveaux labels et règlements. Mais les formations ne comptent pas dans leurs rangs que des artisans.

« Un tiers sont nos propres collaborateurs : commerciaux, service client ou encore unités de production. Cela facilite les échanges ensuite avec les clients professionnels », relate Thierry Charpentier. Parmi les deux tiers de professionnels, la moitié provient des Pays de la Loire et Bretagne. « Nous visons une couverture nationale. Pour ce faire, nous amorçons des liens avec des structures existantes comme des écoles à Nîmes ou à Tarbes. Nous avons également des projets en cours à Brest et Dunkerque ».

Benjamin Robert

## MORBIHAN

## Securiteam a formé 1 500 de ses agents en près de 20 ans

La société lorientaise Securiteam a fait de la formation de ses équipes un axe de développement majeur. Ainsi elle a créé son propre centre de formation et a formé 1 500 agents en 20 ans.

**F**ondé et dirigé par les frères Cédric et Alban Ragani, le groupe lorientais Securiteam (20 M€ de CA ; 650 salariés) a établi en 2005 un centre de formation dédié pour faciliter le recrutement de nouveaux collaborateurs et étoffer ses compétences. Y est déployé un programme riche d'une dizaine de formations en sécurité, protection incendie, ou encore assistance aux personnes. En près de 20 ans, il a permis de qualifier environ 1 500 agents de sécurité et autre, professionnels de la sûreté publique et privée opérant sur l'ensemble du territoire français.

« Nous faisons un métier de valeurs où la loyauté et l'honnêteté sont primordiales. On attache aussi une grande

Securiteam dispose d'un centre de formation interne aux métiers de la sécurité.

importance à suivre nos stagiaires par le tutorat, mais aussi à favoriser leur intégration au sein des entreprises où nous avons nos propres agents », insiste Alban Ragani avant de rappeler que le métier d'agent de sécurité offre une multitude de possibilités de clientèle : hôpitaux, grandes surfaces, sites tertiaires... Les parcours diplômants proposés par Securiteam sont assurés par des spécialistes en interne, secondés par des intervenants extérieurs,

sapeurs-pompiers mais aussi personnels d'encadrement des secteurs public et privé. Afin de renforcer son engagement, l'entreprise a rejoint l'Union française des acteurs de compétences en sécurité (UFacs) et a fondé le réseau groupement national formation sécurité (GNFS), tout en satisfaisant à la certification Qualiopi qui atteste de la consistance des prestations dans le développement des compétences visées.

Bertrand Tardiveau



© DR

# « La formation d'Audencia participe à notre transformation collective »

Construire des programmes sur mesure, connectés aux enjeux des entreprises, c'est ce que propose l'offre de formation intra entreprise d'Audencia. Depuis 2020, l'école de management accompagne le groupe de construction et bâtiment HERIGE. Illustration d'une collaboration fructueuse entre Guillaume de Kervénoaël, son DRH, et Thomas Baron, responsable développement de programmes sur mesure à Audencia.

Comment est né le projet de formation au sein du groupe HERIGE ?

**GdK :** En 2020, l'arrivée de Benoît Hennaut à la tête du groupe a engagé une profonde transformation de l'entreprise. Porteur d'une ambition forte axée autour de l'humain, de la RSE et du digital, notre président souhaitait aligner rapidement les équipes avec nos enjeux stratégiques, en résonance avec les évolutions sociétales. Cette vision nous a conduits à cultiver notamment l'objectif de devenir une organisation apprenante et à créer HERIGE ACADEMIE. Les parcours construits avec Audencia en sont l'un des piliers.

Pourquoi avez-vous choisi Audencia ?

**GdK :** Insuffler de nouveaux marqueurs culturels au sein d'une entreprise de notre envergure, un groupe multi filiales de 3000 salariés, exige une expertise et une hauteur de vue avérées. Pour répondre à cet enjeu, il était essentiel de s'appuyer sur un partenaire reconnu pour la qualité de ses contenus et dont l'image de marque nous correspond. Nous souhaitons aussi que nos équipes se sentent valorisées par la qualité de la structure et de ses intervenants.

En quoi consiste le parcours de formation construit avec Audencia ?

**GdK :** Il comporte deux dispositifs majeurs. Un parcours « Leaders », programme de quatre mois par session de deux jours, construit autour de la RSE, la stratégie globale, le leadership positif, la performance responsable et durable, ainsi que le management et la transformation ; un parcours « Sprint manager » sur les leviers de la « croissance profitable ». Comme vous le constatez, la RSE est un axe stratégique déterminant et le fil conducteur du parcours de formation. Au-delà des compétences, ces dispositifs insufflent une transformation en termes d'ouverture d'esprit, de regard sur le monde, de vision évolutive des enjeux des métiers de chacun.

Comment l'avez-vous élaboré ?

**TB :** Audencia est intervenue dans un premier temps lors d'une convention de tous les Codirs du Groupe, avec deux professeurs experts sur les enjeux de transition énergétique et de prospective. Cette première approche a permis de poser des jalons et d'enclencher le parcours.

Guillaume et moi-même échangeons régulièrement et ajustons au besoin en fonction des retours, ce qui nous permet de délivrer des contenus adaptés en permanence à l'entreprise.

**GdK :** Il s'agit d'un véritable travail de co-construction dans la durée. En trois ans, la compréhension de la RSE, des notions d'impacts positifs et de performance globale a considérablement progressé. Nous avons fait évoluer les contenus avec le niveau de maturité des équipes sur ces enjeux clés.

Quels sont les bénéfices pour l'entreprise et les participants ?

**GdK :** Les avis exprimés en fin de formation sont éloquentes sur le niveau de satisfaction des participants. Au quotidien, nous constatons des évolutions de postures et perceptions qui témoignent de leur imprégnation des enjeux clés, d'un plus fort sentiment d'appartenance à l'entreprise et d'une meilleure aptitude à nourrir des réflexions participant à l'innovation nécessaire dans chaque fonction.



Promotion 3  
Parcours Leaders



**Audencia**

Vous aussi, choisissez la formation sur mesure pour **améliorer la performance globale** de votre entreprise

Adapté à tous types de secteurs d'activité

Actions de formation mesurables

Conseil et accompagnement personnalisés

+ d'informations



La production industrielle continue à créer des emplois, mais à un rythme moins soutenu.



© FOUCHET DU COURVAL

## INDUSTRIE

# La France crée toujours plus d'usines qu'elle n'en ferme

La France ouvre toujours plus d'usines qu'elle n'en ferme. Mais les activités industrielles ne sont pas épargnées par le ralentissement général de l'économie et le solde pourrait redevenir négatif cette année.

**L**a création d'emplois industriels s'es-souffle en France. C'est ce qui ressort de la veille de Trendeo sur l'emploi et l'investissement en France. Avec 26 400 créations nettes en 2023 contre 36 000 en 2022, le solde demeure positif, mais ralentit. Sur l'ensemble des activités industrielles, les créations d'emplois reculent (-17 %), tandis que les suppressions augmentent (+19 %). Quatre secteurs continuent toutefois à créer des emplois industriels. Il s'agit de l'informatique-électronique et des équipements électriques, portés par la fabrication de cellules photovoltaïques et de panneaux solaires. La construction aéronautique et le spatial poursuivent, pour leur part, leur rattrapage post-Covid.

Avec 137 ouvertures d'usines contre 106 fermetures, le solde net des créations d'usines demeure positif en 2023. Après les records de 2021 (+125 usines) et de 2022 (+85 usines), le solde s'amenuise et pourrait passer en terrain négatif en 2024, si le rythme d'évolution des créations et des suppressions se poursuit. C'est l'industrie alimentaire qui a perdu le plus d'usines. A contrario, les secteurs de la collecte et du traitement des déchets ou encore des équipements électriques, et plus particulièrement

des batteries, continuent à bâtir des usines. Les relocalisations d'usines (50) demeurent supérieures aux délocalisations (16) en 2023. Mais elles sont plus petites et génèrent moins d'emplois. De ce fait, les emplois perdus (1 680) l'emportent sur les emplois gagnés (700). Les délocalisations représentent toutefois moins de 5 % des emplois totaux perdus.

### LE NUCLÉAIRE ET LE SOLAIRE EN POINTE

Le nucléaire fait un retour en force dans les investissements et les créations d'emplois industriels. Le secteur évolue avec l'arrivée, sur un marché dominé par EDF, de start-up travaillant sur de nouvelles technologies de réacteurs de petite taille. Elles sont encouragées par l'appel à projets « Réacteurs nucléaires innovants » de France 2030.

Après la relance de la filière en 2020, les emplois et les montants investis dans la filière solaire sont également en forte hausse (Carbon à Fos, Holosolis à Sarreguemines). Reste à espérer que le redressement volontariste de la filière après son effondrement en 2012-2014 ne soit pas une nouvelle fois victime de la concurrence des panneaux chinois.

Caroline Scribe

### POLITIQUE ÉCONOMIQUE

# 2 milliards d'euros de prêts garantis par l'État pour lutter contre le réchauffement climatique

**A** chaque crise son PGE, ce prêt garanti par l'État. L'État va de nouveau garantir des prêts contractés par les entreprises. Non pas pour les aider à faire face au Covid, mais pour leur permettre de financer des investissements leur permettant de s'adapter au réchauffement climatique. Le gouvernement va mettre en place des prêts verts garantis par l'État, a annoncé Bruno Le Maire le 8 février. Le montant global de ces « prêts verts » sera de 2 milliards d'euros.

### JUSQU'À 2,5 MILLIONS D'EUROS

Une entreprise pourra emprunter jusqu'à 2 millions d'euros et même jusqu'à 2,5 millions d'euros dans le cas d'une entreprise industrielle. Ces prêts pourront être proposés aux TPE et PME dès ce mois de mars pour les projets les plus importants, supérieurs à 200 000 euros. La demande sera à effectuer auprès de la Banque publique d'investissement Bpifrance. Pour les investissements inférieurs à 200 000 euros, l'opération s'effectuera directement auprès des réseaux



Les prêts verts doivent permettre aux entreprises de financer des mesures d'adaptation ou d'atténuation au changement climatique.

de forêts. « Ça ne coûte pas un euro d'argent public, mais ça vous offre la sécurité financière nécessaire pour investir », a commenté le ministre de l'Économie.

Bruno Le Maire a par ailleurs demandé que les grandes entreprises stratégiques, en particulier les entreprises publiques, essentielles pour le fonctionnement des systèmes énergétiques et de transport (SNCF, EDF, RTE, etc.) fournissent d'ici la fin 2024 un plan détaillé d'adaptation au réchauffement climatique. « Nous ne pourrions pas avoir des trains qui ne peuvent pas circuler parce qu'il fait trop chaud » ou « des centrales nucléaires en difficulté par manque d'eau pour les refroidir ».

Enfin, il a indiqué que désormais, serait refusé tout investissement dans l'immobilier public qui ne réponde pas à l'obligation d'adaptation au changement climatique.

Rémi Hagel

bancaires, à partir de juillet 2024. Les prêts verts doivent permettre aux entreprises de financer des mesures d'adaptation ou d'atténuation au changement climatique. Parmi les exemples de projets éligibles cités par le gouvernement : l'isolation des bâtiments, les circuits de réutilisation de l'eau, le filtrage des eaux usées, les systèmes de détection des feux

### FINANCEMENT

## Le crowdfunding recule pour la première fois

Les montants collectés par les plateformes de crowdfunding chutent pour la première fois en France. La baisse s'établit à 11,3 % en 2023, révèle le baromètre réalisé par Mazars et l'association Financement Participatif France (FPF). Ce repli intervient à la suite d'une année 2022 record, où le crowdfunding a culminé à plus de 2,3 milliards d'euros collectés. L'immobilier, qui représentait les deux tiers de la collecte en 2022, a subi un coup d'arrêt de 28 %, à 1,16 Md€. Néanmoins, 2023 se maintient au-dessus des 2 milliards d'euros de fonds collectés au global (2,089 Md€), ce qui apparaît comme un résultat encourageant aux auteurs de l'étude, compte tenu du contexte économique et géopolitique. Depuis 2015, les chiffres du crowdfunding ont été multipliés par 12, tout modèle transactionnel confondu (don, prêt, investissement). « Cela confirme la tendance de fond en faveur du crowdfunding comme solution de financement à part entière », commentent Mazars et FPF.

### FUSION-ACQUISITION

## La valorisation des PME s'effrite

Entre la poussée de l'inflation, la remontée des taux d'intérêt, le ralentissement de la croissance et les tensions géopolitiques, les prix d'acquisition des PME non cotées ont reculé de 10 % dans la zone euro en 2023. C'est ce que mesure un indice d'Argos Wityu et d'Epsilon Research. En moyenne, une PME vaut 9 fois son Ebitda. C'est moins important qu'au sortir de la crise sanitaire (11,6 fois l'Ebitda en 2021). Mais beaucoup plus qu'à l'issue de la crise des subprimes (5,7 fois l'Ebitda en 2009).

## PROSPECTIVE

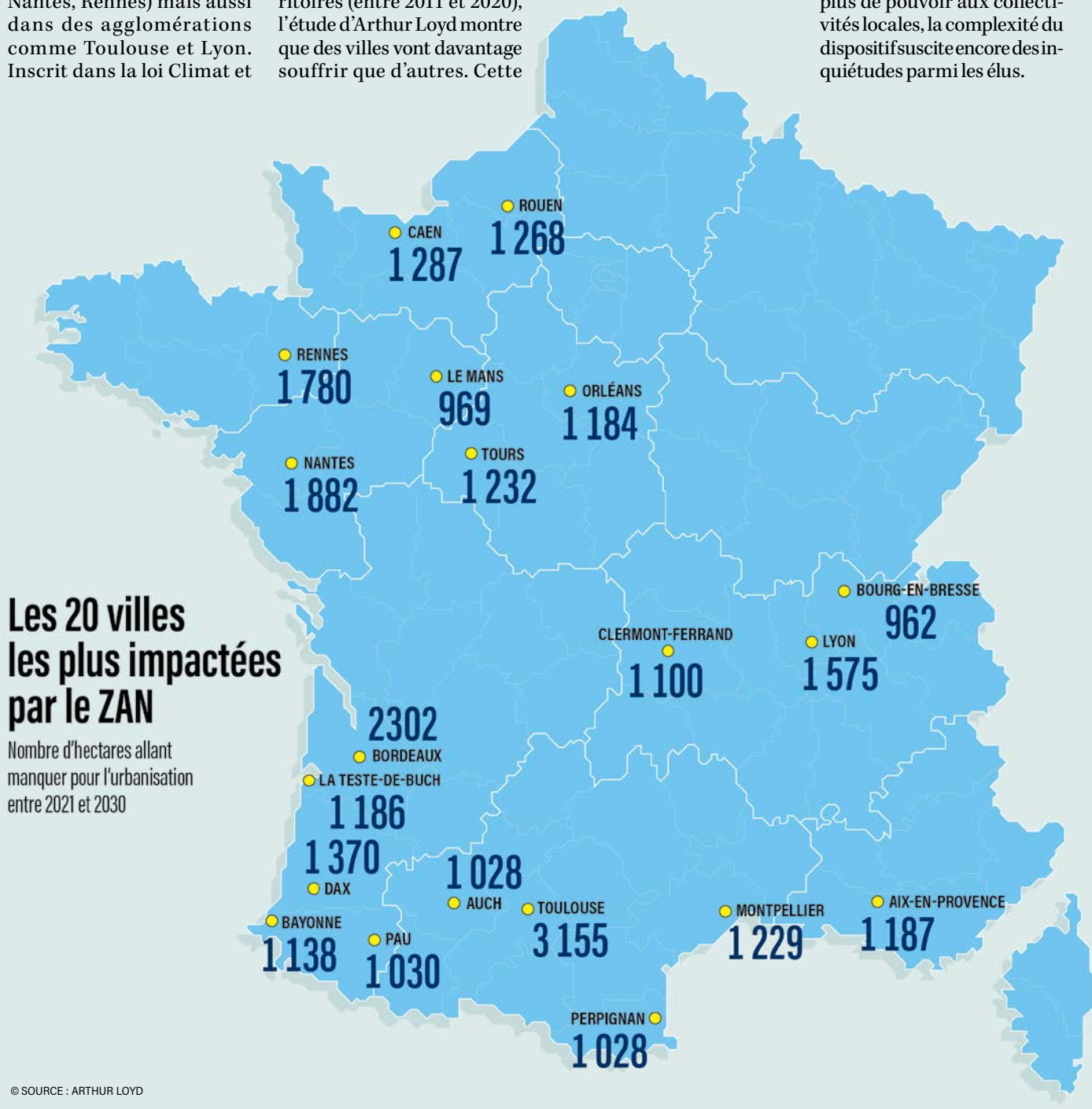
### Loi Climat et résilience : 113 000 hectares vont manquer avec le Zéro artificialisation nette

Selon une étude d'Arthur Loyd, le Zéro artificialisation nette (ZAN) entraînerait un manque de 113 000 hectares de foncier d'ici 2030, principalement le long de la façade atlantique (Bordeaux, Nantes, Rennes) mais aussi dans des agglomérations comme Toulouse et Lyon. Inscrit dans la loi Climat et

résilience de 2021, le ZAN veut diviser par deux l'étalement urbain d'ici à 2030, puis stopper toute nouvelle artificialisation des sols à partir de 2050. S'appuyant sur les besoins passés d'artificialisation des territoires (entre 2011 et 2020), l'étude d'Arthur Loyd montre que des villes vont davantage souffrir que d'autres. Cette

pénurie de terrains pourrait conduire à une hausse des prix immobiliers et affecter le développement des entreprises, entrant en conflit avec la volonté politique de réindustrialiser le pays.

Des solutions alternatives sont suggérées, telles que la reconversion de friches industrielles, mais elles sont coûteuses et lentes à mettre en œuvre. Malgré des ajustements législatifs récents visant à donner plus de pouvoir aux collectivités locales, la complexité du dispositif suscite encore des inquiétudes parmi les élus.



### Les 20 villes les plus impactées par le ZAN

Nombre d'hectares allant manquer pour l'urbanisation entre 2021 et 2030

© SOURCE : ARTHUR LOYD



© MEDEF - ROMUALD MEIGNEUX

**Patrick Martin**, président du Medef

**« Il ne faut pas perdre de vue l'objectif de compétitivité de nos entreprises »**

La simplification administrative est un chantier majeur pour les entreprises françaises qui supportent des dépenses inutiles dans un contexte de coût du travail alourdi. Le président du Medef met en garde contre la tentation des pouvoirs publics de réglementer à outrance la vie économique sans études d'impacts et sans faire confiance aux entreprises pour négocier le virage de la responsabilité sociétale et environnementale.

**Depuis quelques mois, les défaillances d'entreprises augmentent, certains secteurs sont particulièrement en difficulté comme le BTP et l'immobilier... Faut-il s'inquiéter pour les entreprises françaises ?**

Tous les secteurs d'activité ne sont pas logés à la même enseigne mais nous alertons depuis l'automne sur le taux de croissance qui sera d'environ 1 % cette année. Je suis d'ailleurs très préoccupé de voir, qu'au dernier trimestre de 2023, l'investissement des entreprises françaises a baissé du fait de la frilosité des entrepreneurs qui ne sont pas confiants dans les perspectives économiques.

**Le gouvernement va présenter d'ici à l'été un projet de loi pour faciliter la vie des entreprises. Pourquoi est-ce important ?**

Alors que la compétition internationale s'intensifie très brutalement, notamment avec les États-Unis, et que la conjoncture ralentit, il ne faut pas perdre de vue l'objectif de compétitivité de nos entreprises. D'autant que le coût du travail est en train d'augmenter en France avec notamment l'écroulement des allègements de charges sur les salaires de 2,5 à 3,5 Smic, ou la hausse du versement mobilité qui augmente de 400 millions d'euros en Île-de-France et pourrait se propager dans toute la France. Dans ce contexte, la simplification administrative s'avère un sujet d'autant plus intéressant qu'il est indolore politiquement et budgétairement. La multiplication de la réglementation génère une perte de temps et d'argent incroyable. L'OCDE a ainsi chiffré que les charges administratives coûtaient 3 à 4 % du PIB en France, soit 60 à 80 milliards d'euros de dépenses inutiles supportées chaque année par les entreprises. La simplification est donc surtout une question de bon sens !

**Quel chantier de simplification faut-il lancer en premier ?**

Il faut imposer de manière beaucoup plus stricte de véritables études d'impact en amont de toute nouvelle loi, de toute nouvelle réglementation. Prenez la loi Climat et résilience par exemple. Jamais on n'a mesuré en amont ses conséquences économiques, sociales, environnementales et territoriales. Résultat : des gens très motivés par les enjeux environnementaux se cabrent aujourd'hui contre les ZFE (zones à faibles émissions, NDLR), contre le «zéro artificialisation nette», contre l'obligation de rénovation thermique des logements... Il faut donc rendre la réglementation plus intelligente, plus pertinente et plus efficace et dresser des bilans d'étapes pour vérifier que les objectifs sont atteints sans effet de bord. À défaut, on laisse perdurer pendant des décennies des réglementations qui créent de la confusion, de la complexité, des coûts et qui sont parfois contradictoires entre elles.

**Partagez-vous les propositions de la CPME visant à réduire les seuils et à soumettre toute nouvelle loi à un test PME ?**

Non seulement nous soutenons le test PME, mais c'est le Medef via Business Europe, qui représente les entreprises au niveau européen, qui a fait valoir l'idée de ce test PME auprès de la Commission européenne. Au-delà de la question des seuils, il y a bien d'autres sujets très concrets, par exemple concernant les guichets uniques ou le «dites-le nous une fois» (partage de l'information entre les administrations, NDLR).

**La complexité administrative est-elle un mal très français ?**

En tout cas, je constate qu'il existe des différences entre l'Europe et les États-Unis, qui déploient leur programme IRA (Inflation Reduction Act, NDLR) à une vitesse phénoménale. Aux États-Unis, entre le dépôt d'un dossier et la décision de subvention, il ne se passe que quatre mois. Les délais d'instruction des dossiers de France 2030 ou de ceux qui remontent au niveau de la Commission européenne peuvent prendre deux à trois ans ! Par rapport aux États-Unis, l'Europe, et particulièrement la France, sont très complexes et cette complexité est discriminante. Elle freine l'énergie de nos chefs d'entreprise, elle disperse les efforts, limite notre impact.

**Une réglementation européenne inquiète d'ailleurs beaucoup les entreprises : la directive CSRD, qui définit de nouvelles obligations pour les reportings de durabilité des entreprises. On pensait qu'elle ne concernerait au départ que les grands groupes. On s'aperçoit qu'en fait toutes les entreprises vont être impactées...**

L'État envoie parfois aux entreprises des signaux contradictoires : quinze jours après avoir lancé le chantier de la simplification administrative, il a transposé en droit français la directive CSRD, qui est un monument de complexité.

En réalité, il y a deux textes : la directive CSRD, qui a déjà été transposée en droit français et qui n'impactera pas seulement les grandes entreprises et les ETI ; et un projet de directive «Devoir de vigilance», pire que la CSRD, qui imposerait aux entreprises de vérifier si toute leur chaîne de valeur, c'est-à-dire l'ensemble de leurs fournisseurs et sous-traitants, respecte les standards environnementaux et sociaux européens. Ce qui est matériellement rigoureusement impossible. Avec nos homologues allemands et italiens, nous nous sommes battus auprès de nos gouvernements respectifs et de la Commission européenne pour faire corriger ce projet de directive, qui prévoit des sanctions, y compris pénales, pour les dirigeants.

**Il faut donc revoir cette réglementation CSRD ?**

Oui, il faut la revoir. Elle est particulièrement traumatisante pour les chefs d'entreprise de PME, avec un effet de sidération quand on voit les 1 168 critères auxquels il faudrait répondre... Mais c'est vrai pour toutes les entreprises. Dans la mienne, qui est une ETI, cela va occasionner deux ou trois créations de postes, «improductifs», pour dire les choses.

**Pour autant, il faut bien amener les entreprises vers la transition écologique et la RSE en général. Comment faire sans les assommer de contraintes administratives ?**

**« Il faut imposer de manière beaucoup plus stricte de véritables études d'impact en amont de toute nouvelle loi. »**



## « La simplification administrative s'avère un sujet d'autant plus intéressant qu'il est indolore politiquement et budgétairement. »

Notre conviction, c'est qu'il faut faire confiance aux entreprises. Dans la quasi-totalité des cas, les 190 000 entreprises adhérentes du Medef sont totalement conscientes qu'elles doivent répondre à un certain nombre de standards environnementaux. Faute de quoi leurs salariés, leurs clients, leurs fournisseurs, se détourneront d'elles.

Or, il y a une forme de brutalité dans la contrainte, à travers tous ces textes qui, j'en suis convaincu, sont en bonne partie superflus et qui se traduisent pour les entreprises par des coûts, des complexités, de la pape-rasse. Cela envoie un message à la fois infantilisant et culpabilisant, presque offensant, pour un chef d'entreprise. On évolue à bas bruit, peut-être même inconsciemment, vers une société qui est de moins en moins libérale, une société de défiance. La liberté raisonnée, responsable sur le plan environnemental, moteur de notre société aujourd'hui, c'est aussi le moteur de l'entreprise.

### Quel autre chemin emprunter ?

Il faut accompagner la révolution environnementale par des conditions financières adéquates. L'enjeu principal, c'est le prix. Si nous ne sommes pas allés suffisamment vite et suffisamment fort jusque-là, c'est parce qu'il y a une rationalité économique. Si ArcelorMittal ne produit pas déjà de l'acier vert à Dunkerque et Fos-sur-Mer, c'est parce que l'acier vert coûte beaucoup plus cher et que le marché n'est pas prêt à accepter ce surcoût. Nous avons tous des contradictions dans nos comportements d'achats. Les Français consomment moins de bio parce que le bio est plus cher et ils font leurs achats sur des sites marchands chinois qui ne respectent pas les contraintes réglementaires européennes parce que c'est moins cher. Les entreprises doivent avoir les moyens d'assumer les investissements nécessaires et cela suppose que la puissance publique les accompagne, le temps qu'il faudra. Le programme IRA aux États-Unis, initialement prévu pour 370 milliards de dollars, va sans doute injecter 1 000 milliards de dollars dans l'économie pour inciter au verdissement de la production et à sa relocalisation. ArcelorMittal Dunkerque, c'est 1,5 milliard d'euros d'investissement pour verdir la production, dont 800 millions de subventions. Sinon, c'est économiquement impossible.

### Du coup, faut-il davantage taxer les produits aux frontières ?

Oui, mais sans que cela tourne au protectionnisme – c'est toute la difficulté de l'exercice. Notre principe, c'est qu'il faut de la concurrence et que la concurrence



## BIO EXPRESS .....

**1960** naissance, le 3 mars à Lyon

**1987** après Sciences Po Paris, l'Essec et une licence de droit, il intègre Martin Belaysoud (Ain), distributeur pour le bâtiment et l'industrie (3 000 salariés)

**1994** devient dirigeant de Martin Belaysoud

**2006-2011** président du Medef Rhône-Alpes

**2016-2018** président du Medef Auvergne-Rhône-Alpes

**2018-2023** président délégué du Medef

**2023** président du Medef

.....

soit équitable. Nous étions par exemple favorables à l'origine à un mécanisme d'ajustement carbone aux frontières. Mais on découvre qu'il a des effets pervers. Autant pour les cimentiers, c'est un excellent dispositif, autant pour la sidérurgie, l'aluminium et tout l'aval industriel de ces filières, il peut avoir des conséquences terribles : si vous importez de l'acier brun chinois, vous subissez une taxe, mais si vous importez des portières de voitures fabriquées en Turquie avec de l'acier brun chinois, vous ne subissez pas de taxes. La taxe carbone vise à réindustrialiser l'Europe et à gagner en souveraineté, mais en réalité elle peut conduire à sa désindustrialisation.

### Sans transition, quelles conséquences peuvent avoir pour les entreprises françaises la nouvelle jurisprudence de la Cour de cassation sur la prise en compte des périodes d'arrêts de travail pour motif non professionnel pour le calcul du nombre de jours de congés payés ?

C'est un enjeu à plus de 2 milliards d'euros par an pour les entreprises françaises. Certes, le gouvernement n'a pas d'autre choix que de transposer la directive européenne qui date de 2003. Nous travaillons donc en bonne intelligence avec lui pour traiter trois points qui réduiraient les conséquences financières de cette directive. D'abord, ne pas raisonner sur cinq semaines de congé mais au maximum sur quatre semaines, car il y a plus de congés payés en France que dans le reste de l'Europe. Ensuite, limiter la capacité d'accumulation de ces congés payés sur arrêt maladie afin qu'ils ne puissent pas être consommés au-delà de 15 mois. Enfin, il y a un énorme enjeu sur la question de l'antériorité. Si on doit reprendre l'antériorité sur la période de prescription salariale - trois ans - cela coûtera 6 à 7,5 milliards d'euros aux entreprises. Si on doit remonter à 2009, ce sera catastrophique, pour les entreprises, pour le pays.

**Stéphane Vandangeon et Philippe Flamand**



© Q. VEUILLET

**François Asselin**, président de la CPME

## « Personne ne voit la catastrophe arriver »

La directive CSRD est une catastrophe, prévient François Asselin. Encadrant depuis le 1<sup>er</sup> janvier les rapports extra-financiers des grandes entreprises et des ETI en lien avec la RSE, elle va concerner par capillarité toutes les PME et TPE françaises. À la clé : un « tsunami administratif », alerte le président de la CPME, à mille lieues des récentes promesses de débureaucratization de Gabriel Attal.



**Vous venez de remettre à Gabriel Attal 80 propositions pour mettre fin à la complexité administrative dans les entreprises. Lesquelles voudriez-vous voir appliquer en priorité ?**

Deux propositions me paraissent indispensables. Les seuils sociaux sont un problème, dans la mesure où ils empêchent les entreprises de se développer. En France, il y a sept fois plus d'entreprises de 49 salariés que de 51 salariés. Nous proposons de supprimer le seuil de 50 salariés et de le porter à 250. Pour ne pas grever les finances de l'État, nous proposons de ne pas toucher aux niveaux des cotisations. Par contre, reportons à 250 salariés tout le reste, c'est-à-dire les nombreuses obligations, à la fois sociales, environnementales et réglementaires qui s'imposent à la PME qui franchit le seuil des 50 salariés. Toutes ces contraintes amènent beaucoup de paperasses, qui font que le chef d'entreprise change de métier. Si l'entreprise n'a pas un modèle économique solide avec un résultat à deux chiffres, elle ne franchira jamais le seuil. L'autre mesure qui serait vraiment très utile, c'est de mettre en place un test PME.

#### **En quoi consiste le test PME ?**

Si on n'arrive pas à endiguer le volume normatif, réglementaire, législatif, essayons alors de le filtrer. L'idée est la suivante... Avant tout projet ou proposition de loi, une commission de simplification serait chargée de répondre à une simple question : est-ce que la future loi va changer la vie des PME ? Si c'est le cas, prenons le temps de l'expérimentation. Donnons-nous trois mois pour voir si les nouvelles mesures fonctionnent, en se basant sur un panel de PME représentatif des cinq principaux secteurs économiques du pays - l'agriculture, le commerce, l'artisanat, l'industrie et les services. Si tout fonctionne, pas de problème on y va. Si cela ne fonctionne pas, on revoit la copie, pour éviter d'envoyer des entreprises dans le mur.

**Élisabeth Borne vous a promis de mettre en place le test PME en fin d'année dernière. Est-ce que Gabriel Attal vous a dit qu'il en fera de même ?**

Gabriel Attal n'est pas tenu par les promesses d'Élisabeth Borne. Donc j'espère qu'il va se rendre compte du bénéfice que peut être un levier comme le test PME.

**Gabriel Attal a promis de débureaucratiser la France et un projet de loi doit prochainement venir simplifier la vie des entreprises. Mais on parle de simplification administrative en France depuis des dizaines d'années et les entreprises ont le sentiment d'évoluer dans un environnement réglementaire toujours plus complexe. Pourquoi n'arrive-t-on pas à simplifier ?**

Plusieurs raisons expliquent cela. Premièrement, petit à petit, on a perdu la culture PME. On a perdu ce qu'on pourrait qualifier de bon sens paysan. Les normes et les lois sont de plus en plus désincarnées. On ne se pose même plus la question de savoir si ce que nous faisons est viable.

Deuxièmement, on travaille en silo. C'est comme si le chef d'entreprise était en dessous d'un entonnoir et qu'au-dessus de lui, chacun y allait de son idée : le ministère du Travail, Bercy, la chancellerie... Si on prend chaque règlement, chaque loi séparément, rien est insurmontable. Mais le problème, c'est qu'il faut

## **« On a perdu la culture PME. On a perdu ce qu'on pourrait qualifier de bon sens paysan. »**

tout additionner. Au final, tout retombe sur les épaules du chef d'entreprise de PME. Et cela s'empile depuis des décennies !

On peut ajouter une troisième raison, une espèce de maladie dans notre pays : toute décision doit comporter une mesure coercitive. C'est la pénalisation de tous les actes de la vie. Je vais prendre un exemple que je trouve vraiment choquant, c'est la déclaration de bénéficiaire effectif. Ce n'est pas un papier compliqué à remplir. Mais si le chef d'entreprise ne le fait pas, cela peut lui valoir 6 mois de prison et 7 500 euros d'amende. On est le seul pays en Europe à avoir mis en place cela ! Et c'est comme ça pour tout !

**Que pensez-vous de la directive CSRD, qui fixe depuis le début de l'année de nouvelles obligations de reporting pour favoriser la RSE ?**

C'est un sujet majeur, mais personne ne voit la catastrophe arriver. Tout le monde pense que la directive CSRD concerne les grandes entreprises. Au passage, les grands groupes sont tétanisés par la monstruosité que cette obligation engendre dans leur organisation. Certains emploient déjà plusieurs dizaines de collaborateurs sur ce sujet. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier, la directive CSRD s'applique aux entreprises de plus de 500 salariés ; l'an prochain, elle s'appliquera aux entreprises de plus de 250 salariés et la suivante aux PME cotées.

**Cela concerne donc très peu de PME...**

Sur le papier, seules les grandes entreprises sont concernées. Sauf que dans ce reporting extra-financier, les parties prenantes sont concernées. Les grandes entreprises et les ETI vont donc demander à leurs fournisseurs et à leurs clients de répondre aux critères CSRD auxquels elles sont soumises. Ce qui fait qu'aujourd'hui, vous avez des PME, et même des TPE à qui on demande leur bilan carbone. Vous voulez continuer à travailler avec nous, on a besoin de votre bilan carbone ! Par capillarité, par ruissellement, tout le monde va être concerné.

Les banques et les assurances sont soumises à la même obligation de reporting extra-financier. Demain, une banque ne pourra octroyer de prêts que si ses clients répondent à la transition écologique qu'on leur impose. Et ce, quelle que soit la taille de l'entreprise. Une PME qui n'a aucune démarche environnementale, demain, son banquier pourra lui dire : je vous prête de l'argent, mais pas à un taux intéressant. Au pire, le banquier ne pourra même plus lui prêter de l'argent parce que les règles de prudence extra-financière feront qu'il n'en aura plus le droit.

Le piège est en train de se refermer sur tous les acteurs économiques. Ce qui a fait que les paysans ont bloqué les routes est en train d'infuser dans toutes les strates de l'économie du pays. Alors que les Allemands commencent à se dire qu'il faut décaler la mise en place de cette obligation, en France, l'État a réuni en

## « Les grandes entreprises et les ETI vont donc demander à leurs fournisseurs et à leurs clients de répondre aux critères CSRD auxquels elles sont soumises. »

fin d'année 2023 la Compagnie des commissaires aux comptes pour mettre en place tout l'arsenal judiciaire - et donc l'arsenal pénal - pour les entreprises qui sont soumises aux cotations extra-financières. Autant vous dire que le piège va être massif et complètement verrouillé. On est les seuls en Europe à avoir fait cela. Il faut arrêter ce train fou, ce n'est pas possible !

Le pire dans tout ça, c'est que, pour nos PME, la transition écologique est un superbe levier pour se valoriser parce qu'elles sont bonnes sur ce sujet. Les PME sont très agiles, créatives, inventives. Beaucoup d'entreprises ont engagé des démarches RSE, sont contentes de l'avoir fait parce que ça les valorise ainsi que leur secteur d'activité. Eh bien là, elles sont en train de baisser les bras parce qu'arrive un tsunami administratif et pénal. Est-ce que ces normes vont pousser les gens à accélérer leur transition écologique ? Je pense que ça va les dégoûter !

### **Vous êtes particulièrement remonté sur ce sujet...**

Je suis très remonté. Parce que c'est un truc de dingue et que je suis le seul à le dire. Dans le patronat, seule la CPME prend cette position. Et ça, je ne le comprends pas. D'autant que ça touche toutes les tailles d'entreprise. Les grandes entreprises en sont victimes aussi.

L'immense majorité des entreprises n'est pas au courant. Mais il faut se réveiller. D'autant plus que pendant qu'on fait de la norme, les Américains font l'IRA (pour Inflation Reduction Act, une loi qui mobilise à l'origine près de 400 milliards de dollars pour soutenir l'industrie verte, NDLR).

### **Le Premier ministre veut aussi désmicardiser la France. Ces derniers mois, le gouvernement n'a cessé d'interpeller les entreprises pour qu'elles augmentent les salaires. A-t-il raison de le faire ?**

Quand on entend ce mot désmicardiser, ça donne l'impression que les salaires baissent. C'est l'inverse : les salaires les plus modestes augmentent au même niveau que l'inflation. Ce n'est donc pas une si mauvaise nouvelle que les bas salaires ont suivi le taux d'inflation. La moins bonne nouvelle, c'est que de plus en plus de personnes sont désormais au Smic pendant des années et cela a un côté désespérant. Car même si les bas salaires augmentent fortement, vivre aujourd'hui avec 1 398 euros nets, surtout quand on habite un grand centre urbain, c'est très compliqué, il faut l'admettre.

Les entrepreneurs en ont marre de recevoir des leçons sur les salaires. Bien souvent, les entrepreneurs font ce qu'ils peuvent. Et il ne faut pas oublier, comme



### **BIO EXPRESS .....**

**1964** naissance à Thouars (Deux-Sèvres)

**1993** dirige la PME familiale Asselin depuis cette année là (130 salariés), basée à Thouars et spécialisée dans la restauration des monuments historiques

**2001-2006** président de la Fédération Française du Bâtiment des Deux-Sèvres

**2011-2015** président de la CGPME Poitou-Charentes

**2015** président de la CPME

.....

le montre notre dernière enquête, qu'un entrepreneur sur cinq en France vit avec moins de 1 400 euros nets par mois.

Dans les activités où l'on vend de la main-d'œuvre, si vous n'arrivez pas à basculer sur votre prix de vente l'augmentation des salaires, vous n'avez pas de solution pour augmenter les salaires. Lorsque vous êtes dans la propriété, dans les services à la personne, la sécurité et que vous êtes dans une concurrence farouche, le donneur d'ordres prend le moins cher.

### **Que peut-on faire pour sortir de cette impasse ?**

Il faut travailler sur les parcours professionnels. On peut imaginer que, lorsqu'on acquiert des compétences, on peut grimper dans l'échelle des salaires. Lorsque vous êtes agent d'entretien, si on vous apprend à travers une formation à intervenir dans des locaux spécifiques, par exemple des salles blanches, cela permet d'acquérir des aptitudes supplémentaires. Eh bien votre employeur pourra valoriser votre prestation auprès de son client et augmenter votre salaire.

Les branches professionnelles pourraient travailler sur l'évolution des carrières à travers la formation. On l'a perdu ça : quand on a mis en place le CPF, on a tout individualisé. On a laissé finalement les salariés un petit peu seuls avec ce sujet.

### **Qu'attendez-vous de la réforme sur les bas salaires annoncée par Gabriel Attal ?**

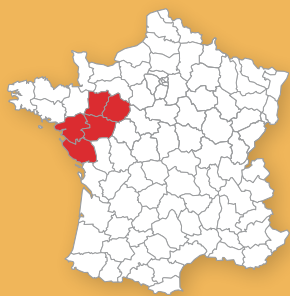
En France, on a adjoint aux salaires modestes des rémunérations de substitution à travers les aides sociales, comme la prime d'activité. Il faudrait retravailler sur la courbe salaire et revenu de substitution pour faire en sorte, qu'arrivé à un certain niveau, la rémunération des salaires soit plus efficace.

**Propos recueillis par Stéphane Vandangeon**

# RESTEZ CONNECTÉ À L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE DES ENTREPRISES DE VOTRE TERRITOIRE PAYS DE LA LOIRE



## ► ABONNEZ-VOUS POUR:



PAYS DE LA LOIRE

- **COMPRENDRE** les enjeux de l'économie régionale,
- **SUIVRE** l'actualité des entreprises et acteurs économiques de votre région,
- **TROUVER** les réponses à vos problématiques,
- **DÉCOUVRIR** des opportunités business,
- **S'INSPIRER** des retours d'expérience d'autres entrepreneurs...

ABONNEZ-VOUS  
DÈS MAINTENANT



lejournaldesentreprises.com/  
abonnements



Scannez ce QR code  
pour accéder à notre  
page abonnement



0810 500 301  
(0,06€/min + prix d'un appel local)

du lundi au vendredi  
de 9 heures à 12h30 et de  
13h30 à 17 heures



abonnement@  
lejournaldesentreprises.com

LeJournal  
desEntreprises

# ÉVÈNEMENTS ENTREPRISES

un moment étincelant



## REPAS & SPECTACLE

Une combinaison unique  
de gastronomie et  
de divertissement dans  
un cadre magnifique !

OFFRE  
CLEF EN MAIN !

AG, Séminaires,  
CSE (Comités Sociaux et Économiques),  
Groupements d'entreprises,  
Départs à la retraite,  
Fêtes de fin d'année,  
Anniversaires d'entreprise...

**AUX PORTES D'ANGERS** | 1261 RTE DES GROUAS, MARTIGNÉ-BRIAND  
commercial@cabaretdesbellepoules.fr | 02 53 61 40 75