

Le Journal des Entreprises

L'ÉCONOMIE EN RÉGIONS

N°416 - JUIN 2022 - 8,40 €

AUVERGNE
RHÔNE-ALPES



L'ENQUÊTE

LE BTP FACE À
L'ENVOLEE DES PRIX

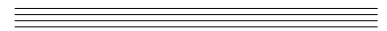
DRÔME

**Crouzet veut décoller
avec Tikehau Ace Capital**



ISÈRE

**King Jouet double
sa surface logistique**



LOIRE

**CEPM Industrie met
le cap sur l'énergie**



RHÔNE

**Abeilles & Environnement
place des ruches
dans les entreprises**



RHÔNE

**BOSCH REXROTH
PORTÉ PAR
LA DÉCARBONATION**

14 ÉDITIONS • 68 DÉPARTEMENTS • 9 RÉGIONS

HAUTS-DE-FRANCE • ALSACE • LORRAINE • AUVERGNE - RHÔNE-ALPES • RÉGION SUD • OCCITANIE • NOUVELLE-AQUITAINE • MAINE-ET-LOIRE • SARTHE • MAYENNE
LOIRE-ATLANTIQUE • VENDÉE • ILLE-ET-VILAINE • CÔTES-D'ARMOR • MORBIHAN • FINISTÈRE • NORMANDIE



HORS-SÉRIE

LE PALMARÈS DES ENTREPRISES 2021



ÉDITION
2021 / 2022



EXISTE EN 14 ÉDITIONS

- Alsace • Auvergne Rhône-Alpes •
- Bordeaux • Côtes-d'Armor • Finistère •
- Hauts-de-France • Ille-et-Vilaine •
- Loire-Atlantique - Vendée •
- Lorraine • Maine-et-Loire - Sarthe - Mayenne •
- Morbihan • Normandie • Occitanie • Région Sud •



DÉCOUVREZ LE TOP 1000 ET LES TOPS DÉPARTEMENTAUX

JE COMMANDE



RENDEZ-VOUS SUR LA BOUTIQUE :

<https://abonnement.lejournaldesentreprises.com/boutique>

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

Directeur général,
directeur de la publication :
Bruno Dussourt

Directeur des rédactions :
Philippe Flamand

Rédacteur en chef :
Stéphane Vandangeon

Rédactrices en chef adjointes :
Élodie Vallerey et Gwenaëll Lyvinec

Rédacteur en chef technique :
Christophe Beluin

Édition Auvergne - Rhône-Alpes :
Bureau de Saint-Étienne :
46, rue de Télématique - 42 000 Saint-Étienne.

Responsable d'édition :
Gilles Cayuela, 06 67 09 67 13

Journalistes :
Déborah Berthier, 06 67 24 69 10 ;
Stéphanie Pioud, 06 68 79 71 50

Directeur commercial
et du développement :
Valérie Asti, 06 24 16 40 13 ;
assistée de Virginie Clouté, 06 75 96 03 04

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

Événementiel, partenariats
et communication :
Sabine Dechaume, 06 75 96 02 95

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

Conception graphique : Jean-Marc Dupuis

Diffusion, abonnements :

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

abonnement@lejournaldesentreprises.com

Abonnement papier + numérique
1 an (11 numéros + 1 hors-série) : 350 €

Société editrice : Manche Atlantique Presse
1, allée Baco BP 73207 - 44032 Nantes Cedex 1

Capital social : 10 000 €

Actionnaire majoritaire :
Financière Gaspard

N° ISSN : 2268-7041

N° de CPPAP : 1223 T 94789

Dépôt légal : à parution

Fabrication : JJ Production
Imprimeur : Calligraphy Print
P.A. La Gaultière - Secteur B4

7, rue de la Rouyardière, 35220 Châteaubourg
Imprimerie labellisée
Imprim'Vert et certifié PEFC™ et FCS*

Papier : origine : Saint-Jean les Fonts,
Saragosse, Espagne

Taux de fibres recyclées : 0,25 %

Eutrophisation : Ptot 0,02 kg/tonne.

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



IMPRIM'VERT



PEFC 10-31-1614



© JEAN-MICHEL DEBUT

Par Gilles Cayuela

Responsable de l'édition Auvergne-Rhône-Alpes
Le Journal des Entreprises

Mettre la ligne Lyon-Turin sur de bons rails

La ligne ferroviaire Lyon-Turin, les Italiens y croient et le montrent ! Début mai, le gouvernement transalpin, par l'intermédiaire de son tout nouveau commissaire extraordinaire, Calogero Mauceri, a acté le lancement des travaux de raccordement de son réseau ferroviaire au tunnel Lyon-Turin, qui devrait être prêt d'ici huit à dix ans. Ces travaux sont « estimés à 1,9 milliard d'euros dont la moitié est éligible aux cofinancements européens », précise un communiqué du Comité pour la Transalpine, association qui œuvre pour accélérer la réalisation de la liaison ferroviaire entre Lyon et Turin.

De l'autre côté des Alpes, le projet stagne. Déclarés « d'utilité publique et urgents » en 2013, les 150 kilomètres de voies nouvelles de la section française entre Lyon et Saint-Jean-de-Maurienne, où commence la section transfrontalière du tunnel, n'ont pas avancé d'un pouce. Et à la Région, le moins que l'on puisse dire, c'est que l'attentisme du gouvernement français agace. « Mais qu'attend l'État ? Alors que l'ensemble des acteurs du projet sont activement engagés, l'État français tergiverse et fait encourir un nouveau retard du chantier des accès français à l'ouvrage. Cela malgré des engagements de livrer une décision au premier trimestre de l'année », expose la collectivité territoriale dans un communiqué.

Une question légitime au regard des enjeux climatiques et de santé publique portés par cette infrastructure aux allures de serpent de mer. « Aujourd'hui, plus de 90 % des transports de marchandises s'effectuent par la route dans la vallée de la Maurienne. Demain, si la nouvelle ligne Lyon-Turin était amenée à être opérationnelle, ce sont plus d'un million de poids lourds qui seront chaque année amenés à utiliser le rail plutôt que la route, avec pour conséquence directe une baisse drastique de la pollution et donc à la fois une hausse de la sécurité routière et une amélioration de la qualité de l'air et de la santé de nos habitants », argumente-t-on du côté de la Région.

L'intérêt du projet n'est donc plus à démontrer mais le retard accusé par l'État français crée une « désynchronisation qui compromet les ambitions écologiques et économiques du programme », alerte le président du Comité de la Transalpine, Jacques Gounon. Il serait donc plus que temps pour le gouvernement français, non pas de passer la seconde, mais d'enfin mettre ce projet sur de bons rails !

Sommaire

N°416 • JUIN 2022

06 L'ACTU

- 10 Les salons éligibles à une aide pour les PME
- 11 Têtes d'affiche

12 BUSINESS&STRATÉGIE

Bosch Rexroth porté par la décarbonation

- 16 Guillaume Hamelin, directeur général d'In'li Aura : « Nous investissons où les classes moyennes peinent à se loger »
- 18 Avec Tikehau Ace Capital, Crouzet veut décoller
- 20 La croissance externe porte Paredes
- 21 King Jouet double sa surface logistique en Isère
- 22 CEPM Industrie met le cap sur l'énergie
- 23 Y-Brush stimule la production de sa brosse à dents électrique
- 24 ÖkoFEN dynamisé par les tensions sur l'énergie et les aides à la rénovation
- 25 L'application citoyenne Illiwap en route vers l'international

26 COMMENT J'AI FAIT

- 26 Déborah Guillotin-Thyarion : « J'ai relancé My English School au bord de la faillite »

27 L'ENTREPRISE ENGAGÉE

- 27 Abeilles & Environnement place des ruches dans les entreprises

29 START-UP&INNOVATION

- 28 Talpad installe des écrans publicitaires dans les ascenseurs
- 29 Campsider lève des fonds pour faire la course en tête
- 30 My Energy Manager veut faire baisser la facture d'électricité

32 ÉCOSYSTÈMES&TERRITOIRES

- 32 La région Auvergne-Rhône-Alpes lance son « G6 de la relocalisation »
- 34 Jérémy Larson, membre fondateur du CESO : « Le CESO veut exister et peser en tant que filière »

36 L'ENQUÊTE

Le BTP face à l'envolée des prix

40 VU D'AILLEURS

43 DOSSIER SPÉCIAL

Industrie : les pionniers de la 5G



© JÉRÉMIE MOREL - PAREDES



© KING JOUET



© DR



© CAMPSIDER



© DÉBORAH BERTHIER

I SOLUTIONS & CONSEILS

INFORMATIQUE

I Et pourquoi ne pas opter pour un site internet éco-responsable ?

FINANCEMENT

III Lancement d'une aide pour les gros consommateurs d'énergie

GESTION

IV Les grandes entreprises obligées de féminiser leur Codir

V Un prêt à taux zéro pour acheter un véhicule peu polluant

RESSOURCES HUMAINES

VI Cent actions pour faciliter la vie des jeunes parents au travail

VII L'« essai encadré » pour aider les salariés en arrêt de travail

ENVIRONNEMENT

VIII Loi climat : le verdissement de la commande publique accélère

IX GRAND ANGLE

Industrie : les pionniers de la 5G

XIV LE GRAND TÉMOIN

Ridouan Abagri, fondateur du Metaverse College

« Toutes les entreprises seront dans le métavers »



© RAWPIXEL.COM



© ACOMIE - S. MEYER



© DR



PASSEZ À LA FIBRE POUR BOOSTER VOTRE BUSINESS !

Nous contacter



Covage déploie une infrastructure fibre ouverte à tous les opérateurs de services télécoms locaux et nationaux pour répondre aux **besoins de connectivité** à très haut débit des entreprises **sur l'ensemble du territoire.**

www.covage.com



© APTAR

AIN INDUSTRIE

Aptar investit 42 millions d'euros pour rassembler ses cinq sites industriels à Oyonnax

Le fabricant américain d'emballages Aptar (13 000 salariés, 3,2 milliards € de CA en 2021), qui emploie le tiers de ses salariés en France et constitue le second employeur du bassin d'Oyonnax, a investi 42 millions d'euros dans l'Ain afin de rassembler cinq unités de production sur un nouveau site qui s'étendra sur 25 000 m² à Oyonnax. Le site, appartenant à la division Beauty & Home, sera opérationnel au printemps 2023. Il permettra d'améliorer les processus de production et d'optimiser les performances industrielles et opérationnelles d'Aptar. Le projet s'intègre dans la démarche environnementale du groupe, puisqu'il devrait lui permettre de réduire de 45 % ses consommations d'énergie et de 58 % ses émissions de CO₂. Cette unité industrielle, dont la réalisation est soutenue à hauteur de 405 000 euros par France Relance, permettra d'éviter chaque année 1,5 million de mouvements de palettes et 370 000 km de flux routiers intersites.



© EURONEXT

LYON NUMÉRIQUE

Obiz boucle le rachat de l'éditeur toulousain Adelya

En croissance de 140 % sur l'exercice 2021 (36,90 M€ de CA), le spécialiste lyonnais du marketing relationnel Obiz vient de boucler le rachat de l'éditeur toulousain Adelya pour 3,1 millions d'euros, plus 300 000 euros de bonus en fonction des performances futures d'Adelya. Pour financer cette acquisition, Obiz a souscrit un prêt à impact « Pact » d'un montant de 2 millions d'euros auprès d'Arkéa Banque Entreprises et Institutionnels. Obiz et Adelya ont d'ores et déjà commencé à construire leur offre commune, baptisée Obelya.

LYON E-COMMERCE

Un nouvel entrepôt en préparation à Saint-Quentin-Fallavier pour LDLC

Acteur majeur du e-commerce sur le marché de l'informatique et du high-tech, le groupe LDLC (1 000 salariés; 684,90 M€ de CA en 2021-2022) va ouvrir un nouvel entrepôt d'environ 28 000 m² en Isère après l'été. Il sera destiné à remplacer la structure logistique existante de 21 000 m² qui n'était plus adaptée à l'organisation multicanale du groupe. LDLC a investi 5 M€ dans ce nouvel outil logistique qui sera largement automatisé afin de répondre à l'accroissement de ses activités dans les années à venir.

ISÈRE TRANSPORT

Poma et Michelin s'associent autour de la mobilité durable

L'isérois Poma (1 500 salariés; 480 M€ de CA en 2020), leader mondial du transport par câble, a signé un accord de partenariat avec le géant clermontois du pneumatique Michelin (123 000 salariés; 23,8 Md€ de CA). Objectif: s'appuyer sur l'expertise de Michelin dans le domaine du caoutchouc et autres composites flexibles, et le savoir-faire de Poma en matière de solutions de transports décarbonés pour développer des produits innovants autour de la mobilité durable et rendre le transport par câble encore plus compétitif.

RHÔNE AUTOMOBILE

Plastic Omnium acquiert le spécialiste de l'éclairage automobile de Varroc

Plastic Omnium (8 Md€ de CA en 2021) poursuit son développement dans l'éclairage automobile. Après avoir racheté fin mars l'allemand AMLS pour 65 millions d'euros, l'équipementier contrôlé par la famille Burelle vient de débours 600 millions d'euros en cash pour acquérir l'activité éclairage automobile de l'indien Varroc Engineering Limited. « Nous devenons ainsi un véritable acteur de la chaîne de valeur complète de l'éclairage, en mesure de répondre à la demande croissante de nos clients en matière de systèmes extérieurs intégrés », a expliqué Laurent Favre, directeur général de la société. Il ambitionne d'ailleurs de créer une nouvelle division stratégique Éclairage, qui pourrait atteindre un 1 Md€ de CA en 2022, regroupant les activités AMLS et VLS. Avec cette acquisition, Plastic Omnium se positionne comme un acteur majeur sur le marché en croissance continue de l'éclairage. Un marché qui devrait atteindre 42 milliards de dollars en 2027 contre 31 milliards de dollars en 2021.

L'ACTU

En bref

LYON **INDUSTRIE**

Jacquet Metals rachète le canadien Fidelity PAC Metals

Le distributeur d'aciers spéciaux Jacquet Metals (2 951 salariés, 1,97 Md € de CA en 2021) vient d'annoncer le rachat de la société canadienne Fidelity PAC Metals (33 M€ de CA), spécialisée dans la distribution de produits longs en aciers inoxydables. Cette acquisition intervient alors que le groupe continue de bénéficier de la hausse des prix des matières premières. En un an, les prix moyens de ventes ont bondi de 53,7 %, ce qui permet à l'entreprise d'enregistrer au premier trimestre 2022 un chiffre d'affaires de 724 millions d'euros (+62,6 % par rapport à T1 2021).



ISÈRE **COMMERCE**

Lireka se dote d'un entrepôt de 400 m² à Grenoble

Après avoir repris la librairie Arthaud en 2020 et lancé un an plus tard sa librairie en ligne www.lireka.com, Lireka s'installe à Grenoble en ouvrant un entrepôt de 400 m². Cet entrepôt permettra à l'entreprise fondée par deux anciens d'Amazon de stocker les ouvrages pour les deux canaux de vente « avec comme objectif de passer de 80 000 à 100 000 références ». Depuis son lancement en septembre 2021, le site de vente en ligne traite en moyenne plus de 300 commandes/jour en provenance du monde entier. Un nombre qui devrait plus que doubler en 2022.

ISÈRE **ENVIRONNEMENT**

Groupe Tera s'ouvre à la virologie en montant au capital du lyonnais VirexpR

Basé à Crolles et spécialisé dans l'analyse et la mesure en temps réel de la qualité de l'air, Groupe Tera (125 salariés ; 11,70 M€ de CA en 2021 ; +85 %) annonce avoir pris une « participation significative » au capital du lyonnais VirexpR. Créée en janvier 2022, VirexpR est un essaimage du laboratoire de recherche académique VirPath et de sa plateforme technologique VirNext, reconnus internationalement pour leurs expertises dans le domaine de la virologie respiratoire. VirexpR va permettre de travailler sur un capteur biologique spécialisé dans la détection des virus en espaces confinés.



Préventica

Votre entreprise plus **ATTRACTIVE** grâce à la Qualité de Vie et des Conditions de Travail

L'événement 2022

LYON

27 > 29 SEPT.

Venez découvrir :

Experts, conférences / ateliers, animations, démos, startups

LA plateforme d'informations AU SERVICE DE LA

SANTÉ - QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

POUR LES TPE / PME



www.preventica.com

LYON INFORMATIQUE

Sogelink signe deux acquisitions en Europe

Éditeur de solutions logicielles pour les professionnels des infrastructures, des chantiers et du patrimoine, Sogelink vient de signer deux acquisitions majeures en Europe. Simultanément à l'acquisition du groupe néerlandais LOCATIQS (250 salariés ; 35 M€ de CA), le groupe lyonnais, qui a fusionné en 2021 avec le nantais Geodesial, vient de finaliser le rachat du norvégien Focus Software. Spécialisé dans le Building Information Modeling depuis plus de 25 ans, Focus Software (50 salariés ; 16 000 utilisateurs ; CA : NC) ouvre à Sogelink de nouvelles perspectives de développement en Europe du Nord. « En tant qu'actionnaire majoritaire de Sogelink, Keensight Capital a accompagné les équipes de direction des deux sociétés. Dans le cadre de ce rapprochement, les cofondateurs de Focus ont décidé de réinvestir dans le groupe Sogelink », précise un communiqué. Fort désormais de 650 collaborateurs et 130 millions d'euros de chiffre d'affaires, Sogelink poursuit à grande vitesse son objectif de « devenir le leader européen de la construction Tech ».

HAUTE-SAVOIE TEXTILE

Millet Mountain Group revient dans le giron familial

Millet Mountain Group, qui détient les marques Millets et Lafuma Outdoor, est de retour dans le giron familial, 50 ans après en être sorti. Propriété du groupe de textile suisse Calida, l'entreprise d'Annecy vient d'être reprise par Jean-Pierre Millet, petit-fils du fondateur, associé au fonds de capital investissement Inspiring Sport Capital. Au sein de l'entreprise centenaire créée par ses grands-parents, Jean-Pierre Millet accompagnera son neveu Romain Millet, nommé au poste de directeur général en 2020.

RHÔNE HABITAT

Blanchon Group accélère à l'international avec la reprise du hollandais Rigo

Basé à Saint-Priest, Blanchon Group (400 salariés, 7 filiales, CA : NC), spécialiste des produits de finitions et de protection du bois, accélère sa croissance à l'international avec l'acquisition aux Pays-Bas du groupe Rigo (Rigo Verffabriek et Rigo Verfcentrum ; 55 salariés), spécialisé dans la fabrication de produits de finition pour le bois et de peintures pour les bâtiments patrimoniaux. Suite à l'acquisition de Ciranova en 2021, Blanchon Group est désormais « leader en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg ».



© GÉRALDINE BRUNEL

SAINT-ETIENNE AGROALIMENTAIRE

Tony Parker entre au capital de Smart Good Things

L'entrepreneur et ancien basketteur international Tony Parker est entré, fin avril, au capital de la société Smart Good Things. Cette entreprise, spécialisée dans les boissons en poudre aux arômes naturels, conditionnées en bûchettes, et à diluer dans l'eau, prévoit d'installer une usine d'emballage à Saint-Etienne courant 2022. « Tony Parker, aux côtés de Serge Bueno, fondateur et président du groupe, mettra son expertise d'entrepreneur, sa connaissance du marché américain et son statut d'ambassadeur de Smart Good Things au service du rayonnement de la marque, tant en France qu'à l'international », explique un communiqué de l'entreprise.

RHÔNE SANTÉ

Les ventes de Boiron redécollent

L'activité redémarre pour les laboratoires Boiron (455,20 M€ de CA en 2021). Le groupe spécialisé dans l'homéopathie a enregistré une croissance de 60 % de ses ventes au premier trimestre 2022. Une croissance que le groupe explique par : l'effet de base provenant de la forte baisse qui avait marqué le premier trimestre 2021 (-41,8 %) ; la progression des spécialités homéopathiques ; la progression des autres produits de santé (tests Covid) ; et l'innovation avec le lancement sur ce premier trimestre d'un nouveau médicament homéopathique.

LOIRE AGROALIMENTAIRE

Brioche Pasquier poursuit ses investissements à Andrézieux-Bouthéon

Brioche Pasquier (3 520 salariés ; 692 M€ de CA ; 14 usines en France) poursuit ses investissements dans son usine d'Andrézieux-Bouthéon (175 salariés). Après avoir investi 5 millions d'euros en 2018 dans l'extension de 1 500 m² de la surface de production et 5 millions d'euros supplémentaires en 2020 dans la construction de nouveaux espaces de bureaux et locaux sociaux, le fabricant de brioches et biscottes projette de consacrer 4 millions d'euros en 2023 dans le remplacement d'une tête de ligne et dans un palettiseur automatique. Spécialisé dans les petits pains grillés et grillettes (4 millions d'unités/jour), le site d'Andrézieux-Bouthéon s'est par ailleurs doté, début 2022, d'un magasin d'usine. Cette boutique s'inscrit dans le cadre d'un projet plus vaste de développement d'une activité de tourisme industriel. Des projets de musées sont à l'étude sur différents sites en France.



© DR

Harmonie Mutuelle

Épargne salariale : un levier pour dynamiser l'entreprise !

Adossée au groupe VYV, premier acteur mutualiste de santé et de protection en France, Harmonie Mutuelle propose des solutions très avantageuses d'épargne salariale adaptées aux besoins de chaque entreprise.

Dopée par la loi PACTE, l'épargne salariale connaît depuis deux ans un engouement sans précédent. Plus de la moitié des salariés en bénéficient désormais et les entreprises sont chaque jour plus nombreuses à se lancer dans l'aventure. Carole Bourget Martin, directrice région AURA d'Harmonie Mutuelle, n'est pas étonnée : « *L'épargne salariale est plus accessible, plus lisible et surtout plus intéressante que jamais, également pour les entreprises de moins de 50 salariés qui bénéficient à présent de nombreux avantages tels que l'exonération du forfait social pour les sommes versées au titre de la participation et de l'abondement employeur. C'est le moment idéal pour franchir le pas.* » Carole Bourget Martin parle en experte. L'épargne salariale est l'un des cœurs de métier de la première mutuelle santé de France. « *Les entreprises ne doivent pas hésiter à nous contacter, poursuit-elle. Nous leur présentons les différentes formules possibles et nous les accompagnerons pas à pas dans la mise en œuvre puis la gestion d'une solution d'épargne salariale sur-mesure, performante et personnalisée.* »

Des bénéfices pour l'entreprise et les salariés

L'épargne salariale couvre en réalité plusieurs dispositifs, qui répondent à des besoins différents. Elle se décline sous quatre formes : un plan d'épargne retraite individuel (PER individuel) ; un plan d'épargne retraite d'entreprise collectif (PER collectif)* ; un plan d'épargne entreprise ou inter-entreprise (PEE/PEI) ; et un plan d'épargne retraite d'entreprise obligatoire (PERO). Tous peuvent être alimentés par des versements complémentaires de l'entreprise issus de l'intéressement, de la participation, de l'abondement ou du compte épargne temps. Exonérée de cotisations patronales et salariales, l'épargne salariale n'est pas non plus comptée dans le calcul de l'impôt sur le revenu du salarié. Par exemple, pour 1 000 € dépensés par l'entreprise, le salarié reçoit 903 € en épargne salariale alors qu'il ne percevrait que 384 € nets en prime salaire. En somme, un PER permet à un salarié de préparer sa retraite tout en douceur, sous forme de capital ou de rente, avec l'aide de son entreprise. « *C'est très valorisant pour l'entreprise qui peut ainsi associer ses employés à sa performance, les motiver, les fidéliser et attirer de nouveaux talents tout en bénéficiant d'une fiscalité attractive* », résume Carole Bourget Martin.

Des solutions sur-mesure

La première formule, le PER individuel, est un produit d'épargne à long terme qui permet d'obtenir, à l'âge de la retraite, un capital ou une rente. Il est alimenté à la guise du salarié. Le PER collectif est quant à lui ouvert à l'initiative du dirigeant ou par un accord avec les représentants

des salariés. Une fois mis en place, tous les employés de l'entreprise peuvent en bénéficier. La troisième solution, le PEE/PEI, se distingue par la possibilité donnée aux salariés qui le souhaitent de récupérer leur capital au bout de 5 ans, sans attendre l'âge du départ à la retraite. Le PERO, enfin, est en principe réservé aux seuls salariés qui font partie d'une catégorie définie par l'employeur à partir de critères objectifs. Les sommes sont prélevées directement sur le salaire de l'employé et abondées par des versements obligatoires de l'entreprise donnant droit, tout au long de la vie active, à des avantages fiscaux.

Le sujet peut sembler complexe de prime abord, mais c'est justement le rôle des conseillers d'Harmonie Mutuelle d'accompagner au mieux leurs clients pour trouver la formule la plus adéquate. « *Les entreprises peuvent être assurées de notre soutien et rassurées sur la qualité des solutions de gestion que nous proposons grâce à notre partenaire Amundi ESR, leader sur son marché* », assure Carole Bourget Martin. L'épargne salariale constitue à n'en pas douter une opportunité pour les dirigeants et leurs collaborateurs. « *Quels que soient la taille de l'entreprise, ses objectifs ou ses contraintes, confirme-t-elle, ce sera toujours gagnant-gagnant !* ».

En savoir plus :



*Le PERCO peut aussi être un PERCO-I (inter-entreprise).



GAËLLE REGNARD, DIRECTRICE GÉNÉRALE DU CRÉDIT AGRICOLE LOIRE HAUTE-LOIRE

Gaëlle Regnard a pris en avril la succession de Gérard Ouvrier-Bufferet, qui a tiré sa révérence après vingt ans passés à la tête du Crédit Agricole Loire Haute-Loire (1 400 collaborateurs, 525 000 clients, dont 240 000 sociétaires). C'est pourtant dans l'administration publique que la nouvelle directrice générale de la banque régionale âgée de 48 ans a fait ses armes. Cette Bretonne, qui a grandi à Grenoble, a commencé sa carrière au sein du ministère de l'Agriculture, après des études d'ingénieur au sein de l'Institut national agronomique de Paris-Grignon, puis de l'école d'application des Eaux et Forêts. Elle intègre ensuite le secrétariat



© CRÉDIT AGRICOLE LOIRE HAUTE-LOIRE

général des Affaires européennes, avant de rejoindre le cabinet du Premier ministre François Fillon, où

elle restera deux ans et demi. Au sein de ces services, elle continue de suivre les politiques agricoles, de la pêche et de l'alimentation. C'est d'ailleurs sa connaissance du monde agricole qui la conduit en 2010 à entrer au Crédit Agricole, lorsqu'elle décide de s'orienter vers le secteur privé. Elle y prend assez logiquement la direction de l'agriculture. En 2016, elle est nommée directrice générale adjointe du Crédit Agricole Nord de France. Depuis janvier 2019, elle était directrice générale de la Fédération nationale du réseau d'établissements bancaires. Parmi les grands chantiers qui l'attendent : la décarbonation des activités bancaires et la digitalisation des outils.

Ils font l'actualité



© DR

FRANÇOIS DUSSART a été nommé directeur général délégué de l'Evian Resort et directeur général du pôle hôtelier situé près du lac Léman.



© OLIVIER GRAFF

ÉMILIE BROT est la nouvelle directrice du syndicat mixte du parc industriel de la Plaine de l'Ain (Pipa). Elle en était la directrice adjointe depuis 2018.



© DR

STÉPHANE DUC a été nommé président du directoire d'Huttopia, entreprise lyonnaise qui exploite 90 campings en France et à l'étranger.



© ISORG

DIETER MAY est le nouveau DG d'Isorg, société créée à Grenoble et spécialisée dans l'électronique organique imprimée pour les photodétecteurs.



© CASINO

Jean-Charles Naouri, PDG de Casino, prolongé

Âgé de 73 ans, Jean-Charles Naouri prolonge son mandat à la tête de Casino. L'Assemblée générale des actionnaires du groupe de distribution stéphanois a approuvé, à plus de 98 % des votants, le renouvellement jusqu'en 2025 de son mandat de PDG. Elle a aussi validé, à plus de 97 %, l'augmentation de 72 % de la rémunération fixe annuelle de l'actionnaire de contrôle et unique mandataire social. Ce dernier percevra 825 000 euros brut contre 480 000 euros.



© DR

Camille Serain, nouvelle présidente de La Cuisine du Web

Camille Serain est la nouvelle présidente de La Cuisine du Web, l'association qui fédère les acteurs de l'écosystème digital lyonnais. Déjà vice-présidente depuis un an, elle reprend le flambeau de Margo Chaillou avec pour objectif de poursuivre le redressement de l'association impactée par la crise sanitaire. La Cuisine du Web a passé l'année 2021 à assainir ses comptes en recherchant des sources d'économies (locaux et équipe opérationnelle).

Ils bougent

Eric Baroin est le nouveau président de Fiducial Legal by Lamy, cabinet d'avocats spécialisé en droit des affaires, implanté à Lyon et Paris. Fruit du rapprochement du cabinet Lamy & Associés et de la branche droit de Fiducial, il compte plus de 80 collaborateurs.

Cécile Cumun et **Alexis Bourbon** sont les nouvelles recrues d'Angelor, société de capital-risque lyonnaise qui réunit 265 investisseurs chefs d'entreprise. Cécile Cumun a été nommée au poste de chargée des relations investisseurs, et Alexis Bourbon est chargé d'investissements.

Christophe Gravier a été élu directeur de l'école Télécom Saint-Etienne pour cinq ans. Il succède à Jacques Fayolle, après avoir été directeur du développement et de l'innovation de l'établissement.

Rhône INDUSTRIE



Bosch Rexroth développe de plus en plus de systèmes complets incluant de l'électronique et des logiciels embarqués.



© BOSCH REXROTH

BOSCH REXROTH PORTÉ PAR LA DÉCARBONATION



À Vénissieux, le siège France de l'allemand Bosch Rexroth abrite les sociétés Bosch Rexroth DSI, branche industrielle du groupe, et Bosch Rexroth France SAS, l'entité commerciale chargée de distribuer l'ensemble des solutions du groupe sur le marché français. Deux activités distinctes mais néanmoins portées par des marchés plus que jamais en quête de décarbonation.

D

ivision industrielle du groupe Bosch (400 000 collaborateurs ; 72 Md€ de CA), Bosch Rexroth (31 000 salariés ; 6,2 Md€ de CA) ne connaît pas la crise. En témoigne la belle performance du siège français du groupe allemand, basé à Vénissieux. Un site qui héberge deux branches distinctes mais complémentaires : Bosch Rexroth DSI (350 salariés), qui fabrique des composants et systèmes complets hydrauliques ou électrohydrauliques pour les engins compacts de chantier (mini-pelles, tracto-pelles, nacelles élévatrices) du monde entier, et Bosch Rexroth France SAS (600 salariés à Vénissieux et Paris), la branche commerciale chargée de distribuer en France l'ensemble des solutions fabriquées dans les différentes usines du groupe.

« Nous cohabitons sur le même site mais nos deux activités représentent les activités de Bosch Rexroth sur le territoire français. Avec bien entendu des synergies, puisque nous fabriquons des produits qui peuvent ensuite être proposés sur le marché français par Bosch Rexroth France SAS », résume Marc Beaumelin, président de Bosch Rexroth DSI.

LA « REMONTADA » SE POURSUIT GRÂCE À L'INNOVATION ET L'ASIE

Confrontée en 2016 à une restructuration mondiale des activités de Bosch Rexroth, la branche DSI du groupe, qui était passée de 370 à 310 salariés, avait finalement retrouvé l'équilibre en 2017. Depuis, l'entité dirigée par Marc Beaumelin a poursuivi sa formidable « remontada » avec un chiffre d'affaires qui est passé de 85 millions d'euros en 2017 à 130 millions d'euros en 2021.

« Cette croissance est vraiment adossée à des prises de parts de marché. Cette année, nous avons fait



© DR

« L'électrification demande de nouvelles compétences. »

Richard Brunet, président de Bosch Rexroth France SAS

10 millions d'euros de chiffre d'affaires en plus. Notre engagement dans la R&D et l'innovation porte ses fruits. Nos propositions technologiques rencontrent un vrai succès car elles permettent de baisser la consommation énergétique des engins de chantier. Ils ne sont pas encore à l'électrique mais même avec des engins diesel, on parvient grâce à nos systèmes à générer des gains de 20 % pour nos clients. C'est déjà significatif », se félicite le président de Bosch Rexroth DSI.

Moins énergivores, les technologies développées par la branche DSI du groupe allemand sont aussi plus maniables, à l'image des « Joysticks » qui commandent les déplacements des engins de chantier. « L'enjeu, c'est la réduction de la consommation mais aussi l'harmonie des mouvements de la machine et la sécurité des hommes. C'est un défi technologique mais c'est ce qui nous rend attractifs et nous a aussi permis d'attirer des clients sur des marchés sur lesquels nous n'étions pas présents et notamment en Asie », développe Marc Beaumelin.

Ces deux dernières années, Bosch Rexroth DSI s'est fortement développé en Chine, au Japon et en Corée du Sud. Et même si l'Europe représente encore le gros de l'activité de la branche industrielle du géant allemand (60 %), l'Asie monte en puissance au point qu'elle occupe désormais une place équivalente au marché américain (20 %).

FICHE ENTREPRISE

L'ÉLECTRIFICATION POUR ACCOMPAGNER LA DÉCARBONATION

Sur le marché français, on retrouve la même grande tendance à la réduction de la consommation énergétique. « Que ce soit sur le marché mobile hors route (engins de chantier, agricoles ou de manutention, NDLR) ou l'industrie (machines et process, NDLR), nos clients cherchent à diminuer leur empreinte carbone. Et nos solutions ont cette fonction de les aider à consommer le moins possible d'énergie pour aller vers plus de décarbonation », constate Richard Brunet, le président de Bosch Rexroth France SAS.

Entre 2020 et 2021, ses équipes commerciales ont enregistré une croissance des entrées de commandes de 45 %. « Le chiffre d'affaires a lui progressé de 30 % », confie le dirigeant sans en préciser le montant. « Au sein du groupe, la France a surperformé et on devrait poursuivre cette année avec une croissance de l'ordre de 20 à 30 % si les problématiques d'approvisionnement en matières premières ne viennent pas impacter notre supply chain ou celles de nos clients », tempère-t-il toutefois.

Si le conflit entre la Russie et l'Ukraine laisse donc planer bon nombre d'incertitudes, les dirigeants des deux branches d'activité de Bosch Rexroth en France sont au moins certains que la grande tendance de leurs marchés est à l'électrification. « Qu'il s'agisse des engins de travaux publics, des engins agricoles ou des engins de manutention, tous vont suivre le même mouvement que dans l'automobile, à savoir utiliser une source d'énergie autre qu'un moteur thermique avec une énergie fossile. Et cela passera par une électrification de leur matériel », assure Richard Brunet. « Tous les industriels cherchent à répondre à cet enjeu d'électrification. Or, pour électrifier une machine, il faut déjà en amont réduire sa consommation, sinon on ne pourra pas mettre des batteries ou des piles à combustibles à hydrogène. Les machines n'auront pas assez d'autonomie. Et cela concerne aussi les engins de chantier que nous fabriquons », poursuit Marc Beaumelin.

50 % DE FULL ÉLECTRONIQUE DANS 3 ANS

Cette tendance de fond à l'électrification va de pair avec de nouvelles évolutions technologiques qui rythment et vont rythmer dans les années à venir le quotidien de Bosch Rexroth DSI et de Bosch Rexroth France SAS. « On va de plus en plus vers de l'électro-

6,2 milliards d'euros
c'est le chiffre d'affaires mondial de Bosch Rexroth

130 millions d'euros
ont été générés par la Branche industrielle DSI implantée à Vénissieux. La branche commerciale Bosch Rexroth France SAS ne communique pas sur son chiffre d'affaires.

600 salariés
travaillent pour Bosch Rexroth France SAS dont le plus gros des équipes est hébergé à Vénissieux. La branche industrielle DSI emploie, elle, 350 salariés sur le même site.

nique et des logiciels embarqués. Nous étions historiquement des producteurs, développeurs et vendeurs de composants hydrauliques. Là, nous commençons à proposer des systèmes complets avec des composants qui incluent de l'électronique, des calculateurs et des logiciels qui connectent l'ensemble des produits entre eux afin d'optimiser le fonctionnement des machines et donc de continuer à faire baisser les consommations », développe Marc Beaumelin. Et de poursuivre : « Aujourd'hui, 25 % de notre chiffre d'affaires se fait sur du full électronique. Dans 3 ans, on sera à 50 % ».

Cette évolution programmée n'est pas sans conséquence sur les ressources humaines des deux sociétés. Si Bosch Rexroth DSI cherche aujourd'hui à développer en interne des compétences en électronique, logiciel et programmation « en embauchant des spécialistes métiers et en formant les salariés déjà en place pour préparer la nouvelle génération de produits et la suivante que l'on retrouvera sur les marchés dans 5 à 10 ans », la branche commerciale Bosch Rexroth France SAS n'est pas en reste.

UNE RÉVOLUTION RH

« L'électrification demande de nouvelles compétences qui nécessitent des ressources additionnelles et des formations pour les équipes en place y compris pour les commerciaux qui deviennent des consultants qui doivent apporter des solutions à nos clients », justifie Richard Brunet qui a embauché récemment 5 nouvelles personnes dédiées à ce « nouvel écosystème de l'électrique ». Bosch Rexroth France SAS s'est par ailleurs rapproché de ses homologues italiens et allemands pour proposer un programme de formation sur les moteurs électriques. « L'objectif est de permettre à nos équipes de s'adapter aux changements très rapides qui arrivent sur les marchés industriels et sur les engins mobiles », conclut le dirigeant.

Gilles Cayuela



Le siège français de l'allemand Bosch Rexroth à Vénissieux.



BOSCH REXROTH S'ALLIE À EDF POUR ACCOMPAGNER LES INDUSTRIES DANS LEUR DÉCARBONATION

Le 15 avril, Bosch Rexroth France SAS et EDF ont lancé une offre conjointe de performance énergétique à destination des secteurs les plus consommateurs d'énergie, tels que l'industrie lourde, l'automobile, la plasturgie ou encore les entreprises équipées d'un parc machines hydrauliques, électrohydrauliques et électromécaniques à rénover et/ou numériser. Cette offre, qui repose sur une mise en commun des expertises du groupe allemand et du fleuron français de l'énergie, s'adresse aussi aux secteurs de la revalorisation des déchets, de l'agroalimentaire, de la pharmacie et des biens de consommations. Elle vise à soutenir la décarbo-



© BOSCH REXROTH

Les centrales hydrauliques proposées par Bosch Rexroth dans son offre conjointe avec EDF.

nation de l'industrie française avec « des gains énergétiques allant de 30 % à 80 % en fonction de l'étendue des solutions choisies par les clients, promet Richard Brunet, le président de

Bosch Rexroth France SAS. « Notre gouvernement a mis en place un plan de relance sans précédent pour accompagner les industriels dans leur transition énergétique. Bosch Rexroth est engagée aux côtés d'EDF pour leur apporter une solution qui leur permettra d'accélérer leur processus de décarbonation et d'atteindre rapidement les objectifs qu'ils se sont fixés, tant en termes d'efficacité énergétique que de performance industrielle », développe le dirigeant. Concrètement, cette offre repose sur un accompagnement personnalisé par une équipe conjointe d'experts pour identifier les gisements de performance et par la proposition,

in fine, d'une solution multi-technologique innovante (hydraulique, automatisme, etc.) clé en main, complétée d'études de financements adaptés aux enjeux et besoin de chaque secteur d'activité : Certificats d'économies d'énergie, plan France Relance, dépôts de dossiers auprès des instances régionales et nationales... » Nous apportons notre expertise technique et nos connaissances des processus industriels et EDF apporte ses compétences dans le domaine de l'énergie et sa culture de l'ingénierie financière. L'idée étant de vraiment travailler un écosystème en chassant en meute », conclut Richard Brunet.

Notre credo : aider chaque enfant à grandir

Depuis 2010, la Fondation Saint-Irénée accompagne et finance de très nombreux projets au service de l'éducation. Donner à tous les enfants les moyens de se développer est essentiel.



Donnons l'essentiel
fondationsaintirenee.org



© MAORY STUDIO - GILLES DI NALLO

— Guillaume Hamelin, directeur général d'In'li Aura

« NOUS INVESTISSONS OÙ LES CLASSES MOYENNES PEINENT À SE LOGER »

Filiale d'Action Logement Immobilier, le lyonnais In'li Aura poursuit le développement de son offre de logements intermédiaires sur la région Auvergne-Rhône-Alpes avec une enveloppe d'investissement de 140 millions d'euros en 2022.

In'li Aura (CA 2021 : 55 M€ ; 100 salariés) a récemment annoncé un investissement de 120 millions d'euros. À quoi va servir cette enveloppe ?

À développer notre offre locative. In'li est une filiale du groupe Action Logement (ex-1 % Logement, NDLR). Une partie de nos ressources provient donc des entreprises via l'effort de construction qu'elles versent tous les ans. Ces ressources sont utilisées pour produire et entretenir des immeubles locatifs que nous louons ensuite, en priorité mais pas exclusivement, aux salariés des dites entreprises. En 2020, ainsi qu'en 2021, nous avons déjà investi 120 millions d'euros pour développer

une offre nouvelle de logements intermédiaires. Cette année, nous remettons le couvert avec une nouvelle enveloppe de 120 millions d'euros. Ce qui correspond au financement de 600 logements neufs. À cela, nous rajoutons une enveloppe de 20 millions d'euros pour la réhabilitation et la rénovation énergétique de notre parc existant composé de 6 700 logements. Ce qui correspond à 300 à 400 logements rénovés par an.

In'li Aura est spécialisé dans le logement locatif intermédiaire. De quoi s'agit-il ?

C'est un logement dont le loyer est réglementé. Il se situe à mi-chemin

entre le loyer du marché et celui du logement social. Le métier d'In'li est donc de proposer des logements sur ce segment aux salariés des classes moyennes qui ne relèvent pas du logement social et qui ne peuvent pas se loger dans le marché libre, que ce soit en locatif ou en accession à la propriété.

Est-ce que vous ciblez des zones géographiques spécifiques pour la création de logements intermédiaires neufs ?

Nous sommes plutôt Rhône-Alpes qu'Auvergne et, sur les 600 logements neufs programmés, un tiers est concentré sur la métropole lyonnaise. Les deux autres tiers sont fléchés sur le sillon alpin avec une répartition à 50/50 entre la partie nord, Annemasse et Annecy, et la partie sud, la métropole de Grenoble. Parallèlement, nous venons de nous défaire de 1 300 logements que nous avons vendus à des bailleurs sociaux en 2021 et début 2022. Ce qui nous a permis de dégager des fonds pour nos investissements et pour recentrer notre patrimoine sur les zones plus tendues.

Qu'entendez-vous par « zones plus tendues » ?

Historiquement, nous étions présents sur plusieurs départements de la région dont la Drôme, la Loire et la Saône-et-Loire. Mais depuis deux ans, nous avons fait le choix de quitter ces zones où les ménages des classes moyennes n'ont pas besoin de nous pour se loger puisque l'écart de prix entre le logement social et le marché libre est très faible. À l'inverse, nous investissons les territoires plus tendus où les classes moyennes peinent à se loger.

Avec une offre de logement classique mais aussi de nouveaux modes de logements ?

Effectivement. Nous essayons d'avoir une offre diversifiée qui réponde aux besoins nouveaux des actifs. Nous avons donc commencé à développer une offre de logements meublés et une offre en coliving, c'est-à-dire de la collocation avec services, qui plaît beaucoup aux salariés en mobilité, aux jeunes et aux personnes isolées. Sur les trois prochaines années, nous allons continuer cette stratégie de repositionnement et de développement de notre offre pour atteindre les 9 000 logements.

Gilles Cayuela

Technologies médicales Saint-Étienne a la santé

Géants du textile médical, start-ups prometteuses, formations et organismes de recherche de haut niveau... La Métropole de Saint-Étienne s'impose comme un territoire leader dans les medtechs. Analyse d'un écosystème dont la dynamique est propice à l'innovation.

L'écosystème stéphanois est plus que jamais favorable au développement des technologies médicales. Des entreprises comme Thuasne ou Gibaud sont des leaders internationaux sur le marché du textile médical. Plus récemment, dans le domaine de l'ophtalmologie, la start-up stéphanoise Keranova, a créé une révolution dans le traitement de la cataracte avec un robot chirurgical doté d'un laser nouvelle génération. Trois exemples, parmi tant d'autres, de fertilisation croisée entre des filières d'excellence historiques associés aux technologies de l'industrie du futur, présentes à Saint-Étienne, le tout porté par des scientifiques et des ingénieurs de renom.



Thuasne ou Gibaud sont des leaders internationaux sur le marché du textile médical

© Saint-Étienne Métropole / Denis Morel

Un écosystème riche et agile

« On trouve à Saint-Étienne toute la chaîne de valeur de la santé dans un écosystème à taille humaine, dont l'échelle est très agile, s'enthousiasme Nathalie Cohet, responsable opérationnelle de Novéka, le cluster Saint-Étienne Innovation Santé qui fédère entreprises, laboratoires et tous les acteurs du secteur des medtechs et du dispositif médical en particulier. Le niveau d'expertise dans le dispositif médical est très élevé. Les nombreux acteurs ont développé, ici, à Saint-Étienne un savoir-faire et des services spécifiques que l'on ne trouve pas ailleurs. »

S'additionnent à ces compétences une autre spécificité locale, le design : Saint-Étienne est la seule ville française reconnue par l'Unesco « Ville Créative design ». « Nous bénéficions d'une vraie culture du design et donc de l'usage, centrée sur l'utilisateur, qu'il soit soignant ou malade ».



Nathalie COHET

Notre témoin
Responsable opérationnelle
de Novéka

« On trouve à
**Saint-Étienne toute
la chaîne de valeur de la
santé dans un écosystème
à taille humaine.** »

En bref, ici, on sait concevoir des produits performants pour le patient, au-delà des aspects purement techniques, un atout clé pour la certification des dispositifs médicaux

Un véritable soutien à l'innovation

L'innovation est favorisée dans la métropole stéphanoise par la vivacité de la recherche et de l'enseignement supérieur. « L'école des Mines de Saint-Étienne est parmi celles en France qui sont les plus orientées santé, souligne Nathalie Cohet. Les étudiants peuvent même s'orienter vers une filière ingénierie de la santé avec des doubles cursus pharmacien-ingénieur ou médecin-ingénieur ».

Un lieu emblématique : le Campus Santé Innovations

Le Campus Santé Innovations permet de rassembler le CHU, la faculté de médecine de l'Université Jean-Monnet,

l'Institut Régional de Médecine et d'Ingénierie du Sport (IRMIS) l'Institut PRESAGE (Institut universitaire de prévention et santé globale) et le Centre Ingénierie et Santé de L'École des Mines de Saint-Étienne. Au sein de ce pôle santé, se croisent au quotidien étudiants, praticiens, chercheurs, entreprises et entrepreneurs. Les coopérations et les échanges y sont permanents, le transfert de technologie et les projets innovants et transversaux émergent plus facilement. Autant d'atouts « fortement soutenus par les pouvoirs publics locaux, au premier rang desquels Saint-Étienne Métropole, en termes de financement et de structuration de l'écosystème, conclut Nathalie Cohet. On y trouve cette volonté d'être réactif, disponible et accessible ».

LES MEDTECHS

30,7 Mds €
EN FRANCE

93%
de PME

(source SNITEM)

63%
des entreprises
investissent
sur la R&D



Avec l'arrivée de Tikehau Ace Capital, Crouzet compte peser comme un sous-traitant de premier plan de la filière aéronautique et relancer ses projets de croissance externe.

et des liens privilégiés avec les donneurs d'ordres de la filière. Surtout, l'opération permettra à Crouzet de se positionner comme un sous-traitant de premier plan sur deux secteurs de pointe : l'aviation électrique et la défense. « Dans l'aviation électrique, on peut proposer des composants électriques qui viendront remplacer les composants hydrauliques sur un terrain de jeu énorme. Pour la défense, la guerre en Ukraine a montré l'importance de disposer d'une filière avec des acteurs français disposant d'une offre et d'un savoir-faire », avance David Arragon. L'opération permettra aussi à Crouzet de relancer ses projets d'acquisitions. Après avoir acquis le suisse Microprecision Electronics et le nantais Garos en 2019, les projets avaient été stoppés. « Nous allons continuer notre plan d'acquisitions en passant sur des cibles de 30 à 50 millions d'euros, contre 5 à 10 millions d'euros jusqu'ici », note-t-il.

DES REVENUS ENCORE EN RETRAIT

Surtout, ce changement de majoritaire doit permettre à l'entreprise de rebondir après deux années délicates. La crise liée au Covid-19 a durement impacté ses clients. L'aéronautique qui formait 30 % de ses revenus est descendu à 21 % aujourd'hui. « En 2020, nous avons perdu 33 millions d'euros de revenus, l'impact a été majeur », concède David Arragon, qui avance que Crouzet affiche toujours un chiffre d'affaires en retrait de 15 millions d'euros par rapport à 2019. Déjà en avril 2020, le DG reconnaissait que les conséquences de la crise « se déportaient des fournisseurs vers ses clients ». En 2021, Crouzet avait aussi annoncé la fermeture de son site Crouzet Automatismes (40 salariés) d'Alès (Gard).

Pierre Lelièvre

AVEC TIKEHAU ACE CAPITAL, CROUZET VEUT DÉCOLLER

Actionnaire majoritaire de Crouzet, fabricant de composants mécatroniques, LBO France négocie la cession de ses parts majoritaires avec un consortium emmené par Tikehau Ace Capital. Pour l'entreprise de Valence (Drôme), c'est une opportunité de rebondir et de prendre son envol après deux années de crise dans le secteur aéronautique.

Nouvelle aventure capitaliste dans la longue et riche histoire actionnariale de l'entreprise Crouzet (CA 2021 : 150 M € ; 1 300 salariés dont 470 en France). Le fabricant drômois de composants mécatroniques pour divers secteurs industriels de pointe (aérospatial, défense, automobile, médical, ferroviaire) va changer d'actionnaire majoritaire dans les prochaines semaines. Emmené par le fonds Tikehau Ace Capital, un consortium composé de la Société Générale Capital Développement et Bpifrance est entré, début avril, en négociations exclusives avec LBO France, actionnaire majoritaire depuis 2018 de la société présidée et dirigée par David Arragon, également actionnaire

minoritaire avec 70 autres salariés. Une opération qui serait de l'ordre de 160 millions d'euros, selon les informations de *L'Usine Nouvelle*, que n'a pas souhaité confirmer le PDG du groupe valentinois.

AVIATION ÉLECTRIQUE ET DÉFENSE

Ce deuxième LBO, quatre ans après le premier, montre tout l'intérêt de l'opération pour les uns comme pour les autres. « C'est une vraie chance pour Crouzet puisque la société de gestion Tikehau Capital pilote le fonds Ace Aéro Partenaires (630 M€), financé à parts égales entre Tikehau et le Crédit Agricole, les industriels du secteur (Airbus, Safran, Dassault Aviation et Thales) et l'Etat via Bpifrance et dont le but est de renforcer et consolider la filière aéronautique française », développe le PDG, qui évoque une reconnaissance du savoir-faire de l'entreprise. À la clé, des opportunités de marchés

Technologies médicales Saint-Étienne tisse sa toile

Pourquoi les géants français du textile médical sont-ils installés et restent attachés à Saint-Étienne Métropole ? La rencontre des savoir-faire du textile et de la mécanique, de chercheurs dans la filière santé, de clusters Medtech et industriels, là est leur secret !

Ainsi la métropole de Saint-Étienne concentre 66 % de la production de textile médical en France : mal de dos, traumatismes, TMS, troubles veineux, prévention des blessures, reprise d'activité, accompagnement sportif trouvent leurs solutions grâce aux orthèses, solutions de compression, protections... de leaders stéphanois : Thuasne, Gibaud, Richard Frères.

Un éco-système favorable

« Saint-Étienne est un territoire qui comprend et connaît l'industrie, rappelle Elizabeth Ducottet, PDG de Thuasne. C'est une terre restée fidèle à son origine, mais avec une industrie modernisée, en échange permanent avec le monde académique et scientifique. » L'entreprise est une valeur sûre : 260 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont 50 % à l'international. « Il existe ici une véritable animation du territoire portée par l'équipe de la Métropole et son Président, Gaël Perdriau. La croissance d'une entreprise comme la nôtre ne se fait pas par hasard, mais dans un environnement qui prend en compte l'importance de l'industrie ».

« Nous sommes au cœur d'un réseau de partenaires et de scientifiques de très haute qualité », note Elizabeth Ducottet. Et de citer : « un CHU de renom, une Université Jean-Monnet dotée d'une faculté de médecine puissante, plusieurs écoles d'ingénieurs et la fameuse école des Mines qui a créé un laboratoire de biomécanique, un cluster santé... » (NDLR : Novéka ! le cluster Saint-Étienne Innovation Santé qui fédère les acteurs des Medtech).



Thuasne est un leader français de la technicité et de la performance

© Thierry Bouvet

« **Saint-Étienne est un territoire qui comprend et connaît l'industrie** »

Et d'ajouter : « Dans le monde de la santé, les règles sont extrêmement exigeantes et la R&D est stratégique et permanente. Bien sûr nous avons des ingénieurs et médecins salariés mais ce dialogue permanent dans un écosystème métier pointu est majeur. Les innovations ne se font jamais en milieu fermé mais en milieu ouvert. Ici les interconnexions sont réelles et fluides et les compétences internes et externes s'additionnent ».

Le design, un atout stratégique pour les dispositifs médicaux

Au-delà de la technicité et de sa performance, le dispositif médical « made in Saint-Étienne Métropole » bénéficie d'une compétence exclusive : le design. Il ne s'agit pas de parler d'esthétique, mais d'une démarche par les usages, d'un design « customer-centric » qui

permet de s'assurer que le dispositif est ergonomique, confortable, bien accepté par le patient et donc bien utilisé. C'est un enjeu clé pour la certification de tout dispositif médical (marquage CE médical).

« S'il y a un domaine où le design est fondamental, c'est bien la santé, affirme la PDG de Thuasne. En cela, la Cité du Design (NDLR : centre d'exposition, de formation et de recherche en design, théâtre actuellement et jusqu'au 31 juillet, de la 12^e Biennale internationale design) est une grande opportunité. » Saint-Étienne est reconnue ville créative design par l'UNESCO, un autre atout pour l'écosystème du dispositif médical.

LES MEDTECHS
À SAINT-ÉTIENNE MÉTROPOLE

2/3

DE LA PRODUCTION
DU TEXTILE MÉDICAL
FRANÇAIS

2000
salariés

(source : Panorama AURA 2021)



Elizabeth Ducottet
Notre témoin
PDG de Thuasne

© Martin Colombet

LA CROISSANCE EXTERNE PORTE LES AMBITIONS DE PAREDES

Numéro deux français de la distribution dans le secteur de l'hygiène professionnelle, l'ETI lyonnaise Paredes, pilotée depuis 2017 par François Thuilleur, s'embarque désormais dans un plan de développement ambitieux pour doubler de taille d'ici 2030.



© JÉRÉMIE MOREL - PAREDES

Paredes vise à doubler de taille en atteignant les 500 millions de chiffre d'affaires d'ici 2030.

François Thuilleur est un pragmatique. Quand le Covid frappe la planète en début d'année 2020, le dirigeant à la tête de l'ETI indépendante et familiale Paredes (CA 2021 : 213 M€ ; 650 salariés dont 225 en Auvergne-Rhône-Alpes), basée à Genas (Rhône), se met en ordre de bataille pour fournir ses clients (monde médical, agroalimentaire...) en produits et équipements de protection et hygiène. Après un exercice 2020 qui voit le chiffre d'affaires progresser de 27 %, le patron affiche la couleur pour 2021 : « Maintenir la croissance connue en 2020 ».

500 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2030

Aujourd'hui, la mission semble remplie. Le groupe affiche une hausse de ses revenus de 23 % à 213 millions d'euros en 2021. Depuis 2019, Paredes a gagné 40 millions d'euros de revenus et anticipé d'un an son objectif

du plan Défi2022. « Cette réussite s'explique par le fait que nous sommes parvenus à compenser la baisse des prix des produits par des gains de parts de marché et par le fait que nous avons une maîtrise de la supply chain. Aujourd'hui, nous pouvons nous vanter de n'avoir quasiment aucune rupture dans nos distributions », détaille François Thuilleur. Paredes compte pour 50 millions d'euros de stock, prêt à être livré. Un changement d'habitude pour ce patron qui travaillait auparavant dans le secteur automobile, plutôt adepte d'une organisation en flux tendu. L'autre raison de ce succès est le recentrage des activités de l'entreprise vers des secteurs considérés comme stratégiques : la santé, l'industrie pharmaceutique, l'agroalimentaire et les collectivités. Une stratégie qui a fait ses preuves ces dernières années et qui pousse son dirigeant à passer

la vitesse supérieure. Objectif : doubler de taille d'ici 2030 et atteindre les 500 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le projet est simple : « Nous disposons d'une enveloppe de 200 millions d'euros pour réaliser des acquisitions de distributeurs en Europe », note François Thuilleur. Dans sa cible, des sociétés de distributions en Suisse, en Allemagne et au Bénélux. « Nous finalisons actuellement le rachat d'une société en Suisse qui réalise entre 5 à 10 millions d'euros de chiffre d'affaires », précise-t-il. Un premier pied en Suisse, attendu dès le mois de juin, alors que l'entreprise travaille aujourd'hui à 90 % en France et 10 % en Italie.

6 MILLIONS D'EUROS INVESTIS À RENNES

En parallèle, pour conforter sa supply chain, Paredes investit. Une enveloppe de 6 millions d'euros est engagée cette année à côté de Rennes pour multiplier par trois les capacités de stockage avec son outil logistique Ker Paredes. À Genas (Rhône), l'ETI a également investi 520 000 euros dans une ligne de fabrication de savon désinfectant. « Ces investissements apportent de la sécurité, défend François Thuilleur. Le grand enseignement de la crise que nous avons traversé en 2020 est simple : il faut que l'Europe soit autosuffisante ». Alors que Paredes produit 20 % de son offre catalogue, l'enjeu du distributeur est aussi de participer à limiter la dépendance à l'Asie en accompagnant des industriels en France et en Europe. « Nous le faisons déjà avec plusieurs acteurs en lien avec l'État », dévoile-t-il.

Pierre Lelièvre



Les travaux d'agrandissement de la plateforme logistique du groupe King Jouet devraient s'achever en septembre.

© KING JOUET

KING JOUET DOUBLE SA SURFACE LOGISTIQUE EN ISÈRE

Le distributeur isérois de jouets et jeux King Jouet a lancé début mai l'agrandissement de sa plateforme logistique de Rives, en Isère, destinée à accompagner la croissance du groupe.

Avec un chiffre d'affaires en progression de 38 % à 400 millions d'euros HT, le distributeur isérois King Jouet a réalisé un exercice 2021 record. Des bons résultats à périmètre constant qui s'expliquent par la consolidation de l'acquisition de l'enseigne belge Maxi Toys, reprise en août 2020, et par l'évolution du modèle commercial. Le groupe a non seulement investi dans le digital, mais aussi développé de nouveaux formats de magasins urbains (boutiques de centres-villes) et déployé une nouvelle expérience client dans les magasins situés en périphéries.

UNE NOUVELLE PLATEFORME POUR ACCOMPAGNER LA CROISSANCE

Pour accompagner cette croissance, le président de King Jouet,

Philippe Gueydon, a posé, le 5 mai, la première pierre symbolique du grand chantier de l'année 2022 : l'agrandissement de la plateforme logistique de Rives (Isère), qui fera passer le bâtiment de 24 000 m² à 42 000 m², réalisé par le constructeur GSE. « Cela nous permettra d'absorber la croissance de notre activité et de couvrir nos besoins pour les 3 à 5 prochaines années », indique Philippe Gueydon.

« De plus, par rapport à une enseigne traditionnelle, le digital occupe davantage de surface logistique : nous devons donc répondre à l'essor de cette partie de notre activité. » Le nouvel entrepôt, qui devrait être livré en septembre prochain, nécessite un investissement d'environ 18 millions d'euros, incluant notamment l'installation de panneaux photovoltaïques en toiture sur une surface de 18 000 m².

À l'horizon 2023-2024, cette plateforme devrait employer 90 employés en période basse et 220

à 230 personnes en période haute. Activité par essence saisonnière, le commerce du jouet se concentre pour moitié de mi-novembre à fin décembre. Les salariés de la plateforme logistique sont donc, eux aussi, saisonniers et suivent la même trajectoire avec actuellement, en période basse, une soixantaine de salariés, contre environ 150 en période haute.

UNE CROISSANCE PÉRENNE

Malgré les incertitudes conjoncturelles (inflation, guerre en Ukraine, confinements en Chine...), King Jouet devrait continuer sa progression. « Nous ne sommes pas inquiets car nous pouvons nous appuyer sur des fondamentaux qui nous permettent d'être performants. Le jouet reste un marché refuge en période de tensions et de doutes. De plus, la crise sanitaire a contribué à renforcer les valeurs de la famille et les choix de consommation ne devraient pas affecter le jouet », estime Philippe Gueydon.

La confiance règne donc dans le secteur qui a enregistré une croissance de 8 % sur les deux années de crise sanitaire. « Nous restons convaincus que cette croissance est solide et qu'elle se consolidera jusqu'en 2024. Le marché ne devrait pas reculer. Nous estimons plutôt qu'il se stabilisera sur un palier en 2022 et 2023 », ajoute le président du groupe familial isérois. King Jouet pourrait même conquérir des parts sur un marché « flat » car certains concurrents rencontrent des difficultés, à l'image de la grande distribution qui se recentre sur l'alimentaire. Le distributeur isérois vise donc une nouvelle croissance à deux chiffres cette année, « autour de 10 à 15. Mais le résultat sera nécessairement amoindri par la hausse de nombreux coûts : transports, énergie... », conclut Philippe Gueydon.

Marie Paturel



Pascal Michaud, président de CEPM Industrie projette une nouvelle acquisition dans les mois à venir.

CEPM INDUSTRIE MET LE CAP SUR L'ÉNERGIE

Le groupe CEPM Industrie, fabricant ligérien d'outillages et systèmes mécaniques, poursuit sa stratégie de croissance externe. La prochaine cible devrait lui permettre de se diversifier dans le nucléaire et plus globalement l'énergie.

Après l'automobile, l'aéronautique et la défense, le groupe CEPM Industrie (40 salariés ; 6,8 M€ de CA en 2021) vise une nouvelle diversification de ses activités. Constitué suite aux rachats de trois sociétés - CEPM Industrie en 2010 et SHMP en 2013, toutes deux basées à Saint-Priest-en-Jarez dans la Loire, et Soremp, dans l'Essonne, en 2017 - le fabricant ligérien d'outillages et systèmes mécaniques entend désormais s'attaquer aux marchés du nucléaire et plus globalement de l'énergie.

CROISSANCE EXTERNE EN VUE

« On le voit avec les conséquences de la guerre entre la Russie et l'Ukraine, la question de notre indépendance énergétique est un enjeu fort. Ce sont des marchés

avec des programmes à très long terme qui sont peu sensibles aux crises, a contrario de l'automobile ou de l'aviation civile qui ont été lourdement impactées par la crise sanitaire », justifie le président du groupe Pascal Michaud. En 2020, le groupe ligérien, fournisseur de rang 1 des Safran et autres Airbus, a été frappé de plein fouet par l'arrêt des commandes dans l'aéronautique, subissant du même coup un trou d'air dans son activité globale de plus de 20 %. « Heureusement, nous avons réussi à compenser un peu avec l'aviation militaire et la prise de commandes chez Nexter (groupe d'armement ayant un site à Roanne, NDLR) », précise le dirigeant. Pour s'affranchir de telles variations, le groupe CEPM Industrie projette de s'adjointre de nouvelles

compétences pour accélérer sur les marchés de l'énergie. « Nous allons procéder dans les mois à venir à une nouvelle opération de croissance externe qui nous apportera de la complémentarité dans nos savoir-faire et nous permettra d'accélérer sur le nucléaire et l'énergie », confie Pascal Michaud.

600 000 EUROS INVESTIS POUR RESTER EN POINTE

Pour faciliter les synergies, le président de CEPM Industrie devrait privilégier une cible locale. « Nous avons la chance d'avoir dans la région un écosystème mécanicien très riche. Mon souhait est donc d'intégrer dans notre groupe une entreprise locale, qui porte nos valeurs et qui viendra compléter notre gamme », précise le dirigeant.

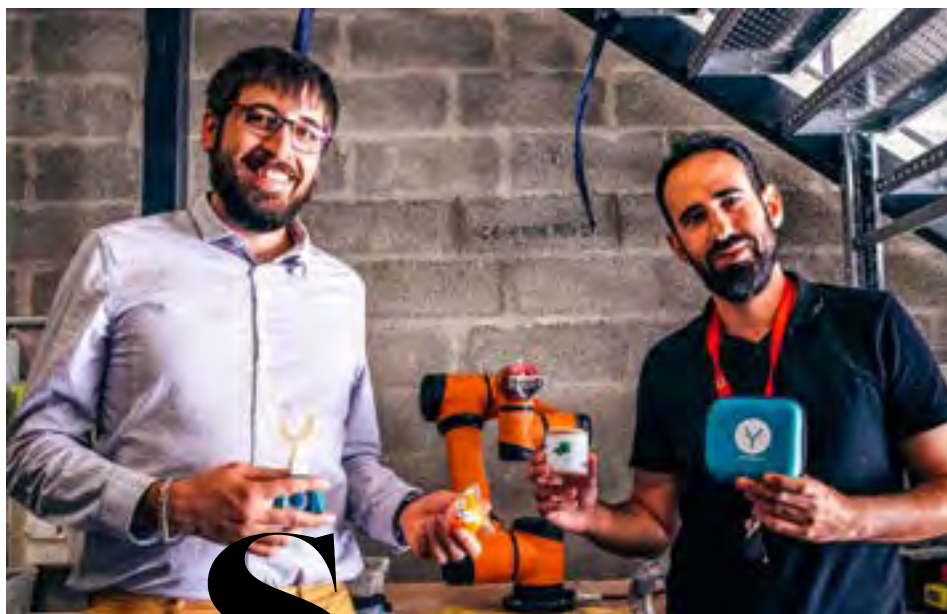
En attendant, CEPM Industrie a déjà investi « près de 600 000 euros dans du matériel pour rester à la pointe de la technologie, répondre à la croissance de son carnet de commandes (7,5 M€ de chiffre d'affaires escompté en 2022) et préparer son entrée sur de nouveaux marchés.

« Nous avons investi dans une machine à graver laser, une machine de découpe à fil de haute précision, ainsi qu'une machine à électroérosion à fil et une machine 5 axes avec un robot », détaille Pascal Michaud. Et de poursuivre : « Nous avons aussi beaucoup investi dans l'humain avec récemment cinq nouvelles embauches qui nous permettent de répondre aux exigences de plus en plus importantes de nos clients notamment en termes de traçabilité et de grappe documentaire ». Habitué à répondre aux cahiers des charges pointilleux des gros donneurs d'ordres, le groupe ligérien, déjà certifié ISO 9001 et EN 9100 (pour l'aéronautique), ne devrait avoir aucun mal à se fondre dans le moule du nucléaire et de l'énergie. « Nous cochons toutes les cases pour aller sur ces marchés exigeants », assure Pascal Michaud.

Gilles Cayuela

Y-BRUSH STIMULE LA PRODUCTION DE SA BROSSE À DENTS ÉLECTRIQUE

La start-up lyonnaise Y-Brush vient de se doter d'une nouvelle usine et projette d'investir 10 millions d'euros sur les cinq prochaines années pour augmenter les capacités de production de la seule brosse à dents électrique fabriquée en France.



Christophe Cadot et Benjamin Cohen, les deux cofondateurs de la brosse à dents électrique made in France Y-Brush.

Se brosser parfaitement les dents en seulement 10 secondes... C'est possible grâce aux 35 000 petits filaments en nylon de la brosse à dents électrique en forme d'Y développée depuis 2017 par la start-up lyonnaise Y-Brush (28 salariés). Fondé à Lyon par Benjamin Cohen et Christophe Cadot, le seul fabricant français de brosse à dents électrique est aujourd'hui en pleine ascension grâce à sa technologie révolutionnaire qui assure un brossage simultané sur l'ensemble des faces des dents. Une technologie brevetée qui a semble-t-il trouvé son public puisque Y-Brush a vu son chiffre d'affaires se multiplier par trois entre 2020 et 2021. « Nous sommes passés de 20 000 unités vendues à 60 000 cette année », confirme Benjamin Cohen, qui préfère garder le montant du chiffre d'affaires de sa société secret.

Pour accompagner cette croissance, la jeune entreprise a emménagé en début d'année à Caluire-et-Cuire, « dans une nouvelle usine 10 fois plus grande que notre petit atelier », précise le cofondateur. Elle y a installé sa chaîne de production avec la ferme intention d'atteindre « 150 000 à 180 000 unités en 2022 ». Une première étape avant une montée en puissance qui s'annonce prometteuse.

10 MILLIONS D'EUROS D'INVESTISSEMENT

Sur les 5 prochaines années, les deux codirigeants projettent d'investir 10 millions d'euros pour augmenter leurs capacités de production et développer leur business. « Nous prévoyons d'installer une seconde ligne de production sous 12 à 18 mois et une troisième sous trois à quatre ans. L'objectif étant d'arriver à produire un million d'unités par an à

cinq ans », confie Benjamin Cohen. Avec les produits annexes, eux aussi produits en France (dentifrice en tube, à croquer, fil dentaire en plastique recyclable, etc.), Y-Brush projette d'atteindre à cette date les « 40 millions d'euros de chiffre d'affaires ».

CAP SUR LES RÉSEAUX D'ENSEIGNES HIGH-TECH ET LES PHARMACIES

Pour y parvenir, la start-up lyonnaise mise sur le développement de son réseau de distribution. « Nous avons démarré par la vente en ligne sur notre site web mais notre stratégie est aujourd'hui omnicanal. Nous sommes désormais présents sur Amazon, Fnac-Darty et Boulanger en ligne et dans quelques semaines dans leurs boutiques physiques », explique Benjamin Cohen.

Si Y-Brush vise dans un premier temps les réseaux d'enseignes high-tech, la jeune entreprise pourrait rapidement faire son apparition dans les pharmacies et parapharmacies. « Nous sommes actuellement en phase de test dans les pharmacies », confie le dirigeant, qui entend appliquer la même stratégie de développement à l'international. « D'abord la vente en ligne, ensuite les réseaux d'enseignes high-tech et les pharmacies et parapharmacies », résume Benjamin Cohen. Présent dans plus de 50 pays via la vente en ligne, Y-Brush réalise déjà 30 % de son chiffre d'affaires à l'international et projette de « dépasser les 50 % à 5 ans ». Une ambition qui devrait permettre à Y-Brush de changer de taille avec un effectif qui pourrait atteindre « 120 à 150 salariés ».

Gilles Cayuela



ÖkoFEN a investi 6 millions d'euros dans son nouveau siège social, entièrement en bois.

ÖKOFEN DYNAMISÉ PAR LES TENSIONS SUR L'ÉNERGIE ET LES AIDES À LA RÉNOVATION

Le spécialiste des chaudières à granulés de bois ÖkoFEN France, qui double chaque année son chiffre d'affaires depuis 2018, vient d'investir 6 millions d'euros dans un nouveau siège social à Saint-Badolph, en Savoie.

Une surface comprenant 900 m² de bureaux, 3 000 m² d'entrepôt, un espace de formation, un showroom. Un soin prononcé pour l'optimisation énergétique (panneaux photovoltaïques, isolants biosourcés, chauffage central à granulés, récupération des eaux de pluies). Le tout, entièrement en bois. Pour son nouveau siège social basé à Saint-Badolph, en Savoie, ÖkoFEN France (85 salariés, 85 M€ de chiffre d'affaires en 2021) a vu les choses en grand. Deux fois plus grand. La filiale de la PME autrichienne ÖkoFEN, qui conçoit et fabrique des chaudières à granulés, a investi 6 millions d'euros pour doubler sa surface.

UN CHIFFRE D'AFFAIRES DOUBLÉ CHAQUE ANNÉE

Une extension qui était devenue nécessaire, au vu de la croissance de cette filiale, implantée dans l'Hexagone depuis vingt ans. Depuis quelques années, le marché des chaudières à granulés de bois connaît une belle croissance, portée par les aides publiques à la rénovation énergétique. « Depuis 2018, ÖkoFEN France double son chiffre d'affaires chaque année », explique le directeur général, Thomas Perrissin. Celui-ci est passé de 43 millions d'euros en 2020 à 85 millions d'euros en 2021. L'an prochain, il devrait atteindre 100 à 120 millions d'euros. Pour accompagner cette croissance, la société a intégré une vingtaine de collaborateurs l'an passé. Cette année, une dizaine devrait la rejoindre. Et la tendance ne devrait pas s'inverser. Il y a deux mois encore,

au début de la guerre en Ukraine, lorsque les craintes liées à la hausse des prix de l'énergie ont commencé à émerger, les demandes de devis enregistrés par ÖkoFEN France ont bondi. En 2008, déjà, lorsque le prix du fioul avait dépassé pour la première fois la barre symbolique de 1 euro le litre, les commandes avaient afflué. Pour cette entreprise, les tensions sur les prix des énergies fossiles constituent un fort accélérateur.

4 MILLIONS DE CHAUDIÈRES FIOUL À REMPLACER

Par ailleurs, le gouvernement a affiché sa volonté de sortir du chauffage au fioul à l'horizon 2028. « Actuellement, ce sont encore près de 4 millions de chaudières au fioul qui sont installées, précise Thomas Perrissin. C'est un marché énorme. » Et la nouvelle réglementation environnementale (RT 2020), en vigueur pour la construction de tout bâtiment neuf depuis janvier 2022, ouvre de nouvelles perspectives à la filiale française. Si bien qu'ÖkoFEN France constitue aujourd'hui le premier marché de la maison mère et concentre près de 40 % de la production autrichienne. Certains facteurs pourraient toutefois freiner l'envolée d'ÖkoFEN. Les problématiques d'approvisionnement, d'abord. « La guerre en Ukraine génère de fortes tensions sur l'acier, précise notamment Thomas Perrissin. Sur certaines pièces, nous ne recevons pas la moitié de nos stocks habituels. » L'approvisionnement en composants électroniques et plastiques est également incertain. Une carence en chauffagistes pourrait aussi faire obstacle à la croissance de l'entreprise. « Depuis un peu plus d'un an, notre réseau d'installateurs est saturé. Il faudrait redonner de l'attractivité au métier de chauffagiste, qui manque cruellement de main-d'œuvre », appelle de ses vœux le directeur général.

Déborah Berthier

L'APPLICATION CITOYENNE ILLIWAP EN ROUTE VERS L'INTERNATIONAL

Après avoir séduit les communes françaises durant la crise sanitaire, l'application mobile d'informations aux citoyens Illiwap devrait bientôt faire ses premiers pas sur le marché européen.

Lancée en 2017 par le groupe stéphanois Diagram informatique (60 salariés ; 5,5 M€ de CA en 2021), l'application mobile d'alertes, d'informations et de participation citoyenne Illiwap poursuit son ascension. Passée du statut de marque à celui de filiale en juin 2020, l'entité dirigée par Julia Sahuc fait partie des grands gagnants de la crise sanitaire. « Auparavant, les élus ne voyaient pas forcément l'intérêt de matérialiser la communication citoyenne. Le confinement a changé la donne. Ils ont éprouvé le besoin de créer du lien et de communiquer avec leurs concitoyens sur les consignes de déplacement, les tests, etc. », explique la directrice générale d'Illiwap. Résultat, l'application mobile citoyenne a multiplié par trois son nombre de clients en quelques semaines. « Nous sommes passés de 300 communes clientes à 900 durant le premier confinement pour ensuite poursuivre une croissance qui fait qu'Illiwap est désormais utilisée par 1 500 communes en France », précise Julia Sahuc, à la tête d'une équipe de 9 personnes (7 salariés et 2 alternants).

CAP SUR LE MARCHÉ EUROPÉEN

Concurrencée par deux autres acteurs sur le marché français, Illiwap est toutefois la première application mobile citoyenne en nombre d'utilisateurs « avec plus de 500 000 téléchargements. Ce qui veut dire qu'elle plaît », précise Julia Sahuc.



Julia Sahuc, la directrice générale d'Illiwap, l'application mobile d'information à destination des citoyens, filiale du groupe stéphanois Diagram Informatique.

du chiffre d'affaires d'Illiwap » pour ses premiers pas à l'international.

33 PAYS CIBLÉS GRÂCE À SMART CITY GALAXY

Pour réussir son démarrage à l'export, la filiale du groupe Diagram Informatique va aussi pouvoir compter sur son entrée récente dans le référentiel Smart City Galaxy, développé par la société rémoise Chochoy Conseil. « Ce référentiel est un réseau de distribution qui se présente comme une sorte de catalogue de solutions numériques pour les smart cities. C'est un peu comme une centrale d'achat mais en plus light car il n'y a qu'un seul prestataire par thématique. Et Illiwap a été retenue dans les outils de gestion de la relation citoyenne », se félicite Julia Sahuc. Et d'ajouter : « Concrètement, cela veut dire qu'Illiwap va être proposée dans 33 pays et bénéficier de la force de frappe d'un réseau de plus de 250 commerciaux ».

Pour poursuivre sa croissance et « atteindre rapidement le million d'euros de chiffre d'affaires » (contre 500 000 € aujourd'hui), Illiwap prévoit aussi de sortir d'ici à la fin de l'année une version de son application mobile destinée à la communication interne des PME de 50 à 500 salariés. « L'idée est de proposer une appli mutualisée comme pour Illiwap et ensuite un produit en marque blanche pour les entreprises qui souhaitent et ont les moyens d'avoir leur propre outil et/ou qui veulent de la personnalisation », complète la dirigeante.

Gilles Cayuela

Confortée dans son modèle par l'engouement croissant des collectivités et des utilisateurs, Illiwap entend bien poursuivre son maillage territorial, en France mais aussi à l'étranger. « Nous allons allouer des ressources pour attaquer dès 2022 le marché européen en ciblant dans un premier temps plutôt les pays limitrophes où l'on parle le français. Ces pays ont les mêmes problématiques de communication avec les citoyens que nous », argumente la jeune dirigeante, qui envisage d'investir « 10 à 15 %

© GEDRIC VAZILLE

— Déborah Guillotin-Thyarion, directrice de My English School

« J'AI RELANCÉ MY ENGLISH SCHOOL AU BORD DE LA FAILLITE »

Lâché en pleine crise sanitaire par son actionnaire italien, le centre de formation à la langue anglaise My English School Lyon a été repris par sa directrice Déborah Guillotin-Thyarion. Elle a réussi à trouver les ressources et le bon modèle pour remettre l'entreprise sur de bons rails.



Déborah Guillotin-Thyarion a repris le centre de formation à l'anglais My English School Lyon en pleine pandémie.

Fondé en 2011, le groupe italien My English School décide en 2018 d'implanter son premier centre de formation en France, à Lyon, avec à sa tête Déborah Guillotin-Thyarion en charge du développement global de la marque sur l'ensemble du territoire. Deux ans plus tard, alors que l'épidémie de Covid-19 sévit, le centre de formation à l'anglais se retrouve en grande difficulté financière. « Le centre n'était pas rentable. La première année nous avons perdu 360 000 euros. À l'époque, le système de financement de la formation géré par les OPCO (opérateurs de compétence) ne nous était pas favorable. Il fallait attendre deux à trois mois pour obtenir l'accord de financement des OPCO et nous n'étions payés, pour une formation d'un an, que 8 à 9 mois après la formation. Bref, il fallait près de deux ans de trésorerie pour fonctionner correctement. Et avec l'arrivée de

la pandémie, notre actionnaire italien a pris la décision de fermer le centre de Lyon. Il avait une soixantaine d'autres centres à sauver en Italie et en Espagne », relate M^{me} Guillotin-Thyarion.

UNE TRÉSORERIE REMISE À FLOT

Convaincue de pouvoir redresser la barre d'un navire à la dérive, la directrice du centre décide de reprendre l'entreprise aux Italiens en s'associant à son directeur des études, Fabio Grandi. « Les Italiens nous ont cédé la société en crédit-vendeur, sans caution personnelle, et ont abandonné la créance de 360 000 euros. Ma compagne a investi dans la société pour remettre les comptes à zéro. J'ai aussi fait une médiation avec la Banque de France pour obtenir 70 000 euros de PGE, qui nous avait été refusé car nous n'étions pas rentables. Au final, nous sommes repartis avec 100 000 euros de trésorerie »,

détaille M^{me} Guillotin-Thyarion. L'assainissement des comptes ne garantissant pas la réussite de son entreprise et la pérennité des six emplois sauvés, la dirigeante décide de renégocier tous les contrats avec ses partenaires et fournisseurs et de revoir le modèle économique de My English School, dont elle a conservé l'exploitation de la marque sur le territoire français.

UNE OFFRE REPENSÉE

« La montée en puissance de la plateforme MonCompte Formation nous a bien aidés. L'accord de financement est désormais instantané et on reçoit 25 % du montant de la formation dans les 30 premiers jours et le reste au maximum 30 jours après la fin de la formation. Notre trésorerie s'en est trouvée soulagée mais ce n'était pas suffisant. Nous avons donc repensé l'ensemble de nos formations en y incluant des formules hybrides - présentiel et distanciel - et en réduisant les temps de formation de manière à être payé plus tôt. Ce qui n'empêche pas nos élèves de continuer à suivre nos cours après », explique M^{me} Guillotin-Thyarion, qui n'a pas perdu pour autant en compétitivité. « Nous donnions en moyenne deux à trois fois plus d'heures que nos concurrents et nous étions quatre fois moins cher », confie-t-elle. Ce nouveau modèle semble porter ses fruits. « En 2021, nous avons fait 750 000 euros de chiffre d'affaires contre 598 000 euros sur deux exercices avant notre reprise. Nous sommes désormais rentables et nous allons ouvrir un centre à Dijon en juin. Nous projetons aussi une ouverture début 2023 à Saint-Etienne et sans doute à Grenoble ou à Clermont-Ferrand en milieu d'année prochaine ».

Gilles Cayuela



Grégory Hospital, le PDG d'Abeilles & Environnement, lors d'une animation en entreprise.

© DR

ABEILLES & ENVIRONNEMENT PLACE DES RUCHES DANS LES ENTREPRISES

Lancée par un ancien pompier devenu apiculteur, Abeilles & Environnement propose un concept vertueux qui contribue à soutenir la biodiversité et la filière apicole tout soignant la RSE des entreprises.

Installer des ruches dans les entreprises pour favoriser la biodiversité tout en soutenant la filière apicole et en permettant aux entreprises de soigner leur RSE. C'est le projet porté par Grégory Hospital et l'entreprise Abeilles & Environnement basée à Brignais, dans le Rhône. Pompier professionnel pendant 17 ans dans la région lyonnaise, Grégory Hospital a décidé de quitter son costume d'homme du feu il y a 6 ans pour endosser celui d'apiculteur en créant le Ruchier de Tarentaise, dans la Loire. « Comme tout bon chef d'entreprise, je ne voulais pas mettre tous mes œufs dans le même panier. J'ai donc cherché un projet qui ait du sens et qui me permette

d'aider aussi les collègues de la filière, qui ont très souvent du mal à joindre les deux bouts », raconte l'entrepreneur.

DEUX ANIMATIONS PAR AN

C'est là qu'est née l'idée d'installer des ruches dans les entreprises. Un projet qui combine avantageusement « soutien à la filière apicole, à la biodiversité et outil de communication pour les entreprises », synthétise Grégory Hospital. Et pour cause, pour mener à bien cette mission, Abeilles & Environnement s'appuie sur les apiculteurs locaux. « On les forme au bio et on les rémunère pour chaque ruche installée et gérée. Ils récupèrent la moitié du miel pour eux, le reste revenant à l'entreprise, et en prime cela leur permet d'augmenter leur cheptel. Un apiculteur qui gère 40 à 50 ruches pour nous, va gagner en moyenne 10 000 euros par an. Pour un api-

culteur de taille moyenne, cela lui permet de doubler son revenu », expose le PDG d'Abeilles & Environnement.

L'entreprise, elle, s'engage activement en faveur de la biodiversité, peut communiquer dessus auprès de ses clients et fournisseurs, mais aussi auprès de ses équipes en interne puisque l'offre de base proposée par Abeilles & Environnement lui donne accès à deux animations par an avec ses salariés par l'apiculteur. « Cela permet de créer de la cohésion au sein des équipes en rassemblant les managers et collaborateurs autour d'un projet qui sensibilise tout le monde car sans l'abeille, 80 % des fruits et légumes sont amenés à disparaître », argumente Grégory Hospital.

CROISSANCE EXPONENTIELLE

L'entreprise récupère aussi la moitié du miel des ruches soit 50 pots de 250 grammes par ruche et par an. Des pots qu'elle peut ensuite distribuer à ses clients en lieu et place de goodies souvent venus d'Asie. « Au total cela représente 200 pots par an car notre offre de base repose sur 4 ruches. C'est le minimum pour avoir un impact sur l'environnement, une quantité suffisante de miel et aussi un intérêt économique pour l'apiculteur », précise le dirigeant.

Lancée début janvier, la commercialisation des ruches a déjà séduit près de 70 entreprises en Rhône-Alpes, qui se sont engagées sur des contrats de 5 ans. Une récurrence nécessaire pour pérenniser le modèle économique d'Abeilles & Environnement. « C'est un modèle exponentiel. En 2022, nous prévoyons de faire entre 500 000 et 600 000 euros de chiffre d'affaires et de doubler l'année suivante », confie le PDG. Avec des perspectives de développement dès 2023 sur « Bordeaux, le Grand Est et peut-être Montpellier », Abeilles & Environnement vise les « 10 millions d'euros de chiffre d'affaires à 7 ans », conclut Grégory Hospital.

Gilles Cayuela

TALPAD INSTALLE DES ÉCRANS PUBLICITAIRES DANS LES ASCENSEURS

Lancée en 2021, la start-up lyonnaise Talpad veut diffuser des spots publicitaires de commerces de proximité et les messages des syndicats dans les ascenseurs des copropriétés.



Les écrans proposés par Talpad s'installent directement dans les ascenseurs des copropriétés.

Qui n'a jamais baissé les yeux lors d'un trajet en ascenseur pour fuir une éventuelle conversation avec ses voisins ? Pour éviter ces moments gênants, la start-up lyonnaise Talpad propose d'installer des écrans dans les ascenseurs pour diffuser en alternance des spots publicitaires et des informations à destination des copropriétaires. Le principe est de diffuser six vidéos par minute : quatre étant réservées à de la publicité et deux autres à des messages internes à la copropriété. Les spots publicitaires seront ciblés selon la typologie et la localisation de l'immeuble et dureront une dizaine de secondes chacun.

UNE SOLUTION POUR LES COMMERCES, SYNDICS ET COPROPRIÉTAIRES

« Nous visons des annonceurs intéressés par l'hyper sélectivité de la zone de publicité, comme les commerces de proximité », détaille Gaëtan Héritier, fonda-

teur de Talpad, qui explique également la possibilité de faire évoluer les spots selon certains critères, comme l'heure de la journée. Selon lui, les commerçants pourraient remplacer le publipostage par ce mode de communication plus « écologique ». Quant aux syndicats et aux agences, ils « peuvent aussi se servir de cet espace pour communiquer sur la date de la prochaine assemblée générale, les travaux à venir... » explique Gaëtan Héritier, qui insiste sur le gain de temps et la réactivité offerts par cette manière de communiquer.

Une solution que les habitants eux-mêmes peuvent adopter en s'emparant de cet espace comme d'un affichage interactif pour tous types de messages comme la date de la fête des voisins ou leurs propositions de baby-sittings. D'un point de vue pratique, les syndicats et les copropriétaires ont accès à une plateforme dédiée

pour publier le contenu : texte, image, vidéos, ou utilisation de templates (trames de fonds) accessibles sur la plateforme.

UNE ÉCONOMIE SUR LES CHARGES ANNUELLES

Pour convaincre les copropriétés d'installer ces écrans dans leurs ascenseurs, Talpad se chargera de financer le matériel, son installation et sa maintenance. Le modèle économique de cette régie publicitaire d'un nouveau genre s'appuie donc sur les recettes générées par la publicité diffusée. Les annonceurs sont recrutés et peuvent également être accompagnés dans leur création de contenu par la start-up. Une petite partie des recettes est également redistribuée aux copropriétés — selon le pourcentage négocié à la signature du contrat — qui pourrait correspondre à une économie de près de 5 % sur les charges annuelles, selon la start-up.

500 À 700 ÉCRANS D'ICI LA FIN DE L'ANNÉE

Si Talpad a été fondé en janvier 2021, les premiers écrans n'ont pu être installés qu'à la fin de l'année dernière. En cause, les pénuries sur les composants qui ont retardé la mise en œuvre des contrats signés dès le mois de mars. Une cinquantaine d'écrans sont déjà mis en place à Lyon et à Rennes, avec un objectif entre 500 et 700 écrans d'ici la fin 2022. Aujourd'hui seul associé fondateur, Gaëtan Héritier, jeune ingénieur venu du secteur de l'ascenseur, travaille avec deux collaborateurs. Il prévoit l'ouverture de nouveaux postes à la fin de l'année, puis ambitionne une levée de fonds pour accélérer le développement de Talpad.

Coline Béard



Thomas Gounot et Arthur Rocle entendent faire de leur plateforme Campsider le « Backmarket » de l'outdoor.

cation mobile. « En 2023, nous espérons également nous étendre dans d'autres pays d'Europe », précise sans plus de détails Arthur Rocle, cofondateur de Campsider avec Thomas Gounot.

VITESSE ET DIFFÉRENCIATION

Cette levée de fonds répond également à une volonté de développement accéléré dans un contexte de plus en plus concurrentiel. En effet, six mois après la création de Campsider, une plateforme similaire, Barooders, était elle aussi lancée en Haute-Savoie avec des ambitions tout aussi élevées. Le marché des équipements pour les activités outdoor de seconde main commence donc à se structurer et pousse les cofondateurs de Campsider à conserver leur avance.

« Nous étions les premiers sur le marché et l'arrivée de concurrents nous pousse évidemment à aller vite, confirme Arthur Rocle. Grâce à notre lancement précoce, nous conservons une avance sur les deux moteurs du business que sont le nombre d'inscrits et le nombre de produits sur la plateforme. »

Actuellement leader en France avec 60 000 membres dans sa communauté et 50 000 produits, Campsider cultive trois axes de différenciation : d'une part, le contrôle physique des produits grâce à des ateliers partenaires ; d'autre part, une collaboration exclusive avec certains ateliers ; enfin, de nombreux partenariats avec des marques, qui devraient rapidement s'élever à une vingtaine. « Au début, les marques s'interrogeaient, mais aujourd'hui elles accueillent très bien nos propositions de partenariat car elles comprennent la valeur économique et écoresponsable de ce marché », plaide Arthur Rocle. D'ici fin 2022, Campsider prévoit d'atteindre 100 000 produits disponibles et 150 000 membres, pour cumuler 6 millions d'euros de volume d'affaires en 2023.

Marie Paturel

CAMPSIDER LÈVE DES FONDS POUR FAIRE LA COURSE EN TÊTE

La boutique en ligne d'équipements de sports de plein air de seconde main Campsider, créée fin 2020 à Annecy, a bouclé début avril une levée de fonds de 2 millions d'euros. Une manne nécessaire pour conserver son avance dans un secteur de plus en plus concurrentiel.

Après seulement un peu plus d'un an d'existence, la boutique en ligne d'équipements d'occasion pour les sports et activités de plein air (outdoor) Campsider a bouclé le 7 avril une levée de fonds de 2 millions d'euros. La jeune entreprise, créée fin 2020 à Annecy et siégeant désormais à Sainte-Foy-lès-Lyon (Rhône), a réuni ces fonds auprès de Founders Future et de personnalités du monde du sport outdoor (notamment Xavier Le Guen, DG de la division Winter Sports Equipment de Salomon, et Antoine Aubour, directeur marketing de la société des Ultra Trails du Mont-Blanc) et de la tech (Vestiaire Collective,

Selency, Mangopay...). Cette enveloppe devrait permettre à la plateforme dédiée aux équipements de seconde main d'étendre son offre à de nouveaux sports.

DOUBLER LE NOMBRE DE SALARIÉS

Présent sur le ski, la randonnée, le trail-running et l'escalade-alpinisme, la start-up vise de nouvelles activités, comme le VTT ou le paddle. Les 2 millions d'euros levés devraient aussi permettre de recruter pour doubler les équipes basées à Paris et Annecy, en passant de 8 à 15 collaborateurs, mais aussi d'investir massivement en marketing pour gagner en notoriété et développer le site internet ainsi qu'une appli-

MY ENERGY MANAGER VEUT FAIRE BAISSER LA FACTURE D'ÉLECTRICITÉ

La start-up lyonnaise My Energy Manager lance une gamme de services et solutions connectées dédiée aux collectivités locales pour créer des communautés de consommateurs d'énergie permettant la maîtrise de leur consommation en électricité.



My Energy Manager a signé un accord de distribution exclusive avec le britannique Chameleon Technology pour le compteur connecté déporté nrLink.

Fondée à Lyon en 2020 par Antony Parsons et Pierre-Emmanuel Martin - par ailleurs PDG du groupe de centrales solaires Terre et Lac -, la start-up My Energy Manager (955 550 € de capital social ; 10 salariés) veut agir sur la consommation d'électricité des Français. Ancrée dans la transition énergétique, la société se veut comme un tiers de confiance entre d'une part les collectivités locales et les fournisseurs d'électricité pour faire baisser la facture des administrés.

JUSQU'À 30 % D'ÉCONOMIE

« Aujourd'hui, la majorité des Français sont chez EDF alors qu'il existe un nombre important de fournisseurs d'énergie. Mais le système est complexe à appréhender et les clients préfèrent faire confiance à l'acteur historique qui joue alors ce rôle de tiers de confiance », détaille Antony

Parsons. Avec sa solution de « communautés énergétiques », My Energy Manager adresse les collectivités locales à travers le programme La Boucle Locale en fournissant une palette de services aux collectivités (plateforme dédiée, experts, tarifs d'électricité négociés) pour engager ses administrés dans une démarche de maîtrise de leur consommation énergétique. La promesse ? Des économies allant de 10 à 30 % sur leur facture. Selon Antony Parsons, ce gain est obtenu à la fois par des tarifs d'électricité négociés avec les fournisseurs mais également par la mise en place chez les particuliers d'un dispositif connecté au compteur Linky permettant de surveiller en temps réel sa consommation en kilowattheures (Kwh) mais également le coût de l'énergie. La start-up a conclu avec le britannique

Chameleon Technology un accord de distribution exclusive pour le compteur connecté déporté nrLink.

MINI-RÉGIES LOCALES

« Concrètement, les collectivités deviennent des mini-régies à l'échelle de leur territoire pour maîtriser la consommation en énergie », explique le dirigeant. Un premier contrat a été conclu avec la commune savoyarde de Faverges-Seythenex où une cinquantaine de particuliers sont engagés. « On vise à rassembler 500 personnes sur ce territoire », note Antony Parsons. La commune vient d'ailleurs d'investir dans une centrale solaire de 2,5 mégawatts-crête (mWc), dont 20 % de la production est destinée à la consommation des adhérents (particuliers et petites entreprises) de La Boucle Locale mis en place. D'autres programmes avec des communes de la région sont en cours de négociation. My Energy Manager a aussi signé avec la Communauté de communes de Saône Beaujolais pour embarquer à l'automne 10 000 adhérents.

Avec un modèle économique BtoBtoC, My Energy Manager se rémunère à la fois sur les abonnements signés par les particuliers auprès d'un fournisseur unique mais également auprès des collectivités selon les différents services qu'elle choisit. Après avoir passé neuf mois à développer la technologie et les services associés, les équipes de My Energy Manager s'attendent désormais au développement commercial pour convaincre clients et collectivités de prendre la main sur leur consommation énergétique.

Pierre Lelièvre

ISÈRE **ENERGIE**

Sylfen lève 10 millions d'euros pour accélérer la transition des bâtiments

Acteur de la transition énergétique des bâtiments, l'isérois Sylfen vient de boucler une levée de fonds de 10 millions d'euros, dont 7,4 millions d'euros de fonds propres, complétés par des financements non dilutifs. Un tour de table qui se traduit par l'entrée au capital du groupe Idec, de Supernova Invest, d'Elais Orium et du Crédit Agricole Alpes Développement (C2AD) aux côtés des actionnaires historiques CEA Investissement et InnoEnergy. Il va permettre à Sylfen d'accélérer ses recrutements et son déploiement commercial en France et dans les pays limitrophes.



© MASKOTT

LE-PUY-EN-VELAY **NUMÉRIQUE**

L'entreprise de Edtech Maskott lève 7 millions d'euros

La Edtech Maskott (3 M€ de CA en 2020), basée au Puy-en-Velay, vient de lever 7 millions d'euros. La Banque des Territoires, le Crédit Mutuel Arkéa via son fonds d'innovation sociétale We Positive Invest, UI Investissement, douze business angels ainsi que le directeur du business development de Maskott, Jérôme Pascal, investissent en fonds propres dans la société, aux côtés de la Banque Populaire Auvergne-Rhône-Alpes et de BNP Paribas. Cette levée de fonds va permettre à l'entreprise de développer sa plateforme numérique d'apprentissage Tactileo, qui espère séduire 50 % des enseignants d'ici à 5 ans.

ISÈRE **TECHNOLOGIES**

Kalray sécurise 10,7 millions d'euros de financement

Le spécialiste isérois des microprocesseurs intelligents Kalray (1,45 M€ de CA en 2021 ; +40 %) annonce avoir sécurisé 10,7 millions d'euros, dont 6,50 M€ décaisés immédiatement, par une émission obligataire composée d'une émission d'obligations convertibles et d'une émission d'obligations simples d'un montant de 4,20 M€, le tout souscrit par un groupe d'investisseurs européens. Ce financement intervient après le récent rachat de l'éditeur de logiciel britannique Arcapix Holding Ltd (80 salariés ; 7 M€ de CA), dans un contexte de forte croissance pour la société.

**RESTEZ CONNECTÉ(E)
À L'ACTUALITÉ
ÉCONOMIQUE
DE VOS TERRITOIRES**



Suivez-nous sur nos réseaux sociaux. Tous les jours, les dernières actualités économiques des entreprises de 9 régions, 68 départements.

LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES LANCE SON « G6 DE LA RELOCALISATION »

Composé de la vice-présidente de la région en charge de l'économie, des présidents de la CCI, du Medef, de la CPME et du directoire d'Auvergne-Rhône-Alpes Entreprises, et du directeur régional de la Bpifrance, le « G6 de la relocalisation » doit « favoriser la » reconquête de la souveraineté industrielle régionale ».



© DEBORAH BERTHIER

Le « G6 de la relocalisation » regroupe (de gauche à droite) : Franck Colcombet, président du directoire de l'agence Auvergne-Rhône-Alpes Entreprises, Jean-Pierre Bes, directeur régional de Bpifrance, Philippe Guérand, président de la CCI, Stéphanie Pernod, vice-présidente à la région en charge de l'économie, Jean-Luc Raunichier, président du Medef Auvergne-Rhône-Alpes, et François Turcas, président de la CPME régionale.

Soutenir la relocalisation des entreprises sur le territoire rhônalpin. C'est l'objectif du « G6 de la relocalisation », lancé mardi 10 mai 2022 par la région Auvergne-Rhône-Alpes. Ce nouvel organe s'inscrit dans le cadre du plan de relocalisation stratégique, lancé par la région en décembre 2021 et qui vise, moyennant un budget de 1,2 milliard d'euros, à créer 30 000 emplois industriels dans la région d'ici six ans.

Ce G6 regroupe six acteurs majeurs du monde socio-économique régional : Stéphanie Pernod, vice-présidente à la région en charge de l'économie, de la relocalisation et de la préférence nationale ; Philippe Guérand, président de la Chambre de commerce et d'industrie Auvergne-Rhône-Alpes ; Jean-Luc Raunichier, président du Medef Auvergne-Rhône-

Alpes ; le président de la CPME régionale (François Turcas, bientôt remplacé par Daniel Villareale) ; Franck Colcombet, président du directoire de l'agence Auvergne-Rhône-Alpes Entreprises ; et Jean-Pierre Bes, directeur régional de la BPI.

100 CHEFS D'ENTREPRISE AU SEIN D'UN CONSEIL DE LA RELOCALISATION

En pratique, le G6 a vocation à identifier et accompagner les projets de relocalisation — en particulier les projets structurants et positionnés sur des filières porteuses —, mais aussi à aider les entreprises déjà présentes sur le territoire à se développer. Il aura également pour mission de promouvoir ces projets. La CCI, le Medef et la CPME joueront notamment un rôle de maillage en région, visant à faire connaître les dispositifs existants et à repérer les entreprises, « les

pépites, comme les PME éloignées des métropoles », souligne Jean-Luc Raunichier. Philippe Guérand complète : « Nous voulons développer des réseaux d'entreprises qui vont permettre de favoriser l'achat local. »

L'agence Auvergne-Rhône-Alpes Entreprises, au-delà de son rôle de décryptage des dispositifs, d'orientation vers les bons interlocuteurs et de recensement du foncier, devrait également mettre sur pied un conseil de la relocalisation. Ce conseil, qui sera composé d'une centaine de chefs d'entreprise, représentatifs du tissu économique en termes de secteurs géographiques, de domaines d'activité et de tailles de société, constituera un organe consultatif, qui pourra être sondé afin d'affiner au mieux la stratégie de relocalisation. Ce conseil devrait par la suite être décliné en commissions thématiques.

101 PROJETS SOUTENUS EN 5 MOIS

« Nous devrions être capables de générer ces 30 000 emplois en quatre ans environ et non six, se félicite Stéphanie Pernod. En cinq mois, nous avons déjà permis la création de 3 100 emplois. » La Région a mis en place un dispositif réactif qui permet aux porteurs de projets d'obtenir une réponse sous deux semaines. Une commission se réunit tous les 15 jours pour évaluer les projets déposés. Depuis le mois de janvier, 378 dossiers ont été déposés. 101 projets ont été validés. Ce qui représente un investissement de 494 millions d'euros sur le territoire, « sans compter le soutien de la Région », précise la vice-présidente.

Déborah Berthier

PUY-DE-DÔME ADMINISTRATION

La douane implante son Service du Made in France à Clermont-Ferrand

La douane a implanté son Service de l'origine et du Made in France (SOMIF) à Clermont-Ferrand, début mai. Composé de six agents, le SOMIF rayonnera sur l'ensemble du territoire national. « Le choix d'implantation en Auvergne illustre la redynamisation des territoires portée par le gouvernement en ancrant un nouveau service dans une région dont l'emplacement géographique, hautement symbolique, est en résonance étroite avec les valeurs du Fabriqué en France », a justifié Olivier Dussopt, ministre délégué chargé des comptes publics.



© FIFTEEN

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES FINANCEMENT

Les levées de fonds dans la Tech en plein boom en Auvergne-Rhône-Alpes

Au premier trimestre 2022, les montants levés par la French Tech ont bondi. Avec 20 opérations (+33 %) et 109 millions levés (+78 %), Auvergne-Rhône-Alpes se classe à la seconde place des régions françaises en nombre de levées de fonds (derrière l'Île-de-France). Les levées de fonds les plus importantes ont été réalisées par Fifteen (transport ; 40 M€), Elicit Plant (clean tech ; 16 M€) et Hackuity (cybersécurité ; 12 M€). Le ticket moyen s'affiche à 5,45 M€ (+ 7,8 %).

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

IMMOBILIER

La région devant l'Île-de-France dans la commercialisation d'entrepôts

Au premier trimestre 2022, la région Auvergne-Rhône-Alpes s'installe comme le premier marché de France de l'immobilier logistique, selon le spécialiste du conseil en immobilier d'entreprise JLL. Avec 243 400 m² placés, soit un tiers du volume total du marché français, elle devance la région parisienne (26 % de la demande placée et 15 % des signatures). Cette performance singulière a été permise grâce à la commercialisation de 8 entrepôts dont 3 supérieurs à 50 000 m² (deux dans la Loire et un dans la Drôme).

Une nouvelle façon de lire VOTRE MENSUEL



Votre édition du Journal des Entreprises en version numérique

Retrouvez votre magazine numérique sur le site www.lejournaldesentreprises.com menu « **ma bibliothèque** » en mode connecté

**RÉSERVÉ
AUX
ABONNÉS**



— Jérémie Larson, membre fondateur du CESO

« LE CESO VEUT EXISTER ET PESER EN TANT QUE FILIÈRE »

Créé en 2020, en pleine crise sanitaire, le Collectif événementiel sportif outdoor (CESO) est devenu une association loi 1901. Son ambition : structurer une filière qui, avec des événements nombreux et d'envergure comme l'UTMB®, la Saintélyon, le marathon du Mont-Blanc, Run in Lyon ou encore Volvic Volcanic Experience, pèse économiquement en Auvergne-Rhône-Alpes.

Pourquoi et comment est né ce collectif ?

Le Collectif est né en 2020. Nous étions déjà conscients que la filière de l'événementiel sportif outdoor manquait de structuration, mais la crise sanitaire a souligné le fait que nous n'existions pas sur la scène politique. Par exemple, les salles de sport se sont fait entendre car elles sont organisées et possèdent un syndicat, tandis que les événements sportifs n'ont pu faire entendre une voix commune. Or nous souhaitons peser dans le débat public. Nous étions donc 13 membres

fondateurs, dont une bonne partie issue d'Auvergne-Rhône-Alpes, une région dynamique en matière d'événements sportifs outdoor, et des principales sociétés organisatrices, à porter ce projet de collectif. Le 11 mai, nous sommes devenus, lors d'une assemblée générale constitutive, une association loi 1901.

Quels sont les objectifs d'une telle structuration de la filière ?

Nous poursuivons trois objectifs. D'une part, nous souhaitons rassembler tous

les acteurs de la filière : organisateurs privés ou associatifs, prestataires tels que chronométreurs, speakers, plateformes d'inscription en ligne... La filière se caractérise par une très forte diversité. Il est donc important que le CESO unisse tous les acteurs concernés. D'autre part, nous voulons donner une existence officielle à nos problématiques et peser sur les politiques publiques. Enfin, le troisième objectif est de créer une communauté permettant à tous les acteurs d'échanger et de partager les bonnes pratiques. Nous avons ouvert plusieurs chantiers à fort enjeu pour la filière. Parmi eux, figure le débat sur le certificat médical obligatoire. En France, pour s'inscrire à une course, il faut nécessairement présenter un certificat médical d'aptitude, ce qui n'est pas le cas dans de nombreux pays européens. Cette règle nous fait perdre des participants et, d'après une étude, n'empêche pas la survenue de problèmes médicaux sur les épreuves. Nous souhaitons abroger cette obligation. Un autre exemple concerne la TVA. Alors qu'elle est de 5,5 % sur un billet pour un match de football, elle passe à 20% pour un dossier pour une course à pied ou un triathlon. Nous estimons inquiétant d'inciter davantage les gens à regarder du sport qu'à le pratiquer, surtout à deux ans des Jeux Olympiques de Paris. D'autres sujets doivent être débattus avec le ministère des Sports, comme la défiscalisation d'une partie du partenariat et du mécénat, ou encore le gel de certains coûts liés à la sécurité.

Quelles sont les ambitions du CESO ?

Nous espérons rassembler un millier d'adhérents d'ici deux ans grâce à des cotisations accessibles à tous, dont le montant s'échelonne entre 50 et 900 euros. Nous savons qu'il faudra du temps pour rassembler les acteurs de la filière car beaucoup ne voient pas encore ce que le CESO leur apportera. 14 000 événements sportifs outdoor se tiennent chaque année en France et sont organisés par 5 à 6 000 structures privées ou associatives. Nous espérons réunir 3 000 adhésions à moyen et long termes. Notre ambition est d'être suffisamment représentatifs de la filière pour acquérir une réelle influence et porter des problématiques communes devant les pouvoirs publics.

Marie Paturel



Raphaël Accart,
Responsable Gestion
des Opérations d'IED

© IED

LE V.I.E, UN GAIN DE TEMPS ET D'ARGENT POUR LES PME !

Le V.I.E ou Volontariat International en Entreprise est un dispositif sécurisé par l'Etat français qui permet à une entreprise de droit français de confier une mission professionnelle à l'étranger de 6 à 24 mois, à un jeune talent français ou ressortissant européen, âgé de 18 à 28 ans en début de mission. Retour d'expérience de l'entreprise IED.

Une véritable aubaine pour les entreprises rhônalpines qui font appel à des V.I.E pour leur déploiement à l'international. La Région Auvergne-Rhône-Alpes vient en appui du Chèque Relance V.I.E de 5 000 € en allouant une aide variable. Pour Innovation Énergie et Développement (IED), le montant alloué représente 21 000 € par V.I.E. Au total, ce soutien financier à hauteur de 26 000 € représente la moitié du coût total d'un V.I.E pour 18 mois ! Pas de fiche de paie, ni de charges patronales et un gain de temps appréciable. « *Business France nous facilite vraiment la gestion administrative avec une simple facture mensuelle. Ils s'occupent de la sécurité sociale, de la mutuelle. De plus, les V.I.E accumulent des trimestres pour la retraite* », souligne Raphaël Accart, responsable de la gestion d'IED.

Pour cette société de conseil et d'ingénierie, particulièrement active en Asie et en Afrique, cette subvention a été le déclencheur d'un quatrième V.I.E depuis 2017. Océane, ingénieure dans

les énergies renouvelables et économiste, a ainsi rejoint les équipes d'IED en Côte d'Ivoire grâce à ce dispositif qui contribue à l'émulation culturelle avec les équipes locales. « *Cette formule nous plaît vraiment. Le V.I.E contribue à la professionnalisation des jeunes, ils se confrontent à la réalité du terrain, collaborent avec les acteurs locaux en nous faisant gagner un temps précieux. En appréhendant les contours de leur métier, ils orientent au mieux leur carrière. Ils sont dynamiques, autonomes, polyvalents et performants. Lorsqu'ils rejoignent l'entreprise, ils possèdent une formation généraliste. Nous les formons dans l'optique de les recruter au terme de leur contrat* », détaille Raphaël Accart.

Basée à Francheville dans la banlieue lyonnaise, IED compte une trentaine de collaborateurs en France et une centaine à l'étranger notamment dans les six filiales du groupe (Bénin, Burkina Faso, Cambodge, Cameroun, Côte d'Ivoire et Kenya). En 2021, IED a réalisé un chiffre d'affaires de 8 M€.

LES AIDES FINANCIÈRES DISPONIBLES

Région Auvergne-Rhône-Alpes

- 50 % des dépenses éligibles (indemnités versées au V.I.E + frais de gestion et de protection sociale du V.I.E) sur la durée initiale du contrat (minimum 12 mois).
- Puis 25 % en cas de prolongement du contrat au terme de la durée initiale. Les entreprises doivent soit être nouvel utilisateur de la formule V.I.E, soit ne pas avoir eu recours à la formule V.I.E depuis 2 années révolues.
- V.I.E. à temps et coûts partagés : mêmes conditions, formule gérée par l'agence AURA Entreprises.

Chèque Relance V.I.E

Dans le cadre du plan France Relance, le gouvernement a mis en place une aide spécifique pour le V.I.E : avec le Chèque Relance V.I.E, bénéficiez d'un bonus de 5 000 à 10 000 € (par mission V.I.E, dans la limite de 2 Chèques Relance par entreprise).

POUR EN SAVOIR PLUS :

www.teamfrance-export.fr
Rubrique *Mon Projet*



Les hausses de prix les plus importantes sont constatées sur les métaux, directement corrélés aux cours mondiaux, avec des hausses de prix à deux, voire trois chiffres sur l'acier, le zinc ou l'aluminium.



© NICOLAS ROBIN

LE BTP FACE À L'ENVOLEE DES PRIX



Malgré un marché régional de la construction toujours dynamique, les entreprises d'Auvergne-Rhône-Alpes doivent composer avec l'inflation sur les matières premières et l'énergie. Une situation qui tend les relations sur toute la chaîne et incite certains donneurs d'ordres à décaler leurs projets.

Samuel Minot a deux casquettes. En tant que directeur général du groupe de charpente Minot, il est confronté très directement à l'envolée des cours du bois. « Ces deux dernières années, c'est l'un des matériaux qui a subi le plus de fluctuations, et le plus tôt, avec des prix qui ont doublé en moyenne, rapporte le dirigeant. En 2021, nous avons en plus subi des pénuries qui heureusement se sont régulées sur la fin d'année, même si on constate à nouveau un rallongement des délais de livraison. »

La deuxième casquette de Samuel Minot, c'est celle de la présidence de la Fédération du Bâtiment et des Travaux Publics (FBTP) Rhône et Métropole, qui revendique 850 adhérents. Un mandat qui l'a amené au mois de mars dernier à appeler à la solidarité de la filière construction pour partager des surcoûts de plus en plus problématiques. « Nous sommes entrés dans une phase durablement inflationniste, que ce soit sur l'énergie, les salaires, les matériaux, avec le risque que les prix deviennent incontrôlables, résume Samuel Minot. En fin d'année, on se retrouvera avec une hausse des coûts entre 5 et 10 %, peut-être plus pour les produits de la construction : quelle entreprise peut porter seule ces surcoûts, avec une rentabilité moyenne dans la filière BTP à 3 % ? »

DES MARCHÉS NON INDEXÉS

L'inflation des matériaux touche la filière BTP à l'échelle nationale, avec de légères disparités sur des produits régionalisés comme le béton. Les hausses les plus importantes sont constatées sur les métaux, directement corrélés aux cours mondiaux, avec des hausses de prix à deux, voire trois chiffres sur l'acier, le zinc ou l'aluminium. « Les fournitures de carrelage, tuiles, briques, dont la cuisson est alimentée au gaz naturel, sont devenues problématiques avec l'arrêt de certaines lignes de production pour éviter de produire à perte », rapporte encore la FBTP Rhône et Métropole. En 2021, la crise sanitaire a désorganisé les filières industrielles et logistiques : la forte reprise constatée au second semestre a encore accru les difficultés d'ap-



© FBTP RHÔNE ET MÉTROPOLE

provisionnement et des tensions déjà sensibles sur les prix. La guerre en Ukraine a fini d'affoler les marchés, en particulier sur les prix de l'énergie. Cette inflation touche plus sensiblement les entreprises des travaux publics, relève la Cellule économique régionale de la construction d'Auvergne Rhône-Alpes : « Le pétrole et les matériaux dérivés sont les plus problématiques : les canalisateurs sont particulièrement touchés par les pénuries, et les entreprises de travaux routiers font remonter des hausses sur les bitumes. » En mars, l'index général des travaux publics faisait déjà état d'une inflation de 7,7 % sur un an et ce, avant les nouvelles vagues de hausses du printemps.

Pour la filière bâtiment, la flambée des prix était, à la même époque, un peu moins élevée, à 5,4 %. Mais la structure de clientèle rend ces hausses souvent plus dramatiques pour les entreprises de la région. L'activité des travaux publics se fait aux deux tiers en marchés publics, où la loi impose des clauses de révision des prix qui permettent de tenir compte des variations économiques. Rien de tel dans le bâtiment : les mar-

En mars, la Fédération du BTP Rhône et Métropole a réuni ses adhérents pour alerter sur les impacts de l'inflation, et appeler la filière à plus de solidarité.

À gauche, Samuel Minot, directeur général du Groupe Minot et président de la FBTP Rhône et Métropole.



© GROUPE MINOT.

« Actuellement, 85 à 90 % des marchés ne sont pas indexés : les prix conclus il y a parfois plusieurs années restent fermes et définitifs. »

Samuel Minot, président de la FBTP Rhône et Métropole

chés publics ne représentent par exemple que 17 % des marchés des entreprises artisanales. Et la clause d'imprévision, qui pourrait être invoquée pour demander une révision des prix au vu d'un événement impossible à anticiper lors de la signature du contrat, reste complexe à actionner, sur le plan juridique et commercial.

« Actuellement, 85 à 90 % des marchés ne sont pas indexés : les prix conclus il y a parfois plusieurs années restent fermes et définitifs, confirme Samuel Minot pour la FBTP Rhône et Métropole. Face à des maîtres d'ouvrage qui ne veulent pas ou ne peuvent pas prendre en charge les hausses, les entreprises du BTP ne jouent pas la carte du blocage, mais ont plutôt tendance à sacrifier leurs marges. » Autrement dit, à exécuter les marchés aux prix convenus, en absorbant les surcoûts sur les matériaux.

Le constructeur ligérien de maisons à ossature bois Neoabita témoigne de ce phénomène : « Avant, on savait faire des maisons clé en main autour de 2500 euros par mètre carré, aujourd'hui, nous sommes autour de 3 000 euros. Nous avons la chance d'avoir une clientèle avec des budgets assez élevés, moins impactée par les effets de l'inflation : le gros souci, c'est mon taux de marge qui lui diminue », explique le dirigeant de Neoabita Rémi Agrain. La situation des trésoreries devient dans certains cas explosive, entre les PGE qui entrent en phase de remboursement, la hausse globale des coûts, et les besoins en fonds de roulement

qui augmentent pour stocker plus en prévision des prochaines hausses... « Nous n'avons pas encore d'alerte des tribunaux de commerce sur une vague de procédures collectives pour les entreprises du BTP, mais nous resterons vigilants ces prochains mois », reprend Samuel Minot pour la FBTP Rhône et Métropole.

ARTISANS : UN MORAL EN BERNE

La situation semble particulièrement problématique pour les entreprises artisanales, moins armées au plan financier. Début avril, la Confédération des artisans du bâtiment, la Capeb, a tiré la sonnette d'alarme, appuyée par une enquête auprès de ses adhérents dans les douze départements de la région. Certains chiffres sont particulièrement inquiétants : 31 % des entreprises disent ne pas pouvoir faire face aux difficultés actuelles au-delà d'un an, et 17 % seulement des entreprises entre 1 et 5 salariés pensent pouvoir résister deux ans et plus. Déjà 30 % des artisans font part de difficultés de trésorerie. « L'augmentation des coûts a un impact très lourd sur nos marges : seules 18 % des entreprises artisanales répercutent la hausse des prix sur leurs clients, estime le président de la Capeb Aura Dominique Guiseppin. Et ce, alors que l'activité ne manque pas pour l'instant ! »

C'est en effet l'un des paradoxes de cette crise : la flambée des prix intervient alors que l'activité de la



construction est restée très dynamique en Auvergne-Rhône-Alpes. Jusqu'à quand ? La crise inflationniste et les tensions géopolitiques pourraient casser cette belle dynamique. « Les carnets de commandes nous assurent encore 6 mois à un an de belle activité. Mais des premiers signes d'alerte se font jour : des promoteurs qui gèlent des commercialisations parce qu'ils ne savent pas à quel prix vendre, ou des primo-accédants qui ont du mal à boucler leur plan de financement », pointe Jérôme Thoin, directeur marketing et innovation du groupe régional de Négoce Samse. L'absence de visibilité sur le coût final des opérations gêne la prise de commande, confirme Valérie Chazelle, directrice générale de l'entreprise ligérienne de gros œuvre Groupe Chazelle. « L'inflation empêche de garantir les prix très longtemps : comme toutes les entreprises du bâtiment, nous avons l'habitude de travailler avec une validité de prix à 6 mois, voire un an, maintenant il nous faut parfois raisonner en jours pour intégrer les hausses qu'on nous fait subir. Il est compliqué pour les acteurs privés de se projeter, entre la montée des coûts et la conjoncture : la filière a besoin de retrouver une logique de marché. »

RAMENER DE LA SÉRÉNITÉ AU MARCHÉ

Dans ce contexte, les relations commerciales se font plus tendues à chaque maillon de la chaîne, des industriels aux distributeurs, puis aux entreprises de travaux, et enfin aux donneurs d'ordres. « Nos clients nous demandent d'assumer notre rôle de ressort avec les industriels, qui nous font subir des hausses à effet immédiat sans tenir compte de leurs chantiers en cours. Mais nous nous heurtons nous-mêmes aux capacités de stockage et de trésorerie : le négoce à lui seul ne peut pas sauver la filière », témoigne Didier Léonce, dirigeant du groupe de distribution clermontois Boulard Verdier.

Des discussions ont été engagées ces derniers mois pour redonner un peu de sérénité à la filière. Le congrès national de la Capeb, fin avril, a été l'occasion pour une dizaine de fournisseurs - dont le leader du marché français des matériaux, Saint-Gobain - de s'engager sur des bonnes pratiques. Une démarche que le syndicat professionnel tente désormais de décliner à l'échelle régionale. L'un des points clés de ces accords

UN MARCHÉ RÉGIONAL TOUJOURS DYNAMIQUE



© ROMULOU14

Avec près de 30 000 entreprises et 185 000 salariés, sans oublier 54 000 travailleurs indépendants, la filière BTP est un poids lourd de l'économie de la région Auvergne-Rhône-Alpes. C'est aussi un secteur particulièrement dynamique, en particulier sur l'activité bâtiment. Selon les derniers chiffres de la Cellule économique régionale de la construction d'Auvergne Rhône-Alpes à fin mars, le nombre de logements autorisés était en progression de 24,2 % sur un an (soit 68 100 unités), et celui des logements mis en chantier de 9,1 %. Le secteur tertiaire n'est pas en reste avec une hausse de 19,4 % des surfaces de locaux autorisés. La bonne santé économique de

En Auvergne Rhône-Alpes, le nombre de logements autorisés est en progression de 24 % sur un an.

la région n'explique pas tout. Le second semestre de l'année 2021 a été marqué par un boom des dépôts de permis de construire, pour faire passer les projets avant l'entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2022 d'une nouvelle réglementation environnementale (RE 2020), plus exigeante sur l'efficacité énergétique et la sobriété carbone des bâtiments. Les entreprises du BTP peuvent donc compter sur un stock de projets à exécuter tout au long de l'année, voire en 2023. Côté rénovation, la dynamique est également excellente grâce aux dispositifs de soutien à la rénovation énergétique, au premier rang desquels les aides versées par le gouvernement via MaPrimRénov.



© DR

Pour Dominique Guiseppin, président de la Capeb Aura : « C'est la rentabilité et à terme la pérennité de l'artisanat qui est en jeu ».

concerne la mise en place d'un délai de prévenance sur les nouvelles hausses, pour laisser au minimum 30 jours aux entreprises pour prévenir leurs clients et adapter leurs prix. Une avancée que salue le président régional de la Capeb Dominique Guiseppin, qui estime l'intervention des pouvoirs publics indispensables pour changer d'échelle : « Nous sollicitons les préfets pour engager le dialogue avec l'ensemble des acteurs du bâtiment, industriels et négociants, afin de rechercher les termes d'une solidarité économique. C'est la rentabilité et à terme la pérennité de l'artisanat qui est en jeu. » Dans l'enquête menée par la Capeb Aura, 56 % de ses adhérents artisans disent que la crise atteint leur moral, contre 27 % des dirigeants d'entreprises de plus de 20 salariés.

Paul Falzon



— Ludovic Favray, directeur de Chaussea Auray et créateur de [The Job](#)

« THE JOB PROUVE QUE LE RECRUTEMENT À L'AVEUGLE FONCTIONNE »

Un rideau noir, d'un côté des recruteurs et de l'autre des candidats qui ont 2 mn 30 pour exposer leur parcours et leurs attentes. L'initiative porte le nom de [The Job](#). Inédite en France, elle a vu le jour à Vannes sur l'initiative de Ludovic Favray, directeur d'un magasin Chaussea.

Vous êtes le créateur de The Job, un concept de recrutement à l'aveugle sans CV, comment cette idée vous est-elle venue ?

Je dirige le magasin Chaussea d'Auray. L'idée m'est venue durant le confinement et la fermeture de la boutique. Comme beaucoup, je rencontre des difficultés à recruter. Pas question de me résigner devant ce constat. Il y a des personnes qui cherchent des emplois et des entreprises qui veulent embaucher. C'est le cas partout. Or, le système ne permet pas toujours que Pôle Emploi

réponde aux attentes des recruteurs et des recrutés. L'idée était donc de recruter sans CV, à l'aveugle en s'inspirant d'un show télévisé. Il fallait pour cela embarquer des entreprises avec moi. Des dirigeants y ont tout de suite cru. D'autres étaient plus sceptiques. Qu'importe, j'ai organisé une réunion à laquelle ont participé 40 entreprises. Nous avons affiné le concept. Le 29 mars, le premier [The Job](#) s'est tenu à Vannes. Nous avons travaillé avec la mission locale, des centres de formation pour sourcer des profils de

demandeurs d'emploi, d'étudiants, de personnes en reconversion.

Comment cette première édition s'est-elle passée ?

Nous avons sourcé 257 profils et 47 ont été retenus pour passer ces auditions à l'aveugle. Dans la salle, 60 entreprises étaient présentes, qui recrutaient dans le secteur de la GMS, de l'agroalimentaire, du commerce, du service à la personne, de l'hôtellerie... Les candidats savaient quelles entreprises étaient là mais ne savaient pas quels postes étaient proposés ; les recruteurs devaient, eux, se concentrer sur le savoir-être lors des auditions des candidats. Cachés derrière le rideau, ils avaient 2 mn 30 pour se présenter, exposer leurs motivations, leur projet professionnel. Dans la salle, les entreprises disposaient de fiches où ils pouvaient inscrire le numéro du ou des candidats qu'ils souhaitaient rencontrer par la suite. 20 personnes ont été recrutées en CDI lors de l'événement. Outre les auditions, les candidats pouvaient aussi librement rencontrer les entreprises ensuite. Nous avons eu d'excellents retours des candidats qui ont tous eu des entretiens. Les recruteurs ont tout autant apprécié le concept de lever ces barrières du CV, de créer des temps et lieux d'échange. [The Job](#) prouve que le recrutement à l'aveugle fonctionne.

Y aura-t-il d'autres The Job et pourriez-vous l'ouvrir demain à des postes de cadres par exemple ?

Immédiatement, j'ai eu des recruteurs qui m'ont dit « ton projet fait sens, il faut continuer ! » Il y aura donc d'autres [The Job](#) sur le territoire. Le 12 septembre 2022, nous serons à Auray, au théâtre de l'Ouest, pour une nouvelle édition. Le 27 septembre, c'est à Pontivy que [The Job](#) fera escale et le 17 octobre à Redon, en Ille-et-Vilaine. Une édition 2023 est déjà prévue à Vannes, le 21 mars avec de nombreuses entreprises déjà engagées. Effectivement, pourquoi pas demain ouvrir [The Job](#) pour des postes de cadres. Nous avons déjà des contacts avec une association qui aide les cadres à retrouver un emploi. Nous sommes ouverts aux besoins en recrutement au sens large. La volonté est d'essaimer dans le Morbihan et pourquoi pas en Bretagne afin d'apporter des solutions aux difficultés de recrutements.

Ségolène Mahias



NORD LIBRAIRIE

Le Furet du Nord va fermer ses librairies belges

Rassemblant les enseignes Le Furet du Nord et Decitre, le groupe Nosoli va stopper ses activités en Belgique et fermer les deux librairies rachetées au printemps 2018 au groupe Actissia Belgique. Basées à Louvain-la-Neuve et à Namur, elles emploient une vingtaine de salariés sur les 750 de l'entreprise dont le siège social est situé à Tourcoing. « Le groupe Nosoli est contraint d'avouer la faillite de sa filiale belge », indique dans l'entreprise dirigée par Pierre Coursières. En cause, « les deux années de confinement et le montant des charges fixes ». Le processus de faillite vient d'être engagé et un curateur va assurer la gestion de l'activité dès la fin de cette semaine. La défaillance de la filiale belge ne remet pas en cause le développement de Nosoli en France. À la tête de 29 librairies, situées dans les Hauts-de-France, en Île-de-France et en Auvergne-Rhône-Alpes, le groupe qui affiche 150 millions d'euros de chiffre d'affaires, maintient ses projets d'ouverture. Deux nouvelles librairies doivent voir le jour en région parisienne.

VENDEE INDUSTRIE

AKENA CONSTRUIT UNE NOUVELLE USINE DANS LE SUD DE LA VENDEE

Les projets se multiplient pour le groupe vendéen Akena (1 150 collaborateurs, 200 M€ de CA en 2021), fabricant d'extensions extérieures en aluminium (vérandas, pergolas, abris de piscine). L'industriel a fait l'acquisition, début avril, de Coublanc Stores, PME de Saône-et-Loire (100 salariés, 20 M€ de CA en 2021) qui fabrique et distribue des stores et pergolas, notamment en toile. Un rachat qui porte à dix le nombre d'unités de production du groupe en France en plus de celle à l'étranger, à Barcelone (Espagne). En parallèle, Akena fait construire à Fontenay-le-Comte, dans le Sud-Vendée, une usine de 3 000 m² et disposant de capacités d'extension lui permettant d'atteindre, au besoin, 10 000 m². Le site devrait produire les pergolas à compter de septembre 2023. L'investissement sera de l'ordre de 4 à 4,5 millions d'euros, équipements compris.

11 MILLIONS D'EUROS INVESTIS EN 2021

En 2021, Akena engageait 11 millions d'euros dans une nouvelle unité de production de plus de 7 000 m² à Dompierre-sur-Yon. Problème : l'usine ne tourne pas à plein régime, faute de compétences. « Alors que nous cherchions 70 collaborateurs, nous n'en avons trouvé que 30 », regrette le président. C'est donc pour répondre à la problématique du recrutement qu'Akena s'est tourné vers Fontenay-le-Comte. « Nous nous appuyons sur le bassin



Christophe Chabot, président d'Akena : « Nous avons deux besoins urgents : des mètres carrés et de la main-d'œuvre. »

d'emploi de ce secteur pour embaucher, observe Christophe Chabot. Par ailleurs, nous misons sur le développement de ce territoire avec la création de la quatre-voies qui le situera à une demi-heure de La Rochelle. » La mise en service du nouvel axe routier est programmée pour 2028. Celle de l'usine de Fontenay-le-Comte s'accompagnera de la création de 15 à 20 emplois la première année, de 35 à 40 à terme.

Le groupe se lance également dans la fabrication et la commercialisation d'abris pour voiture (ou « carport »), un nouveau produit qui représente « un potentiel énorme, et des perspectives encourageantes. »

Cyril Raineau

DEUX-SÈVRES ÉNERGIE

POUJOLAT ÉTEND SON CHAMP D'ACTION SUR LE BOIS DE CHAUFFAGE



La dernière usine de transformation bois du groupe Poujolat a été construite à Demangeville.

En avril dernier, le groupe néo-aquitain Poujolat (1 700 salariés), dont le siège est à Saint-Symphorien dans les Deux-Sèvres, leader des conduits de cheminées, a augmenté le capital de sa filiale Euro-Énergies de 20 millions d'euros aux côtés d'Océan Participations et Volney Développement, pour accélérer le déploiement de son activité dans le bois de chauffage

et s'imposer comme un fournisseur majeur en biocarburant pour ses propres cheminées. Pour ce faire, il a mobilisé 25 millions d'euros dans sa plus grosse usine prototype à Demangeville (Haute-Saône). Le site de 25 000 m² vise la production annuelle de 140 000 m³ de bois bûche, 10 000 à 15 000 palettes de bois d'allumage et 10 000 à 15 000 tonnes de bûches den-

sifiées, grâce notamment à un processus de séchage industriel automatisé. Souhaitant tripler son chiffre d'affaires en 2025, Euro Énergies (160 collaborateurs) prévoit aussi « d'accroître les capacités des sites existants » et doubler d'ici à deux ans la capacité de production de Bois bûche Centre Atlantique, racheté l'an dernier.

CALVADOS TECHNOLOGIES

Le chatbot de Devolis facilite la maintenance avec la réalité augmentée

Le rouennais Devolis (50 salariés) a conçu un chatbot spécifique pour la maintenance industrielle. Via des lunettes connectées, ce robot répond en temps réel aux questions d'un technicien face à une ligne de production et affiche les plans de montage et vidéos utiles dans son champ de vision, voire la modélisation 3D de l'usine, ou d'une ligne de production. Actuellement en phase de prototypage, en lien avec le groupe pharmaceutique Johnson & Johnson, le nouveau service devrait bientôt voir le jour. Devolis espère vendre ses premières licences d'utilisation courant 2022.



© LEGAPASS

ALPES-MARITIMES INFORMATIQUE

LEGAPASS GÈRE L'HÉRITAGE NUMÉRIQUE DES DÉFUNTS

Créé à Nice en 2021 par trois ingénieurs en informatique, Legapass lance un service de coffre-fort qui sécurise la transmission du patrimoine numérique d'un individu après sa mort. Un patrimoine qui regroupe aussi bien les cryptomonnaies, photos et vidéos, que les activités de finance en ligne pas toujours bien répertoriées par les notaires, les codes d'accès aux boîtes mail, etc. Au moment où le décès survient, les informations sont restituées par la start-up aux héritiers légaux. Employant 8 personnes, l'entreprise présidée par Jean-Charles Chemin (photo) prépare deux levées de fonds, notamment afin de se déployer à l'international en 2023.



© VEGSKIN

HAUTS-DE-FRANCE TEXTILE

Vegskin met au point un cuir végétal 100 % biosourcé

Face aux problématiques de la souffrance animale et de la pollution engendrée par l'industrie du cuir, la jeune entreprise lilloise Vegskin, créée début 2022 par Loïc Debrabander et Anaëlle Picavet travaille à une alternative biosourcée à base de fruits. Son cuir végétal est à base de 95 % de fruits et sans dérivé de pétrochimie. Une démarche qui attire déjà l'attention des professionnels de la mode. Dès 2026, Vegskin espère pouvoir traiter 2 500 tonnes de déchets végétaux, pour un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros.

TOULOUSE TECHNOLOGIES

ROAD LIGHT CRÉE UN SYSTÈME LUMINEUX AFIN DE SÉCURISER CYCLISTES ET MOTARDS

La start-up toulousaine Road Light a créé un système lumineux semblable à celui d'une voiture qui se fixe via un harnais sur le dos des motards, des cyclistes ou des conducteurs de trottinettes. Ce dispositif augmente leur sécurité sur la route. L'unité de signalisation du produit comprend les clignotants gauche et droit, le feu de freinage, le feu de position, le feu de brouillard et les feux de détresse. Une télécommande sans fil, qui s'attache au guidon des deux-roues, synchronise le Clic-Light avec leurs feux arrière. L'entreprise dirigée par Mohamed Ait El Hadj veut conquérir le marché européen et recherche pour cela de nouveaux investisseurs.



© DR

LOIRE-ATLANTIQUE AGROALIMENTAIRE

Lisaqua veut élever des gambas à faible impact environnemental

Créée en 2018 en Loire-Atlantique, la start-up Lisaqua veut revisiter le mode de production des crevettes tropicales à travers des fermes d'élevage qui couplent la culture de gambas avec celle de micro-bactéries et d'invertébrés marins en milieu fermé. Un système qui permet de produire des gambas garanties zéro antibiotique, zéro kilomètre parcouru, zéro rejet polluant, tout en économisant 99 % d'eau par rapport à un élevage conventionnel. Employant une quinzaine de salariés, Lisaqua vient de lever 5 millions d'euros pour créer sa première ferme grandeur nature.



© DR

GIRONDE SANTÉ

Sit Up parie sur un lit « verticalisable »

L'entreprise Sit Up, créée en 2021 en Gironde par Nicolas et Bernard Laurent, a imaginé un lit médical qui accompagne le lever du patient. Les premières ventes sont attendues début 2023. La start-up entame la production en Gironde de son innovation destinée aux Ehpad et services de gériatrie. Les marchés italiens, allemands et espagnols seront alors en ligne de mire. Employant 5 personnes, Sit Up souhaite aussi lancer une filière de remise en circulation et de recyclage de ses lits fauteuils.



© VEGEFIX.COM - SA

PLUIE DE CASH SUR LES JEUNES POUSSSES FRANÇAISES

Les start-up sont de plus en plus nombreuses à réaliser des levées de fonds en France : près de 5 milliards d'euros au premier trimestre 2022, contre 10 milliards sur toute l'année 2021. Une croissance qui s'explique notamment par la présence de grands fonds d'investissement étrangers.

Une somme de 250 millions d'euros en janvier pour Ankorstore, une marketplace qui met en relation les commerçants indépendants et les marques. 450 millions d'euros le même mois pour BackMarket, start-up spécialisée dans le reconditionnement d'appareils électriques et électroniques. 53 millions d'euros en février pour la plateforme de prévention des risques au travail Padoa. À l'évidence, si l'on en juge par les levées de fonds réalisées par une poignée de start-up françaises début 2022, il est désormais facile pour



« Il y a actuellement beaucoup d'argent disponible sur les marchés. »

Jean-Pierre Valensi, associé, responsable Capital Markets Advisory chez KPMG

les jeunes pousses de trouver de l'argent pour financer leurs projets.

UN PHÉNOMÈNE INÉDIT

Plus de 10 milliards d'euros ont ainsi été levés par les start-up hexagonales en 2021, selon KPMG, et déjà la moitié de cette somme sur le seul premier trimestre 2022. Le mouvement s'accélère et s'amplifie. « C'est assez inédit. Il y a actuellement beaucoup d'argent disponible sur les marchés », reconnaît Jean-Pierre Valensi, associé, responsable Capital Markets Advisory chez KPMG. Ces montants colossaux s'expliquent par la réalisation de grosses levées de fonds – quatorze opérations supérieures à 100 millions d'euros ont été recensées depuis le début d'année contre seulement trois sur la même période de l'an passé –, avec notamment trois méga levées de fonds significatives. « Plus d'un milliard d'euros a été levé par trois entreprises, à savoir Payfit (256 M€, logiciels de paie), Qonto (486 M€, néobanque) et Exotec (335 M€, robots) », relève Stéphane Villard, associé Corporate Finance Advisory chez Deloitte.

Stéphane Villard, associé Corporate Finance Advisory chez Deloitte.



Si ces méga levées de fonds se multiplient, c'est notamment dû à la présence de grands fonds d'investissement étrangers – américains, anglo-saxons ou japonais – et à l'arrivée de nouveaux acteurs comme les *hedge funds* (l'américain Tiger Global est entré au capital de Qonto et de Spendesk). « Les jeunes pousses ne sont plus cantonnées aux investisseurs français. La France est perçue comme un marché international pour les investisseurs asiatiques et américains, ce qui change la dynamique de financement », constate Stéphane Villard. Mais attention, si les start-up françaises ont réussi à retrouver la confiance des investisseurs après une année 2020 difficile, Covid oblige, cette pluie de milliards pourrait ne pas durer. « Cette situation est en partie due à des évolutions sous-jacentes comme la baisse des valeurs technologiques aux États-Unis et la hausse des taux d'intérêt », met en garde Jean-Pierre Valensi.

DANS L'AIR DU TEMPS

Parmi les secteurs qui ont mené la danse des levées de fonds en 2021, on retrouve l'e-commerce, les logiciels, les Fintech et les nouvelles technologies, l'automatisation, l'intelligence artificielle, la santé et l'e-santé, qui ont connu une croissance spectaculaire suite à la pandémie, et enfin tout le secteur de la deeptech (création de start-up à partir de transferts de technologies des laboratoires de recherche publics et privés), qui commence à trouver son marché. « Nous constatons un mouvement de fond sur la notion de durabilité qui entre désormais en ligne de compte pour les investisseurs. Ce phénomène est assez nouveau », constate Jean-Pierre Valensi.

Au-delà d'appartenir à un secteur jugé stratégique par les investisseurs, les start-up qui veulent séduire les fonds doivent cocher un certain nombre de cases. « Cet afflux d'argent ne veut pas dire que toutes les start-up parviennent à lever des fonds. Il y a de plus en plus de projets présentés. Les dossiers sont analysés avec attention », explique Jean-Pierre Valensi. Règles d'or à respecter : avoir un produit ou un service qui commence à démontrer une bonne adéquation avec le marché ; disposer de premiers clients dans différents univers (BtoB/BtoC) et différentes zones géographiques ; se positionner sur un marché suffisamment défini et large pour permettre une conversion potentielle importante ; avoir une réelle aspiration business sans pour autant être déjà rentable. « Si la valeur de l'équipe a toujours été un élément clé d'un projet, il est primordial aujourd'hui pour convaincre d'avoir d'une équipe déjà constituée, qui fonctionne bien avec au moins trois piliers (CEO, marketing, technique), pour rassurer les investisseurs », rapporte Stéphane Villard.

C'est pourquoi il vaut mieux attendre d'avoir cette maturité corporate pour lever des fonds plutôt que de se précipiter avec pour tout bagage son seul projet au risque de faire chou blanc.

Mallory Lalanne



LE RISQUE DU CAUTIONNEMENT

Se porter caution personnelle sur ses biens propres pour son entreprise est souvent un passage obligé pour un porteur de projets qui veut accéder au financement bancaire. « Certains dirigeants parviennent toutefois à l'éviter en négociant avec leur conseiller bancaire. S'il croit dans le projet qui lui est présenté, la caution personnelle ne sera pas exigée », rapporte Thomas Charbonnier, expert-comptable au sein du cabinet Capec.

En effet, la décision de se porter caution personnelle ne doit pas être prise à la légère, car elle peut également induire la responsabilité du conjoint. Si le chef d'entreprise est marié sous le régime de la communauté universelle ou



© MIND AND I - SA.COM

réduite aux acquêts et que son conjoint donne son consentement à la caution, les biens de la communauté seront engagés en cas de difficultés financières de la société. Le régime matrimonial de la séparation de biens est donc

plus protecteur vis-à-vis du conjoint. Toutefois, si ce dernier se porte caution aux côtés du dirigeant, il engagera aussi ses biens, de son propre chef. Il faut donc bien anticiper la portée de ses engagements.

Branchez-vous chaque jour sur notre FIL INFO

Suivez en continu l'actualité économique des entreprises :

- + Dernières annonces du gouvernement
- + Dispositifs d'aide
- + Mesures exceptionnelles

Rendez-vous sur notre site



En scannant le QR code avec votre téléphone

ou via le lien :

<https://bit.ly/FIL-INFOduJDE>

Rubrique en
**ACCÈS
LIBRE**



**Le Journal
des Entreprises**
L'ÉCONOMIE EN RÉGIONS

TROUVER DES FONDS À CHAQUE ÉTAPE DE SON DÉVELOPPEMENT

Love money, subventions, emprunts bancaires, levées de fonds... À chaque stade du développement d'un projet correspond un mode de financement particulier.



© MAKIBESTPHOTO - SA.COM

Pour ne pas se retrouver bloqué un an ou deux après le lancement de son activité, il faut maximiser son financement dès le départ, explique Thomas Charbonnier, expert-comptable au sein du cabinet Capec, qui accompagne les entreprises innovantes dans leur financement. Mieux vaut donc chasser d'emblée sur plusieurs terrains pour trouver les fonds nécessaires.

Il est ainsi conseillé d'abord d'emprunter de l'argent à ses proches, qu'il s'agisse de la famille ou d'amis (la « love money »), sans écarter les bourses des concours de créations, les prêts d'honneur octroyés par des réseaux d'accompagnements (comme le réseau Entreprendre), les subventions des incubateurs ou d'organismes publics comme l'Ademe (Agence de la transition écologique) qui permettront par exemple de financer les premiers prototypes. « Un dirigeant obtiendra ainsi jusqu'à 100 000 euros sans trop de difficultés, ce qui facilitera ses démarches pour bénéficier d'un crédit bancaire d'un montant équivalent et d'un éventuel prêt à taux zéro de la région », explique Thomas Charbonnier. Alors que son projet n'est pas encore lancé, un startuper pourra de cette façon réunir entre 300 000 et 500 000 euros, pour finaliser la phase de recherche et développement (R & D) et réaliser le premier lancement commercial de son activité.

MONTÉE EN PUISSANCE

En phase d'amorçage, lorsque le développement de l'activité entraîne de nouveaux besoins matériels, financiers et humains, il est possible de faire appel à des investisseurs en crowdequity (financement participatif par actions) qui sont en majorité des particuliers qui investissent dans une entreprise (dans la logique du crowdfunding) en échange d'une partie de son capital. La jeune pousse peut également solliciter des business angels qui attendent une preuve de concept assez forte et peuvent apporter, au-delà de leurs carnets d'adresses et leur expertise, des montants significatifs dans le capital de la société (entre 100 000 et 500 000 euros). D'autres dispositifs de financement déjà mobilisés en phase de création peuvent à nouveau intervenir comme le financement participatif sous forme de prêts, les aides des réseaux d'accompagnement et de Bpifrance et les subventions européennes. Ces dernières sont principalement disponibles au travers du programme Horizon Europe pour la R & D avec une dotation de 95,5 milliards d'euros pour la période 2021-2027 (+ 30 % par rapport au précédent programme Horizon 2020). L'Union européenne a également créé l'EIC (European Innovation Council – le Conseil européen de l'innovation) pour accompagner les Deeptech et l'émergence d'innovation de rupture, doté de différents dispositifs d'investissement en fonction des étapes de maturation des projets.

La start-up va ensuite devoir réaliser une levée de fonds de série A pour financer l'accélération de sa croissance, avec un montant compris généralement entre 1 et 5 millions d'euros. Les acteurs : des entreprises de capital-risque (Partech Ventures, IDInvest, Alven Capital, Seventure) ou des fonds de corporate venture créés par des grands groupes comme Axa Strategic Ventures. « Les levées de fonds et le financement bancaire ne doivent pas être opposés. C'est un cercle vertueux à mettre en place, qui augmente considérablement la capacité d'investissement », estime Jean-Pierre Valensi, Associé, Responsable Capital Markets Advisory chez KPMG.

Au-delà, la jeune pousse continuera ses levées de fonds (séries B et C) sur des montants plus importants pour consolider son développement notamment à l'international.

Mallory Lalanne



LEVER DES FONDS EN MONNAIE VIRTUELLE

L'ICO (Initial Coin Offering) est une opération de levée de fonds qui permet aux jeunes entreprises de financer leur activité sans passer par un intermédiaire. Basée sur la technologie de la blockchain, elle rencontre un certain succès auprès des entreprises du numérique. Un porteur de projet émet des crypto-actifs ou actifs numériques virtuels (baptisés « tokens » ou jetons numériques) à travers un registre décentralisé et un protocole informatique crypté. Les investisseurs reçoivent ces jetons au moyen d'une crypto-monnaie (bitcoin et autres). Ces jetons leur donnent le droit d'utiliser le futur produit ou service et peuvent être revendus avec une valeur qui fluctue en fonction de la demande du mar-



© KHAWACHAI - SACOM

ché. Attention : ces crypto-actifs qui ne sont ni des actions, ni des obligations, ne permettent pas d'acquérir une partie du capital de l'entreprise émettrice. En outre, les

ICO évoluent encore dans un flou juridique avec une réglementation balbutiante. Ils présentent donc de nombreux risques pour les investisseurs.

Suivez notre fil d'info quotidien sur WhatsApp



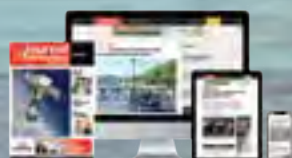
Tout ce qu'il faut savoir sur l'actualité économique du jour

- Téléchargez WhatsApp sur votre mobile
- Enregistrez ce numéro +33 6 59 67 04 20 sous le nom « Le Journal des Entreprises »
- Ouvrez l'application WhatsApp
- Recherchez dans vos contacts « Le Journal des Entreprises »
- Envoyez-nous le message « Bonjour, je souhaite m'abonner à la newsletter du JDE sur WhatsApp ! »



Ou flashez ce QR code et suivez le mode d'emploi

Ou via le lien: <http://bit.ly/JDEwhatsapp>



Le Journal
des **Entreprises**



Start-up

LE CROWDFUNDING À LA RESCOURSSE DES PROJETS LOCAUX

Le « financement par la foule » a le vent en poupe car il privilégie la proximité entre investisseurs privés et entreprises innovantes sur un même territoire. Les start-up sont de plus en plus nombreuses à y avoir recours sous forme de prêts ou d'entrées au capital. Des plateformes internet font le lien entre les porteurs de projets et les financeurs dans un cadre réglementé.

ans, en nouant notamment des partenariats avec des CCI qui cherchent elles aussi à créer plus d'engagement, de solidarité et de proximité. Certaines de ces plateformes de financement participatif se spécialisent sur des projets d'énergies renouvelables ou de transition écologique comme Xedebat, au Pays basque.

FORTE CROISSANCE

La collecte en crowdfunding a atteint 1,88 milliard d'euros en 2021 (+ 84 % par rapport à 2020) selon le dernier baromètre réalisé par Mazars et l'association Financement Participatif (association des professionnels du crowdfunding).

Le financement participatif en prêt (prêt rémunéré et emprunt obligataire) a atteint 1,58 milliard de collecte en 2021 (741 millions en 2020), principalement pour financer des TPE, PME et ETI dans les secteurs de l'immobilier, de l'environnement et des énergies renouvelables. Le financement participatif en investissement est lui très en retrait avec 103,5 millions d'euros collectés en capital ou en royalties, en hausse de près de 75 % par rapport à l'année 2020. Principaux secteurs concernés là aussi l'environnement et les énergies renouvelables mais également les technologies et du numérique.

À noter que depuis octobre 2014, ce marché est régulé, ses acteurs devant être Conseillers en investissements participatifs (CIP) soumis à la validation de l'AMF (Autorité des Marchés Financiers) ou Prestataires de Services d'Investissement (PSI). On peut vérifier facilement qu'une plateforme est conforme sur le site de l'Orias (www.orias.fr) ou du Regafi (www.regafi.fr). En outre un Règlement européen, entré en application en novembre 2021, impose désormais à toutes les plateformes d'obtenir, d'ici novembre 2022, l'agrément européen de Prestataire de Services de Financement Participatif (PSFP) qui remplacera en France les régimes existants.

Au 31 décembre 2021, le Baromètre du crowdfunding en France dénombrait 61 immatriculations de plateformes en tant que Conseillers en Investissements Participatif (CIP) et 2 immatriculations en tant que prestataires de services d'investissement (PSI).

Mallory Lalanne



Une microbrasserie, un atelier pour la fabrication d'espadrilles, une librairie associative, un outil de production pour améliorer le traitement et la réutilisation de l'eau... On ne compte plus les projets financés par le crowdfunding (financement par la foule) local. Un peu partout en France, fleurissent des initiatives régionales qui permettent à des particuliers de financer des projets de développements d'entreprises près de chez eux via des plateformes internet de financement participatif dédié comme Vendée Up, lancée en 2017. « Les clients demandent à investir dans des placements concrets. Ils veulent connaître les hommes et l'histoire de l'entreprise et préfèrent soutenir l'économie proche pour donner du sens à leurs investissements », explique Emmanuel Guibert, fondateur de Vendée Up.

Le financement de ces projets peut se faire sous forme de prêts (crowdlending), de dons ou d'entrée au capital (crowdequity).

Tudigo, plateforme bordelaise créée en 2012 a ainsi soutenu plus de 13 000 projets d'entrepreneurs en dix

© ZING - SACOM

Start-up

LOIRE

BOA CONCEPT A CHOISI LA BOURSE POUR FINANCER SA CROISSANCE

Dans la Loire, le spécialiste de l'intralogistique Boa Concept a fait le choix d'entrer en Bourse pour lever des fonds. Un choix assumé et qui s'avère aujourd'hui payant.

Fondé en 2012 par Jean-Lucien Rasclé et Chantal Ledoux, le spécialiste stéphanois de l'intralogistique (gestion des flux internes de l'entreprise) Boa Concept a levé près de 4,9 millions d'euros en entrant en Bourse en juin dernier. « Nous avons besoin de financer notre croissance et la Bourse s'est avérée un levier intéressant », explique Patrice Henrion, le directeur général de Boa Concept, qui emploie 55 salariés et a réalisé 14,8 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021.

VISIBILITÉ, CRÉDIBILITÉ ET AUTONOMIE

« La Bourse permet d'accéder à une certaine visibilité et crédibilité. Cela nous a permis de légitimer notre

démarche auprès de gros acteurs. Cela permet aussi de conserver une véritable autonomie à la fois dans les décisions et dans la gouvernance. Ce qui n'est pas le cas avec l'entrée de fonds d'investissement, qui vous rend dépendant des desiderata desdits fonds », argumente Patrice Henrion. Les deux actionnaires fondateurs ont donc trouvé dans la cotation sur Euronext le moyen de financement idéal. « Ces 4,9 millions d'euros vont servir notre croissance organique. Nos clients progressent vite et pour les accompagner, nous devons grossir au moins aussi vite qu'eux. Cela va aussi nous permettre de développer de nouveaux produits et de financer notre développement à l'internatio-



Jean-Lucien Rasclé et Chantal Ledoux ont cofondé Boa Concept en 2012.

nal », détaille le directeur général de Boa Concept, qui se réjouit d'être « en avance de plus d'un an sur la feuille de route communiquée lors de l'introduction en Bourse ». Sur l'exercice 2021, Boa Concept a vu son chiffre d'affaires progresser de +162 % par rapport à 2020 et +60 % par rapport à 2019. La PME a signé fin mars un contrat historique de plus de 10 millions d'euros avec un professionnel de la logistique dont le nom n'a pas filtré.

Gilles Cayuela

OCCITANIE

OCSEED, L'OUTIL D'INVESTISSEMENT CONÇU POUR LES START-UP D'OCCITANIE

Imaginé par les équipes de l'incubateur Nubbo, situé à Toulouse, Ocseed est un outil d'investissement dédié aux start-up innovantes d'Occitanie en phase d'amorçage et de pré-amorçage. Il pourrait être prolongé au-delà de 2025.

Thierry Merquiol, directeur général d'Ocseed, en charge des levées de fonds à l'incubateur régional Nubbo le rappelle : « L'idée était d'assurer une continuité entre les phases précoces de création et de croissance des jeunes entreprises innovantes avec un outil d'investissement spécifiquement adapté à l'étape critique de transition entre l'émergence d'un projet et la structuration d'une entreprise ». Lancé en avril 2020, et doté d'un capital initial de 5 millions d'euros, réuni par la Région Occitanie, la Banque Populaire Occitane, la Banque Populaire du Sud, la Caisse d'Épargne Languedoc-Roussillon et la Caisse d'Épargne de

Midi-Pyrénées, Ocseed a pour objectif d'investir dans une vingtaine de projets en 5 ans, tous sélectionnés sur les territoires d'Occitanie.

ACTIONS CONVERTIBLES

Les investissements sont de 100 000 à 300 000 euros par dossier. « Réalisés sous forme d'actions convertibles, ils ont un effet de levier de facteur cinq auprès des banques et autres investisseurs », souligne Thierry Merquiol. En deux ans, 16 projets ont été identifiés. À l'actif d'Ocseed : l'accompagnement de Smartcach ou de Diappymed, dans le secteur de la santé, de MyCharlotte (e-santé), Hinfact (aéronautique), Batconnect (énergie)

ou Sustn Food (produits alimentaires à base de spiruline). Pour lui permettre de poursuivre sereinement sa mission jusqu'en 2025, ses actionnaires viennent d'ajouter 4 millions d'euros supplémentaires. Une première étape dans la préparation de la pérennisation de ce dispositif.

Marina Angel



Thierry Merquiol, directeur général d'Ocseed, en charge des levées de fonds à l'incubateur régional Nubbo.

Start-up

BORDEAUX

POUR SON FINANCEMENT, OBVY CHERCHE L'ÉQUILIBRE

Depuis sa création en 2018, la start-up Obvy, qui développe un outil de paiement et de sécurisation des achats, a effectué trois levées de fonds. Au moment de boucler la dernière, son fondateur explique la nécessité pour les jeunes entreprises de trouver un moyen équilibré de se financer.

Le financement d'une start-up est avant tout une question d'équilibre, selon Charles Henri Gougerot-Duvoisin, cofondateur de l'entreprise bordelaise Obvy (10 collaborateurs), spécialisée dans la sécurisation des transactions. Si le fait de se tourner vers les prêts d'honneur personnels a été son premier réflexe, c'était à la fois pour miser sur le non-dilutif et « montrer que l'on prend des risques personnels ». Avance remboursable de Bpifrance, subvention régionale et prêt bancaire ont suivi pour atteindre 250 000 euros et lancer un premier produit en 2019 : un moyen de paiement sécurisant les transactions

entre particuliers. « Nous avons besoin d'un maximum de liquidités acquises sans diluer notre capital. Ça nous a notamment permis de recruter nos premiers salariés et de contacter des fournisseurs. Ça a généré de l'attraction avant la première levée de fonds ».

TROIS TOURS DE TABLE

Entre septembre 2019 et juin 2022, Obvy en a opéré trois. Les deux premières ont sollicité des business angels, une « solution plus rapide » mais aussi stratégique, ces derniers étant considérés comme « une ressource pour bénéficier d'expertises particulières dans notre réseau d'actionnaires, dans



Charles-Henri Gougerot-Duvoisin, fondateur d'Obvy.

la finance par exemple », précise le dirigeant. La dernière levée en date, réalisée auprès de business angels plus importants et de fonds d'investissement, est motivée par des ambitions B to B, l'entreprise cherchant à adresser sa solution à des marketplaces ou des plateformes d'e-commerce. Coupler ses levées à du non-dilutif reste « une sécurité », pour Obvy, une manière pour les cofondateurs de trouver des investisseurs tout en restant majoritaires au capital de la société.

Romain Bêteille

NORD

« IL FAUT MONTRER QUE L'ON SAIT FAIRE POUR ATTIRER LES INVESTISSEURS »

La start-up lilloise Innobiochips, basée à Eurasanté, a levé 1,5 million d'euros en février 2022. La moitié de cette levée de fonds provient de ses trois actionnaires historiques, et l'autre moitié, d'un nouvel investisseur, l'Ircem, un groupe de protection sociale.

La start-up Innobiochips, spécialisée, depuis 2015, dans la fabrication de dispositifs de diagnostic in vitro innovants, car multi-paramétriques et basée à Eurasanté, a levé 1,5 million d'euros en début d'année. La moitié de cette levée de fonds provient de ses trois actionnaires historiques, et l'autre moitié, d'un nouvel investisseur, l'Ircem, un groupe de protection sociale. « Nos systèmes d'analyses sont utilisés par les laboratoires d'analyses médicales dans quatre domaines : la transfusion, la transplantation, les maladies infectieuses et le micro biome », explique Vianney Souplet, directeur général.

L'entreprise s'est distinguée lors de la crise sanitaire car elle a mis au point un



Innobiochips s'est distingué pendant la crise du Covid, ce qui lui a permis d'attirer un nouvel investisseur.

test de dépistage, CoViDiag, qui permet de mesurer l'immunité d'une personne contre les variants du Covid qui circulent. Dans les biotechs, la prise de risque est beaucoup plus forte, « que dans le domaine du numérique par exemple, car il y a tout le volet structure, laboratoire, équipements, cela coûte cher, et le temps de développement est plus long », ajoute le dirigeant, qui travaille au quotidien pour trouver de nouveaux financeurs. Cette levée de fonds va permettre à Innobiochips de développer de nouveaux produits sur le volet transfusion, « une nouvelle façon de définir les groupes sanguins plus rapidement et plus efficace qu'aujourd'hui ». Des projets qui pourraient faire croître le chiffre d'affaires d'un million d'euros aujourd'hui à « plusieurs dizaines de millions d'euros d'ici 5 ans ».

Lise Verbeke



SOLUTIONS & CONSEILS

INFORMATIQUE



Les 100 premiers sites internet français consomment plus en électricité que 3 000 foyers.

© RAWPIXEL.COM

ENVIRONNEMENT

Et pourquoi ne pas opter pour un site internet éco-responsable ?

Le numérique est rentré au cœur des entreprises mais contribue de façon non négligeable au réchauffement climatique. Faire le choix d'un site internet plus responsable, c'est possible aujourd'hui. Des entreprises se lancent et des prestataires se développent. À la clé, des impacts positifs sur l'environnement et des économies à la clé.

Un nouveau marché est en train de prendre de l'ampleur, celui des sites web « écolo », conçus pour limiter leur impact sur l'environnement. On le sait peu, mais un site web sollicite de nombreuses ressources, tant pour la fabrication des ordinateurs et des datacenters, que pour leurs usages. On estime à environ 4 % les émissions de gaz à effet de serre du secteur nu-

mérique à l'échelle mondiale, soit davantage que l'aviation civile ! Et la forte augmentation des usages laisse présager un doublement de leur empreinte carbone d'ici 2050. Le numérique, c'est aussi 9 % de la consommation d'électricité mondiale, liée à la fabrication et l'utilisation des appareils et aux stockages des données dans les datacenters. Selon une étude de Web Energy Archive et de l'Ademe, les 100 premiers

sites français consomment plus en électricité que 3 000 foyers.

Fabriquer un ordinateur exige de surcroît de nombreuses ressources non renouvelables, des métaux ferreux et non ferreux (cuivre, aluminium, zinc...), des métaux précieux (or, argent, platine...), des métaux rares, et d'autres substances comme le magnésium, le carbone ou le lithium. Leur extraction est très polluante,

limitée et le recyclage des équipements est extrêmement faible. De plus, la fabrication d'un ordinateur consomme 240 kg de combustibles fossiles, 22 kg de produits chimiques et 1,5 tonne d'eau.

Si l'entreprise n'a pas la main sur la fabrication des ordinateurs, elle peut arbitrer ses achats et usages. À l'achat, l'Ademe recommande d'investir dans des ordinateurs qui collent aux besoins de la structure, sans plus, de voir s'ils affichent des labels environnementaux. En outre, l'agence incite à allonger l'espérance de vie des ordinateurs par des gestes simples : pas de choc, de miettes, une bonne gestion de vie du matériel (réparation, réemploi, recyclage).

RECHERCHER LA SOBRIÉTÉ FONCTIONNELLE ET ESTHÉTIQUE

L'entreprise a en revanche les mains beaucoup plus libres pour mettre en place un site internet plus respectueux de



l'environnement. C'est le choix de l'agence de communication B Side à Nantes, qui a procédé à une refonte de son site pour améliorer ses performances environnementales. Engagée depuis plusieurs années dans une politique RSE et entreprise à mission depuis 2021, l'agence de 20 salariés, dirigée par Marion Andro et Ingrid Berthé, a mis en place en 2019, des groupes de travail pour dynamiser cette démarche en balayant tous les champs de l'entreprise, y compris le numérique.

« Nous souhaitons faire de l'écoconception pour nos clients et avons commencé par nos propres supports, dont le site web ». Un travail mené avec l'agence Roquette, spécialisée dans l'écoconception de sites web. Point de départ : audit de toutes les pages et fonctionnalités du site existant, pour détecter ce qui est indispensable ou non. Objectif : rechercher la sobriété fonctionnelle et esthétique. Le développement se fait via un code propre et sur mesure, compatible avec des équipements plus anciens (ordinateurs, tablettes...), ce qui permet de lutter contre l'obsolescence programmée des appareils. « Cette évolution nous a amenés à réduire drastiquement le poids des contenus visuels, supprimer les vidéos hébergées sur notre site, éviter le sur-téléchargement », expliquent les dirigeantes de B Side. Résultat très positif : une moyenne de 0,14 g de CO₂ émis par page, un temps de chargement réduit, le référencement naturel et la visibilité améliorés.

LES POINTS CLÉS D'UN SITE INTERNET « ÉCOLO »

Quels sont les points clés d'un site internet « écolo » ? L'hébergement du site, pour être plus écologique doit se faire avec un hébergeur local, dans la mesure du possible. Si en plus le datacenter est alimenté avec des énergies renouvelables, c'est encore mieux.

On estime à environ 4 % les émissions de gaz à effet de serre du secteur numérique à l'échelle mondiale, soit davantage que l'aviation civile !

Vient ensuite la technologie utilisée pour concevoir le site : l'agence de développement web privilégiera les langages web économes – et correspondants aux besoins de l'entreprise. Comme chaque ligne de code compte, il veillera à minimiser le code source du site de l'entreprise.

Puis vient le travail sur le design : sobre, sans superflu, il tendra davantage vers l'éco-conception. L'utilisation mesurée des polices de caractères, des contenus éditoriaux, ainsi que des visuels, limite les temps de chargement, donc les ressources énergétiques nécessaires et le CO₂ émis. Le poids des visuels peut être réduit ou les photos peuvent être remplacées par des icônes, plus légères à charger. Quant aux vidéos, très gourmandes en ressources, il faut les limiter, les alléger ou s'en passer quand cela est possible. Et ne surtout pas les héberger sur son site.

Cette chasse au superflu, avec la recherche d'un graphisme épuré, n'exclut en rien la création d'un site responsive et design.



Ingrid Berthé et Marion Andro, dirigeantes de l'agence de communication B Side, ont opté pour un site plus respectueux de l'environnement.

CHOISIR UN PRESTATAIRE DÉDIÉ À L'ÉCOCONCEPTION

Aujourd'hui, les développeurs qui conçoivent les sites internet sont loin d'être tous formés à l'éco-conception web. Cependant, il existe des agences dédiées, qui se spécialisent dans la création de sites « écologiques ». C'est le cas de l'agence Everest, fondée par Aurélien Pasquier en 2002, à Rennes. « Nous proposons du web responsable depuis la création de l'entreprise, parce que le développement durable me tient à cœur, même si à l'époque, ces termes ne faisaient pas partie du vocabulaire quotidien ».

Avec 800 clients, Everest connaît un développement florissant et une clientèle diversifiée. L'agence compte parmi sa clientèle 40 % de PME, 30 % de structures publiques, 20 % de grands groupes et 10 % d'associations de toutes tailles. « Une partie de nos clients sont des convaincus de l'éco-conception et d'autres nous demandent des sites éco-conçus parce que c'est dans l'air du temps, l'affichage d'un

site écoconçu compte vis-à-vis de leurs clients ou de leurs collaborateurs ».

Les sites lowtech qu'ils créent ou refondent, baptisés « nanosites », affichent un poids moyen de seulement 300 ko par page (soit 7 fois moins que la moyenne mondiale), un temps de chargement en 3G basse qualité de moins de 2 secondes et un impact carbone de moins de 0,15 gramme par page.

Pour le dirigeant breton Aurélien Pasquier, c'est une satisfaction de ne pas contribuer de cette façon à l'obsolescence programmée. « C'est aussi un acte social, ces nanosites, car ils sont accessibles également à partir de vieux smartphones, même en 3G et n'excluent aucun utilisateur. Pour autant, ils restent très performants, jolis, dans l'air du temps, bénéficient d'un meilleur référencement et d'un temps de chargement beaucoup plus rapide ».

LES DÉBUTS DE L'ÉCO-MESSAGERIE

Éco-communiquer, cela peut aussi passer par le choix d'une messagerie plus respectueuse de l'environnement. C'est le service que propose une autre entreprise rennaise, l'agence Dolmen, à travers la messagerie Treebal, imaginée par son fondateur, David Godest. Lancée en 2021 avec une version grand public gratuite et une version professionnelle pour le B to B, Treebal remplace des messageries comme WhatsApp, Signal, Telegram... avec deux avantages à la clé, souligne son dirigeant. « Treebal est éco-conçue et minimise son impact sur l'environnement », souligne David Godest qui a fait le choix de reverser une partie des revenus générés pour financer des projets de reforestation. « Autre avantage pour les entreprises : sur Treebal, les données sont chiffrées de bout en bout, donc sécurisées, elles restent confidentielles et l'entreprise en maîtrise l'usage à tout moment ».

Valérie Dahm



INFLATION

Lancement d'une aide pour les gros consommateurs d'énergie

L'aide aux entreprises les plus dépendantes au gaz et à l'électricité arrive en ce mois de juin. Le gouvernement a largement remanié le dispositif présenté en mars pour le rendre un peu plus généreux... mais aussi plus complexe.

Contre la flambée des prix de l'énergie, l'État est enfin prêt à sortir la lance à incendie, pour les entreprises les plus gourmandes en gaz ou en électricité. Le dispositif, promis à la mi-mars, dans le plan de résilience, pour ces gros consommateurs, ouvrira « au cours de la deuxième quinzaine de juin » sur le site impots.gouv.fr, a annoncé le ministère de l'Économie. À cette occasion, Bercy en a aussi profité pour détailler les modalités exactes de cette subvention nouvelle. C'est qu'en deux mois, les conditions ont été remaniées et les vannes ouvertes, pour tenter de combler les trous béants, laissés par les factures d'énergie dans les caisses des sociétés.

L'accès à cette « aide aux en-

treprises grandes consommatrices de gaz et d'électricité » s'appuie toujours sur trois critères, mais deux ont évolué. D'abord, pas de changement : les dépenses de gaz et d'électricité du demandeur doivent peser plus de 3 % de son chiffre d'affaires 2021.

IMPACT SUR LE RÉSULTAT D'EXPLOITATION

Ensuite, il doit avoir subi « un doublement de [son] coût unitaire d'achat d'électricité ou de gaz (en €/MWh) ». Enfin, plus besoin d'être déficitaire pour obtenir cette subvention : un simple repli de l'excédent brut d'exploitation (EBE) permet d'y prétendre.

L'État va compenser la flambée des prix de l'énergie pour les entreprises les plus dépendantes du gaz et de l'électricité.

Mais c'est là que le dispositif se complique (et s'enrichit à la fois), puisque le ministère crée trois niveaux de compensation différents (avec des plafonds remaniés), en fonction de l'impact des prix de l'énergie sur ce résultat d'exploitation.

Ainsi, si l'EBE baisse de plus de 30 % par rapport à son niveau 2021, l'entreprise recevra 30 % de ses surcoûts énergétiques, dans la limite de 2 millions d'euros. Si elle encaisse des pertes (EBE négatif) sous l'effet avéré de ses factures d'électricité ou de gaz, la couverture passe à 50 %, jusqu'à 25 millions d'euros. Des seuils revus à 70 % et 50 M€, dès lors qu'elle exerce « dans l'un des secteurs les plus exposés à la concurrence internationale » (métallurgie, sidérurgie, chimie, plasturgie, verrerie, textile,

hydrogène, engrais, bois et papier, etc.), comme l'y autorise la Commission européenne. Dans les deux derniers cas, cette aide publique ne pourra toutefois dépasser 80 % des pertes d'exploitation. « Pour les entreprises qui font partie d'un groupe, le montant des plafonds d'aide sera évalué à l'échelle du groupe », précise encore Bercy.

UN CALENDRIER REPRÉCISÉ

Autre évolution fondamentale : tous ces critères seront calculés sur trois mois. Pas besoin donc d'attendre que l'année passe pour déterminer le niveau de son déficit 2022. La première période de référence portera sur mars-avril-mai, avant une seconde, sur l'été (juin à août). Rien n'est annoncé, en revanche, pour la fin de l'année. Le Premier ministre Jean Castex avait pourtant prévu de maintenir ce mécanisme sur neuf mois. À l'époque, le gouvernement prévoyait d'y consacrer 3 milliards d'euros. Reste à savoir à présent si les entreprises, notamment les PME, parviendront à se saisir de cette aide volontairement très ciblée. Fin avril, le président de CCI France s'inquiétait déjà de sa complexité. Ces dernières évolutions ne vont rien arranger. Mais elles ont a priori le mérite de faire entrer davantage d'entreprises dans le système. Et, pour l'État, l'avantage de ne pas réactiver la logique du « quoi qu'il en coûte » à tout-va, désormais bel et bien enterrée.

Pierrick Lieben





JURIDIQUE

Les grandes entreprises obligées de féminiser leur Codir

Les entreprises d'au moins 1 000 salariés ont jusqu'au 1^{er} septembre pour publier sur leur site internet les écarts de représentation entre les hommes et les femmes dans leurs instances dirigeantes comme les comités de direction (Codir).



© MONKEY BUSINESS

Le compte à rebours a commencé. Toutes les entreprises de 1 000 salariés et plus sont priées de féminiser leurs instances dirigeantes. La loi Rixain du 24 décembre 2021 leur demande, d'une part, d'employer au moins 30 % de femmes cadres dirigeantes et, d'autre part, de doter leurs instances dirigeantes d'au moins 30 % de femmes d'ici à 2026. Ces proportions passeront à 40 % en 2029. Les récalcitrants pourront le payer cher : à partir de 2031, la loi prévoit des pénalités financières pouvant se monter à 1 % des rémunérations. L'échéance peut sembler lointaine. Mais les employeurs n'ont plus que quelques mois pour se conformer aux premières exigences de la loi, comme le confirme le décret n° 2022-680 du 26 avril 2022. Avant le 1^{er} septembre prochain, ils doivent publier sur leur site internet les écarts de représentation entre les hommes et les femmes cadres dirigeantes et au sein des instances dirigeantes. Ils

devront le faire ensuite chaque année avant le 1^{er} mars. Sont concernées par ces obligations les entreprises employant 1 000 salariés et plus depuis au moins trois ans.

PAS DE SALARIÉ AU FORFAIT JOUR

Pour ce qui concerne les « instances dirigeantes », le ministère du Travail a récemment précisé qu'il s'agissait de toute instance assistant régulièrement les organes chargés de la direction générale. Cela englobe donc les comités de direction ou les conseils stratégiques, mais pas les conseils d'administration, les conseils de surveillance ou encore les directoires.

Pour mesurer les écarts de représentation, les employeurs doivent calculer les pourcentages d'hommes et de femmes cadres dirigeants sur une année civile, en fonction du temps passé en tant que cadre dirigeant ou membre des instances dirigeantes. Précision importante : les salariés au forfait en jours ne sont pas pris en

compte. La loi Rixain cherche à assurer une répartition équilibrée de chaque sexe parmi les cadres dirigeants et les membres des instances dirigeantes.

compte. Les résultats devront être communiqués au comité économique et social, publiés sur le site internet de l'entreprise et seront repris sur le site du ministère du Travail. Les entreprises qui ne répondent pas aux objectifs fixés par la loi devront, à partir de 2026, définir des mesures de correction et, à partir de 2029, les communiquer sur leur site internet. Pour les entreprises qui ne parviennent pas à tenir les objectifs, les premières sanctions financières pourraient intervenir deux ans plus tard, selon des modalités restant à définir. La situation initiale de l'entreprise, ses explications et les efforts constatés en matière de féminisation de ses instances dirigeantes seront pris en compte par l'administration, promet le ministère du Travail.

Stéphane Vandangeon

En bref



© LESZKGLASNER

Prêts participatifs : les entreprises gagnent du temps

Un an de plus pour rembourser sa dette. L'Etat a modifié les conditions d'amortissement des prêts participatifs mis en place, au début de la crise du Covid-19, pour les TPE-PME les plus fragilisées par l'épidémie. Le différé de paiement du capital de cet outil de quasi-fonds propres peut être désormais allongé de 12 mois supplémentaires « à la demande du bénéficiaire ». Ce qui porte la durée totale de ce prêt particulier à huit ans, au lieu de sept.

Les crédits aux entreprises coûtent plus cher

Pas de ruée des entreprises dans les banques. Au premier trimestre, et en dépit des difficultés nées de la guerre en Ukraine, les demandes de crédits de trésorerie sont restées faibles : environ 4 % des TPE-PME et 6 % des ETI en ont sollicité de nouveaux, au cours des trois premiers mois de l'année, selon la Banque de France (en baisse d'un demi-point par rapport à fin 2021). Le financement des investissements par l'emprunt, lui, s'est stabilisé, mais à un niveau toujours bien inférieur à l'avant crise : près d'un quart des ETI et 18 % des PME ont déposé un dossier début 2022, soit 4 à 5 points de moins qu'au dernier trimestre 2019. Pour ne rien arranger, les 4 500 entreprises interrogées (hors TPE) n'ont jamais été aussi nombreuses en dix ans à signaler un renchérissement du coût du crédit. Un brutal renversement de tendance « à mettre en lien avec la hausse des taux d'intérêt [...] observée sur le mois de mars ».



FINANCEMENT

Un prêt à taux zéro pour acheter un véhicule peu polluant

À partir du 1^{er} janvier 2023, une expérimentation de prêt à taux zéro pour l'achat d'un véhicule électrique ou hybride démarrera dans les zones à faibles émissions mobilité et pour certaines entreprises.

Le prêt à taux zéro pour l'achat d'un véhicule peu polluant vise à soutenir le renouvellement du parc automobile suite à l'extension des zones à faibles émissions (ZFE-m), qui restreignent la circulation des véhicules les plus polluants. Actuellement, 12 ZFE-m sont mises en place, dans le Grand Paris, à Lyon, Aix-Marseille ou encore à Nice. Elles devront être instaurées dans les 43 agglomérations françaises de plus de 150 000 habitants avant le 31 décembre 2024.

Selon le décret du 22 avril 2022, pris en application de la loi du 22 août 2021 sur la lutte contre le dérèglement climatique, ce dispositif sera réservé aux petites entreprises (et aux habitants) domiciliés dans les zones à faibles émissions ou dans une intercommunalité limitrophe de celle-ci. Il ne concerne que les entreprises de moins de 10 salariés et dont le chiffre d'affaires ou le total de bilan ne dépasse pas 2 millions d'euros.

Ces entreprises pourront solliciter un prêt de 30 000 euros

maximum, remboursable en sept ans, auprès des banques ayant signé une convention avec l'État. En cas de location longue durée ou location avec option d'achat, le montant du prêt sera ramené à 10 000 euros et la durée de remboursement sera celle du contrat de location.

VÉHICULES ÉLECTRIQUES OU HYBRIDES

Le prêt sera accordé pour l'achat de véhicules dont l'émission de CO₂ est inférieure à 50 g/km. Seuls les véhicules électriques ou certains hybrides rechargeables, respectent ce seuil.

Le dispositif concerne les voitures d'une valeur maximum de 45 000 euros ; de 60 000 euros pour une camionnette d'un poids total maximum en charge de 2,6 tonnes.

Les banques accordant ces prêts à taux zéro ne disposent pas de garantie particulière sur les crédits consentis aux emprunteurs dont elles devront apprécier la solvabilité. Mais elles bénéficieront de réductions d'impôt équivalentes au montant des intérêts qu'elles auraient perçus à des conditions normales de taux. À l'issue de l'expérimentation de deux ans, un rapport d'évaluation sera établi par le ministre chargé de l'Économie et le ministre chargé des Transports.

Valérie Dahm

Les entreprises peuvent solliciter un prêt de 30 000 euros maximum, remboursable en sept ans.



© PANDORA STUDIO

Chronique

Trois clés pour internationaliser son activité

Si l'internationalisation est un défi à portée de toutes les entreprises ou presque, sa réussite dépend de son degré de préparation. Dans le respect de quelques règles fondamentales.

Le temps où l'internationalisation était réservée aux grandes entreprises est révolu. Aujourd'hui, de plus en plus de PME et ETI projettent de se développer à l'étranger pour élargir leur marché et conquérir une nouvelle clientèle. Seulement voilà, le chemin pour internationaliser son activité est parfois semé d'embûches. Pour les contourner, revenons en détail sur les trois clés à connaître pour bien s'exporter.

D'abord il s'agit de trouver le bon partenaire. Partir à l'étranger est avant tout une affaire de contacts. Il peut être difficile de s'implanter dans un nouveau pays seul(e) sans disposer d'un réseau de confiance. C'est pourquoi des dispositifs se mettent en place dans certaines régions pour favoriser la collaboration entre des partenaires localisés à l'étranger et les entrepreneur(e)s. C'est notamment le cas en Auvergne-Rhône-Alpes où la CPME a créé une plateforme digitale (« Take-Off ») dans le but de connecter les entreprises à des experts stratégiques, en France et à l'étranger.

Bien choisir son pays

Le rêve américain a beau être très répandu, l'international est aussi une question d'opportunités. Avant de se lancer, il est donc important d'analyser les différents marchés et leurs écosystèmes afin d'identifier les pays ayant le plus gros potentiel. Ceci exige une étude approfondie pour bien cerner les marchés cibles, la concurrence et les acteurs clés du marché.

Il faut aussi veiller à avoir un capital bien structuré avant de partir. C'est essentiel pour



© GAËLLE DAUREAUX

pouvoir lever les fonds nécessaires le moment venu. En effet, la principale problématique des entrepreneur(e)s à l'étranger demeure l'argent.

S'appuyer sur les dispositifs existants

Il existe de nombreuses initiatives d'aide à l'internationalisation, mais elles sont malheureusement souvent méconnues des entrepreneur(e)s. Parmi elles, nous pouvons notamment citer : le dispositif « Erasmus Entrepreneurs » qui facilite les échanges entre entrepreneur(e)s européen(ne) ; mais aussi les programmes « EIC Accelerator » et « Fast Track to Innovation » pilotés par la Commission européenne ; ou encore les formules d'accompagnement de Business France.

D'autres programmes sont développés à l'échelle régionale, tels que « Quatre moteurs pour l'Europe » qui réunit l'Auvergne-Rhône-Alpes, le Bade-Wurtemberg, la Catalogne et la Lombardie. Cette initiative vise à encourager l'entraide et donner une dimension internationale aux projets des quatre territoires, notamment en facilitant les implantations.

GERMAIN MICHOU-TONNING,
directeur des partenariats
chez Qonto



MARQUE EMPLOYEUR

100 actions pour faciliter la vie des jeunes parents au travail

Comment faciliter la vie au bureau des jeunes (ou futurs) parents ? Un nouveau guide baptisé « parental challenge » suggère 100 actions concrètes à lancer. Les deux tiers sont sans coût financier pour l'employeur.

Entre les murs de l'entreprise, la parentalité reste trop souvent considérée « au mieux comme un non-événement, au pire comme un problème ». Tel est le constat dénoncé par les créatrices du « Parental Challenge ». Ce guide propose 100 actions facilitant la vie au travail des parents ou des futurs parents. Les deux tiers sont sans coût financier pour l'employeur. « Une petite révolution culturelle consisterait déjà à appliquer la loi et à communiquer leurs droits aux salariés », indique Judith Aquien, co-auteur du guide. Il suffit de créer un petit kit d'informations précisant les droits des salariés liés à la parentalité décrits dans le Code du travail. Plus de la moitié des salariés confient en effet mal connaître leurs droits liés à la parentalité, selon une étude BVA.

L'OPTION TÉLÉTRAVAIL

La mise en place du télétravail peut aussi changer la vie des femmes enceintes, notamment en début de grossesse. « Le premier trimestre reste le plus difficile à vivre, physiquement parlant. Les femmes vomissent fréquemment et sont épuisées en raison d'une montée d'hormones. Or, rien n'est prévu pour cette période, déplore Judith Aquien. Télétravailler apporterait du confort... » D'autres actions nécessitent un engagement plus conséquent. Comme former ses managers à l'accueil de la parentalité, en particulier au respect de

la confidentialité concernant la vie privée et à la prévention des discriminations envers les femmes.

Autre mesure forte : offrir un congé de 3 jours (rémunéré à 100%) en cas de fausse couche, pour les mères comme les seconds parents. Un temps important pour la santé de la personne concernée par ce deuil. « Quand ce choc est reconnu, cela crée aussi un pacte, qui renforce le lien entre l'employeur et l'employé », souligne Judith Aquien.

Le Parental Challenge propose 100 actions facilitant la vie au travail des parents ou des futurs parents. Les deux tiers sont sans coût financier pour l'employeur.

Le Parental Challenge cible aussi bien un objectif de santé publique que l'égalité homme-femme. Illustration avec l'extension du « congé second parent » à la naissance, fixé légalement à 28 jours pour un premier enfant. Le guide invite à donner une semaine en plus, voire à aligner sa durée sur le congé maternité. Une présence indispensable selon Judith Aquien : « On ne peut passer remettre d'un accouchement s'il faut s'occuper seule de son enfant. » En outre, les premières semaines restent capitales pour développer une répartition équitable des tâches parentales. Le risque étant

qu'en l'absence de conjoint, la mère s'occupe de tout... Et que le couple conserve cette habitude par la suite.

PLUS DE 80 ENTREPRISES S'ENGAGENT

Lancé par quatre femmes salariées et entrepreneuses de la Tech (Judith Aquien, Selma El Mouissi, Clémence Pagnon et Isma Lassouani), le guide rencontre un écho. Plus de 80 sociétés ont déjà signé la charte du Parental Challenge (qui engage à 12 actions fortes minimum). Parmi elles, Ulule, ManoMano, OpenClassrooms, Intuiti, So Press, Haigo, Issence, Chance... Un engagement qui est de nature à renforcer la marque employeur et à faciliter le recrutement des entreprises. « Le confinement a ouvert les yeux sur la nécessité de combiner vie pro et perso, constate Judith Aquien, par ailleurs directrice éditoriale au sein de la start-up Chance. La politique en matière de parentalité constitue un atout pour fidéliser et attirer des talents. »

Florent Godard



© FOTOLIA



SANTÉ

L'« essai encadré » pour aider les salariés en arrêt de travail

Un récent décret fixe les modalités de mise en œuvre de l'essai encadré, qui doit favoriser le retour à l'emploi d'un salarié en arrêt de travail en testant sa capacité à reprendre son poste... ou à en prendre un autre.

Autorisé par la loi Santé au travail du 2 août 2021, l'essai encadré doit favoriser le retour à l'emploi d'un salarié en arrêt de travail. Il permet de tester sa capacité à reprendre son ancien poste ou de tester un aménagement de poste. Il permet aussi d'essayer un nouveau poste, dans son entreprise ou dans une autre. Durée maximale de cet essai : 14 jours ouvrables, en continu ou fractionnables, renouvelables une fois. En essai encadré, le salarié reste en arrêt de travail et perçoit ses indemnités journalières.

Le décret n°2022-373 du 16 mars 2022 précise le dispositif. Peuvent en bénéficier tous les salariés en arrêt de travail indemnisés par la CPAM ou la Sécurité Sociale, au titre de la maladie, d'un accident du travail ou d'une maladie professionnelle, présentant un risque de perdre son emploi à cause de son état de santé. Les salariés doivent être titulaires d'un contrat de travail (CDI, CDD, apprenti, intérimaire, stagiaire de la formation professionnelle).

DEMANDE DES SALARIÉS

L'essai encadré peut être mobilisé par le salarié ou les services de prévention et santé au travail, le service social de l'Assurance maladie ou encore un organisme de placement spécialisé dans l'accompagnement en emploi des personnes handicapées. La demande est à adresser à la CPAM directement si le salarié est à l'origine de la requête ou par l'intermédiaire du service qui l'accompagne (Cap emploi, service social de l'Assurance maladie...). L'essai encadré est mis en œuvre après évaluation par le service social de l'Assurance maladie, avec l'accord des médecins concernés (médecin traitant, médecin conseil de l'Assurance maladie ou médecin du travail). Une convention doit formaliser les engagements des partenaires précités et du tuteur chargé du suivi du salarié dans l'entreprise. Un refus de la CPAM doit être motivé et préciser les voies et délais de recours.

Le salarié est suivi par un tuteur de l'entreprise, qui réalisera un bilan en lien avec le salarié, puis le communiquera au médecin du travail, au service social de la Carsat et le cas échéant, aux organismes de placement spécialisés dans l'accompagnement en emploi des personnes handicapées.

Valérie Dahm

En essai encadré, le salarié reste en arrêt de travail et perçoit ses indemnités journalières.



© DIDESIGN

Chronique

Les avocats d'affaires sont moteurs pour la RSE dans l'entreprise

La loi Pacte fait de la RSE un élément incontournable du développement des entreprises. À condition de bien respecter les règles de sa mise en œuvre. Les avocats-conseils ont un rôle important à jouer auprès des dirigeants.

Quels que soient sa taille et son secteur d'activité, une entreprise se doit aujourd'hui d'adopter une stratégie de Responsabilité Sociétale dans un environnement où les tendances s'orientent progressivement vers des comportements responsables au regard des Hommes, de l'environnement et de l'économie.

Au sein de l'entreprise, plusieurs acteurs participent à la mise en œuvre d'une véritable politique de RSE : les pouvoirs publics et les universités à travers le financement et la formation, les incubateurs et les réseaux à travers l'accompagnement et la sensibilisation, les différentes parties prenantes qui encouragent les entreprises aux comportements responsables via l'accélération de l'éveil des consciences. Un certain nombre d'obligations légales s'imposent également en termes de RSE aux grandes entreprises avec la Loi Pacte (plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises) du 22 mai 2019 qui repense la place des entreprises dans la société.

Une aide précieuse

Parmi tous ces acteurs, les avocats-conseils d'entreprises jouent un rôle important dans le développement des pratiques de RSE bien que n'étant pas habituellement considérés comme des interlocuteurs naturels des chefs d'entreprise sur ce thème. Ils ont pourtant un véritable rôle de chef d'orchestre au cœur de toutes ces démarches : sur le volet droit des sociétés, sur le volet du droit de l'économie responsable et de la transition énergétique, sur le volet du droit social et



© DR

contractuel, tant en marchés privés que publics. Les avocats-conseils qui accompagnent les dirigeants dans la mise en œuvre des pratiques responsables, maîtrisent la législation et peuvent donc informer les PME sur les normes ISO, les labels ; les aider à les mettre en place et à les faire valider. Une aide précieuse quand on sait que la moitié des dirigeants de PME ne savent pas par où commencer pour rendre leur entreprise conforme à la loi PACTE qui a inscrit à l'article 1833 du Code civil le principe selon lequel « la société est gérée dans son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité ». L'avocat-conseil pourra apporter de précieux conseils sur les sociétés à mission l'inscription dans les statuts d'une raison d'être et la mise en place d'un suivi dans le rapport de gestion annuel. De plus, il aura un rôle de mise en garde des chefs d'entreprise sur le « green washing » de sorte que l'entreprise ne communique pas sur une démarche RSE inexistante, sous peine d'être pénalisée, la RSE étant désormais encadrée par la loi.

DR ROSALIE DOUYON,
professeure associée à
l'ESDES Lyon



MARCHÉS PUBLICS

Loi climat : le verdissement de la commande publique accélère

Un nouveau décret exige des acheteurs publics de mieux intégrer le développement durable lors de la passation et l'exécution de contrats. Les entreprises fournisseuses vont devoir s'adapter à des critères environnementaux plus exigeants. Explications.

Les acheteurs publics vont devoir montrer patte verte. Un décret paru début mai vient modifier le Code de la commande publique, comme la loi climat d'août 2021 l'annonçait. Objectif de ce nouveau texte ? Créer une véritable dynamique au niveau local en faveur des achats durables. Un bon levier pour accélérer la transition écologique, puisque, selon Bercy, la commande publique représente 10 % du PIB, soit près de 200 milliards d'euros. Le décret prévoit plusieurs changements majeurs, que les entreprises devront intégrer pour répondre aux marchés. Les schémas de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables (Spaser), obligatoires depuis 2014 pour certains conces-

sionnaires, sont renforcés : le seuil à compter duquel les acheteurs devront élaborer ces feuilles de route « responsables » est abaissé de 100 millions à 50 millions d'euros de volume d'achats annuels. La majorité des collectivités territoriales et établissements publics sera concernée par cette obligation. « L'élargissement du spectre des Spaser va davantage toucher les PME et les PME que les grands groupes. Les petites et moyennes entreprises devront s'adapter pour continuer à travailler avec les collectivités », explique Morgane Le Fur, consultante pour le cabinet Citia. Par ailleurs, les Spaser devront désormais comporter des indi-

Un décret paru début mai vient modifier le Code de la commande publique.

cateurs précis sur les taux réels d'achats publics responsables et devront être publiés sur le site internet des acheteurs. « Le fait de chiffrer les objectifs des Spaser et d'en rendre compte par voie de reporting va rendre les exigences des acheteurs publics beaucoup plus ambitieuses en matière d'appréciation des offres », prévient Arnaud Salomon, associé au sein du cabinet de conseil CKS Consulting. Ce dispositif sera applicable dès le 1^{er} janvier 2023.

REPENSER SES APPROVISIONNEMENTS

Autre modification importante du code de la commande publique, celle relative aux critères de choix des offres. À compter d'août 2026, les concessionnaires devront ainsi

établir au moins un critère qui prenne en compte les caractéristiques environnementales lors de l'attribution d'un marché. « En pratique, cette évolution interdit le recours au critère unique du prix », explique la direction des affaires juridiques de Bercy. « Les TPE et PME seront systématiquement jugées sur l'aspect environnemental de leur offre », avance Morgane Le Fur, consultante pour le cabinet Citia.

Enfin, le décret prévoit qu'un acheteur pourra dès à présent exclure la candidature des grands groupes qui n'ont pas satisfait à l'obligation d'établir un plan de vigilance, l'année précédant celle de la consultation.

Ce décret marque un cap important pour les fournisseurs, qui, pour répondre aux exigences chiffrées des concessionnaires, devront démontrer de manière tangible que leur offre est bien « responsable ». Les entreprises devront ainsi prendre en compte toutes les étapes du cycle de vie des fournitures, services ou travaux commandés et proposer par exemple des matériaux plus durables ou des services moins gourmands en énergie. « Les entreprises ne doivent pas sous-estimer la rapidité avec laquelle elles vont devoir repenser leurs propres filières d'approvisionnement et leur mode de production », avertit Arnaud Salomon. Le verdissement de la commande publique entraînera de facto celle des sociétés prestataires.

Marie-Amélie Fauchier-Magnan



© OLIVIER LE MOAL



© ACOMIE - S. MEYER

INDUSTRIE : LES PIONNIERS DE LA 5G

➤ La 5G pourrait ouvrir de nouvelles perspectives à l'industrie française. Elle a pourtant bien du mal à passer la porte des usines. Seule une poignée d'irréductibles expérimentent cette technologie capable de numériser les sites de production. Nous sommes allés à leur rencontre.

Les applications 5G dans l'industrie n'en sont qu'à leurs balbutiements. Mais une poignée d'entreprises teste déjà ou s'apprête à tester la 5G sur le terrain... Dans quel but ?

Une révolution dans les usines est en train de se préparer avec l'arrivée de la 5G, cette cinquième génération de communications mobiles qui débarque actuellement en

France. Augmentation du débit, réduction de latence et massification des connexions possibles font partie des performances accrues grâce à la 5G. Des atouts décrits comme « le triangle de la 5G », au sein duquel s'élaborent de nouveaux usages, peu ou pas accessibles aujourd'hui, selon l'expression de Matthieu Evrard. Ce dernier occupe des fonctions de directeur marketing chez Acome (2 000 salariés, 550 M€ de CA), un fabricant de câbles et de composants pour les télécoms et l'automobile. Peu connue du grand public, cette compagnie normande joue pourtant un rôle de défri- cheur dans ce secteur des nouvelles technologies. Acome s'apprête à lancer dès l'été une plateforme d'ex- périmentation 5G sur son site de Romagny, dans la Manche, afin de tester les nouveaux usages de l'indus- trie 4.0. Elle commencera par installer son réseau d'an- tennes privées cette année, avant une expérimentation en 2023-24.

ACOME : DÉTECTER LES ERREURS DE PRODUCTION

Encore en réflexion, les tests s'orienteraient notam- ment vers une réduction des déchets liés aux erreurs de production. Un enjeu de productivité. « Pour faire face à l'internationalisation de la concurrence, les cadences ont augmenté dans l'industrie au sens large. Ce qui fait qu'il est de plus en plus difficile de bien contrôler le processus de fabrication, constate Matthieu Evrard. Mécaniquement, vous avez un risque d'augmenter le taux de rebut en sortie de chaîne. » D'autant plus chez Acome qui réalise une « extrusion plastique à près de 100 km/h sur sa chaîne



© SNCF

Après avoir testé depuis deux ans la 5G dans la gare de Rennes, la SNCF envisage de l'implémenter au sein de ses centres de maintenance industrielle bretons, qui rénovent les rames des TGV.



© ACOME

« La 5G facilite le déploiement de nouvelles applications, là où les autres ont plus de mal à suivre »

Matthieu Evrard, directeur marketing d'Acome

de production de gaines de câbles, destinés entre autres à la fibre optique », précise le directeur marketing de la branche building city & transport d'Acome. À cette vitesse, le moindre défaut envoie quasi systématiquement le produit à la benne...

Par mesure de prévention, des caméras mobiles HD et haute vitesse, connectées en 5G, pourraient bientôt se positionner à différents points de la ligne de production, afin de surveiller image par image les diamètres d'extrusion et diverses étapes de fabrication. Des clichés analysés en différé par des yeux des experts. Ou permettant de créer un système d'alerte informatique, indiquant par exemple qu'on s'éloigne des réglages initiaux et qu'il risque d'y avoir des défauts. Ici, la 5G offre une mobilité du matériel, car il faudra déplacer régulièrement les caméras en fonction des zones de productions jugées à risque... sur ce vaste campus industriel de 42 hectares où s'élèvent sept usines. « Quand vous avez une couverture 5G dans le bâtiment, pas besoin de retirer un câble optique ou de cuivre pour déployer un nouvel objet connecté. Sauf s'il a besoin d'énergie. Sur un certain nombre d'applications vous allez ainsi accélérer vos projets... »



La 5G ouvre aussi la voie à une remontée massive d'information, depuis chaque îlot de production équipé de capteurs, vers un « lac de données ». Acome envisage d'ailleurs d'installer pas moins de 150 capteurs dans le but d'alimenter une intelligence artificielle. « On sortirait ici de la supervision ponctuelle d'une zone, comme prévu avec les caméras. L'IA aurait alors la capacité de fournir des recommandations générales visant à améliorer les paramètres de production. »

D'autres cas d'usages restent aussi en réflexion. Comme l'utilisation de la 5G pour piloter à distance des AGV, ces petits véhicules autonomes qui transportent des pièces dans l'usine. Reste à évaluer la pertinence de la technologie. Si la 5G « ne vient pas forcément remplacer » des fonctions que la 4G, le Wifi ou la fibre optique ne peuvent pas remplir, « elle facilite le déploiement de nouvelles applications, là où les autres ont plus de mal à suivre », assure déjà Matthieu Evrard. « Les technologies se complètent. L'intérêt sera de trouver le bon mix en fonction des besoins, détaille-t-il. Et d'atteindre un retour sur investissement pour les cas d'usage 100 % 5G ».

Outre ces tests, Acome compte réaliser des études sur la santé au travail, notamment pour mesurer les émissions d'ondes radios, en sollicitant des laboratoires. Coté impact environnemental, la Scop aimerait même évaluer l'ACV complet (l'analyse du cycle de vie) d'un réseau 5G, incluant aussi bien le bilan carbone, l'utilisation des matières premières ou le recyclage des équipements.

LA 5G POUR SÉCURISER LE PORT DU HAVRE

Les industriels qui testent la 5G restent encore rares. D'après le récent rapport de la Mission 5G industrielle, commandé par le gouvernement, il n'existerait qu'une douzaine d'expérimentations 5G à visée industrielle en France. La plupart soutenus dans le cadre du plan de relance. C'est le cas d'Acome, mais aussi d'Haropa qui déploie un réseau 5G sur le port du Havre. Dans l'estuaire de la Seine, Haropa Port cherche à renforcer la sécurité et améliorer ses opérations de maintenance. Il s'agit par exemple de garantir une voie d'accès fluide et sans aucun risque pour les navires. L'ambition ? Créer un « plan d'eau connecté » pour que les bateaux qui interviennent sur l'entretien du port puissent échanger des données en temps réel. Qu'il s'agisse



Avec la 5G, le port du Havre veut créer « un plan d'eau connecté ». Ce qui doit notamment permettre de développer des systèmes d'assistance vidéo pour faciliter le remorquage des navires.



L'INDUSTRIE FRANÇAISE A ENCORE DU MAL À APPRIVOISER LA 5G



© ARCELORMITTAL - OLIVIER LIEVIN

Le sidérurgiste ArcelorMittal teste la 5G dans ses usines de Florange (Moselle) et de Dunkerque (Nord).

Outre Acome, la SNCF et Haropa, une douzaine d'industriels français expérimentent la 5G. C'est le cas d'Arcelor dans ses usines de

Florange (Moselle) et de Dunkerque (Nord), de Schneider Electric dans son usine de Vaudreuil (Eure), du fabricant de cartes électroniques Merem Électronique (Saône) et du groupe nantais Lacroix dans son usine de Beaupréau (Maine-et-Loire). Malgré l'activisme de ces pionniers et malgré le volontarisme politique - l'État va engager 735 millions d'euros d'ici à 2025 sur la 5G industrielle -, les industriels sont encore rares à se lancer dans l'aventure. « La grande majorité du tissu industriel français est dans une posture que nous nommerons ici attentiste », constate le rapport remis au gouvernement en début d'année par la Mission 5G industrielle. Ce rapport pointe d'abord du doigt un problème d'offre encore inadaptée, avec un certain nombre de freins techniques (accessibilité, coûts, équipements encore trop peu nombreux) que le gouvernement s'efforce de corriger avec des mesures facilitant notamment l'accès au réseau.

Le rapport insiste également sur la méconnaissance des enjeux de la 5G par les industriels. Pour qu'une culture 5G gagne les usines tricolores, « il est nécessaire de démontrer l'intérêt de cette technologie au travers de dialogues concrets et de rencontres de terrain », note ses auteurs, qui plaident pour la création de « campus fablab 5G industrielle » rassemblant en de mêmes lieux tous les acteurs pour élaborer des solutions 5G industrielle. Message entendu par le gouvernement qui a lancé fin avril un appel à manifestation d'intérêt sur ces futurs campus. Industriels et opérateurs télécoms ont jusqu'à la fin septembre pour imaginer ces lieux allant accompagner les entreprises vers la numérisation de leurs processus de production.

« Sur un kilomètre carré de réseau en 4G, vous pouvez connecter 10 000 objets simultanément sans faire sauter le réseau. Sur la même superficie, vous montez à un million d'objets avec la 5G »

Cyril Chedot, responsable mission innovation au sein d'Haropa Port

d'opérations de bathymétrie destinées à mesurer les profondeurs et le relief du fond marin ou qu'il s'agisse des missions de dragage. Les premières guidant les secondes.

« L'idée est d'obtenir les données le plus rapidement possible, sans avoir à attendre parfois jusqu'à 12 heures. Ce qui aidera à optimiser les campagnes de dragage, à faire en sorte de bien réduire le niveau aux endroits où la cote s'est relevée et de ne pas trop creuser là où ce n'est pas nécessaire, vulgarise Cyril Chedot, responsable mission innovation au sein d'Haropa Port. Cela devrait avoir également un impact sur les coûts de maintenance, ainsi que sur l'environnement, car on espère réduire les volumes de dragage. »

Sécurité encore, avec la capacité de développer des systèmes d'assistance vidéo pour effectuer des remorquages « plus précis », en connectant davantage de caméras pour aider un remorqueur à mieux se positionner sur le navire qu'il est en train d'assister. Sécurité enfin, en imaginant un système anticollision

pour prévenir les chocs entre les chariots cavaliers - ces immenses engins, culminant à 12 mètres de haut, chargés de déplacer les containers sur le terminal portuaire - et les autres engins et véhicules du site.

En plus de ces objectifs sécuritaires, le port normand compte sur la 5G pour intégrer des capteurs et objets connectés sur les équipements du port en vue de leur maintenance prédictive. Ici en détectant qu'une pompe de dragage vibre ou surchauffe anormalement. Là, en contrôlant la pression des pneus ou les niveaux d'huile d'un chariot cavalier.

Car, outre la promesse d'un réseau stable et haut débit, la 5G décuple le nombre d'objets qu'il est possible de connecter. « Pour donner un ordre de grandeur : sur un kilomètre carré de réseau en 4G, vous pouvez connecter 10 000 objets simultanément sans faire sauter le réseau. Sur la même superficie, vous montez à un million d'objets en 5G », observe Cyril Chedot. Tout comme ses concurrents d'Anvers, de Rotterdam et d'Hambourg, tout comme les ports ita-

PIERRE FORTIER, DIRECTEUR DES ACTIVITÉS 5G POUR LE GROUPE CAPGEMINI

« Un projet 5G peut aboutir en moins d'un an »

Pour aider les entreprises à appréhender la 5G, des labs voient le jour. L'entreprise de services du numérique Capgemini en a ainsi mis en place un en région parisienne. Explications de Pierre Fortier, directeur des activités 5G du groupe aux 325 000 salariés.

Comment démarrer un premier projet de 5G ?

Ça commence par une question : qu'est-ce que la 5G peut apporter à mon entreprise ? De quoi gagner en efficacité ? Accélérer l'innovation ? Autre chose encore ? Ou rien de plus ? Ce qui présuppose de découvrir en quoi la 5G se distingue d'autres technologies comme la 4G et le Wifi. Les cas d'usage possibles, aujourd'hui et demain. Deuxième étape : lancer des travaux en laboratoires et installer des pilotes, afin de valider la viabilité technique et économique des applications.

Comment tester cette 5G ?

Il existe plusieurs possibilités.

Certains grands industriels lancent leurs propres pilotes, c'est le cas de Schneider Electric, ArcelorMittal ou Airbus. Et peuvent parfois entraîner leur filière de sous-traitants. Certaines entreprises ouvrent même plus largement leurs plateformes d'expérimentation à leur écosystème, les autres acteurs de leurs filières (NDLR : comme la société Acome qui l'ouvre aux sociétés françaises par exemple).

Une ouverture à laquelle incite l'État lorsqu'il soutient des projets via le plan de relance. En parallèle, il existe des laboratoires multi-clients comme ceux de Capgemini ou d'Orange. Dans ces labs, des experts effectuent un



© CAPGEMINI

travail de conseil et sensibilisation sur le sujet jusqu'à la mise en place de démonstrateurs, pour tester un cas d'usage avant que l'industriel décide ou non d'investir dans une infrastructure. À noter aussi que l'Arcep, l'autorité de régulation,



liens et espagnols, Haropa Port a donc décidé d'ouvrir un réseau privé expérimental sur son terminal avec une première antenne opérationnelle au printemps 2022. Ce « 5G Lab » a été lancé par un collectif associant Haropa, la communauté urbaine locale, Nokia, Siemens et EDF. Un dispositif nécessitant 2 millions d'euros d'investissement sur trois ans, financé en partie par l'État via le programme d'investissements d'avenir.

Pour Cyril Chedot, le passage à la 5G devrait s'imposer à l'avenir, notamment au vu de l'augmentation constante des données à traiter. « La 5G deviendra un facteur de compétitivité en local. Il s'agit d'offrir aux entreprises ce qui se fait de mieux en matière de télécoms, synthétise ce dernier. Notamment aux sociétés qu'on espère attirer sur des sujets innovants : les énergies renouvelables, les smart grid, l'efficacité énergétique... Tout ça se pilote avec des réseaux performants, sans limite de débit, avec peu de latence et sur lesquels brancher des objets connectés ».

SNCF : DE LA RÉALITÉ AUGMENTÉE POUR LA MAINTENANCE

Plus avancés, certains ont déjà un premier retour d'expérience sur l'intérêt de la 5G. C'est le cas de la SNCF, qui teste plusieurs applications dans la gare de Rennes depuis 2020. Comme le téléchargement instantané (notamment de vidéos) offert aux voyageurs. « On a mesuré un débit de 4,4 gigabits par seconde. De

A la gare de Rennes, la SNCF propose de la 5G. « On a mesuré un débit de 4,4 gigabits par seconde. De quoi télécharger une série TV entière en quelques secondes, voire en une seconde », indique Hacene Lahreche, directeur innovation et connectivité à la direction numérique du Groupe SNCF.



quoi télécharger une série TV entière en quelques secondes, voire en une seconde », indique Hacene Lahreche, directeur innovation et connectivité à la direction numérique du Groupe SNCF.

Le groupe de transport profite aussi de la 5G pour de la « télémaintenance assistée ». Grâce à des lunettes connectées, des techniciens ont pu filmer leur réparation de bornes de billetterie en temps réel. À distance un expert les a alors guidés, en superposant des annotations ou des plans sur l'image affichée dans leurs lunettes, grâce à un système de réalité augmentée. Un dispositif que la SNCF envisage de dupliquer sur ses deux gigantesques technicentres industriels et de maintenance basés à Rennes.

En Bretagne, les expérimentations vont aussi débiter avec un déploiement du réseau espéré courant juin. Avec certaines perspectives futuristes à long terme, comme la création d'un jumeau numérique complet du site ou la géolocalisation précise des trains (à 50 centimètres près), afin d'améliorer la logistique. But de l'opération : accélérer le retour des trains en maintenance sur tout le réseau breton.

La priorité de la SNCF s'avère aussi aujourd'hui beaucoup plus terre à terre. « Cette priorité, c'est la continuité de service numérique », souligne Hacene Lahreche. Autrement dit, la 5G permet de ne jamais perdre le réseau en se déplaçant sur un site de maintenance vaste de 19 hectares... Un espace complexe à connecter avec des bâtiments en béton et en métal, comme autant d'obstacles aux ondes. Aujourd'hui, la 4G est insuffisante et le Wifi exigerait d'installer un très grand nombre de bornes d'accès. « Quand plusieurs corps de métiers opèrent sur un même train, pour contrôler l'usure des freins, etc., il vous faut une synchronisation sans faille pour que la maintenance soit fluide et efficace », ajoute l'expert. Notamment pour éviter qu'un technicien ne mette en retard un autre technicien. Une problématique de connectivité commune à un grand nombre d'industriels...

Florent Godard

met à disposition un guichet pour obtenir des informations sur la 5G.

Quelle différence y a-t-il entre 4G et 5G ?

La 5G va apporter plus de débit mais aussi une latence plus faible, c'est-à-dire un temps de réaction plus rapide entre un événement et la capacité de réaction. Par exemple, la détection d'un obstacle sur la route et la transmission de l'information à un véhicule autonome pour l'éviter. Prenez aussi la réalité virtuelle : l'image doit s'adapter à vos mouvements. Un micro-décalage et vous risquez la nausée. Aujourd'hui, on utilise donc des casques assez lourds avec de l'intelligence embarquée ou des modèles connectés à un ordinateur. Demain, avec la 5G, on va déporter ces calculs sur un serveur annexe avec lequel on va communiquer. Enfin, la « qualité de service garantie » va changer beaucoup de choses. Avec une antenne 4G, les

applications accèdent toutes de la même manière au signal radio. Avec la 5G, vous pourrez segmenter les fréquences, les capacités de calcul, etc., afin de garantir un service adapté aux besoins de chacun. Concrètement, si telle appli a besoin d'une latence très faible pour fonctionner correctement, ou si une autre requiert un débit supérieur à X mégabits par seconde, elles pourront avoir ces critères garantis... Et ça, c'est vraiment nouveau.

Combien de temps faut-il pour boucler un projet 5G ?

En moins d'un an, vous pouvez avoir une application qui tourne en vitesse de croisière. Comptez d'abord 3 à 6 mois pour le travail de réflexion sur les cas d'usage et commencer des pilotes... De quoi vous donner déjà une bonne idée des apports et des contraintes de la technologie. Et vous forger une conviction sur le sujet.

Florent Godard

GRAND TÉMOIN

Ridouan Abagri,
fondateur du Metaverse College



« **TOUTES LES ENTREPRISES
SERONT DANS LE MÉTAVERS** »

Le métavers est-il l'avenir d'internet ? Ridouan Abagri revient sur les enjeux de cette « nouvelle révolution ». Fondateur et directeur du Metaverse College (Paris), qui ouvrira en septembre 2022, ce dernier formera les futurs talents en charge de concevoir ce monde virtuel fascinant, dans lequel évolueront bientôt toutes les entreprises mondiales, assure-t-il.

À la rentrée 2022, vous allez ouvrir le Metaverse College à Paris. Avec des cursus allant jusqu'à bac + 5 pour former des experts de ce monde virtuel. En quoi consiste vraiment le métavers ou metaverse en anglais ?

Plus qu'un monde virtuel, il s'agit d'un monde parallèle. Dans un métavers, le but est de pouvoir faire exactement la même chose que dans la vraie vie : faire du shopping, visiter un appartement, une école, un musée, aller sur les réseaux sociaux... À la différence que vous évoluez dans un monde virtuel avec un avatar, comme dans un jeu vidéo. Aujourd'hui, vous pouvez notamment voir des contenus Netflix ou Youtube dans le métavers. Des concerts y ont aussi déjà eu lieu, comme celui du rappeur américain Travis Scott dans l'univers du jeu vidéo Fortnite. Car il existe déjà des applications possibles. Avec le casque Oculus Quest 2, par exemple, vous accédez à des expériences immersives très sympas, qui commencent à dépasser l'aspect gadget. Cela ouvre aussi des possibilités du côté de la réalité augmentée.

Vous évoquez l'usage de la réalité augmentée, via le métavers. C'est-à-dire l'action d'ajouter des images virtuelles sur le monde réel, visibles grâce à des lunettes connectées, un smartphone...

Oui. Beaucoup en ont déjà fait l'expérience avec le jeu Pokémon GO. Avec un smartphone, une tablette ou des lunettes connectées par exemple, vous allez pouvoir vivre une expérience immersive : voir une montre apparaître en 3D sur votre poignet comme dans les films futuristes, visiter une exposition d'art qui s'affiche virtuellement dans les rues de votre ville... Le métavers ne se résume pas à un monde virtuel. C'est aussi inviter le virtuel dans le réel, créer un univers mélangé ou plutôt des univers... Vous vous souvenez de la série TV de science-fiction Sliders ? Eh bien c'est ça. Il existera autant de mondes parallèles que vous le voulez dans le métavers.

Qu'est-ce qui prouve qu'il s'agit aujourd'hui d'une tendance de fond ? Et non d'un énième rêve de science-fiction ?

Le fait de voir que les plus grands groupes au monde comme les GAFA s'en emparent. Or ce sont eux qui dictent les tendances. Concrètement, si Facebook (qui a annoncé des milliards d'euros d'investissement dans le métavers, NDLR) prend le pli, puis qu'Apple qui s'y met, cela signifie qu'ils vont repenser un modèle de consommation ainsi qu'un modèle économique avec le métavers. Et ces grands acteurs imposeront leur modèle...

Puisqu'on parle d'affaires, ces nouveaux mondes vont-ils intéresser les entreprises ?

Oui. À mon avis, toutes les entreprises vont s'y mettre, même celles qui ne le veulent pas. Parce que c'est toujours le marché qui décide. Si le consommateur exige ce type d'expérience enrichie, on sera obligé de lui fournir. D'ici une dizaine d'années, la majorité des entreprises sera dans le métavers. Ou aura une activité en lien avec lui. À long terme, elles y seront toutes. Je pense qu'on est vraiment dans une nouvelle révolution.



© BOHIN

Quels profils seront les premiers concernés ?

Des secteurs comme le jeu vidéo et l'événementiel ont été précurseurs et figurent déjà dans le métavers. Le commerce et le négoce feront aussi partie des premiers. Car si ce monde virtuel attire le consommateur, il faudra les suivre, avoir une visibilité sur ce support. Des emplacements publicitaires vont s'y créer. On va faire du « marketing métavers », vendre des produits et services spécifiques... Globalement, les premiers à investir le métavers seront les entreprises ciblant les particuliers avec des produits de grande consommation. Les activités B to B arriveront plus tard, peu à peu. D'abord avec les agences de marketing puis l'industrie du divertissement, les médias, etc.

Il y a aussi des applications internes aux entreprises...

Effectivement, pour beaucoup, les premiers cas d'usage concerneront davantage l'aspect RH et organisationnel. Qu'il s'agisse de tenir des entretiens à distance, d'opérations de recrutement... Vous voyez déjà des salles de réunion dans le métavers où vous croisez des gens qui se promènent dedans avec leur avatar 3D.

À propos du commerce. Les boutiques 3D vont aussi fleurir ?

Oui. Un commerçant va pouvoir créer sa propre boutique virtuelle. Avec la possibilité d'offrir à la fois des vêtements classiques ainsi qu'une tenue qui vous habille dans le monde virtuel. Pour rappel, Nike et Adidas ont déjà débloqué de gros budgets afin de concevoir leurs univers ainsi que des collections spécifiques. En sachant qu'il y aura un investissement important au départ, certes, mais potentiellement de

Dernier fabricant français d'aiguilles à coudre, le normand Bohin vient d'acquiescer des parcelles de terrains virtuelles. La PME de 40 salariés compte y installer show-room de tous ses savoir-faire et produits.

« En France, le premier grand rendez-vous aura lieu d'ici environ 5 ans, je pense. La première étape consistera à faire du shopping virtuel »

plus grosses marges au final. Prenez une grande marque qui sort des éditions limitées de chaussures virtuelles, les collectionneurs vont avoir envie de les acquérir... Et elle pourrait sans doute les vendre plus cher que dans le monde réel...

Cela ouvre des opportunités pour renforcer son modèle économique ?

Même si modéliser des chaussures ou des vêtements en 3D coûte plus cher que de concevoir des chaussures pour les magasins lambda, au final, vous allez économiser la production en usine, la logistique, la livraison et ainsi de suite. Ça fait une sacrée différence. Quand vous voulez vendre une centaine de vêtements dans un magasin physique, vous devez en fabriquer ou en acheter une centaine. Là, vous allez payer pour un seul produit, certes très cher, mais que vous pouvez revendre à l'infini.

Comment créer un métavers ou des produits aujourd'hui ? Une entreprise doit passer par des prestataires ?

Oui. Il faut faire appel à des start-up essentiellement. Ce sont elles qui vont lancer la musique. C'est à la fois plus rapide et plus simple. Car il est encore trop tôt pour internaliser les compétences. Il n'existe pas encore d'écoles qui forment à ces métiers, c'est d'ailleurs pour ça qu'on lance le Metaverse College en septembre prochain.

En quoi consisteront vos formations ?

D'un côté, il y aura des formations généralistes, de type chef de projet métavers. De l'autre, des enseignements ciblant des métiers spécifiques comme celui de product designer, expert en modélisation 3D, ou de développeur XR pour ce qui touche aux applis de réalité virtuelle et augmentée. Ou encore un diplôme en management de la cryptomonnaie, des NFTs et du metapatrimoine. Ces compétences s'avéreront nécessaires pour connecter des moyens de paiement, gérer des portefeuilles d'activité, etc. Nous prévoyons d'accueillir environ 50 étudiants la première année, puis 5 000 à 10 000 d'ici 5 ans. Sur un campus de 6 500 m² dont le cœur sera situé sur l'Arche de la Défense à Paris. Avec l'ambition de dupliquer notre formation sur les 10 campus français du Digital College, que j'ai aussi créé, et qui forme déjà aux métiers du numérique. En commençant probablement par Lyon et Marseille. Le but étant d'aller là où se développent les start-up du métavers, afin que nos écoles puissent leur fournir les profils dont elles ont besoin. Pour rappel, ces deux écoles font partie du groupe Collège de Paris, qui accompagne 10 000 étudiants par an.

Petite question budget... Ça coûte cher de se lancer sur le métavers aujourd'hui ?

Extrêmement cher ! Beaucoup plus qu'une appli mobile, pour comparer. Facilement deux fois plus cher, voire plus.

Cet espace commun va réunir une foule de nouvelles technologies et de nouveaux concepts : blockchain, NFT, cryptomonnaie...



BIO EXPRESS

10 août 1987 Naissance à Nice

2004-2008 Employé puis directeur de restaurant chez McDonald's en région Paca.

2007 Master en stratégie d'entreprise à l'Université de Côte d'Azur.

2011-2014 Consultant en management

2014 Création du Digital College (100 salariés) à Paris, école d'enseignement supérieur formant aux métiers du numérique et du marketing digital.

Septembre 2022 Ouverture du Metaverse College à Paris.

.....

C'est justement la concrétisation de toutes ces technologies. On va utiliser des jetons NFT pour faire l'acquisition d'une œuvre d'art virtuelle, acquisition certifiée grâce à la blockchain... C'est donc déjà le cas et ça marche très bien.

À quelle échéance pensez-vous qu'on surfera vraiment sur le métavers ?

En France, le premier grand rendez-vous aura lieu d'ici environ 5 ans, je pense. La première étape consistera à faire du shopping virtuel. En soi, on peut déjà en faire un peu aujourd'hui. Mais demain, cela devrait devenir aussi naturel et régulier que de faire ses achats sur des sites e-commerce.

Certains prédisent que le métavers finira par remplacer internet...

C'est possible. À terme, internet pourrait se faire absorber par le métavers. On préférera probablement y aller pour consulter ses e-mails, ses sites préférés... plutôt que d'utiliser l'internet classique. Avec des expériences immersives qui offrent davantage de sensations et d'émotions bien sûr. Plutôt que d'aller sur Skype ou Zoom on pourra voir son interlocuteur en 3D avec un son « spatialisé » dans son casque, qui vous donnera l'impression qu'il est à côté de vous.

On pourra aussi se voir de façon encore plus réaliste à terme ? Via des hologrammes...

Oui (sourire). Je pense qu'on y arrivera... Mais dans longtemps.

Propos recueillis par Florent Godard

ENTREPRENEURS, APPUYEZ-VOUS SUR NOS EXPERTS POUR LIBÉRER VOS INITIATIVES

www.banquepopulaire.fr/bpaura



BANQUE POPULAIRE
AUVERGNE RHÔNE ALPES
BANQUE DES ENTREPRENEURS



BAIE DE
SAINT-BRIEUC
CRÉEZ ———
INNOVEZ
RESPIREZ



PASCALÉ THÉBAULT

CO-DIRIGEANTE QUINTIN VIANDES → AGROALIMENTAIRE

« L'arrière-pays de la Baie de Saint-Brieuc est accueillant. Nous y avons trouvé notre place et nous y développons notre entreprise en toute sérénité. Si c'était à refaire, je n'hésiterais pas à choisir ce même cadre de vie. »

DÉCOUVREZ LES ATOUTS DE LA BAIE DE SAINT-BRIEUC

saintbrieuc-armor-agglo.bzh 

