

Le Journal des Entreprises

L'ÉCONOMIE EN RÉGIONS

N°414 - AVRIL 2022 - 8,40 €

MAINE-ET-LOIRE
SARTHE
MAYENNE



MAINE-ET-LOIRE POURQUOI EOLANE S'EST RECAPITALISÉ

SARTHE

**Sécurlite veut tripler
son chiffre d'affaires
à l'export**



MAINE-ET-LOIRE

**La Goupille Cannelée
roule pour la transition
écologique**

MAYENNE

**L'électronique de B3C
redémarre en trombe**



MAYENNE

**Retour à la normale
pour le salon
Laval Virtual**



L'ENQUÊTE

**PRÉSIDENTIELLE :
LES ATTENTES DES
CHEFS D'ENTREPRISE**

14 ÉDITIONS, 57 DÉPARTEMENTS, 9 RÉGIONS

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

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, 57 départements



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 Maine-et-Loire - Sarthe -
Mayenne :** 47, rue Maurice-Geslin
49124 Saint-Barthélemy-d'Anjou

Responsable d'édition :
Olivier Hamard, 06 67 14 11 79
jde.49@lejournaldesentreprises.com
Journaliste : Rémi Hagel, 06 67 09 98 86

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

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

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

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

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

Diffusion, abonnements :

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

abonnement@lejournaldesentreprises.com
Abonnement papier + numérique
1 an (11 numéros + 1 hors-série) : 350 €

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

Capital social : 10 000 €

Actionnaire majoritaire :
Financière Gaspard

N° ISSN : 1955-5830
N° de CPPAP : 0725191898
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.



© FLORENT GODARD

Par Olivier Hamard

Responsable de l'édition Maine-et-Loire, Sarthe, Mayenne
Le Journal des Entreprises

Salons physiques ou virtuels

Dn ce mois d'avril, se tient en Mayenne le salon professionnel international Laval Virtual, après deux éditions pour lesquelles les organisateurs, en raison de la crise sanitaire, avaient dû inventer un autre modèle. Si en 2019, l'édition avait accueilli 320 exposants et 18 500 visiteurs, en 2020, le salon lavallois revendiquait 6 500 participants pour sa première édition uniquement à distance. En 2021, la manifestation était cette fois hybride, sur site et virtuelle. Pour 2022, Laval Virtual espère plus de 5 000 visiteurs en présentiel et retrouver dans deux ans, en 2024, les 8 000 m² d'exposition qu'il occupait en 2019. Pour autant, rien ne dit que la fréquentation sur le site reviendra un jour à ce qu'elle était avant la crise sanitaire. Et il en va sans doute ainsi pour la plupart des salons professionnels. D'un côté, le report ou l'annulation de manifestations pendant presque deux années a fait naître l'envie de retourner à la rencontre de ses prospects et de ses clients. Mais de l'autre, les salons engendrent des frais pour les entreprises et une participation à distance est l'occasion de faire des économies de temps et de déplacement.

Les salons de demain seront donc pour beaucoup probablement hybrides, mélange de présentiel et de distanciel, deux termes d'ailleurs apparus avec la crise sanitaire et désormais d'usage. L'association Laval Virtual l'a bien saisi en créant dès 2020 Komodal, pour organiser des manifestations virtuelles, qui ont déjà généré près d'un million d'euros de chiffre d'affaires. Forte de son expertise en termes de réalité virtuelle, elle entend jouer sa carte à fond dans cette nouvelle forme de manifestations. Et l'avenir des salons pourrait bien aussi s'écrire sur les rives de la Mayenne.

Sommaire

N°414 • AVRIL 2022

06 L'ACTU

- 6 Un nouveau bâtiment logistique pour Hutchinson
- 7 André Briant Jeunes Plants repris par le groupe alsacien Graines Voltz
- 8 L'ancien site d'AMD à Saint-Barthélemy d'Anjou va accueillir 6 entreprises
- 10 Les effectifs salariés repartent à la hausse en 2021
- 11 Têtes d'affiche

12 BUSINESS&STRATÉGIE

Pourquoi le groupe Eolane s'est recapitalisé

- 16 L'entreprise de peinture Boulfray repart en croissance
- 17 Le Rêve chez Vous s'installe chez les particuliers
- 18 Biowest accélère la production de réactifs pour la culture cellulaire
- 19 Sécurilite veut tripler son chiffre d'affaires à l'export
- 20 Benoît Fabre, directeur général d'Aliaxis France : « Nous allons investir deux fois plus qu'en 2021 »
- 22 La Goupille Cannelée roule pour la transition automobile
- 23 Ciitélécom étend son réseau et lance une appli citoyenne
- 24 Haspolo et le groupe AAIMS s'orientent de plus en plus vers le luxe
- 26 Access Finance s'implante à Nantes et se renforce dans le Grand Ouest
- 27 Rem Ressorts rebondit après la crise sanitaire
- 28 L'électronique de B3C redémarre en trombe

29 L'ENTREPRISE ENGAGÉE

- 29 Le fabricant de volets pour piscine AS Pool va recycler ses chutes

30 START-UP&INNOVATION

- 30 Cassandra Bourmault, dirigeante de Végépaille : « Nous allons produire des millions de pailles à boire en seigle »
- 31 Matts Digital livre ses casques de réalité virtuelle dans 40 pays
- 32 Garden Events pousse bien avec ses murs végétaux

34 ÉCOSYSTÈMES&TERRITOIRES

- 34 Laurent Chrétien, directeur général de Laval Virtual : « Avec plus de 200 exposants, le salon Laval Virtual sera plein »

36 VU D'AILLEURS

38 L'ENQUÊTE

Présidentielle : les attentes des chefs d'entreprise

47 DOSSIER SPÉCIAL

L'international : accélérateur de croissance des PME



I LE GRAND TÉMOIN

Pierre Havet, délégué général du Fondact

« Une entreprise doit partager sa création de richesse »

IV SOLUTIONS&CONSEILS

MANAGEMENT

IV 41 % des salariés en détresse psychologique : comment réagir ?

FINANCEMENT

VI Une aide de 400 millions d'euros pour les dispositifs médicaux

VII Bpifrance relance son fonds d'investissement dans les PME

RESSOURCES HUMAINES

VIII Sept leviers pour augmenter le pouvoir d'achat de ses salariés

MARKETING

X Les entreprises peuvent-elles encore utiliser Google Analytics ?

JURIDIQUE

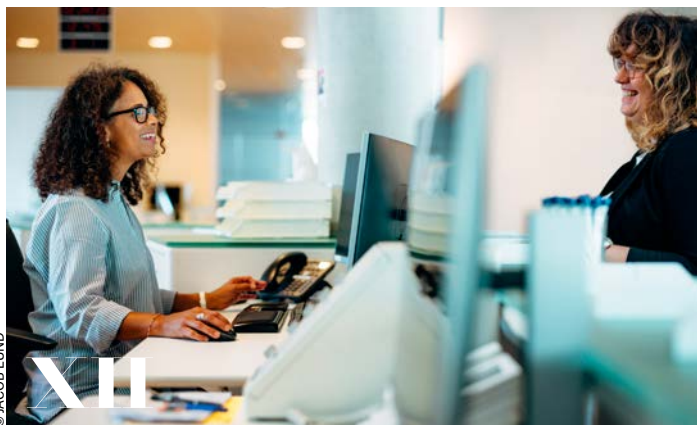
XII Index de l'égalité professionnelle : les premières sanctions vont tomber



© FONDACT



© OLLY - STOCK.ADOBE.COM



© JACOB LUND



Preventica

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

L'événement 2022

NANTES

17 > 19 MAI

Des services en ligne

webinars, annuaire, magazine, podcasts...

LA plateforme d'informations AU SERVICE DE LA

SANTÉ - QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

POUR LES TPE / PME



www.preventica.com



© CÉDRIC MENUET

SARTHE ÉNERGIE

Qairos Énergies va investir 25 millions d'euros dans le Finistère

L'entreprise sarthoise Qairos Énergies (4 salariés, CA NC), qui veut produire de l'hydrogène vert à partir de chanvre, va investir 25 millions d'euros dans une usine à Taulé (Finistère), installée sur un terrain de 2 hectares.

Le calendrier n'est pas encore défini. « Il est un peu tôt pour savoir quand l'usine sera prête. Comme il s'agit de production de biogaz avec un process innovant, il s'agit de s'assurer que l'État nous suit », explique Jean Foyer, fondateur de Qairos Énergies.



© GROUPE ZEKAT

ANGERS NUMÉRIQUE

Le groupe Zekat reprend la start-up toulousaine Ffly4u

Le groupe angevin Zekat (200 collaborateurs, 30 M€ de CA), spécialisé dans le numérique et la mécatronique, a fait l'acquisition de l'entreprise toulousaine Ffly4u. Créée en 2015, Ffly4u, spécialiste de l'IoT et de la traçabilité des contenants, avait été mise en redressement judiciaire début novembre 2021.

Parallèlement, Zekat se positionne, en réunissant d'autres acteurs, sur la reprise en Haute-Garonne de Sigfox (350 collaborateurs, 24,23 M€ de CA 2020), spécialisée dans les réseaux cellulaires bas débit et basse consommation.



Le nouveau bâtiment logistique est d'une surface de 4 000 m², avec 300 m² de bureaux et locaux techniques.

© HUTCHINSON

MAYENNE INDUSTRIE

UN NOUVEAU BÂTIMENT LOGISTIQUE POUR HUTCHINSON

Le 1^{er} mars, Hutchinson-Le Joint français à Château-Gontier-sur-Mayenne (553 salariés, 130 M€ de CA en 2021) a pris possession de son nouveau bâtiment logistique d'une surface de 4 000 m², avec 300 m² de bureaux et locaux techniques. L'ensemble doit devenir opérationnel pour la fin d'année 2022. Ce nouveau centre de distribution est construit dans la zone industrielle de Bazouges, à un kilomètre de l'usine historique. C'est la communauté de communes du pays de Château-Gontier qui a financé les 3,3 millions d'euros de l'investissement. Le fabricant de joints toriques d'étanchéité a signé un bail de douze ans, avec option d'achat au bout de cinq années.

« Ce nouveau bâtiment nous permettra d'accompagner la croissance continue que nous avons connue depuis dix ans, avec des épisodes plus denses, notamment en 2021. La situation de surchauffe au premier semestre 2021 a montré nos limites en termes de stockage pour les produits finis », commente dans un communiqué, Jean-Christophe Moustafioglou, le directeur d'établissement du site de Château-Gontier-sur-Mayenne. L'entreprise a connu +6% de croissance entre 2019 et 2021. L'industrie

automobile représente 80 % des clients du site de Château-Gontier.

Le nouveau site récupérera la totalité des activités de stockage, actuellement sous-traitées. La parcelle pourra accueillir de potentiels futurs projets d'agrandissement.

UN BÂTIMENT À ÉNERGIE POSITIVE

Ce bâtiment sera à énergie positive. Il est doté d'une isolation intérieure et extérieure aux dernières normes, d'un système de récupération d'eau pluviale, et de panneaux photovoltaïques en toiture pour assurer l'autonomie énergétique. Ce type de structure permet d'atteindre un bilan énergétique global positif, c'est-à-dire qu'il produit plus d'énergie (thermique ou électrique) qu'il n'en consomme.

La prochaine étape pour Hutchinson consiste à mettre en place un magasin automatisé. Ce dispositif permet de stocker à l'aide d'un robot, type Miniload (manutention automatisée), des bacs de produits finis deux par deux dans des rayonnages, jusqu'à neuf mètres de hauteur. Le système permet d'optimiser l'espace de stockage mais aussi d'amoinrir le port de charges lourdes pour les opérateurs.

Rémi Hagel

MAINE-ET-LOIRE **AGRICULTURE**

André Briant Jeunes Plants repris par le groupe alsacien Graines Voltz

Basé à Colmar (Haut-Rhin), le groupe familial Graines Voltz (plus de 400 collaborateurs, 122,2 M€ de CA sur l'exercice 2020-2021), l'un des premiers distributeurs européens indépendants de semences et de jeunes plants de fleurs et de légumes, a annoncé avoir signé un protocole d'accord portant sur l'acquisition de 100 % du capital de la société angevine André Briant Jeunes Plants et de ses filiales Laboratoire Angevin Des Plantes et Progref. Fondée à Angers en 1933, André Briant Jeunes Plants (10,5 M€ de CA au 31 août 2021, dont 38 % à l'international, 70 collaborateurs) est un des leaders du marché des jeunes plants de pépinière en France. Cette acquisition permet à Graines Voltz de compléter son offre végétale pour les horticulteurs et les collectivités et de tripler son marché potentiel dans les jeunes plants, dont la vente pourrait représenter à moyen terme un chiffre d'affaires de plus de 50 millions d'euros. « D'autres discussions sont en cours portant sur l'acquisition de distributeurs en Europe », précise la direction.

SARTHE **IMMOBILIER**

Le réseau d'immobilier de luxe Coldwell Banker ouvre une agence au Mans

Le réseau américain d'immobilier de luxe Coldwell Banker, fondé en 1906 à San Francisco a ouvert au Mans la 44^e agence de son réseau de franchise. « Les prix de l'immobilier sont en forte progression au Mans, et la demande s'est amplifiée suite aux confinements, précise Laurent Demeure, président & CEO de Coldwell Banker Europa Realty. La proximité avec Paris, son cadre de vie, son dynamisme économique, la notoriété mondiale des 24h, font du Mans un nouveau territoire de l'immobilier de luxe ».

MAYENNE **INDUSTRIE**

Une nouvelle usine pour Léa Composites après l'incendie de 2020

À La Gravelle (Mayenne), la plus grande usine du groupe Léa Composites a été intégralement reconstruite après l'incendie qui a ravagé ses 5 000 m² le 1^{er} juin 2020. Un investissement de 6 millions d'euros. Elle sera inaugurée en septembre 2022. « À l'horizon 2023, sa capacité de production doit permettre de fabriquer 2 500 piscines par an, et de faire croître les effectifs d'un tiers, passant à 50 salariés », estime Philippe Pasquier, codirigeant du groupe (70 M€ en 2021, 350 ETP) basé à Roquefort-la-Bédoule (Bouches-du-Rhône).



© CEDRIC MENUET

LAVAL **ENVIRONNEMENT**

Séché Environnement vise le milliard d'euros en 2025

Spécialiste du traitement et de la valorisation des déchets, le groupe lavallois Séché Environnement a réalisé en 2021 un chiffre d'affaires de 735,8 M€, en hausse de 14,7 % par rapport à 2020, en intégrant Spill Tech, reprise en Afrique du Sud et consolidée à partir du 1^{er} mars 2021 à hauteur de 34 M€. A périmètre constant, le chiffre d'affaires a atteint 701,8 M€, en hausse de 9,4 %. En France, qui représente 72 % du CA, Séché Environnement a enregistré une hausse de 9,3 % à 531,7 M€. À l'international (28 % du CA), le chiffre d'affaires du groupe a progressé de 31,6 % en incluant la contribution de Spill Tech sur 10 mois (+8,8 % à périmètre constant). En 2022, le groupe entend poursuivre sa croissance organique. Il bénéficie en outre de l'intégration de Séché Assainissement depuis le 1^{er} janvier 2022, de même que de la contribution de Spill Tech en année pleine. Il envisage d'atteindre 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires à l'horizon 2025.

MAINE-ET-LOIRE **INDUSTRIE**

Le groupe choletais Nadia investit plus de 7 millions d'euros en 2022

Basé à Cholet, le groupe industriel Nadia va investir en 2022 plus de 7 millions d'euros. Avec près de 600 collaborateurs (450 en Pays de la Loire), Nadia est présent dans six activités : les menuiseries extérieures en aluminium avec SIG, ABS et Aluclos, les appareils de cuisine pour professionnels avec Dynamic (80 % à l'export), le nautisme et le tourisme avec Nicols et Force 5, la signalisation routière et de chantier avec Nadia Signalisation et l'automatisme et l'informatique industrielle avec Anjou Automation. Après un coup d'arrêt en 2020 (107 M€ de CA contre 120 M€ en 2019), le groupe a enregistré une croissance de 21 % en 2021, terminant l'année avec un chiffre d'affaires proche de 130 millions d'euros. Les investissements prévus par le groupe Nadia cette année seront répartis sur plusieurs de ses sites et concerneront des équipements industriels (centres d'usinage, moules d'injection, agrandissements et aménagements d'usines).



© P.BENOIST IMAGES BLEU SUD

SARTHE **ENERGIE**

Niedax France lauréate des fonds de soutien aux investissements du secteur nucléaire

Spécialiste des équipements métalliques pour le cheminement, la protection et le support de câbles électriques dans les domaines nucléaire, ferroviaire et des infrastructures, Niedax France, à Saint-Calais (Sarthe), filiale du groupe nordiste Niedax (47,2 M€ de CA 2019), est lauréate des fonds de soutien aux investissements du secteur nucléaire et au renforcement des compétences de la filière nucléaire, dans le cadre de France Relance. L'entreprise sera accompagnée pour son projet Musc-09, qui vise à moderniser son outil industriel.

ANGERS **IMMOBILIER**

L'ANCIEN SITE D'AMD À SAINT-BARTHÉLEMY D'ANJOU VA ACCUEILLIR 6 ENTREPRISES

Boulevard des Bretonnières, dans la zone industrielle de Saint-Barthélemy-d'Anjou, le site du grossiste en bijoux AMD (Accessoires mode diffusion), entreprise liquidée en 2020, a retrouvé des couleurs. Le bâtiment de 3 500 m² a été entièrement réhabilité, divisé en six cellules, et retrouve peu à peu de l'activité.

2,5 MILLIONS D'EUROS D'INVESTISSEMENT

L'entrepreneur angevin Yves Landrau, qui développe un groupe principalement dans le secteur automobile avec pour l'heure 5 garages en Maine-et-Loire et l'enseigne Remork à Beaucozéz, Laval et Rennes, en a fait l'acquisition au début de l'année 2021, associé à Laurent Morel, dirigeant de la société angevine de nettoyage Arenis (1 250 collaborateurs, 6 agences dans le Grand Ouest), qui siège à Doué-en-Anjou. Totalement réhabilité, le site accueillera à terme six entreprises : « C'est un investissement conséquent, témoigne Yves Landrau, de l'ordre de 2,5 millions d'euros. Nous nous sommes attachés à mener un chantier le plus vertueux pos-



© OLIVIER HAMARD

sible, en conservant la structure d'origine du bâtiment que nous avons renforcée. Nous avons valorisé au moins 90 % des déchets issus des travaux, avec le concours de l'entreprise Tri'n Collect. »

2 500 M² DE PANNEAUX SOLAIRES

Les deux entrepreneurs angevins ont aussi réfléchi à l'impact environnemen-

tal du projet à plus long terme et choisi de faire installer une centrale solaire de 2 500 m² en toiture, qui devrait produire 300 kilowatts/heure d'électricité revendue à EDF. Pour l'heure, plusieurs des six entreprises qui prendront à terme possession des lieux sont déjà installées. « Ce sont principalement des sociétés qui travaillent en B to B, indique Yves Landrau, et plusieurs sont des entreprises qui se créent. »

Le dirigeant lance lui-même dans l'une des cellules la société Roots Evasion, qui proposera à partir de ce printemps l'aménagement et la vente de véhicules de loisirs, en démarrant son activité avec quatre personnes.

Arenis va également y transférer son agence angevine, actuellement implantée à Sainte-Gemmes-sur-Loire. Un pisciniste, un fournisseur de matériel pour les couvreurs, une société de vitrage automobile et une entreprise qui propose des fournitures pour les professionnels de la coiffure vont progressivement s'installer sur le site.

Olivier Hamard

RHÔNE **INDUSTRIE**

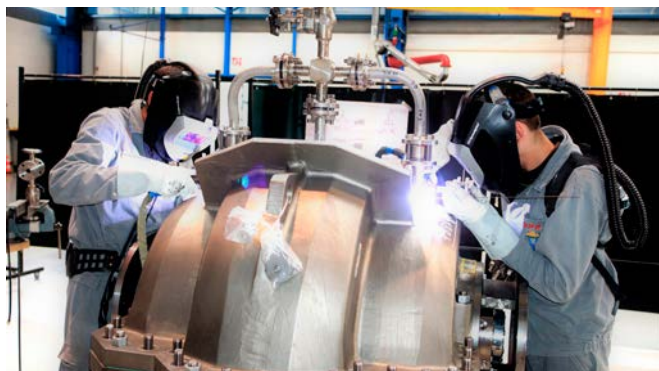
Le groupe Vignal entre en négociation exclusive pour la reprise de la société Sarr

Le groupe lyonnais Vignal, spécialisé dans la conception, la fabrication et la commercialisation de produits et systèmes pour l'éclairage et la sécurité des véhicules industriels annonce être entré en négociation exclusive pour la reprise de la société Sarr auprès de son dirigeant Christophe Buchet. Basée au Mans, cette entreprise familiale fondée en 1947 est spécialisée dans le marché du balisage, notamment pour l'équipement des véhicules de police et de gendarmerie, et maîtrise la transformation des films, la sérigraphie industrielle et la fabrication de faisceaux électriques. Christophe Buchet, qui avait pris la direction de la société en 2009, a accéléré son développement pour atteindre un chiffre d'affaires de 13 millions d'euros en 2021 avec un effectif de 60 personnes. Cette acquisition permettra au groupe Vignal de se renforcer sur des marchés où sa présence était aujourd'hui limitée. Le groupe atteindrait un chiffre d'affaires d'environ 170 millions d'euros pour 660 salariés.

MAYENNE **COMMERCE**

Monbana étend son réseau de franchises

Basée à Ernée (Mayenne), la chocolaterie Monbana (198 salariés, CA NC), filiale du groupe Buton, accélère le développement de ses magasins en franchises. Après La Baule (Loire-Atlantique) en novembre 2021, deux nouveaux points de vente ont rejoint le réseau en mars aux Sables-d'Olonne (Vendée) et à Saintes (Charente). L'enseigne Monbana compte dès lors 26 magasins, dont 14 en propre et 12 en franchise. L'entreprise mayennaise se fixe l'objectif d'ouvrir trois à cinq points de vente cette année.



© PPS PONTICELLI

SAUMUR **INDUSTRIE**

PPS Ponticelli lauréate du fonds de soutien aux investissements du secteur nucléaire.

L'entreprise PPS Ponticelli, à Saumur, spécialisée dans la préfabrication et la maintenance de systèmes de tuyauterie, est lauréate des fonds de soutien aux investissements du secteur nucléaire et au renforcement des compétences de la filière nucléaire, dans le cadre de France Relance. L'entreprise saumuroise, qui travaille à 90 % dans le secteur du nucléaire, est retenue pour deux projets : Weldia, aux côtés d'EDF et d'autres entreprises, qui vise à développer une plateforme basée sur l'intelligence artificielle pour le monitoring et la traçabilité des opérations de soudage. Par ailleurs, la filiale du groupe familial français Ponticelli (5 000 salariés) a aussi été retenue pour le projet Tremplin CSP, qui a pour objectif de monter un module de formation pour capitaliser les connaissances acquises dans le cadre des interventions menées par l'entreprise lors des opérations de soudage sur les circuits secondaires principaux (CSP) et auxiliaires de la chaudière nucléaire de l'EPR de Flamanville.



© 4 VENTS - DOMINIQUE GRANDEVANGNE

MAYENNE **INDUSTRIE**

Lafarge investit 40 millions d'euros dans sa cimenterie de Saint-Pierre-la-Cour

Filiale du groupe suisse Holcim (23,4 Md€ de CA 2020, 70 000 salariés dans 70 pays), le cimentier Lafarge (213,9 M€ de CA 2020, 4 200 collaborateurs) va investir cette année 40 millions d'euros dans sa cimenterie de Saint-Pierre-la-Cour (Mayenne) pour produire des ciments bas et très bas carbone. La future installation de la cimenterie de Saint-Pierre-la-Cour n'émettra quasiment aucun carbone grâce à l'utilisation exclusive de combustibles alternatifs, en l'occurrence de l'argile calcinée, et produira des ciments dont le taux d'émission de carbone sera réduit de 50 %.

LE MANS **SERVICES**

Autonomia reprend les Autonomie Planners

Basée au Mans et leader du marché des « coordinateurs autonomie » en France, alternative à l'EHPAD, l'entreprise Autonomia reprend les Autonomie Planners, à Aix-en-Provence avec deux agences à Lyon et Nîmes. Les Autonomie Planners, pionniers du secteur, ont souhaité se rapprocher du leader manceau des services à domicile Oui Care, dont Autonomia est une filiale. Les deux réseaux proposeront désormais leurs services de conseillers grand âge au Mans, à Nice, Aix-en-Provence, Nîmes, Lyon, au Havre, autour de La Baule et d'Arcachon.

LAVAL **TEXTILE**

TDV Industries labellisée Entreprise du patrimoine vivant

Le fabricant de tissu lavallois TDV Industries a obtenu pour une durée de cinq ans le label Entreprise du patrimoine vivant, qui met en lumière des entreprises qui savent « concilier l'innovation et la tradition, le savoir-faire et la création... ». Spécialisée dans la fabrication de textiles et de tissus techniques pour vêtements de travail, la société TDV Industries (34 M€, 169 collaborateurs) est l'un des trois industriels, avec l'angevin Mulliez-Flory et les Tissages de Charlieu (Loire) à l'origine du projet de recyclage Renaissance Textile.

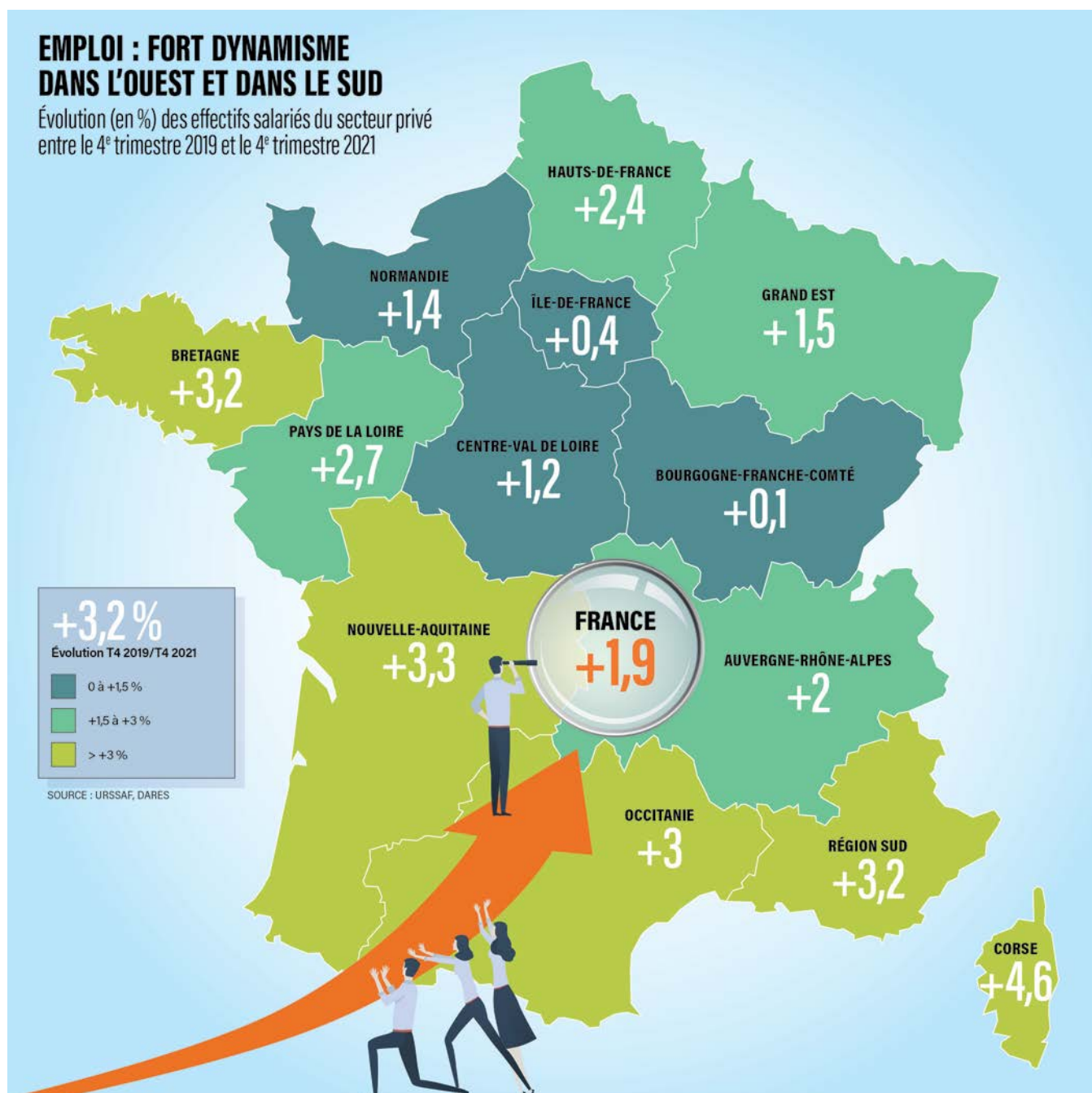
MAINE-ET-LOIRE **INDUSTRIE**

Grolleau entre au capital du spécialiste francilien du casier connecté Nexence

La société de Montilliers (Maine-et-Loire) Grolleau (200 collaborateurs, 22,3 € de CA au 31 mars 2021), acteur des infrastructures au service des territoires intelligents (Smart Territory), annonce avoir pris une participation de 28,6 % du capital de la société Nexence (11 collaborateurs, 700 000 € de CA), qui a développé au travers de sa marque commerciale My Check Experience, une solution de casiers connectés intelligents pour répondre aux nouveaux usages des entreprises et des collectivités : vestiaires connectés, gestion des colis, distribution d'outillages, conciergerie d'entreprise... Basée à Montreuil (Seine-Saint-Denis), Nexence a installé depuis 3 ans plus de 2 000 casiers connectés en France. Grolleau deviendra désormais le fournisseur exclusif de toutes les solutions outdoor de Nexence. L'entreprise est déjà partenaire de Nexence sur certains projets et a notamment réalisé en 2021 des vestiaires de plage connectés. Elle fabrique actuellement des casiers consignés pour gérer les achats du personnel travaillant dans des grandes et moyennes surfaces.

EMPLOI : FORT DYNAMISME DANS L'OUEST ET DANS LE SUD

Évolution (en %) des effectifs salariés du secteur privé entre le 4^e trimestre 2019 et le 4^e trimestre 2021



EMPLOI

LES EFFECTIFS SALARIÉS REPARTENT À LA HAUSSE EN 2021

Les effectifs salariés continuent leur progression en France. Au 4^e trimestre 2021, ils ont augmenté de 3,7 % en France sur un an et de 1,9 % (+350 700 postes) par rapport au 4^e trimestre 2019 (avant crise du Covid), selon la dernière note de conjoncture de l'Urssaf. Dans l'industrie, ils poursuivent leur progression mais de manière mesurée (+0,1 % au 4^e trimestre) et restent en deçà de leur niveau du dernier trimestre 2019 (-1,3 %). Dans

la construction, les effectifs salariés repartent à la hausse (+0,4 % au 4^e trimestre) et restent à un niveau historiquement élevé (+4,8 % par rapport à fin 2019). Dans le tertiaire (hors intérimaires), ils progressent de 0,4 % (+57 600 postes), après +0,7 % au trimestre précédent. Dans la plupart des secteurs, le niveau des effectifs est désormais supérieur à celui de la fin 2019, analyse l'Urssaf. Les indicateurs d'effectifs

salariés sont désormais au-dessus de leur niveau d'avant crise dans toutes les régions. Les Hauts-de-France et les régions situées sur les façades atlantique et méditerranéenne (Bretagne, Pays de la Loire, Nouvelle-Aquitaine, Provence-Alpes-Côte d'Azur) sont les plus dynamiques. La Bourgogne-Franche-Comté, le Centre-Val de Loire et l'Île-de-France sont les régions où les hausses sont les moins prononcées.

BERNARD DERANQUE, NOUVEAU PRÉSIDENT DU TRIBUNAL DE COMMERCE DU MANS

Pour Bernard Deranque, « il est important que les chefs d'entreprise sollicitent le tribunal de commerce avant qu'il ne soit trop tard. » Ce message, il le porte depuis neuf ans qu'il siège au tribunal de commerce du Mans. Depuis janvier 2022, cet expert-comptable en retraite en est devenu le président. Il espère faire connaître plus encore les procédures qui existent pour aider les chefs d'entreprise en difficulté. On songe aux procédures collectives, dont la sauvegarde et le redressement judiciaire. Mais celles-ci interviennent lorsque les dettes sont déjà importantes. Avant cela, les chefs d'entreprise peuvent solliciter des procédures amiables : le mandat ad hoc



© RÉMI HAGEL

et la conciliation. « Certains chefs d'entreprise ne viennent pas au tribunal par crainte que tout le monde soit au courant de leurs difficultés. Or, avec ces procédures, la confidentialité est totale. On essaie de résoudre les difficultés de l'entreprise en amont », plaide Bernard

Deranque. Le constat est déroutant : en 2021, le tribunal de commerce du Mans n'a traité que onze mandats ad hoc et trois conciliations. Des chiffres à mettre en perspective avec les procédures collectives, près de 30 fois plus nombreuses. Même si elles ont fortement baissé durant la crise sanitaire (118 procédures collectives en 2021 contre 279 en 2019), les entreprises ayant été soutenues par l'État. L'an passé, le tribunal de commerce du Mans a rendu 179 jugements pour des litiges entre entreprises. C'est plus qu'en 2020, année de Covid, mais beaucoup moins que 2019 (267). « L'une des raisons est que de plus en plus d'affaires se terminent à l'amiable ».



© FCE 49

Amantine Revol, présidente de Femmes Chefs d'Entreprise en Maine-et-Loire

Dirigeante d'Ignicité, spécialiste de la prévention et l'expertise incendie, Amantine Revol succède à Lénaïck Le Gratiet à la présidence du club des Femmes Chefs d'Entreprise de Maine-et-Loire, créé en 2018. L'association fédère 26 dirigeantes, représentant plus de 30 M€ de CA et de 200 emplois. Femmes Chefs d'Entreprise de Maine-et-Loire dispose de mandats à la CCI, au CCEF (Compagnie des Conseils et Experts Financiers) et au Tribunal pour enfants.



© NCE

Guillaume Painsar à la tête de NCE Bretagne et Pays de la Loire

Le réseau NCE (Notaires Conseil d'Entreprise), association professionnelle de notaires spécialisés en droit des affaires, renforce ses positions territoriales et nomme Guillaume Painsar, notaire à Rennes, délégué régional pour la Bretagne et les Pays de la Loire. L'antenne régionale de NCE a pour objectif d'informer l'écosystème économique local sur les compétences du notaire comme conseil aux chefs d'entreprise.



© GROUPE GRUAU

Xavier Aumonier, directeur général du groupe Gruau

Xavier Aumonier a été nommé directeur général du groupe mayennais Gruau, leader en Europe de la carrosserie sur véhicule utilitaire. Il occupait la direction du pôle Laval-Lorraine depuis six mois. Patrick Gruau demeure président du groupe (1 400 collaborateurs en Europe sur 15 sites industriels) qui vise un CA de 250 M€ en 2022. Il a confié par ailleurs la direction des Services et de la transformation digitale à son fils Guillaume, qui fait son entrée au comité exécutif.



© @EDF-ILCAPA

Frédéric Thébault, nouveau directeur EDF Commerce Ouest

Frédéric Thébault a succédé à Michel Magnan au poste de directeur EDF Commerce Ouest, qui couvre les régions Bretagne, Pays de la Loire et l'ex-Basse-Normandie. Âgé de 50 ans, Frédéric Thébault était auparavant directeur du service client et commercial à la direction du marché des clients particuliers d'EDF à Paris. Entré au sein du groupe en 1999, il a exercé diverses responsabilités managériales, opérationnelles et techniques.

Ils bougent

Stéphanie El Mabrouk est la nouvelle directrice de La Poste grand public et numérique Maine Val de Loire, qui siège au Mans. À ce titre, elle est responsable de l'ensemble du réseau des bureaux de poste de la Sarthe, du Maine-et-Loire, de la Mayenne et de l'Indre-et-Loire, soit 829 points de services, dont 226 bureaux de poste et 603 partenariats, représentant 929 collaborateurs.

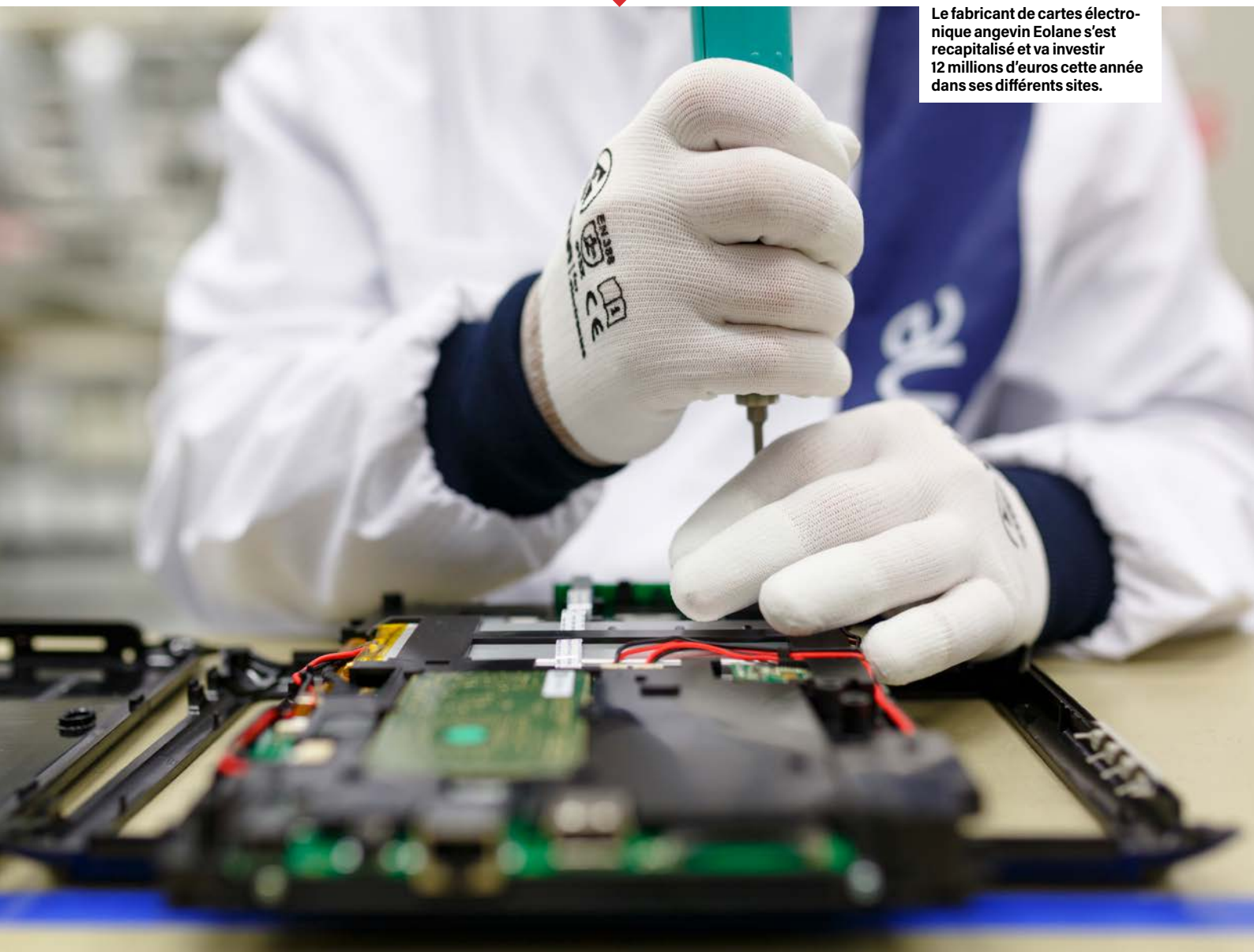
Nicolas Nourtier est le nouveau directeur du site de production d'arômes de Mane, à Sablé-sur-Sarthe. Le groupe Mane (6 500 salariés, 1,38 Md€ de CA en 2019), basé à Le Bar-sur-Loup (Alpes-Maritimes), est spécialiste de la production d'arômes et de parfums.

Stéphane Thomas est le nouveau directeur général du groupe Europlastiques. Basé à Changé (Mayenne), le groupe réalise 21 M€ de CA et emploie 70 salariés.

Angers INDUSTRIE



Le fabricant de cartes électronique angevin Eolane s'est recapitalisé et va investir 12 millions d'euros cette année dans ses différents sites.



© GROUPE EOLANE

POURQUOI LE GROUPE EOLANE S'EST RECAPITALISÉ



Pour faire face à sa croissance et en prévision de son développement, le groupe électronique angevin Eolane s'est recapitalisé à hauteur de 50 millions d'euros. Il va investir cette année près de 12 millions d'euros sur l'ensemble de ses sites en France et à l'étranger, avec entre autres la construction d'une nouvelle usine en Chine.

Henri Juin, le président du directoire d'Eolane se réjouit : « Certains pariaient plus sur notre cercueil que sur notre développement et on revient très fort. Preuve en est la marque de confiance que nous ont donnée l'État et nos actionnaires qui sont dans une logique optimiste. » Il est vrai que le fabricant angevin de cartes électroniques était un peu en perte de vitesse avant que n'entre au capital le fonds français Hivest Capital Partners en 2017. Lequel renforçait sa participation en 2019 et a choisi de recapitaliser encore Eolane en ce début d'année. « Le groupe a atteint en 2021, voire dépassé son budget en termes de chiffre d'affaires et d'Ebitda (290 M€ de CA et Ebitda de plus de 13 millions d'euros, en hausse de 18 %, NDLR), précise Henri Juin. Nous étions dans un montage financier de type LBO. Ce modèle va très bien, sauf quand des facteurs extérieurs viennent tendre la situation, ce qui a été le cas avec la pénurie de composants, qui nous a amenés à augmenter de 20 millions d'euros notre niveau de stocks. De plus, la perspective 2022 est plus incertaine que les années précédentes : on ne sait pas exactement quand le marché des composants va redevenir fluide. Ce ne sera pas le cas pour une très grande partie de l'année 2022, peut-être même pour les premiers mois de 2023. Nous étions donc dans une situation où il fallait se parer au pire - lequel ne doit pas exister - mais c'est en se parant au pire qu'on l'évite ! »

UN PRÊT DE 30 MILLIONS D'EUROS

Pour modifier le montage financier initial, Hivest Capital Partners, l'actionnaire du groupe, a donc recapitalisé, et 30 millions d'euros qui étaient jusque-là en dette, ont été inscrits en capital. « Cette opération a permis de renforcer considérablement nos fonds propres, de l'ordre de 50 millions d'euros, précise Henri Juin. Ils passent de 15 millions d'euros à plus de 65 mil-



© GROUPE EOLANE

« Nous étions donc dans une situation où il fallait se parer au pire, lequel ne doit pas exister, mais c'est en se parant au pire qu'on l'évite. »

Henri Juin, président du directoire d'Eolane

lions. Une fois cette opération réalisée, nous avons obtenu auprès de l'État un prêt de 30 millions d'euros, dans le cadre du FDES, le fonds de développement économique et social, pour disposer d'une trésorerie qui dans tous les cas - que ce soit la crise des composants qui dure ou la guerre en Ukraine qui viendrait à influencer négativement cette trésorerie - nous permettra de passer la vague. »

Indirectement, le prêt de l'État et l'augmentation de capital apportent au groupe 17 millions de trésorerie supplémentaire, ce qui la place désormais à quelque 48 millions d'euros. De quoi faire face aux besoins de fonds de roulement, alors que le secteur de l'électronique est confronté à une pénurie de composants et d'incertitudes sur leur approvisionnement. « Mais cette somme a été largement surdimensionnée pour garantir la pérennité du groupe, ajoute Henri Juin, et il est toujours plus facile de rembourser si on en a trop, ce qui est fort probable. »

VERS LES 300 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

En 2021, le groupe angevin pensait pouvoir atteindre 300 millions d'euros de chiffre d'affaires, avec une forte croissance à l'étranger. En France, il a toutefois subi une légère baisse, et la crise des composants a quelque peu freiné son essor, de l'ordre d'une dizaine de millions



« Nous faisons 50 millions de chiffre d'affaires en Chine et nous ferons 100 millions d'euros dans les quatre ans qui viennent. »

Henri Juin, président du directoire d'Eolane

d'euros. Mais Eolane espère bien dépasser cette barre des 300 millions cette année. Le groupe, qui conçoit des cartes électroniques de pointe en petites, moyennes et grandes séries pour 8 marchés (défense, industrie, télécoms, ferroviaire, automobile, santé, énergie et aéronautique) annonce en effet pour 2022 un carnet de commandes en croissance de plus de 45 millions d'euros par rapport à l'an passé. L'activité commerciale est forte, notamment à l'international (+ 15%), et Eolane a fait entrer plus de 40 nouveaux clients en 2021, entre autres dans le médical, les énergies renouvelables et l'électrification de l'automobile travaillant par exemple avec des fabricants de bornes de recharge.

UNE NOUVELLE USINE EN CHINE

Pour accompagner son développement, Eolane va investir cette année à hauteur de 12 millions d'euros. Investissements réalisés dans le cadre de son projet stratégique Alizés, qui vise à transformer ses activités vers l'industrie 4.0 sur l'ensemble de ses sites en France et à l'étranger, avec entre autres l'installation d'une nouvelle ligne de production dans l'usine historique de Combrée, en Maine-et-Loire, qui emploie 380 personnes. Soutenu par France Relance, le projet porte sur 2 millions d'euros. Le groupe de 2 500 collaborateurs, dont 1 400 dans l'Hexagone, est présent sur trois



En Chine, Eolane va ouvrir une deuxième usine et veut atteindre 100 millions d'euros de chiffre d'affaires sous quatre ans, contre 50 millions d'euros actuellement.

© GROUPE EOLANE

FICHE ENTREPRISE

290 millions d'euros de CA

Eolane réalise 170 millions d'euros de chiffre d'affaires en France et 120 millions d'euros à l'étranger. Dès cette année, il envisage de dépasser les 300 millions d'euros et d'atteindre 500 millions d'euros d'ici quatre ans.

2 500 salariés

Eolane emploie 1 400 personnes en France et 1 100 à l'étranger. Actuellement, outre la création d'une usine en Chine qui s'accompagnera de recrutements, le groupe a environ une cinquantaine de postes à pourvoir.

12 millions d'euros d'investissements

Avec la construction d'une nouvelle usine en Chine et le renforcement de son outil industriel en France comme à l'étranger, Eolane va investir 12 millions d'euros en 2022.

continents, compte six sites en France, dont deux en Anjou, à Combrée et à Angers où est implanté son siège social, et possède aussi une usine en Estonie, une en Allemagne et deux au Maroc. En Chine, où il dispose déjà d'un site industriel avec 300 personnes, Eolane va en ouvrir un second dès cette année. « Nous faisons 50 millions de chiffre d'affaires en Chine et nous ferons 100 millions d'euros dans les quatre ans qui viennent, assure Henri Juin. Nous construisons donc un second site capable d'absorber cette croissance sachant que cette année, nous devrions déjà être à 70 millions. Nous allons intégrer un immobilier existant que nous allons implémenter à 5 km de notre première usine. » Eolane investit 4 millions d'euros dans cette nouvelle unité et injecte cette année environ 1 million d'euros dans chacun de ses sites, en France comme à l'étranger, hormis en Allemagne où l'usine du groupe est moins conséquente.

Actuellement, le chiffre d'affaires d'Eolane se répartit à hauteur de 170 millions d'euros en France, dont 30 % dans le secteur de la défense, et de 120 millions d'euros à l'étranger. Le groupe, en se recapitalisant, s'est renforcé et veut dès cette année continuer de grandir sur les marchés où il est déjà présent, plutôt que d'en investir de nouveaux, à l'international et notamment en Chine. Mais aussi en France où il veut être un acteur majeur de la relocalisation. « Cette crise renforce l'utilité de la réindustrialisation, assure Henri Juin, et le positionnement d'Eolane, qui est d'offrir des services industriels de proximité à ses clients aussi bien en France qu'à l'étranger. » D'ici quatre ans, l'objectif du groupe est d'atteindre un chiffre d'affaires de 500 millions d'euros.

Olivier Hamard



UN SEUL COMPOSANT VOUS MANQUE ET TOUT EST À L'ARRÊT

En se recapitalisant, le groupe Eolane s'est pré-muni face à la crise des composants électroniques qui affecte le secteur, au moins pour en financer un stock élevé. Composants qui sont fabriqués très majoritairement en Asie ou en Amérique et très peu en Europe.

Le virus du Covid a engendré dans certains pays un retard dans la production, face à une forte demande dès la reprise de l'activité. « Cette crise a commencé début 2021 et s'est durcie au cours du dernier trimestre de l'an dernier, explique Henri Juin, le président du directoire d'Eolane. Nous sommes toujours dans



© ANDRÉS RAUDIALG

le dur et il y a à la fois un manque de composants, une surenchère, un surcoût et surtout un manque de fiabilité logistique. Cela impose des niveaux de stocks anormalement hauts ». Pour Eolane,

Le défaut de composants peut immobiliser les entreprises clientes.

le montant annuel des achats de composants s'élève à 160 millions d'euros. « Notre stock moyen est toujours d'environ 60 millions d'euros, précise Henri Juin. Nous l'avons accru de 20 millions et nous en avons actuellement pour plus de 80 millions d'euros. Malgré cela, il peut toujours en manquer. » Et dans ce cas la machine se grippe, particulièrement dans le secteur électronique. En effet, lorsqu'un fabricant de machine ne dispose pas d'une pièce, il peut parfois en substituer une autre. En revanche, dans une

carte électronique, si un composant vient à manquer, elle ne fonctionnera pas. Et derrière, c'est toute la chaîne qui est impactée. « Quand Eolane fait un de chiffre d'affaires, explique Henri Juin, nos clients en font trente, car cette carte n'est qu'un élément de leur produit. Mais elle est essentielle dans leur production, et si nous ne pouvons pas la fabriquer pour cause de défaut de composants, nos clients vont immobiliser 30 fois plus d'argent que nous. Ce ratio montre le degré d'importance de notre métier et notre utilité en termes de réponse au besoin de nos clients. »

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



L'ENTREPRISE DE PEINTURE **BOULFRAY** REPART EN CROISSANCE

À La Flèche, l'entreprise Boulfray a investi 650 000 euros dans l'aménagement de ses locaux. La PME familiale de 125 personnes, spécialisée dans la peinture, la décoration, les sols, le ravalement et l'isolation par l'extérieur poursuit son développement, portée par la bonne tenue du secteur du bâtiment.



L'entreprise Boulfray a investi 650 000 euros dans la réfection complète de ses locaux de La Flèche.

Malgré un mois et demi de fermeture et 250 000 euros de pertes au printemps 2020 marqué par le début de la crise sanitaire, la PME familiale dirigée par Fanny Boulfray spécialisée en peinture, décoration, sol, ravalement et isolation par l'extérieur, a rapidement redressé la pente. « Avant le premier confinement, confie Fanny Boulfray, seule depuis 2018 à la tête de l'entreprise fondée par son grand-père en 1959, nous avons des chantiers en cours et nous avons repris en mai là où nous nous étions arrêtés. Cela a été comme une parenthèse et nous avons terminé l'année 2020 avec un bénéfice de 100 000 euros, sans solliciter de Prêt garanti par l'État. Mais c'est l'une des pires périodes que l'entreprise a vécues. » Une période qui semble désormais derrière elle, puisque la PME a terminé l'année

2021 avec un chiffre d'affaires autour de 12 millions d'euros, elle qui réalise en moyenne 10,5 millions d'euros de chiffre d'affaires. Ce qui lui a permis de réinvestir 650 000 euros dans l'aménagement de ses locaux fléchois. « Nous avons tout restructuré et tout a été refait du sol au plafond avec un nouveau mobilier, précise Fanny Boulfray. Sans extension, nous sommes passés de 400 à 800 m² de bureau et avons récupéré un atelier et un entrepôt d'environ 150 m². »

CARNET DE COMMANDES PLEIN POUR L'ANNÉE 2022

Présente à La Flèche, au Mans et à Nantes, l'entreprise sarthoise travaille à parts égales pour des collectivités et pour le secteur privé, réparties en trois tiers d'entreprises, de particuliers et de promoteurs. Avec également APB, une filiale installée à Saint-

Barthélemy-d'Anjou (Maine-et-Loire), qui emploie une trentaine de personnes pour un chiffre d'affaires de 1,9 million d'euros, la PME rayonne sur les trois départements de la Sarthe, du Maine-et-Loire et de la Loire-Atlantique.

RECRUTEMENT DIFFICILE

Les travaux de réhabilitation de son siège et de ses locaux fléchois, réalisés de février à fin juillet 2021 avaient été programmés plus tôt, mais l'entreprise Boulfray a préféré patienter. « Le projet était envisagé avant la crise, mais nous l'avons laissé en suspens en 2020, en attendant de voir comment l'année allait se terminer. Nous avons relancé le projet en décembre et nous sommes dans les murs depuis septembre dernier. Nous avons également un prêt qui se terminait et avons pu réemprunter, ce qui n'impacte pas les résultats et la trésorerie. »

Une trésorerie revenue à ses niveaux d'avant crise, pour la société qui affiche une belle visibilité pour 2022 : « Notre carnet de commandes est plein pour l'année, ce qui n'arrive jamais, poursuit Fanny Boulfray. Habituellement, nous avons 50 à 60 % de notre chiffre d'affaires à venir déjà prévu en janvier. Nous allons devoir décaler ou peut-être même refuser des chantiers et aussi recruter, mais c'est très difficile dans notre secteur. Pour cela, nous misons beaucoup sur la formation. Actuellement, nous avons 14 apprentis dans l'effectif et deux à trois personnes en insertion. 80 % de nos collaborateurs ont été formés dans l'entreprise. »

Olivier Hamard



Florian Vincent-Pelligry, le gérant de Le Rêve chez Vous, veut renforcer le catalogue de la plateforme choletaise et s'ouvrir au B to B.

lisées entre mars et juillet. Mais c'est avant tout sur le client particulier que nous voulons continuer de nous développer. »

UN ENTREPÔT DE 1 000 M² À CHOLET

Les ventes réalisées par la plateforme choletaise le sont majoritairement dans l'hexagone, avec également des commandes venant des DOM-TOM ou de pays voisin comme la Belgique. Environ 60 % des produits commercialisés sont importés, pour beaucoup d'Europe, en provenance entre autres d'Italie, de Portugal ou d'Espagne. Et pour se renforcer auprès de sa clientèle de particuliers, Le Rêve chez Vous, qui travaille sur la refonte de son site internet et collabore actuellement avec une dizaine de personnes en équivalent temps plein, dont quatre à Cholet, mise sur un référencement naturel performant sur le web, le nombre de marques distribuées, qui en fait l'une des places de marchés les plus achalandées de son secteur, et un stock important pour répondre à la demande et sur le service. « Nous sommes présents avant et après la vente, ajoute le dirigeant. Le panier moyen est d'environ 1 000 euros et les clients ont besoin d'être rassurés. » Le Rêve chez Vous, qui assure la livraison à domicile avec des partenaires transporteurs, dispose d'un entrepôt en location de 1 000 m² à Cholet, d'où partent 60 % des produits, les autres étant livrés à partir de toute la France ou d'Espagne, où se trouve l'un de ses fournisseurs. Pour disposer d'un stock conséquent et éviter les ruptures en forte période de vente, la plateforme choletaise a levé 500 000 euros en 2021, auprès d'investisseurs locaux. Spécialisée dans les produits neufs elle ne ferme pas non plus la porte au marché de la seconde main. « Ce n'est pas à l'ordre du jour, confie Florian Vincent-Pelligry, mais cela peut faire partie des choses à imaginer. »

Olivier Hamard

LE RÊVE CHEZ VOUS S'INSTALLE CHEZ LES PARTICULIERS

Plateforme choletaise spécialisée dans la commercialisation de mobilier de jardin, Le Rêve chez Vous a réalisé une levée de fonds de 500 000 euros en 2021. Depuis sa reprise fin 2019, l'entreprise créée dans les années 2010 à Nantes double son chiffre d'affaires chaque année et entend poursuivre sur sa lancée.

Sécialisé dans la commercialisation de mobilier de jardin sur internet, Le Rêve chez Vous est reparti en croissance depuis décembre 2019, date de sa reprise. Le chiffre d'affaires de la société a été multiplié par deux chaque année, dépassant en 2021 le million d'euros. « Nous voulons encore au moins doubler cette année, envisage Florian Vincent-Pelligry, gérant de la plateforme choletaise Le Rêve chez Vous. Je savais que le potentiel était important. C'était une belle endormie qu'il fallait réveiller. Le chiffre d'affaires était de plus de trois millions d'euros en 2014 et 5 ans plus tard, il était devenu quasi confidentiel. » Depuis la reprise, la plateforme Le Rêve chez Vous a beaucoup travaillé sur le référencement, a renforcé le nombre de

marques qu'elle distribue, qui sont désormais une trentaine, et bénéficie depuis le début de la crise sanitaire de l'engouement du public pour l'aménagement de la maison. « Nous travaillons à 99 % en B to C, précise Florian Vincent-Pelligry. L'un des objectifs pour 2022 est de nous ouvrir au B to B, même si ce n'est pas un axe stratégique de développement. Nous le faisons d'une part parce que nous avons des demandes entrantes dans le secteur des CHR, cafés hôtels-restaurants, et certains clients particuliers sont aussi des professionnels du secteur et peuvent avoir des besoins. D'autre part, cela va nous permettre de lisser un peu notre activité sur l'année. Nous sommes en effet soumis à une saisonnalité importante, avec 90 % de nos ventes réa-

BIOWEST ACCÉLÈRE LA PRODUCTION DE RÉACTIFS POUR LA CULTURE CELLULAIRE

Spécialisée dans la production de sérums et de réactifs pour la culture cellulaire, l'entreprise angevine Biowest veut gagner de nouvelles parts de marchés en France et à l'étranger et se renforcer dans le secteur des milieux de cultures élaborés à partir de matière biologique.



Spécialisé dans la fabrication et de sérums et de réactifs pour la culture cellulaire, Biowest investit entre 2,5 et 3 millions d'euros sur son site de Nuaille.

Parmi les investissements dans lesquels s'engage la société Biowest sur son site de Nuaille, près de Cholet (Maine-et-Loire), un million d'euros concerne l'installation d'un bioréacteur et une ligne de production pour les milieux de culture en poudre. Soutenu par France Relance à hauteur de 500 000 euros, l'investissement va permettre de relocaliser cette production. L'entreprise, qui élabore des sérums et des réactifs pour la culture cellulaire, avait dû en effet sous-traiter en France le mélange pendant la crise sanitaire afin de répondre à une importante commande venue d'Inde : 4 millions de litres de milieux de culture en poudre destinés à la fabrication de vaccin contre le Covid. « Nous maîtrisons parfaitement la technologie pour fabriquer ce produit mais nous n'avons pas la capacité de le

faire dans de tels volumes », explique Thierry Albert, directeur général de Biowest, filiale du groupe danois Sera Scandia, dont elle est l'une des locomotives. L'entreprise de Nuaille, qui emploie 49 personnes et a réalisé près de 23 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021, en croissance de 30 % par rapport à l'année précédente (17 millions d'euros), pèse plus des deux tiers du groupe familial scandinave de 600 collaborateurs, qui atteint environ 60 millions d'euros de chiffre d'affaires. Avec l'installation d'une nouvelle ligne, Biowest va ainsi pouvoir passer à une production industrielle et répondre à une demande croissante, en France et à l'étranger, où l'entreprise réalise 60 % de son chiffre d'affaires. « Initialement, nous vendions nos milieux de culture en sous-traitance avant de développer notre marque, qui compte

maintenant pour 50 % de notre production, indique Samuel Boutin, actuellement directeur commercial de Biowest, qui prendra la direction de l'entreprise fin 2022. Avec une nouvelle ligne, l'objectif est aussi d'augmenter encore cette part et d'asseoir la marque à l'international. » Tant le marché est vaste, les milieux de culture représentent pour Biowest un réel levier de croissance, à côté de son activité initiale, la production de sérums.

2,5 MILLIONS D'EUROS D'INVESTISSEMENTS

La PME, créée dans les années 80 avec l'unique activité de production de sérums de bovins, a tout d'abord ajouté à sa palette les sérums élaborés avec d'autres animaux - équins, lapins, moutons, porcs... Avant de lancer dans les années 2000 la production de milieux de culture. Les sérums élaborés par Biowest sont vendus à des distributeurs, destinés ensuite à la recherche ou la vaccination vétérinaire. L'entreprise a pour objectif d'en automatiser la production. Un investissement qui vient s'ajouter à celui réalisé pour les milieux de culture. Au total, ce sont plus de 2,5 millions d'euros que Biowest va engager, avec également l'agrandissement de son site et l'amélioration de ses process. Une ligne supplémentaire de production de milieux de culture sous forme liquide est aussi prévue. La société de Nuaille va également renforcer son effectif pour accompagner sa croissance. Elle prévoit le recrutement de 11 nouveaux collaborateurs d'ici la fin de 2024.

Olivier Hamard



Stéphane Aubry, DG de Sécurlite, veut développer l'export, qui représente aujourd'hui 10% du chiffre d'affaires.

©SÉCURLITE.

SÉCURLITE VEUT TRIPLER SON CHIFFRE D'AFFAIRES À L'EXPORT

Depuis La Ferté-Bernard, Sécurlite (75 salariés, 15 M€ de CA) connaît une croissance régulière et soutenue. Cette filiale du groupe Rivalen place son éclairage collectif durable LED dans les gares, les logements sociaux, les stades. Elle ambitionne de doper son activité à l'étranger, à commencer par le Benelux.

Sécurlite connaît une croissance régulière de 6 à 13 % annuels depuis quinze ans (à l'exception de la parenthèse Covid). Elle a atteint un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros en 2021, adossée au groupe Rivalen qui l'a reprise en 2019 (CA de 25 M€ : 15 M€ pour Sécurlite, 10 M€ pour Roger Pradier). Elle a développé son expertise sur l'installation d'éclairage résistant, anti-vandalisme, dans les parties communes de lieux de vie collectifs. Ses luminaires, constitués de modules LED, intègrent des systèmes de détection de présence, qu'elle fabrique. Sécurlite travaille avec les principaux bailleurs sociaux, Immobilière 3F (Ile-de-France) ou Partenord Habitat (Nord).

Pour les collectivités, elle met en lumière des parties communes et les extérieurs (avec des éclairages urbains bas). Hôpitaux et prisons figurent à son registre. Tout comme les stations de transports urbains. Ainsi, elle est discrètement présente dans des endroits fréquentés : elle a éclairé certains accès de la gare du Nord à Paris, du métro à Marseille, à Nice et, localement, le passage souterrain de la gare du Mans ou encore des tribunes du circuit des 24 heures. « Ce qu'on vise maintenant pour le marché français, ce sont les mises aux normes PMR (Personnes à mobilité réduite) des parties communes », expose Stéphane Aubry, le directeur général.

UNE FILIALE EN PROJET AU BENELUX

La PME exporte aussi son savoir-faire aux Pays-Bas, en Suède, en Australie, dans les pays du Golfe. Elle a équipé les services de police

d'Abu Dhabi, ou un stade au Qatar, pour la prochaine Coupe du monde de football. L'export représente 10 % de l'activité, mais « nous comptons doubler, voire tripler ce chiffre sur cinq ans », annonce Stéphane Aubry. « Nous avons de grosses ambitions sur le Benelux. Dans un deuxième temps, nous aimerions développer le marché allemand ». Une personne a été recrutée en Belgique, soutenue depuis le siège par un *business developer* et trois personnes du service Export. L'objectif : développer un chiffre d'affaires suffisant pour pouvoir créer une filiale d'ici deux ans. Le fait d'intégrer le groupe Rivalen « nous a permis de créer des synergies, notamment pour le développement de l'export », estime le dirigeant. À La Ferté-Bernard, le site a été agrandi, passant de 4 000 à 5 000 m² il y a trois ans. Un nouvel ERP (progiciel de gestion intégré) avait également été installé. L'an dernier, une ligne de fabrication électronique a été renouvelée, permettant d'augmenter la capacité de production de 30 %. Cela doit permettre « de faire face à la croissance attendue les prochaines années ». Les gros investissements ont été réalisés. « Ceux à venir seront plus dans l'humain », précise Stéphane Aubry. Nous voulons étoffer nos équipes mais on a beaucoup de mal à recruter. En 2022, Sécurlite va innover en proposant un éclairage connecté. « Nous pourrions assurer une prise de contrôle à distance des installations ». À l'ère du digital, l'entreprise va relooker son site web, ainsi que son identité visuelle. Un changement d'état d'esprit pour cette « belle endormie » qui avait plutôt pour devise : « Pour vivre heureux, restons cachés ». Stéphane Aubry a pris ses fonctions en janvier 2022, après dix ans dans la maison, avec l'intention affichée de mettre en lumière son entreprise.

Rémi Hagel



— Benoît Fabre, directeur général d'Aliaxis France

« NOUS ALLONS INVESTIR DEUX FOIS PLUS QU'EN 2021 »

Société du groupe belge Aliaxis et siège d'Aliaxis France, l'entreprise choletaise Nicoll conçoit et fabrique des solutions pour la gestion des fluides, principalement pour le secteur du bâtiment. Elle va bénéficier d'un programme d'investissements de plus de 10 millions d'euros cette année, comme l'indique Benoît Fabre, directeur général d'Aliaxis France.

Que représente la société Nicoll au sein du groupe Aliaxis ?

Nicoll a été intégré au groupe Aliaxis en 1980, et nous sommes en France un groupe industriel structuré depuis 2015. Aliaxis France compte trois unités, Nicoll à Cholet et à Frontonas, en Isère et Girpi à Harfleur, dans le

Calvados. Nous avons aussi un site logistique à Mèze, près de Montpellier dans l'Hérault. Nicoll à Cholet est un peu le vaisseau amiral d'Aliaxis France, avec 960 collaborateurs sur 1 400, et nous réalisons 75 % du chiffre d'affaires. En 2021, Aliaxis France a atteint environ 300 millions d'euros de chiffre

d'affaires, contre près de 250 millions d'euros en 2020, ce qui représente une croissance de 18 %. Nous pesons 10 % du groupe, pour qui nous sommes le 4^e marché mondial et nous travaillons principalement en France, avec moins de 10 % de nos produits à l'export. Le groupe Aliaxis est très présent entre autres en Amérique du Nord, en Inde, dans la région Asie-Pacifique et en Europe.

Qui sont vos clients ?

Nous fabriquons des raccords d'évacuation pour les eaux usées, des produits sanitaires, des siphons, des gouttières, des caniveaux ou encore des tubes et raccords pour l'adduction sous pression en milieu sensible ou en milieu hospitalier. Nos clients sont essentiellement des négociants qui revendent nos produits à des artisans ou des entreprises du bâtiment. Nous sommes aussi présents chez les distributeurs et dans les grandes surfaces de bricolage.

Comment expliquez-vous cette croissance de 18 % en 2021 ?

Nous avons eu la capacité de nous reposer des questions et de remettre en cause de vieilles croyances, comme celle de produire plus et de livrer plus de volume en partant de Cholet. Nous avons donc beaucoup augmenté notre production, nous nous sommes réorganisés et avons gagné en efficacité, avec aussi un nouvel accord sur la modulation du temps de travail. Nous avons également augmenté notre nombre de clients, qui achètent en plus grand nombre et sur plus de produits différents. De plus, le marché du bâtiment, qui représente 80 à 85 % de notre chiffre d'affaires, se porte bien et la demande est forte.

Vous investissez tous les ans sur le site de Cholet, allez-vous le faire cette année encore ?

Nous sommes sur un programme de développement et Aliaxis France va investir cette année deux fois plus qu'en 2021, au-delà des 10 millions d'euros. Rien que sur le site Nicoll de Cholet, nous serons proches des 10 millions d'euros d'investissement en 2022, dans des éléments d'automatisation, la gestion des flux, la sécurisation et dans des machines et des moules, avec ce qui se fait de mieux dans ce domaine. Ces investissements vont nous permettre

© OLIVIER HAMARD



d'optimiser et de gagner en surface, nous n'aurons donc pas besoin d'agrandir nos locaux.

Cela s'accompagne-t-il de recrutements ?

En 2021, sur 130 personnes recrutées par Aliaxis France, 112 l'ont été sur le site de Nicoll à Cholet, ce qui est quatre fois plus important que le nombre de départs en retraite. Nous avons peu de turn-over et les collaborateurs ont un réel attachement à l'entreprise. Actuellement, l'activité se porte bien, nous voulons renforcer les équipes et attirer les talents. 35 postes sont ouverts à Cholet, dans nos ateliers pour des spécialistes de l'extrusion ou des réglés sur des moules à injection, mais nous recherchons aussi des gens pour la transformation et l'automatisation de nos process.

Vous portez également une attention toute particulière à la sécurité ?

En 2021, nous avons divisé par trois le taux d'accidents par rapport à 2020 et

« Rien que sur le site Nicoll de Cholet, nous serons proches des 10 millions d'euros d'investissement en 2022. »

par quatre par rapport à 2019. La sécurité et le business ne sont pas incompatibles. Nous avons même arrêté certains modes de production pour mieux les sécuriser, comme début 2021, où une production sur une scie à ruban a été stoppée jusqu'à ce que nous ayons trouvé, au bout de huit jours, une solution beaucoup plus sécurisée.

Vous utilisez entre autres du PVC. Où en êtes-vous actuellement sur le plan environnemental ?

Le PVC a de l'avenir : Il est composé majoritairement de sel, à 55 %, il est recyclable à l'infini et peut durer 50, voire 100 ans sans altération. Depuis plusieurs années, nous sommes

engagés dans le recyclage, et aujourd'hui 99 % de nos déchets de production sont recyclés. D'autre part, nous faisons partie des associés-fondateurs de l'éco-organisme Valobat, qui travaille sur le recyclage des matériaux du bâtiment et dont nous sommes actionnaires. Nous avons lancé en 2021 une gamme pour l'évacuation des eaux usées, Hometech, qui utilise 20 % de matière recyclée, que nous sourçons à l'extérieur. Nous investissons donc dans des solutions dans ce domaine, avec la volonté de collecter et de recycler, et c'est un sujet essentiel pour notre croissance et notre développement.

Olivier Hamard

 CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

LES RENDEZ-VOUS
ATELIERS BUSINESS

2022



12 MAI

Rencontres des entreprises engagées en économie circulaire avec l'ADECC

// Plus de 400 coopérations entre 1 300 entreprises ont permis de mieux valoriser plus de 12 000 tonnes de matières, d'économiser plus de 1 100 tonnes de matières et d'un million d'euros d'économies. Coopérer et mutualiser en mode collaboratif font partie des solutions apportées par l'ADECC pour faire avancer vos démarches d'économie circulaire.



9 JUIN
ANGERS

La Grande Aventure d'Entreprendre

// Le rendez-vous de l'entrepreneuriat organisé par la CCI de Maine-et-Loire et ses partenaires avec au programme : conférences, ateliers, forum de discussion, Pitch for Money, Battle d'étudiants et concours Les Espoirs de l'Économie. Une journée ouverte à tout public pour donner l'envie d'entreprendre !



7 JUILL.

L'usine du futur : une industrie propre ?

// L'agilité des process et leur numérisation ne sont pas les seuls leviers de l'usine du futur ! L'un des objectifs est aussi de consommer moins pour produire mieux.



27 SEPT.

International Week

// Rendez-vous individuels avec des experts Pays, ateliers thématiques, conférences, retours d'expérience sur l'export...



11 OCT.
WEBINAIRE

Investir, se développer : il n'y a pas que les banques qui proposent du financement !

// Pour financer vos projets et/ou mobiliser du capital développement, venez découvrir les solutions complémentaires ou alternatives proposées par FINPLE, CORHOPI, TUDIGO et LA NEF.



23+24
NOV.

Connected Week

// Ateliers, de conférences et de rencontres professionnelles dans les domaines du digital et de l'innovation. Organisées par les acteurs du territoire, ces journées thématiques mettent en lumière nos filières d'excellence.



6 DÉC.

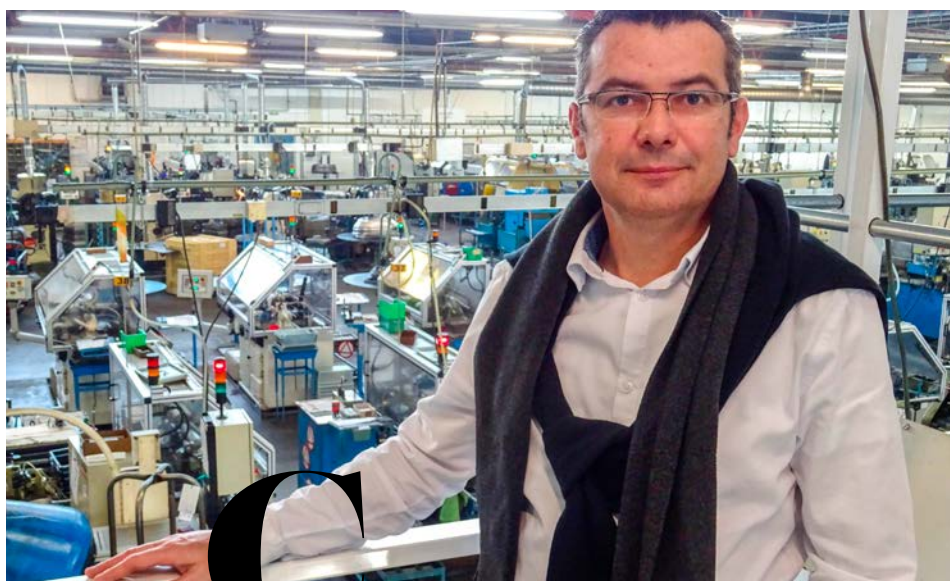
Mieux comprendre les attentes de ses clients et prospects

// Mieux connaître les leviers et freins à l'achat de vos clients, leur satisfaction, tester un concept, un produit, votre image, votre notoriété... venez découvrir comment vous procurer les bonnes informations pour consolider ou gagner de nouvelles parts de marché.

INFORMATION ET INSCRIPTION : maineetloire.cci.fr

LA GOUPILLE CANNELÉE ROULE POUR LA TRANSITION AUTOMOBILE

La Goupille Cannelée possède un savoir-faire rare reconnu par les constructeurs automobiles du monde entier. L'entreprise d'Avrillé, spécialisée entre autres dans la fabrication de fixations en cannelage pour l'industrie, veut les accompagner dans la transition vers les véhicules électriques et envisage de s'implanter aussi aux États-Unis.



Jean-Noël Courtois, directeur général de La Goupille Cannelée. L'entreprise possède un parc de 130 machines et produit pas moins d'un million de pièces par jour.

Créée en 1934, La Goupille Cannelée (LGC) s'est installée à Avrillé, en périphérie d'Angers, en 1970. Dans son usine de 4 500 m², elle usine avec 130 machines pas moins d'un million de pièces chaque jour, destinées à l'industrie en France et dans le monde entier, à 60 % dans le secteur automobile. 35 % de sa production sont des goupilles en cannelage, un procédé de fixation maîtrisé seulement par quatre entreprises dans le monde. L'entreprise angevine veut conforter ce savoir-faire et accompagner la transition de l'industrie automobile vers l'électrique. Une mutation que le dirigeant envisage comme une véritable opportunité. « Depuis un siècle, l'industrie automobile n'a pas connu de changement comme celui qui se profile avec les véhicules décarbonés, s'enthousiasme Jean-Noël Courtois, directeur général de LGC. Nous fabriquons pour certains constructeurs les

mêmes pièces depuis 60 ans. » Les produits de LGC se retrouvent pour un tiers dans les moteurs, mais aussi dans l'habitacle, les systèmes de freinage ou encore de direction. L'entreprise avrillaise, qui exporte à 70 %, travaille en direct ou via des équipementiers avec quasiment tous les constructeurs automobiles de la planète. Elle compte monter en puissance dans la conception pour accompagner la transformation de l'industrie automobile. « Notre force est d'être présents dans les bureaux de design, de développement et d'études, précise Jean-Noël Courtois. Nous concevons les produits avec nos clients. Nous allons aller plus loin en créant notre laboratoire de conception pour leur proposer des solutions, avec une simulation par logiciel et l'impression en 3D de pièces prototypées. » Ce futur laboratoire est l'un des leviers de croissance de l'entreprise de 65 personnes, qui mise aussi sur la

modernisation de son site, avec l'installation prochaine d'une nouvelle ligne de production dédiée à l'industrie automobile à moteur électrique. Au total, elle va investir 1,3 million d'euros et envisage aussi de s'agrandir sous deux ans de 1 000 m²

CAP VERS LES ÉTATS-UNIS

Déjà, LGC a enregistré une croissance de 15 % l'an passé, avec un chiffre d'affaires de 9,5 millions d'euros. « Nous avons rentré 45 nouveaux clients en trois ans, se réjouit Jean-Noël Courtois. Nous avons toujours autant d'activité dans l'automobile et gagnons des parts de marché ailleurs. » Car la PME, filiale du groupe de Villefranche-sur-Saône (Rhône) P3G (20 M€ de CA), propose grâce à son parc de machines outre le cannelage, des produits travaillés par décolletage ou rectification, et depuis peu l'assemblage de différents composants à la demande de clients. Elle travaille ainsi pour le médical, la mécatronique, les équipements domestiques, le bâtiment ou encore l'énergie et continue d'ouvrir son champ d'action : « Nous prospectons dans d'autres secteurs comme le vélo électrique ou le machinisme agricole, ajoute Jean-Noël Courtois, toujours avec une approche de coconstruction. » LGC envisage aussi d'exporter son savoir-faire aux États-Unis pour poursuivre son développement : « Nos concurrents américains qui maîtrisent le cannelage ne sont pas dans le secteur automobile, précise le dirigeant. Nous voulons nous y implanter d'ici deux ans, probablement en reprenant une entreprise locale de décolletage. »

Olivier Hamard



L'entreprise Ciitélécom, créée par Philippe Jauneau en 1990, ouvre trois agences cette année et lance une appli citoyenne.

© OLIVIER HAMARD

CIITÉLÉCOM ÉTEND SON RÉSEAU ET LANCE UNE APPLI CITOYENNE

L'entreprise mancelle Ciitélécom spécialisée dans les solutions de gestion et de déclenchement d'alerte à la population, va ouvrir trois nouvelles agences cette année pour continuer de s'étendre sur le territoire national. La PME, qui vient d'investir dans de nouveaux locaux, a également lancé une appli citoyenne à destination des collectivités.

Ciitélécom, créée en 1990, s'installe dans de nouveaux locaux au Mans. Sur une parcelle de 6 000 m² au nord de la ville, l'entreprise a fait construire, pour un investissement total de 1,2 million d'euros, un bâtiment basse consommation de 300 m² qui accueillera dans un premier temps 10 de ses collaborateurs. La PME sarthoise, qui conçoit des solutions de gestion d'alerte et de déclenchement d'alerte pour la population, poursuit sa croissance, de l'ordre de 17 % chaque année depuis 2015, et a atteint en 2021 1,8 million d'euros de chiffre d'affaires. Croissance qu'elle entend poursuivre avec, cette année, l'ouverture de trois nouvelles agences. Déjà implantée au Mans, à Aix-en-Provence, Niort et Lyon, elle s'installe en

2022 à Toulouse, Rennes et Lille. « Nous allons recruter une personne par agence, pour atteindre avec les recrutements au Mans un effectif d'une vingtaine de personnes cette année, confie Philippe Jauneau, fondateur et dirigeant de Ciitélécom. Fin 2023 ou en 2024, nous souhaitons créer deux ou trois agences supplémentaires, peut-être dans le centre de la France ou à Paris, Metz ou Nancy, pour couvrir l'ensemble du territoire national. »

900 CLIENTS DANS L'HEXAGONE ET OUTREMER

L'entreprise mancelle travaille aujourd'hui pour 90 % dans le domaine des automates d'appels d'alerte, auprès d'une clientèle à qui elle propose une solution clé en main. « Nous disposons de

deux data centers sécurisés et redondés et nous pouvons assurer jusqu'à 330 000 appels par heure grâce à 3 000 lignes téléphoniques, précise Philippe Jauneau. Nous sommes en train d'en intégrer 500 supplémentaires auprès d'Orange. Nous avons environ 900 clients dont la plupart sont des collectivités, des préfetures, des mairies, des communautés de communes ou des départements. Notre solution leur permet d'alerter une population via des SMS, des mails, le téléphone, une application, ou encore des sirènes ou des haut-parleurs. » Une grande majorité des clients de Ciitélécom sont installés dans l'arc méditerranéen, là où les risques naturels sont les plus importants, mais l'entreprise sarthoise se développe partout en France, y compris outre-mer où elle compte aussi quelques clients. Par ailleurs, la PME a conservé les activités avec lesquels elle s'est aussi développée depuis sa création, en proposant des solutions de gestion de centres d'appels, de serveurs vocaux et de messageries vocales. Forte de son savoir-faire, Ciitélécom vient de lancer sur le marché une application citoyenne, téléchargeable gratuitement, appelée Oyéoyé : « Nous avons travaillé sur son développement pendant un an, indique Philippe Jauneau. Elle peut être utilisée par les mairies, les associations, différents services municipaux pour délivrer des informations. Beaucoup d'applications de ce type existent, mais aucune n'est comme la nôtre couplée à une solution d'alerte. » Forte de cette différence, la PME mancelle, qui a opté pour une faible tarification et la création d'un compte d'essai proposé à toutes les communes de France, entend devenir rapidement leader sur ce marché des applis citoyennes.

Olivier Hamard

HASPOLO ET LE GROUPE AAIMS S'ORIENTENT DE PLUS EN PLUS VERS LE LUXE

Le groupe manufacturier choletais AAIMS investit 3 millions d'euros dans ses entreprises Haspolo, Sophan et Borlis pour poursuivre leur spécialisation dans la confection pour le prêt-à-porter de luxe.



© OLIVIER HAVARD

Bénédicte Rattier, directrice générale d'Haspolo, et Xavier Jardon, fondateur et président du groupe AAIMS.

Son nom n'est pas très évocateur mais le groupe AAIMS (pour Anjou Aquitaine Industries des Matériaux Souples) rassemble depuis 2010 trois entreprises illustres de la confection pour le secteur du luxe en Maine-et-Loire : Borlis, reprise en 2008 à Cholet ; Sophan, à Segré-en-Anjou et intégrée en 2010, et Haspolo à Saint-Christophe-du-Bois, près de Cholet, qui a rejoint AAIMS en 2018, repris par Xavier Jardon, président du groupe et Bénédicte Rattier. Avec 230 salariés, AAIMS est désormais totalement positionné sur l'industrie du luxe. Dans les trois entreprises, 3 millions d'euros vont être investis pour digitaliser les process de fabrication et intégrer de nouvelles machines. Les investissements étaient programmés de longue date mais ont été accélérés par des subventions

du plan France Relance, obtenues par les trois sociétés sœurs (montants non communiqués). AAIMS est ainsi en plein essor et devrait voir son chiffre d'affaires atteindre 13 millions d'euros à la fin de son prochain exercice (le 30 juin 2022), contre 10 millions d'euros en 2021. « Au 31 janvier 2022, nous étions en croissance de 31 % par rapport à l'an dernier », confie Xavier Jardon, fondateur et président d'AAIMS.

REPOSITIONNEMENT DANS LE LUXE

Cette croissance est le résultat d'un repositionnement progressif des trois sociétés du groupe au fil des années. Reprise en 2008, Borlis (80 collaborateurs, 5 M€ de chiffre d'affaires) fabriquait historiquement des accessoires pour le secteur de la chaussure ; elle confectionne désormais des composants pour l'industrie du

luxe. Sophan (70 personnes, 2,5 M€ de chiffre d'affaires), à Segré-en-Anjou, intégrée en 2010 pour constituer le groupe AAIMS, a aussi changé de catégorie, passant de la maroquinerie classique à la confection de A à Z de sacs haut de gamme. Presque naturellement, Haspolo, entreprise de confection créée en 1957, s'est elle aussi réorientée et a suivi le mouvement, appuyée par AAIMS depuis sa reprise. « Nous sommes passés de la fabrication de rideaux de douche au secteur du luxe et du grand luxe, explique Bénédicte Rattier, directrice générale d'Haspolo. Nous confectionnons du prêt-à-porter femmes et enfants et des pièces d'exception pour de grandes maisons de couture. »

LABELLISÉES « ENTREPRISES DU PATRIMOINE VIVANT »

« Ce sont trois entreprises de production basse et moyenne gammes qui ont migré vers l'excellence », abonde Xavier Jardon, qui ne ferme pas la porte à l'intégration dans le groupe d'autres compétences : « Nous sommes en veille permanente pour d'éventuelles reprises. Ce peut être des confrères qui cèdent et ont envie de transmettre ou des entreprises qui ont des compétences que nous n'avons pas dans le domaine du luxe et que l'on pourrait adjoindre aux nôtres. » Au sein d'AAIMS, Haspolo travaille pour les plus grandes marques françaises et principalement une, qui représente près de 95 % de son activité et lui commande des pièces pour ses six à dix collections annuelles. La société de Saint-Christophe-du-Bois est la dernière des trois entités du groupe à avoir obtenu, fin



2021, le label d'Entreprise du patrimoine vivant. Elles sont 1 470 en France à détenir ce label, dont 81 dans les Pays de la Loire. « Les industries qui travaillent dans le secteur du luxe sont souvent dans l'angle mort du métier, consent Xavier Jardon. Cette reconnaissance est un symbole important et montre que l'industrie peut aussi figurer au patrimoine des beaux-arts. »

10 % DE L'EFFECTIF EN ALTERNANCE

Pour poursuivre son développement, le groupe AAIMS recrute sur une trentaine de postes, à pourvoir dans les trois sociétés. Haspolo, qui s'est renforcé de 25 personnes en trois ans, aimerait voir son effectif, actuellement de 85 salariés, atteindre la centaine de collaborateurs cette année. « Pour cela, nous formons beaucoup, avec 10 % du groupe qui est en alternance, précise Bénédicte



« Nous sommes passés de la fabrication de rideaux de douche au secteur du luxe et du grand luxe. »

Bénédicte Rattier, directrice générale d'Haspolo

Rattier, sa directrice générale. Nous avons un effectif jeune, puisque 52 % ont moins de cinq ans d'ancienneté. Nous recrutons des gens avec un minimum de savoir-faire et nous les faisons monter en compétences, en trois ou quatre années. Nous voulons aussi travailler sur le développement de la polyvalence. Cela nécessite du temps mais c'est un véritable atout pour accueillir la jeune génération qui a besoin de

cette variété dans les tâches et dans les postes de travail. » Pour pallier la problématique du recrutement, Haspolo a organisé en 2021 sa propre formation dans ses locaux, avec une douzaine de personnes pendant quatre mois. Une partie a été intégrée à l'effectif et le groupe a même recruté pour intégrer de nouveaux talents un « chasseur de têtes » à temps plein.

Olivier Hamard

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 ! »

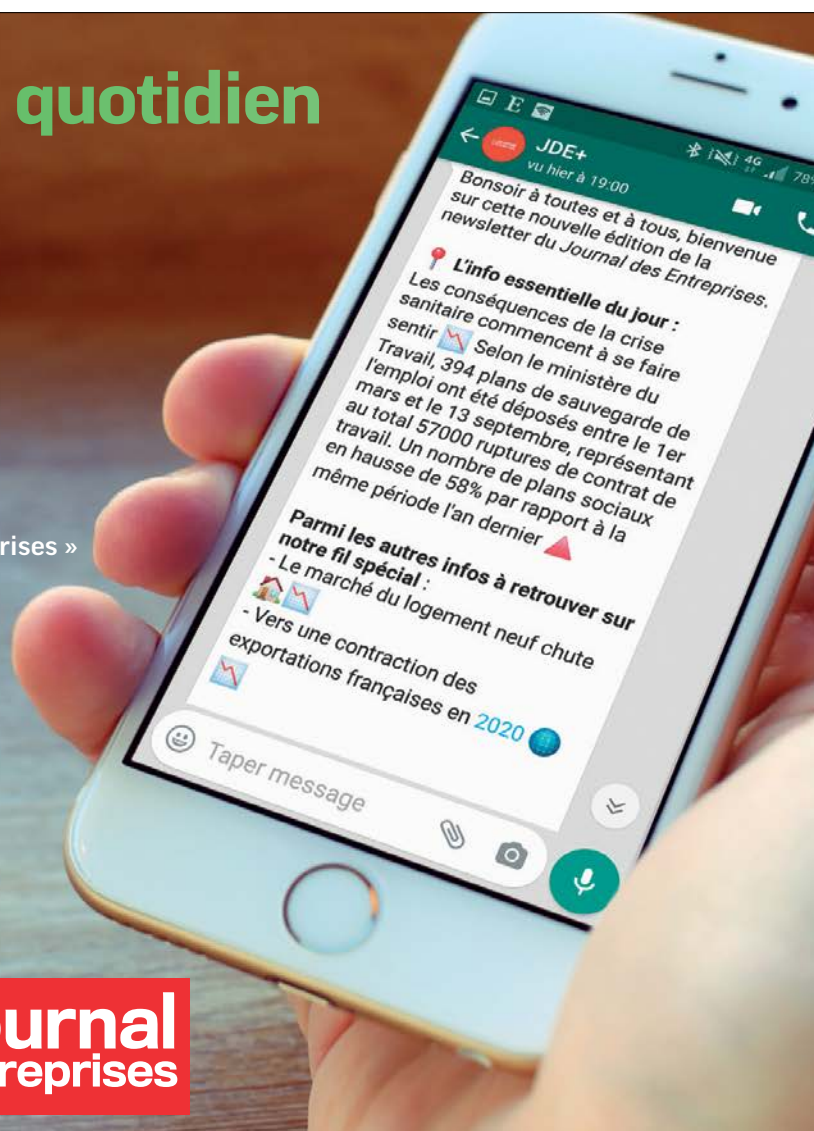


Ou flashez ce QR code et suivez le mode d'emploi

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



Le Journal
des **Entreprises**



ACCESS FINANCE S'IMPLANTE À NANTES ET SE RENFORCE DANS LE GRAND OUEST

La société angevine Access Finance, spécialisée dans les cessions et acquisitions d'entreprises, a ouvert un bureau à Nantes et envisage de se déployer aussi à Rennes. Avec pour objectif de devenir un acteur incontournable dans la grande région Ouest.



Blaise Lecomte, fondateur d'Access Finance, envisage de devenir un acteur incontournable de la cession ou reprise d'entreprise en région.

Access Finance a quitté les locaux de Sainte-Gemmes-sur-Loire où l'entreprise a été créée en 2017 pour de nouveaux bureaux, dont elle a fait l'acquisition au sud d'Angers. Elle s'y est installée en mars 2021 avec ses sept collaborateurs. Sans ostentation, afin de conserver la confidentialité qui sied à son activité la société spécialisée dans le conseil et l'accompagnement à la reprise et la cession d'entreprise, ralentie dans son développement par la crise sanitaire en raison d'un certain attentisme des acquéreurs et des cédants, est repartie de l'avant. « Les transactions ont été mises en pause en 2020, mais nous en avons profité pour réactiver nos contacts, indique Blaise Lecomte, fondateur d'Access Finance. Depuis fin 2021, nous avons signé pas mal de nouvelles missions et nous devrions faire une belle année 2022. Nous constatons un vrai mouvement

de fond, et si nous prospectons il y a 6 ou 12 mois, aujourd'hui c'est le téléphone qui sonne et nous sommes de plus en plus sollicités. Nous avons plus de dossiers de cession, d'évaluation et de levée de fonds que de reprise. Parfois, on nous met en concurrence sur des dossiers avec d'autres banques d'affaires. »

MONTÉE EN GAMME

La société angevine traite aussi depuis quelque temps des dossiers plus conséquents : « Nous étions auparavant sur des dossiers allant de 5 à 100 millions d'euros de valorisation, précise Blaise Lecomte. Depuis l'arrivée de Sébastien Mathieu, qui nous a rejoints début 2021 pour nous apporter son expérience et a ouvert notre bureau à Nantes, nous allons aujourd'hui jusqu'à des valorisations de 200 millions d'euros et nous voulons continuer à monter en gamme. » Le bureau nantais accueille deux

personnes, qui seront associées au capital de la société, tout comme à Angers Benoit Le Gal, l'un des premiers collaborateurs recrutés. « L'ouverture à Nantes nous permet de capter une clientèle que nous n'avions pas et de nouveaux prescripteurs, complète Blaise Lecomte. Le back-office reste à Angers et va travailler pour les différents bureaux. Nous sommes aussi présents à La Roche-sur-Yon, en Vendée. »

VERS UNE PRÉSENCE À RENNES

Avec ses trois implantations, Access Finance adresse des clients de tout le Grand Ouest de la France, traitant des dossiers sur une zone géographique allant de la Normandie à Bordeaux. En opérant de la même manière que pour Nantes, la société angevine réfléchit à installer un bureau à Rennes cette année ou en 2023, pour être plus présente en Bretagne et renforcer son maillage territorial. Access Finance veut ainsi s'affirmer comme véritable acteur régional dans le Grand Ouest et plus tard éventuellement ailleurs, mais sans lorgner la capitale. « Notre ADN est vraiment d'accompagner les entreprises en région, ajoute le dirigeant. Certains cabinets parisiens concurrents viennent aussi en province, de même que la plupart des banques et des grands groupes d'expertise-comptable ont leurs filiales dédiées à la cession et la reprise d'entreprise, constate Blaise Lecomte. Mais on ne ressent pas cette concurrence, car nous avons beaucoup de dossiers entrants par bouche-à-oreille, et leur présence nous tire aussi vers le haut. »

Olivier Hamard



Jean-Brice Gevin a repris à 30 ans, en 2016, l'entreprise Rem Ressorts. Il souhaite doubler le chiffre d'affaires de l'entreprise avant 5 ans.

envisagés pour dans 5 ou 7 ans et ce soutien a été une vraie aubaine. »

UNE CROISSANCE DE 30 %

Rem Ressorts travaille historiquement pour une clientèle du grand ouest, pour des fabricants de machines, le machinisme agricole, l'aéronautique ou encore la fabrication de consommables pour le secteur du bâtiment.

« Nous avons une base de 2000 clients, précise le dirigeant, dont 600 actifs par an, avec 500 ordres de fabrication par mois. » Rem Ressorts réalisera cette année, avec un exercice clos au 31 mars, 1,6 million d'euros de chiffre d'affaires, soit une croissance de 30 % après une baisse de 7 % en 2020.

Pour cela, l'entreprise s'est réorganisée, mettant en place un plan de formation. « Nous avons atteint un plafond et il nous fallait des apports de compétences. Nous avons aussi fait un diagnostic de performance. Grâce à cela, nous avons gagné 20 à 30 % d'activité en deux mois. Nous avons massivement investi, les coûts de restructuration nous coûtent cher mais nous sommes sur une pente ascendante. L'objectif est désormais d'aller chercher une taille critique. » Et de doubler le chiffre d'affaires au maximum d'ici cinq ans, idéalement même sous trois ans, pour atteindre 2,5 à 3,5 millions d'euros. Grâce à l'accroissement de sa capacité de production mais aussi en allant chercher de nouveaux clients et en confortant son portefeuille actuel. En recrutant également, avec actuellement 4 embauches en cours, pour se renforcer et anticiper deux départs en retraite. Jean-Brice Gevin, qui a adopté dans son entreprise un fonctionnement de plus en plus libéré, veut aussi franchir une nouvelle étape et réfléchir au partage des bénéfices de manière équitable. Un projet qu'il souhaite mettre en œuvre dans les 18 mois à venir.

Olivier Hamard

REM RESSORTS REBONDIT APRÈS LA CRISE SANITAIRE

Spécialisée dans la fabrication de ressorts pour l'industrie, l'entreprise d'Écouflant Rem Ressorts s'est profondément restructurée depuis sa reprise en 2016. Elle muscle aujourd'hui son outil industriel et envisage de doubler son chiffre d'affaires au maximum dans les 5 années à venir.

Lorsque Jean-Brice Gevin a repris les rênes de Rem Ressorts à ses deux fondateurs en 2016, l'entreprise d'Écouflant avait conservé son fonctionnement d'origine, avec un réel savoir-faire et des machines opérationnelles, mais des process à moderniser. « Il n'y avait pas d'informatique, témoigne le dirigeant. Dans un premier temps, nous avons informatisé mais très peu touché les choses dans le fonctionnement de l'entreprise les trois premières années. L'équipe a tout de même été beaucoup rajeunie, la pyramide des âges étant très élevée. Puis, nous avons ensuite massivement investi dans la technologie et dans les ressources humaines. »

Un ERP a été mis en place, l'équipe est passée de 8 à 14 personnes, et une première machine arrivée en 2019 a bouleversé les flux de production. Aujourd'hui, l'entreprise, qui fabrique majoritairement des ressorts pour l'industrie, enrichit encore son parc de deux machines. La première a été livrée en ce début d'année et la seconde arrivera en septembre prochain. « L'investissement s'élève à 1 million d'euros soutenu par France Relance à hauteur de 40 %, indique Jean-Brice Gevin, pour deux façonneuses dont les diamètres de fils se complètent et qui vont nous permettre de faire des pièces plus complexes et de fabriquer de plus grandes séries. Nous les avons



Bruno Sonnet, président de B3C, devant une nouvelle machine de placement CMS (composants montés en surface), acquise en février 2022. Elle va permettre d'augmenter la production et la flexibilité.

L'ÉLECTRONIQUE DE B3C REDÉMARRE EN TROMBE

Les deux usines de cartes électroniques du groupe B3C, Elekto à Andouillé et TME à Gorrion, tournent à plein régime. Des investissements récents en locaux et en machines, ainsi que l'écriture d'un projet d'entreprise doivent permettre d'accompagner la relance de l'activité.

En 2021, le groupe mayennais fabricant et assembleur de cartes électroniques B3C a dépassé les 20 millions d'euros de chiffre d'affaires, avec 160 salariés. On peut y voir une relative continuité par rapport à 2018. En réalité, le groupe a connu une baisse d'activité en 2020 et a tenu le coup notamment grâce au soutien de l'État et des collectivités. Puis l'activité est revenue en 2021 : +21 % pour sa filiale Elekto (14,5 millions d'euros de chiffre d'affaires), implantée à Andouillé, et + 31 % pour sa filiale TME (5,5 millions d'euros de chiffre d'affaires), à Gorrion. « C'est notre meilleur résultat, et j'espère que ça va continuer en 2022 », décrit Bruno Sonnet, le président de B3C.

La dynamique est là : « Notre carnet de commandes est trois fois plus rempli qu'il y a trois ans. Avant, nous avions une visibilité de deux ou trois mois ; là, on est à neuf mois. La situation est tendue... dans le bon sens du terme ! » B3C fabrique des cartes d'ensembles et de sous-ensembles électroniques pour les secteurs de l'aéronautique, de la Défense, du médical, de l'audiovisuel, de l'événementiel, etc., en sous-traitance. « En partenariat fort », préfère dire le dirigeant, tant l'implication de l'entreprise est élevée. « La R & D se fait chez nos clients, avec notre appui. On achète ensuite toutes les pièces, on fabrique les cartes, on les intègre au produit, on les teste. » La croissance de B3C ? « Pour une

partie, c'est le rattrapage post-Covid. Mais, globalement, l'activité industrielle est très forte en France. En électronique, les indicateurs sont au vert. » La crise du Covid et la guerre en Ukraine accélèrent le processus de réindustrialisation. « Certains donneurs d'ordre qu'on ne voyait pas avant nous sollicitent désormais. »

SUPPLY CHAIN RÉINVENTÉE

B3C s'organise pour faire face à cette activité débordante. Il y a un an, Elekto a agrandi son magasin de 400 m² sur sept mètres de haut. Les locaux s'étendent sur 4 700 m² à Andouillé, 3 500 m² à Gorrion. Les bureaux ont aussi gagné 100 m². « En 2021, nous avons écrit un projet d'entreprise avec un objectif 2024, pour TME et Elekto. Il comprend quatre leviers : le développement humain, le volet commercial, le volet industriel et l'organisation d'entreprise. Cela permettra d'aller vers l'usine 4.0. On réfléchit à l'utilisation de tablettes, à la digitalisation ». La mise en œuvre a commencé. Les trois quarts des investissements prévus sur deux ans ont été réalisés. La supply chain a été totalement réinventée, les outils informatiques, les logiciels, les méthodes de travail ont été revus. Une dépense d'un million d'euros, dont 200 000 euros subventionnés par le Plan de relance. Par ailleurs, B3C a investi 700 000 euros dans quatre nouvelles machines de production au cours des six derniers mois. Il y a bien des points noirs à appréhender. « La difficulté du moment, c'est le coût des matières premières. Le prix de certains composants a parfois été multiplié par cent. D'autres sont devenus introuvables », décrit Bruno Sonnet. Travaillant à partir de milliers de références, l'entreprise ne peut pas constituer un stock sur place.

Rémi Hagel

LE FABRICANT DE VOLETS POUR PISCINE AS POOL VA RECYCLER SES CHUTES

Concepteur et fabricant de volets de sécurité pour piscine, le Sarthois AS Pool connaît une forte croissance (49,5 M€ de CA, 92 salariés), et prévoit de doubler sa capacité de production. Cette filiale du groupe Nextpool (120 M€ de CA) finalise un projet d'économie circulaire pour recycler 120 tonnes de chutes de plastique.



Laurent Marchal, directeur de AS Pool, et Alain Boulier, chargé Environnement pour le groupe Nextpool, mettent en place un recyclage de leurs chutes de plastique (stockées à l'arrière plan).

Le soleil printanier contribue à faire grimper le chiffre d'affaires des piscinistes et de leurs fournisseurs. Et le confinement a servi d'accélérateur. C'est le cas pour AS Pool, basé à Spay, au sud du Mans. Ce concepteur et fabricant de volets de sécurité pour piscines avait vendu 4 700 volets en 2015, puis 7 500 en 2018 et 13 700 en 2021, en B to B. Un quart de ces produits est parti à l'étranger, dans 52 pays (principalement en Allemagne, en Suède, au Portugal). Le chiffre d'affaires suit la courbe : 28 M€ en 2018 et 49,5 M€ l'an dernier. On comptait 79 salariés en 2019, on arrive à 92 aujourd'hui, plus 50 saisonniers en haute saison. Il est prévu 14 recrutements en 2022.

CAPACITÉ DE PRODUCTION DOUBLÉE

L'usine a installé en mars une nouvelle machine. Non seulement, elle coupe les lames comme aujourd'hui, mais le tra-

vail de manutention est assuré par deux robots, plutôt que par des opérateurs. « Cela va permettre de doubler notre capacité de production » expose Laurent Marchal, le directeur opérationnel. Un investissement de 1,2 M€. Mais qui dit activité, dit déchets. « L'usine produit 350 tonnes de déchets par an, dont 120 t sont des chutes de plastique, issues des lames qu'on découpe pour réaliser les volets sur-mesure », décrit Alain Boulier, responsable technique, et chargé Environnement pour le groupe Nextpool. Cette matière est « noble » car neuve et répondant à des normes précises. « Il est dommage que ces chutes partent dans des filières traditionnelles de recyclage, car, par ailleurs, nous n'avons pas le droit de réinjecter des matières rebroyées pour faire fabriquer nos lames ». Ces responsables observent un autre gaspillage : le

bois contreplaqué qui constitue le container de livraison du volet. Il mesure environ cinq mètres de long, soit 80 kg de bois, plus de mille tonnes par an. « Nous avons conscience de consommer beaucoup de bois, qui est perdu. Et pour le client, c'est une contrainte, puisqu'il doit le porter en déchetterie » poursuit le directeur.

CONTAINER ANTI-GASPI

Une solution prend forme : un nouveau container plus écologique et moins gourmand en matière va associer les deux matériaux. Seules quelques planches de bois seront utiles pour donner de la rigidité. Les planches seront reliées par des montants et des pièces de socle issues du recyclage des chutes. Ces chutes de plastique vont en effet être broyées, recyclées puis usinées dans des moules, pour constituer ces montants. « La solution est tripartite. Les chutes sont rendues au fournisseur de notre fournisseur de lames. On maîtrise la matière initiale et on n'utilise pas d'autre plastique pour faire les pièces. Par ailleurs, les planches démontables pourront être récupérées et utilisées par les clients » exposent les deux cadres. « Les montants seront réutilisables. On étudie la mise en place de consignes ». Ce projet représente un investissement de 200 000 €, et a obtenu 93 000 € de subventions dans le cadre de l'appel à projet Économie Circulaire 2021 de l'Ademe et du Conseil régional. Les premiers essais doivent démarrer en septembre pour une mise en route en 2023.

Rémi Hagel

— Cassandra Bourmault, dirigeante de Végépaille

« NOUS ALLONS PRODUIRE DES MILLIONS DE PAILLES À BOIRE EN SEIGLE »

Végépaille est une start-up familiale sarthoise créée par une jeune agricultrice, Cassandra Bourmault. Elle produit des pailles biodégradables à partir de seigle, pour remplacer les pailles en plastique interdites. Végépaille ambitionne de produire 48 millions de pailles par an d'ici six ans.

Comment la SAS Végépaille est-elle née ?

Je me suis installée comme agricultrice dans la Sarthe, à Luché-Pringé en 2017, à 22 ans. Mes parents sont également agriculteurs à Mansigné (commune voisine, NDLR). L'idée de produire des pailles biodégradables est venue fin 2019. Nous avons su qu'un grossiste en pailles à boire était à la recherche d'agriculteurs pour lui fournir des brins de seigle. Cela nous a intéressés, nous avons approfondi. Ce grossiste voulait transformer le seigle en pailles à boire biodégradables, mais il n'existait pas de procédé automatisé. Des Esat en produisent, mais jusqu'à 200 000 au maximum. Le grossiste en voulait plusieurs millions ! Depuis 2021, il est interdit de vendre des pailles en plastique. Depuis 2022, il est aussi interdit de les utiliser.

Vous avez donc créé votre entreprise ?

Oui, nous sommes associés avec mes parents et mon frère. Nous avons créé la SAS Bourmault fin 2020. On a étudié le potentiel et les alternatives au plastique : qu'elles soient en sucre ou en papier, toutes les pailles biodégradables ont un défaut. Souvent, elles se décomposent. Nous avons testé les pailles de seigle auprès de professionnels de la restauration, ils en ont été satisfaits. Elles résistent jusqu'à 90 °C. Au vu de la demande, nous envisageons de produire 48 millions de pailles d'ici cinq à six ans, avec 36 salariés.

Nous avons dû innover pour créer une machine adaptée. Nous avons fait appel à une entreprise de la Somme, Ascodero, pour concevoir et construire cette machine. Le prototype a été réalisé en 2020, mais les soucis d'approvisionnement en pièces nous ont fait décaler le démarrage de près d'un an.

Et là, où en êtes-vous ?

La machine a été livrée en décembre 2021, dans un container de douze pieds (3,65 mètres). Nous sommes encore dans les réglages, mais nous avons livré nos premières pailles fin mars. Elles sont commercialisées auprès des restaurants et des épiceries. Nos pailles coûtent environ 15 centimes, même si le prix est variable selon les volumes. Nous ne fournissons pas le grossiste, puisque nous ne nous sommes pas entendus sur le prix, mais d'autres marchés s'ouvrent : la grande distribution et les établissements médicaux, en plus des restaurants et des épiceries. En vitesse de croisière, la machine peut produire huit millions de pailles par an. Pour 2022, on espère atteindre 85 % de ce volume. Si on en vend la moitié, ça donnera un chiffre d'affaires de 480 000 euros.

Comment cette activité s'articule-t-elle avec vos activités agricoles ?

Nous produisons le seigle sur nos terres. Compte tenu des incertitudes sur le rendement (liées à la météo, aux



© VÉGÉPAILLE

maladies, etc.), nous voyons large et dédions 50 hectares au seigle. La récolte revient à nos exploitations, Végépaille intervient pour la production et la commercialisation des pailles. C'est une mini-usine.

Avez-vous monté une usine sur votre ferme ?

Nous avons choisi de minimiser les investissements en bâtiments. Nous avons laissé la machine dans son container, que nous avons aménagé. Et nous avons monté nous-mêmes des locaux en panneaux sandwich : on y assure le nettoyage des pailles, le conditionnement et l'expédition. Nous avons recruté six personnes. À terme, il y aura six machines, avec six opérateurs, donc 36 personnes. Les emballages de 50, 100 ou 200 unités sont réalisés par Posson Packaging, un industriel sarthois basé à Louailles.

Rémi Hagel

MATTS DIGITAL LIVRE SES CASQUES DE RÉALITÉ VIRTUELLE DANS 40 PAYS

Distributeur de casques de réalité virtuelle, Matts Digital a déjà livré 1 400 appareils dans le monde en 18 mois d'activité. La start-up angevine surfe sur un marché porteur. Et se démarque par une offre de services associés, grâce à un partenariat avec Itancia (Beaupréau-en-Mauges).

En 18 mois d'activité, Matts Digital a déjà vendu 1 400 casques de réalité virtuelle auprès de 300 clients dans 40 pays. La start-up angevine distribue des casques VR de marque HTC Vive, Pico ou encore Pimax. Des appareils auxquels s'ajoutent une série d'accessoires (mallette de protection, kit de nettoyage, adaptateurs pour dupliquer l'image du casque sur écran, etc.).

MARCHÉ EN ÉBULLITION

Un secteur porteur. « D'après certaines études, notre marché devrait tripler de taille d'ici cinq ans, indique Stéphane Courgeon, le fondateur de Matts Digital fin 2019. Au début de notre activité, les grosses commandes s'élevaient à quelques dizaines de casques, aujourd'hui nous livrons parfois 100 à 500 unités. » Si la demande existait déjà auparavant, l'épisode Covid a été un accélérateur pour le déploiement de solutions de réalité virtuelle, constate l'entrepreneur. Matts Digital fournit surtout les éditeurs de logiciels et les agences de communication, afin d'équiper leurs clients. Mais aussi des grands comptes en direct. Le champ d'application s'étend à l'infini ou presque. L'Angevin a livré 60 casques au château de Chambord dans le Loir-et-Cher fin 2021, par exemple. De quoi offrir aux visiteurs un voyage virtuel, avec survol des toits de l'édifice et des jardins. Le ministère de la Justice a, lui, utilisé son matériel dans les prisons, pour déployer une application contre



© FLORENT GODARD

Dirigeant de Matts Digital, Stéphane Courgeon distribue des casques de réalité virtuelle. Avec pour originalité d'offrir des services associés : programmation de logiciels, gestion du SAV constructeur, réparation, hot-line...

les violences conjugales (où l'agresseur se met à la place de la victime). Quant au groupe Suez, un autre client, il emploie la réalité virtuelle pour former à la sécurité sur ses sites industriels partout dans le monde. Matts Digital lui a déjà envoyé une centaine de casques autonomes. Prêt à l'emploi. En amont, tous les logiciels ont été préprogrammés sur les appareils, la langue et les fuseaux horaires adaptés au pays de destination... Avec en prime une hot-line (en français et en anglais) ouverte en cas de problème.

LE PATRON D'ITANCIA ASSOCIÉ

Cette offre de services « qui n'existait pas en France » constitue le cœur du business model et inclut même la gestion du SAV constructeur et la réparation. « J'ai dupliqué le modèle développé par le distributeur Itancia dans la téléphonie et l'infrastructure réseau », confie Stéphane Courgeon, qui a occupé

de 2009 à 2013 le poste de vice-président « vente et marketing » d'Itancia, puis celui de directeur des ventes chez l'éditeur de logiciels TechViz. Cet historique explique l'organisation actuelle. Matts Digital (3 salariés) pilote ses activités administratives et commerciales depuis la pépinière de start-up WeForge à Angers. En outre, elle emploie indirectement une dizaine de prestataires sur un site d'Itancia à Beaupréau-en-Mauges, pour effectuer les autres tâches. Patron d'Itancia, Yann Pineau est d'ailleurs associé au capital de Matts Digital. La start-up espère désormais créer 12 emplois et générer plus de 3 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici fin 2023. Déjà présent à l'international, Stéphane Courgeon envisage d'ouvrir plusieurs bureaux en Europe, en Allemagne, Italie et Espagne, dès l'année prochaine.

Florent Godard



Maxime Landini a ouvert son showroom dans les locaux de l'entreprise, à Saulges.

de-Seine. Les installations de 30 à 40 m² reviennent à 600 euros/m². Par ailleurs, Garden Events a exposé un prototype de mobilier à Station F, l'incubateur parisien. Ce mobilier -Station Aqua- est constitué d'un plan de travail (bureau ou bar, selon la hauteur) adossé à un aquarium, lui-même chapeauté d'un bac de plantes. L'ensemble s'auto-alimente selon la technique de l'aquaponie. Les premiers modèles ont été commercialisés en mars.

SUR LA PLACE DU VILLAGE

L'entreprise a investi un local sur la place de Saulges. Cette Petite cité de caractère est un haut lieu de la Préhistoire, situé en zone Natura 2000. La campagne mayennaise offre une image qui colle à l'état d'esprit du jeune entrepreneur, sans être trop isolé : pour les livraisons, l'autoroute n'est qu'à dix minutes. Un showroom y a été inauguré à l'été 2021. À l'écart, se trouve un atelier de 150 m² où un salarié monte les murs végétaux. Un chantier démarre : la rénovation en bardage de bois de cet ancien hangar. La petite équipe s'est étoffée. À Paris œuvrent un commercial et un technicien de terrain. Maxime Landini sollicite aussi des spécialistes en free-lance : une écologue, un graphiste, une community manager. 2022 va être consacrée à la poursuite du développement, à la mise en ligne d'une première version du site de commerce en ligne en B to B. On y accédera notamment à un configurateur de mur végétal. En 2023, les recrutements permettront d'étoffer la force commerciale, en partie pour développer la clientèle des Pays de la Loire, et pour accélérer la stratégie digitale. Pour cela, une levée de fonds est envisagée, estimée à 450 000 €. À Saulges, une pièce et une terrasse sont disponibles à l'arrière du magasin. Maxime Landini va y ouvrir une crêperie bio. Une deuxième raison de lui rendre visite...

Rémi Hagel

GARDEN EVENTS POUSSE BIEN AVEC SES MURS VÉGÉTAUX

Depuis Saulges, Garden Events déploie des murs végétaux connectés pour les bureaux d'entreprises. Maxime Landini a créé sa start-up à 20 ans, dans l'atelier de sa maison familiale. En bonne croissance, Garden Events lance en mars un bureau-aquarium, va déployer son e-shop en B to B, et envisage une levée de fonds pour 2023.

Garden Events crée des murs végétaux. Avec ses installations connectées et irriguées à distance, l'entreprise a dégagé un chiffre d'affaires 2021 de 250 000 € et compte atteindre les 450 000 € en 2022.

IL CRÉE SON ENTREPRISE À 20 ANS

Le concept a été mis sur pied par le Sarthois Maxime Landini. Il découvre les murs végétaux pendant sa formation en horticulture. Une révélation qui le happe. De 2015 à 2017, le jeune homme crée ses premiers prototypes dans sa maison familiale, à Brûlon dans la Sarthe. Il crée sa SAS en 2017, à 20 ans. Sa première initiative est un échec. « J'ai proposé ces murs végétaux aux commerçants de Paris, pour embellir leur maga-

sin. Cela n'a pas marché. Car ce n'était pas adapté : ces commerçants ont besoin de surface commerciale ». En 2018, Maxime Landini végétalise un mur au concept store La Garçonnière, à Paris. Coup gagnant. Il décroche ses premiers contrats importants pour les enseignes des marques Dim et L'Oréal.

Garden Events grandit avec son créateur. En 2021, l'entreprise est soutenue par Initiative Mayenne et intègre l'incubateur Village by CA Laval. Aujourd'hui, elle fournit ses murs végétaux sans fixation (sur roulettes), connectés, principalement pour les bureaux en open space, en location ou en vente. L'irrigation est gérée à distance. Les plantes sont exotiques pour la plupart. « Ce sont des variétés que les gens n'ont pas l'habitude de voir. Pour nous, c'est différenciant ». Elle compte quarante-cinq entreprises clientes, ainsi que la commune de Levallois-Perret dans les Hauts-



©PRISMA LAVAL / LAVAL VIRTUAL

— Laurent Chrétien, directeur général de [Laval Virtual](#)

« AVEC PLUS DE 200 EXPOSANTS, LE SALON LAVAL VIRTUAL SERA PLEIN »

Après deux années chamboulées par le Covid, le salon international de la réalité virtuelle Laval Virtual Europe revient à une configuration « normale ». Du 12 au 14 avril, plus de 200 exposants seront présents en Mayenne.

Comment va se dérouler Laval Virtual après deux éditions perturbées par le Covid ?

On revient à la vie presque normale. Nous avons plus de 300 exposants en 2018 et 2019. Là, on va dépasser les 200. Sur les 4 500 m² prévus à l'Espace Mayenne, on sera plein. On attend plus de 5 000 visiteurs en présentiel. On accueillera les exposants historiques, on retrouve les grands comptes comme Microsoft et HP qui n'étaient pas venus avec le Covid. Lynx, premier fabricant français de masques de réalité virtuelle, sera là. Tout comme, pour la première fois, le chinois Pico VR, l'un des trois plus gros fabricants de

masques de réalité virtuelle. Il fait partie du groupe Byte Dance, qui possède Tik Tok. Ils prévoient de faire une annonce mondiale. On peut se dire qu'il se bâtira des alliances pour contrer le Métavers américain. Globalement, l'internationalisation du salon reprend, c'est plutôt encourageant. Avant la crise, on recevait 15 % de visiteurs étrangers.

En plus du business, le salon propose un programme large...

Oui, pour les professionnels, c'est l'occasion de venir comprendre l'utilisation de la réalité virtuelle,

principalement dans les domaines de la formation, de l'industrie 4.0, de la construction, de la santé, de la culture, du sport. L'occasion aussi de découvrir le futur Métavers, les usages qu'on peut en faire quand on est une entreprise. Par ailleurs, on mettra en avant des innovations, portées par les compétitions de start-up. On propose aussi des conférences internationales de très haut niveau (en anglais). Une partie sera virtuelle. Je compte sur 1 000 à 1 500 participants en ligne.

Laval Virtual a développé une expertise en ce domaine, n'est-ce pas ?

Oui, avec la crise du Covid, on a créé Komodal en 2020, pour organiser des événements virtuels. Nous sommes le premier opérateur au monde, avec plus de 200 événements déjà. On aurait pu penser que cela ralentirait avec la fin de la crise, mais cette activité est en expansion. Les entreprises se sont rendu compte qu'elles pouvaient économiser beaucoup d'argent par rapport à un événement physique, en gain de temps, en frais de déplacement, et indirectement, c'est un argument pour la RSE.

Laval Virtual, c'est donc plus que le salon ?

Oui, c'est une association, avec trois activités. On organise des événements physiques (Laval Virtual, RectoVRso), on est opérateurs d'événements virtuels (Komodo), mais aussi on développe une activité de services aux entreprises, de consulting. On a accueilli une centaine d'entreprises au Laval Virtual Center. On suit une dizaine de clients permanents, pour la veille ou la formation continue. En tout, on est 35 collaborateurs, le budget 2022 sera de 4 millions d'euros, dont environ la moitié pour le festival.

Et financièrement, ça a été difficile ?

Nous avons perdu presque 800 000 euros cumulés sur 2020 et 2021, mais nous avons fait preuve d'une résilience extraordinaire en développant les salons virtuels, activité qui a généré 950 000 euros de chiffre d'affaires. On pense déjà à 2023, où on devrait occuper 6 000 m² pour célébrer nos 25 ans. Certains ont déjà réservé. Nos amis japonais, fidèles depuis le début, devraient être de retour ! En 2024, on espère retrouver les 8 000 m² d'exposition qu'on avait avant la crise.

Propos recueillis par Rémi Hagel



© GRT

PAYS DE LA LOIRE ÉNERGIE

La méthanisation prend de l'ampleur en Pays de la Loire

Selon GRTgaz, qui a dévoilé son bilan pour 2021, « la méthanisation en Pays de la Loire maintient son essor avec 25 sites qui injectent dans les réseaux à fin 2021 contre 17 à fin 2020, représentant une capacité de production annuelle en hausse de 60 % par rapport à 2020. » Cette production représente un peu plus de 2 % de la consommation régionale ou l'équivalent de 42 456 logements chauffés au gaz. Le nombre de projets en développement d'ici 2025 reste important, au nombre de 84, et une capacité de production annuelle de 1 601 gigawatt-heures supplémentaires. Après avoir accueilli en 2020 un premier poste de rebours à Pouzauges (Vendée), la région verra la mise en service d'un nouveau poste à Craon (Mayenne) courant 2022 et cinq autres projets sont en cours d'instruction. Ces nouvelles installations représentent plus de 20 millions d'euros d'investissements dans les trois prochaines années et permettront d'accueillir 1,4 térawatt-heure de biométhane.



© OLIVIER HAMARD IDE

ANGERS TRANSPORT

Irigo recrute 100 conducteurs de bus et de tramway

Irigo, l'opérateur de mobilité d'Angers Loire Métropole géré par le groupe RATP Dev, prévoit de recruter 100 conducteurs de bus et de tramway avant l'ouverture en 2023 de deux nouvelles lignes de tramway. Irigo a lancé une campagne de communication d'ampleur, avec affichage, activation digitale, vidéos et présence active sur les réseaux sociaux. Chaque année, Irigo assure le transport de 150 000 voyageurs dans 29 communes de l'agglomération angevine, avec 40,3 millions de voyages effectués et 11,2 millions de kilomètres parcourus.

PAYS DE LA LOIRE INVESTISSEMENT

Un contrat de plan de 3,4 milliard d'euros signé entre l'État et la Région

Portant sur 3,4 milliards d'euros, un montant à ce jour inégalé, le contrat de plan État-Région a été signé pour la période 2021-2027. Chacune des deux parties abonde à parts égales, soit une dotation de 611 euros par habitant contre 168 euros pour le précédent CPER 2015-2020. Ces moyens financiers mobilisés seront destinés entre autres à la relance après la crise sanitaire et économique, à la jeunesse, à l'enseignement supérieur, la recherche et l'innovation, à l'accompagnement aux transitions écologique et énergétique, à la santé et aux territoires.

PAYS DE LA LOIRE EXPORT

CCI, International Ouest Club et Stratexio signent une convention

La CCI Pays de la Loire et l'International Ouest Club ont signé une convention de partenariat avec Stratexio. Créée par plusieurs organisations patronales, des institutions (CCI, CNCCEF) et des fédérations professionnelles (UIMM, plasturgie, OSCI...), l'association Stratexio a pour objectif de permettre à plus d'entreprises du territoire d'accélérer leur développement international. Depuis 2015, une cinquantaine d'entrepreneurs et entrepreneuses de la région ont sollicité cet accélérateur spécialisé. La convention crée de nouvelles passerelles entre les trois partenaires.

PAYS DE LA LOIRE BTP

EDF et les HLM de l'Ouest renouvellent leur partenariat pour les économies d'énergies

EDF et les associations régionales des organismes HLM de Bretagne, Normandie et Pays de la Loire ont signé le mois dernier au Mans une nouvelle convention permettant de mutualiser leurs Certificats d'économies d'énergie (CEE) pour la période 2022-2025. Mis en place par la loi énergie de 2005, le CEE incite les fournisseurs d'énergie, dont EDF, à investir dans des actions d'économie d'énergie. Les travaux de maîtrise de l'énergie réalisés dans les logements sociaux sont accompagnés financièrement par EDF. Près d'une centaine de bailleurs sociaux étaient engagés sur la période 2018-2021, ce qui a permis la rénovation de 150 000 logements. Par ces actions, 23 TWhc ont été économisés soit l'équivalent de la consommation en électricité (hors chauffage) des habitants de Caen, Le Havre, Rennes, Quimper, Nantes et Le Mans pendant dix ans. Les organismes HLM investissent chaque année plus de 3 milliards d'euros dans l'économie locale des trois régions.

ANGERS IMMOBILIER

Podeliha va construire 95 logements à la place de son ancien siège social

À Angers, le bailleur ligérien Podeliha (137 M€ de CA 2020 pour un parc locatif de 26 000 logements en Pays de la Loire) a inauguré son nouveau siège social à l'automne 2021 et va faire construire, dans ses anciens locaux, rue de Beauval, au sud de la ville, un ensemble de 95 logements destinés à l'accession abordable. L'ancien siège social est voué à la démolition à partir du second semestre 2022 et l'opération immobilière, portée par sa filiale Podeliha Accession et qui consistera en la construction de 5 bâtiments, devrait être achevée en 2024.



© CD SARTHE

SARTHE COLLECTIVITÉS

Le Département programme pour 2022 plus de 10 millions d'euros de travaux d'entretien du réseau routier

Le département de la Sarthe a programmé en 2022 plus de 10,5 millions d'euros pour des travaux sur le réseau routier dans tout le département. Ces travaux porteront sur l'entretien des routes et les réparations de chaussées sur le réseau départemental et les anciennes voies nationales transférées. 3,2 millions d'euros seront consacrés aux enduits superficiels sur 259 kilomètres et 1,25 millions d'euros à de grosses réparations curatives. Près de 6 millions d'euros sont destinés à de grosses réparations de chaussées.

MAYENNE CULTURE

Le projet de tiers lieu d'Au Foin de la rue labellisé Manufacture de proximité

L'association Au foin de la rue a été labellisée Manufacture de proximité pour son projet "La Station" à Saint-Denis-de-Gastines, dans le Nord-Mayenne. Lieu de création, de production et de diffusion dans le domaine culturel, il regroupe habitants, professionnels du spectacle et artisans. Les Manufactures de proximité sont des tiers-lieux productifs animant et apportant des services à une communauté professionnelle d'artisans. Dispositif de France Relance, il est géré par l'Agence nationale de cohésion des territoires et la direction générale des Entreprises.



AIDONS LES ENFANTS D'UKRAINE MAINTENANT

C'est la guerre en Ukraine.
Des centaines de milliers d'enfants, isolés, en fuite, sont en grand danger.
SOS Villages d'Enfants est sur place pour les protéger et les évacuer.

Nous avons besoin de vous pour poursuivre nos actions.

Votre entreprise peut faire la différence !



Faites un don
sur sosve.org





— Jean-Yves Glumineau, président du groupe TIV

Ce n'est pas moi qui aie décidé de céder l'entreprise, c'est Devglass qui est venu me proposer un rapprochement qui, je pense, a du sens. Nous sommes, à TIV, fabricant de vitrages isolants, destinés principalement aux menuisiers industriels, aux constructeurs de vérandas, de portes d'entrée et aux fabricants-poseurs de façades en aluminium et en verre.

Devglass n'était pas pour moi un concurrent mais un confrère, spécialisé dans le vitrage destiné aux menuisiers industriels et proposant un vitrage plus standard que le nôtre. Notre savoir-faire intéressait donc Devglass. D'autre part, au regard de mon âge, 60 ans, je ne pouvais plus offrir de perspectives à l'entreprise et à mes collaborateurs.

Quelle somme est redistribuée à vos 150 collaborateurs et selon quelles conditions ?

Plus de 2 680 000 euros sont reversés en fonction du nombre de jours effectifs de travail depuis le 1^{er} janvier 2004. Chacun reçoit 10 euros par jour travaillé, sous forme de prime.

Vous récompensez ainsi leur fidélité...

Oui, c'est ce que je souhaitais. Mais c'est aussi un moyen de braquer les projecteurs sur la législation relative au don. Étant membre de l'Association Progrès du Management, j'ai eu l'occasion de me rendre au Sénat en 2019. J'avais alors interpellé des sénateurs sur ce projet qui m'animait, celui de transmettre une partie du produit de la vente de l'entreprise aux salariés. Et je leur avais expliqué que je souhaitais que ce don ne soit pas autant assujéti aux charges salariales et patronales pour que mes collaborateurs touchent une somme maximale. Il faut savoir que sur un don de ce type, pèsent 40 % de charge patronale et 20 % de charge salariale, des taux confiscatoires et scandaleux. Mais en 2020, est arrivée la crise du Covid qui a tout bloqué : les préoccupations pour moi étaient devenues tout autres, il fallait remettre en ordre de marche l'entreprise. Puis, la vente de TIV s'est faite plus tôt que je l'avais imaginé, je n'ai pas eu le temps de me préoccuper de nouveau de ce texte de loi. Je veux désormais en faire mon combat. Je pense en effet ne pas être le seul chef d'entreprise à penser à récompenser la fidélité de mes collaborateurs.

« J'AI DÉCIDÉ DE REVERSER 2,6 MILLIONS D'EUROS AUX 150 SALARIÉS DE TIV »

Jean-Yves Glumineau, le président du groupe vendéen TIV, fabricant de vitrages isolants, rétrocède à ses 150 collaborateurs une partie du fruit de la vente de son entreprise, soit plus de 2,6 millions d'euros.

Comment l'idée de transmettre à vos 150 collaborateurs une partie du montant de la vente au groupe Devglass de TIV, dont vous étiez le dirigeant et seul actionnaire depuis que vous aviez repris la PME en 2004 vous est-elle venue ?

Cela faisait longtemps que ce projet m'animait. Voici cinq ans, TIV avait lancé un plan d'investissement, s'étalant de 2017 à 2019, de 18 millions d'euros. J'avais alors expliqué au Codir qu'il serait positif pour notre développement bien sûr, mais aussi pour éventuellement intéresser un repreneur. Car selon moi, il faut penser à la cession suffisamment tôt. J'avais

également précisé que le jour où je quitterais l'entreprise, une partie du produit de la vente serait destinée à l'ensemble de mes collaborateurs qui m'ont accompagné durant ces années au cours desquelles nous avons développé l'activité.

Quelle croissance avez-vous observé ?

Entre 2004, année où j'ai repris cette société fondée en 1987, et 2021, le chiffre d'affaires a évolué de 7 millions d'euros à 35 millions d'euros.

Pour quelle raison avez-vous souhaité vendre si vous étiez en croissance régulière ?

Cyril Raineau



Le Best of de l'innovation

ILLE-ET-VILAINE COMMERCE

Nicolini et Delcros construisent la remorque de poissonnier de demain

Pour trouver une solution face à la pénibilité du travail des poissonniers sur les marchés, le Rennais Rino Nicolini (7 collaborateurs) a imaginé avec le fabricant costarmoricain de remorques de marché Delcros, et la Carsat Bretagne, un étal plus ergonomique qui fait référence. « La remorque du futur » comprend un étal plus étroit, une cuve à eau avec une pompe, évitant d'aller chercher des bassines, etc. Plus chère qu'une remorque classique, elle peut être prise en partie en charge par la Carsat.

© DR



HAUTE-GARONNE TECHNOLOGIES
WaltR détecte la pollution de l'air

La start-up toulousaine WaltR (9 collaborateurs) est née en 2018. Elle est spécialisée dans la mesure des niveaux de pollution de l'air et a inventé une technologie de rupture permettant de mesurer avec une précision unique la pollution de l'air à partir de capteurs optiques ou de satellites. Elle fournit ces données aux villes, aux aéroports, aux ports et aux industries pour les aider à agir. Ainsi, WaltR travaille actuellement sur les émissions polluantes des sites industriels et envisage une levée de fonds pour accélérer.



© CYRIL RAINEAU

VENDEE TEXTILE

CULTURE IN CONÇOIT UN MATÉRIAU VÉGÉTAL MODULABLE QUI ABSORBE LE BRUIT

L'entreprise vendéenne de textile Culture In (10 salariés), créée en 2014 par David Ambs (photo), développe un matériau éco-conçu, le Varian, à base de lin et de résine végétale. D'origine 100 % végétale, sans nécessité d'eau ou de solvant pour le fabriquer, il permet d'obtenir des formes complexes facilement, en chauffant peu la matière. Il a aussi des propriétés d'absorption acoustique et permet une transmission de la lumière si une led y est intégrée. Utilisé comme revêtement mural, il pourrait bientôt s'adapter aux intérieurs d'automobiles et aux bateaux de plaisance.

GIRONDE ÉNERGIE

GOUACH DÉVELOPPE DES BATTERIES RÉPARABLES POUR TROTTINETTES ET VÉLOS ÉLECTRIQUES

80 % des composants des batteries jetées sont encore en parfait état de fonctionnement : forte de ce constat, la start-up bordelaise Gouach (200 000 euros de CA en 2020, 10 salariés), a imaginé dès 2018, une batterie réparable en moins de 10 minutes à destination des trottinettes, vélos électriques et scooters. Après une phase de R & D et l'obtention de certifications, puis une phase d'essais, Gouach lance la commercialisation de sa batterie auprès des opérateurs de flottes et des fabricants du secteur de la micro-mobilité.



© GOUACH

NORMANDIE SANTÉ

Le prélèvement sanguin facilité avec le bracelet connecté d'Arterya

Fondée en 2020, la start-up caennaise Arterya (6 salariés) a mis au point un bracelet connecté permettant aux professionnels de santé d'effectuer des prélèvements sanguins artériels plus facilement et en limitant la douleur. Grâce à ses capteurs connectés, le bracelet met en évidence l'artère et la zone à prélever en l'éclairant. Baptisé Blood'Up, il s'adapte à toutes les morphologies de poignet ainsi qu'à toutes les couleurs de peau. L'appareil est stérilisable, étanche et réutilisable. Blood'Up sera destiné aux laboratoires, aux hôpitaux et aux cliniques.



© D.R.

BOUCHES-DU-RHÔNE TECHNOLOGIES

Maca Flight rêve de compétitions de voitures volantes

Maca Flight (Aix-en-Provence) s'est lancé le défi de faire voler un véhicule. Pour démocratiser le Carcopter, sa « voiture volante », elle envisage de mettre en place des compétitions sportives. L'engin à décollage vertical, à mi-chemin entre la voiture et l'hélicoptère, pourrait atteindre les 250 km/h. L'entreprise mise sur une propulsion mixant batteries électriques et hydrogène. Le premier engin pourrait voir le jour en 2024. Une levée de fonds est en cours pour réaliser un prototype.



© SAJIN PHOTO

PRÉSIDENTIELLE : LES ATTENTES DES CHEFS D'ENTREPRISE

➤ Depuis des mois, le patronat français se démultiplie pour faire porter sa voix auprès des candidats à l'Élysée. De façon assez traditionnelle, les organisations patronales réclament des baisses d'impôts. Mais la crise sanitaire et la guerre en Ukraine ravivent leurs doléances en matière de transition écologique et de souveraineté économique.



Président de la CPME, François Asselin accueille Anne Hidalgo, venue présenter son programme économique aux adhérents de l'organisation patronale.

Le moins que l'on puisse dire, c'est que les organisations patronales ont été studieuses. Livres blancs, manifestes, feuilles de route, benchmarks : la prose est luxuriante, parfois bien plus précise et argumentée que certains programmes politiques. Pour le patronat, l'enjeu est de taille. « C'est maintenant qu'il faut imposer nos idées ! Demain, il sera trop tard », résume Olivier Salleron, président de la Fédération française du bâtiment (FFB).

Pour cela, les syndicats patronaux misent principalement sur leur connaissance du terrain et de l'économie réelle. Les 100 propositions émises par l'Ordre des experts-comptables émanent des professionnels du secteur qui « pratiquent non pas l'économie des manuels universitaires, mais celle du quotidien de l'entreprise ». Pour rédiger son cahier de doléances, le Medef s'est appuyé sur des échanges avec un millier de chefs d'entreprise. D'autres ont eu recours à des sondages comme le Centre des jeunes dirigeants ou l'Union des métiers de l'industrie (UIMM) tandis qu'une association comme le Meti, qui défend les intérêts des ETI, s'est appuyée sur les économistes d'un think tank (l'Institut Montaigne) et l'expertise d'un cabinet d'audit (PWC) pour mieux faire résonner son message.

Bref, tous les coups sont permis – ou presque – pour diffuser la bonne parole, des discussions discrètes dans l'ambiance feutrée d'un bureau jusqu'aux débats publics avec les candidats à l'élection, devant des centaines de chefs d'entreprise. Cette année, malgré les contraintes sanitaires, ces grands oraux ont eu le vent en poupe. Meti, Medef, CPME, Ordre des experts-comptables, UIMM ou encore la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ont, chacun leur tour, fait défiler les candidats, tant pour passer au crible leurs programmes économiques que pour tenter d'orienter les décisions politiques de demain.

Pas simple pour autant pour le monde entrepreneurial de réussir à mettre au centre du débat les sujets économiques dans une campagne très marquée par la crise sanitaire, la guerre en Ukraine ou encore les questions identitaires et d'immigration. Pas simple d'autant que l'entrepreneuriat ne parle pas d'une voix mais de plusieurs, parfois dissonantes, chaque organisation patronale voyant évidemment midi à sa porte. La FFB veut ainsi un président bâtisseur, l'UIMM en

souhaite un capable de réindustrialiser le pays, France Digitale appelle de ses vœux le défenseur de la souveraineté numérique quand la Fédération des travaux publics réclame un constructeur de vastes infrastructures décarbonées... Mais, dans cette foison de doléances, de souhaits et d'attentes en tout genre, se distinguent assez nettement plusieurs lignes de force, certaines assez traditionnelles, d'autres plus dans l'air du temps.

LA BAISSÉ LES IMPÔTS DE PRODUCTION

Il n'y a guère que l'Ordre des experts-comptables pour réclamer la création d'un nouvel impôt (sur les bénéfiques), mais c'est pour mieux en supprimer d'autres. De façon très traditionnelle, la plupart des organisations patronales réclament à cor et à cri une baisse de la fiscalité. Il faut dire que, malgré les récentes baisses d'impôt sur les sociétés et de taxes de production, la France est toujours à la deuxième position, derrière le Danemark, des pays de l'Union européenne les plus taxés, avec 47,5 % de prélèvements obligatoires. Dans la ligne de mire de beaucoup d'organisations patronales : les impôts de production. Regroupant de nombreuses taxes telles que la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE), la contribution sociale de solidarité des sociétés (C3S) ou la cotisation foncière des entreprises (CFE), ces impôts hétérogènes sont généralement qualifiés d'injustes par le patronat. Et même de « fiscalité punitive » par le Premier ministre Jean Castex. La raison ? Ils sont calculés à partir de la masse salariale, du bâti ou encore du chiffre d'affaires des entreprises. Et non pas à partir des bénéfices de l'entreprise.

Cette catégorie d'impôts représente 4,4 % du PIB tricolore, selon une récente étude de l'Institut Montaigne. Seule la Suède taxe davantage les entreprises de cette façon (10,3 % du PIB). Le Royaume-Uni est à 1,1 %, l'Allemagne à 0,7 %. D'une même voix, Medef et CPME



© RÉMI HAGEL

« Trop de transmissions ont donné lieu à des ventes à des investisseurs, détruisant de fait le tissu des PME et ETI depuis 30 ans. »

Geoffroy Roux de Bézieux, président du Medef

chiffrent la baisse à 35 milliards d'euros, pour permettre à la France de revenir dans la moyenne européenne. Face à l'enjeu de réindustrialisation du pays et au déficit abyssal de la balance commerciale (84,7 milliards d'euros en 2021), les impôts de production sont devenus l'un des principaux enjeux économiques de la campagne présidentielle. À tel point que beaucoup de candidats prennent désormais position sur ce sujet. Certains veulent de nouveau les réduire, d'autres revenir sur la baisse de 2021. L'enjeu est de taille pour les finances publiques : s'ils restent inférieurs à la TVA (176 milliards d'euros collectés en 2020), les 100 milliards d'euros d'impôts de production rapportent presque trois fois plus à l'État que l'impôt sur les sociétés.

FACILITER LES TRANSMISSIONS D'ENTREPRISE

Au niveau fiscal, l'autre grand combat patronal, c'est la transmission des entreprises familiales. Selon des chiffres du gouvernement, le pourcentage de transmissions patrimoniales d'entreprise réalisé en France monte seulement à 19% en 2019, contre plus de 50% en Allemagne. C'est pourquoi la CPME milite pour « la suppression des droits de succession en cas de transmission familiale d'une entreprise patrimoniale ». Le patron du Medef plaide, lui, pour le renforcement du pacte Dutreil sur dix ans (au lieu de six aujourd'hui). En échange d'un engagement plus long, celui-ci permettrait de bénéficier d'une exonération des donations ou successions à hauteur de 95% de la valeur des titres de l'entreprise. « Trop de transmissions ont donné lieu à des ventes à des investisseurs, détruisant de fait le tissu des PME et ETI depuis 30 ans. Il faut favoriser la stabilité de leur actionariat, souvent familial », assure Geoffroy Roux de Bézieux.

SOUVERAINETÉS ÉCONOMIQUES

Le Covid a fait prendre conscience de l'état de dépendance du pays aux industries étrangères, la crise ukrainienne de sa dépendance en matière énergétique. « Plus que jamais la réindustrialisation doit devenir une priorité nationale », assure Éric Trappier, président de l'UIMM, pour qui il est temps de mettre fin à des « décennies d'errements politiques » qui « ont conduit la France à subir la plus forte désindustrialisation parmi les pays développés ». Pour y remédier, les indus-



À l'invitation du Medef, Valérie Pécresse s'exprime devant des chefs d'entreprise à la Station F lors de la campagne présidentielle 2022.

triels de l'UIMM plaident pour une refonte du modèle social français, avec à la clé le recul de l'âge de départ à la retraite et l'allègement des cotisations employeurs. Outre cette volonté de s'affranchir des produits et énergies extérieurs, des organisations patronales comme France Digitale militent pour « construire une vraie souveraineté technologique européenne ». Pour rééquilibrer le rapport de force avec des géants américains d'internet, l'association présidée par Frédéric Mazzella (Blablacar) et Benoist Grossmann (Eurazeo) défend la mise en place d'une régulation européenne, assortie d'une réforme mondiale de la fiscalité.

SIMPLIFIER LA VIE DES ENTREPRENEURS

Autre vieille rengaine patronale : l'État doit davantage faciliter la vie des entreprises et des entrepreneurs. Pas un seul mouvement patronal ne tergiverse sur ce « laissez-nous travailler », qui revêt diverses formes. Le patronat réclame d'abord de la visibilité, ce qui passe par davantage de stabilité. Au niveau des artisans du bâtiment, la Capeb demande ainsi que « les règles en matière fiscale soient fixées une fois pour toutes » et qu'elles cessent d'évoluer « au gré des Lois de finances ». D'autres plaident pour davantage de simplicité, à l'instar de la CPME qui défend la mise en place d'un « test PME » obligatoire avant toute publication d'un nouveau texte concernant les entreprises. « L'objectif, c'est de voir l'impact réel d'une norme avant de la publier pour voir son fonctionnement et éventuellement régler le curseur, avec une période de mise à niveau pendant laquelle son non-respect n'entraînerait qu'un simple rappel et non une condamnation », expose François Asselin, président du syndicat patronal. Tout aussi originale, mais plus inattendue, la proposition Olivier de la Chenasnerie, président de l'association d'aide à la création d'entreprises Réseau Entreprendre. Dans un pays qui compte 330 000 textes réglementaires et législatifs, le Nantais souhaite que les services de l'État proposent des for-



Olivier de la Chenasnerie, président de Réseau Entreprendre : « On ne peut pas se contenter d'un taux de chômage à 7,4%. Il faut multiplier les passerelles pour qu'on puisse changer de métiers à n'importe quel âge, par de l'apprentissage, de l'alternance, par la création d'écoles dans les entreprises. »



mations aux chefs d'entreprise pour les aider à mieux appréhender la complexité administrative.

DES MESURES POUR MIEUX RECRUTER ET FIDÉLISER

Les difficultés de recrutement rencontrées par beaucoup d'entreprises depuis la rentrée replacent au centre des attentes des dirigeants les questions d'employabilité et de ressources humaines. Les CCI attendent ainsi du nouveau Président de la République un nouveau coup de main en faveur de l'alternance et de l'apprentissage, ce qui passe par la pérennisation d'aides aux entreprises et de soutiens pour les CFA ruraux. « On ne peut pas se contenter d'un taux de chômage à 7,4 %. Il faut multiplier les passerelles pour qu'on puisse changer de métier à n'importe quel âge, par de l'apprentissage, de l'alternance, par la création d'écoles dans les entreprises », abonde de son côté Olivier de la Chevasserie. Conséquence de ses difficultés de recrutement mais aussi de l'inflation galopante, des mesures sont attendues de la part des chefs d'entreprise pour mieux partager la valeur. Medef et CPME veulent ainsi pérenniser la prime Macron, plus simple à mettre en place que l'intéressement. Plus originale, la proposition de Croissance Plus, l'association présidée par Thibaut Bechetoille, qui compte favoriser l'octroi de voitures de sociétés, en cessant de les assimiler à du salaire, pour aider notamment les salariés des zones rurales.

CAP SUR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

C'est l'un des thèmes montant dans cette campagne présidentielle. La transition écologique est très largement plébiscitée par le patronat. Le Meti réclame des politiques publiques reposant sur une efficacité environnementale alliant R & D et made in France. Le Medef



© ANNE CESBRON

« C'est maintenant qu'il faut imposer nos idées ! Demain, il sera trop tard. »

Olivier Salleron, président de la FFB

met, lui, l'accent sur les baisses d'impôts... indispensables à la transition écologique des entreprises. Selon Geoffroy Roux de Bézieux, la quantité d'investissements privés nécessaires pour transformer le modèle productif français est « considérablement sous-estimée ». Selon lui, elle se compte en « plusieurs centaines de milliards d'euros pour arriver à répondre à l'objectif de neutralité carbone en 2050. On demande aux entreprises de changer complètement la manière dont elles produisent aujourd'hui ». Les baisses d'impôts, notamment de production, permettraient aux entreprises de réaliser les investissements nécessaires pour relever le défi de la transition écologique. Force est de constater que pour cette élection présidentielle, le patronat français a bien travaillé. Il a même réussi à corréliser sa plus traditionnelle revendication au plus grand défi du moment, l'urgence climatique.

Stéphane Vandangeon

MEDEF PAYS DE LA LOIRE : « LAISSEZ-NOUS FAIRE ! »

« On aimerait un président de la République qui soit pro-entreprises. » Président du Medef des Pays de la Loire, Samuel Tual a sondé les entreprises régionales membres du syndicat patronal pour formuler des propositions aux candidats à l'élection présidentielle. Le message principal tient en trois mots : « Laissez-nous faire ! ». Samuel Tual s'explique : « On considère que les entreprises ont un rôle important dans la société et dans les territoires. Tout ne doit pas être dirigé par l'État ». La gestion de la crise sanitaire n'a ainsi pas plu à tout le monde : « Nous avons souffert de la façon dont l'État a géré le Covid. La région Pays



© RÉMI HAGEL

de la Loire était moins touchée que d'autres régions, mais a eu les mêmes contraintes ».

de la Loire était moins touchée que d'autres régions, mais a eu les mêmes contraintes. Il faudrait essayer d'avoir des politiques qui tiennent compte des spécificités territoriales ». Cette remarque est générale, et va au-delà de la gestion de la pandémie. Dans ses propositions, le Medef régional

reprend aussi à son compte certains thèmes portés par l'organisation au niveau national. Sur la compétitivité des entreprises, « on attend une baisse de 30 milliards d'euros des impôts de production. Des efforts ont été faits sur le dernier quinquennat, cela va dans le bon sens. Mais ce n'est pas suffisant. On ne demande pas que la France devienne un paradis fiscal, mais qu'on nous enlève un poids de notre sac à dos », précise le président d'Actual Leader Group (Laval). L'employabilité des jeunes est

aussi un sujet majeur pour le Medef. Le syndicat patronal veut ainsi revoir la réforme du bac qui a diminué le nombre d'heures de maths. « C'est une filière d'excellence à préserver. On ne pourra pas réindustrialiser le territoire sans compétences. » Sur le numérique, « nous manquons cruellement de compétences, notamment de jeunes femmes. Il est difficile pour l'Éducation nationale de former aux métiers de demain, puisque 85 % des métiers de 2030 n'existent pas aujourd'hui. Il faut donner un socle de compétences, permettant une capacité d'adaptation. Ensuite, il faudra s'appuyer sur la formation professionnelle, et pour cela, il faut plus accompagner les entreprises ».

PRÉSIDENTIELLE



© PHOTOS : DR



CE QUE VEULENT LES JEUNES DIRIGEANTS

➤ À quoi rêvent les jeunes patrons ? À l'occasion de la campagne présidentielle, *Le Journal des Entreprises* est allé à la rencontre des dirigeants et dirigeantes de moins de 35 ans, de celles et ceux qui feront l'économie française de demain, une nouvelle génération qui aspire à une économie plus adaptée aux défis climatiques et plus humaine.

Quand les principales organisations patronales françaises attendent avant tout du futur Président de la République des baisses d'impôts, la nouvelle génération d'entrepreneurs rêve, elle, d'une économie plus soucieuse des questions environnementales, sociales et sociétales. C'est ce que révèle un sondage du Centre des jeunes dirigeants (CJD) auquel ont répondu 800 chefs d'entreprise membres de cette association qui rassemble 5 300 entreprises en France. Ce qui ne veut pas dire que la nouvelle génération de patrons n'a que la tête dans les étoiles. 58 % des répondants estiment ainsi que l'impôt sur les sociétés est trop élevé. Mais pour les jeunes dirigeants, l'essentiel est ailleurs. 82 % plaident pour l'instauration d'un crédit d'impôt transition écologique pour les entreprises qui réduisent leur émission de gaz à effet de

serres ou qui instaurent une stratégie RSE. De même, 80 % des répondants souhaitent un taux de TVA réduit pour les entreprises dont les biens et services sont écologiquement et socialement responsables. Et 62 % sont favorables à la mise en place d'une comptabilité extra-financière dans le bilan des entreprises. Pour les jeunes, la transition écologique va de pair avec l'inclusion. Là encore, les jeunes sont plus soucieux de mesures pour favoriser l'emploi des seniors (qui est un sujet pour 71 % des répondants) et des personnes handicapées (60 %) que d'une simple réduction de l'impôt sur les sociétés.

De Brest à Nice, de Strasbourg à Bordeaux, au regard de ces aspirations de la jeunesse vers une économie plus éthique et plus respectueuse de l'environnement, les 38 journalistes du *Journal des Entreprises* ont rencontré les dirigeants de moins de 35 ans sur le terrain pour recueillir leurs attentes. Morceaux choisis.



SOCIAL

Antoine Noël, cofondateur de Japet, 30 salariés, Hauts-de-France

« La pénibilité au travail est un sujet qui nous touche. Reculer l'âge de la retraite sans investir massivement dans le système de santé, alors qu'on sait que 30 % des personnes aux revenus les plus faibles meurent avant l'âge de 64 ans, c'est faire un choix de société. »

ENVIRONNEMENT

Boris Le Goffic, fondateur d'Endro Cosmétiques, 36 salariés, Côtes-d'Armor

« Pourquoi ne pas créer l'indice écologique ? Une note de 1 à 100 attribuée aux entreprises en fonction de leur rôle jouer dans la transition écologique. Plus l'entreprise est impliquée dans cette transition, moins le pourcentage d'impôt sur les sociétés est élevé. Et inversement. »





INNOVATION

Chloé Lepeltier-Letitire, dirigeante de Connectica Sécurité, 120 salariés, Région Sud

« La relance économique passera par l'innovation or, la complexité des dossiers pour bénéficier du crédit impôt recherche nous décourage vraiment. »

INCLUSION

Nicolas Lespinasse, dirigeant-fondateur d'Abby, 18 salariés, Meurthe-et-Moselle

« Les programmes d'inclusion et de diversité en entreprise doivent se multiplier : Tout le monde doit avoir sa chance, quelle que soit son origine, sa situation ou encore son sexe. On le sait, les hommes chefs d'entreprise sont plus nombreux alors que les femmes ont plus que jamais leur place dans ce domaine. Plus généralement, il faut accompagner davantage ceux qui n'ont pas beaucoup de moyens et qui ont du mal à se construire une légitimité. Il faut permettre à tous ceux qui en ont la volonté, d'aller au bout de leurs ambitions. »



MADE IN FRANCE

Clément Pradal, directeur adjoint de Kiplay, 55 salariés, Orne



« Il faut clairement définir ce qui est fabriqué en France et ce qui ne l'est pas. Aujourd'hui, il y a de nombreuses marques avec le logo bleu, blanc, rouge mais les vêtements sont toujours fabriqués en Asie ! On induit le consommateur en erreur. Que l'on fabrique en France ou à l'étranger, les entreprises sont taxées de la même façon. Il n'y a aucun avantage fiscal à fabriquer en France. Ce n'est pas incitatif pour rapatrier la production en France. »

POUVOIR D'ACHAT

Léo Malfrant, dirigeant de Provence Aide Services, 450 salariés, Var

« Aujourd'hui, le vrai problème est la différence entre le brut et le net, qui est beaucoup trop importante. Il faut estomper cette différence pour redonner du pouvoir d'achat aux salariés, pour que ces derniers perçoivent réellement les sommes que leur verse leur employeur, pour que le travail paie. »



IMPÔTS

Caroline Semin, fondatrice de Semin, 650 salariés, Moselle

« Au-delà d'avoir un allègement de charges sur les bas salaires, il serait intéressant d'avoir des allègements également sur des catégories de salaires supérieures, parce que nous en avons besoin dans le cadre de la réindustrialisation. »

INNOVATION

Johan Ricaut, cofondateur de l'entreprise nantaise Shopopop, 100 salariés, Loire-Atlantique

« Les pouvoirs publics devraient tisser des liens plus étroits avec les start-up, notamment celles développant de nouveaux usages, afin de mieux connaître leur environnement et mettre en place une réglementation adaptée. Il faut éviter les réflexes coercitifs vis-à-vis des start-up qui bousculent l'ordre établi, et mettre en place une réglementation intelligente qui prenne en compte leurs spécificités. De manière générale, il faut distinguer l'encadrement législatif des jeunes structures en phase de croissance de celles qui sont déjà bien établies. »



POUVOIR D'ACHAT

Martin Loudéoc, cogérant de Paillard, 14 salariés, Finistère

« Nous aimerions donner davantage aux salariés sans perdre de capacité de financement pour l'entreprise. »



ENVIRONNEMENT

Thibaud Hug de Larauze, dirigeant de Back Market, 650 salariés, Gironde

LE PATRON DE BACK MARKET PRÔNE « UN BONUS ÉCOLOGIQUE POUR LES PRODUITS RECONDITIONNÉS »

Thibaud Hug de Larauze, président de Back Market, attend du futur président de valoriser davantage l'économie circulaire et les produits reconditionnés.

Pour le cofondateur et président de Back Market, spécialisé dans la revente de produits électroniques reconditionnés, l'économie circulaire doit être considérée comme une piste majeure, une opportunité qui adresse trois impératifs : « Nous sommes à un carrefour où les urgences écologique, sociale et économique se rejoignent ». Pourtant « l'économie circulaire reste encore aujourd'hui marginalisée, elle devrait être au centre des préoccupations et des débats », déplore-t-il.

Et d'évoquer quelques mesures essentielles, selon lui, pour structurer la filière. « Il est impératif que les produits électroniques durent plus longtemps. Il faut que chaque citoyen puisse faire réparer ces produits. Pour cela, il faudrait que le nombre d'entreprises de réparation soit multiplié par 50 ». Pour ce jeune entrepreneur de 33 ans, cela constitue aussi une réponse à un défi social : créer des emplois sur le territoire français pour faire baisser le chômage. Le dirigeant invoque aussi des aides concrètes à

destination des consommateurs pour booster la filière. « Un chèque pouvoir d'achat numérique, un bonus écologique - comme pour les voitures électriques - pour les produits reconditionnés, ou encore un mécanisme de TVA réduite », plaide Thibaud Hug de Larauze. Ces mesures devraient être, selon lui, couplées à une incitation pour la collecte des produits, comme cela a été le cas dans le secteur de l'automobile. « Une sorte de prime à la casse, on donnerait 10 euros contre un produit en point de collecte pour renforcer les gisements de l'économie circulaire. Entre 50 et 100 millions de smartphones sont stockés dans les tiroirs des Français », insiste-t-il.

Enfin les industriels devront participer à cet effort même s'ils traînent des pieds. « Il faut forcer les fabricants à jouer le jeu et à vendre leurs pièces détachées. Il y a déjà une loi mais c'est trop peu, il faut avoir plus d'ambition », juge le dirigeant. Des requêtes pragmatiques nécessaires à l'émergence d'un leader français de l'économie circulaire. Back Market peut-être ?



© PHOTOS : DR

ENVIRONNEMENT

Diane Roubert, dirigeante de TWYD, 4 salariés, Rhône



« Je souhaiterais qu'en termes d'engagement en faveur de la lutte contre le réchauffement climatique les actes soient réellement alignés sur les mots et les belles ambitions. Par exemple pour Paris 2024, on nous promet des Jeux Olympiques zéro déchets. Mais on s'aperçoit que les géants de l'agroalimentaire auront l'exclusivité et/ou carte blanche pour distribuer leurs produits. Pour limiter les déchets, on repassera ! »

Karline Hamain, dirigeante de la start-up Juliette, 12 salariés, Calvados



« Il faudrait mettre au même niveau le côté financier, l'aspect social et le côté environnemental. Il faut que les entreprises à impact soient mieux valorisées et privilégiées au niveau fiscal. En tant que chef d'entreprise, nous avons notre rôle à jouer dans la préservation

de la planète et de l'environnement, mais nous devons être aidés par les politiques dans notre démarche. »

IMPÔTS

Jean-Baptiste de Bel-Air, dirigeant de Steeple, 70 salariés, Ille-et-Vilaine



« Nous, entrepreneurs, avons tous besoin de stabilité. Si on nous impose de nouvelles taxes, des nouveaux impôts, on s'en sortira, parce que c'est notre métier d'entrepreneur que de jouer avec les contraintes. »

EMPLOI

Coline Sinquin, fondatrice d'Omedom, 4 salariés, Occitanie

« Comment aide-t-on une start-up en hyper croissance comme la mienne à mettre en place un parcours de recrutement qui soit le plus court possible ? Il faudrait mettre en place des formations agiles en interne destinées à créer une relation de confiance et à la favoriser. Il faudrait aussi que le dispositif de crédit impôt recherche existant pour l'embauche de doctorants soit étendu à la population des jeunes diplômés de niveau master. »





SOLIDARITÉ

Oscar Lustin, cofondateur de Domani, 6 salariés, Gironde

« Il est nécessaire d'avoir une vision de l'entreprise qui ne soit plus simplement cantonnée à maximiser l'intérêt des actionnaires. Il est primordial d'accompagner le virage en faveur des entreprises à mission, des entreprises de l'économie sociale et solidaire. »

POUVOIR D'ACHAT

Fanny Boulfray, dirigeante des peintures Boulfray, 125 salariés, Maine-et-Loire



« Je n'attends pas les décisions politiques pour gérer mon entreprise et je n'ai pas peur de ce qui peut se passer. Depuis que je suis dirigeante, il y a eu des gouvernements de droite, de gauche, du centre et cela n'a pas impacté la gestion de l'entreprise. Je ne suis pas en attente de solutions, mais il y a des choses qui pourraient nous aider, comme la baisse des charges et des impôts qui ne sont pas inhérents. En payant un peu moins, cela permettrait de mieux payer les gens, de les attirer vers nos métiers et de recruter. »

FISCALITÉ

Hadrien Collot, fondateur de la start-up Niu, 2 salariés, Bas-Rhin

« J'attends du futur gouvernement un allègement de la fiscalité pour les jeunes entreprises et des dispositions pour rendre le territoire français attractif et permettre aux entreprises d'y rester. »



ENVIRONNEMENT

Tiphaine Turluche, dirigeante de Les Bottes d'Anémone, 3 salariés, Morbihan



« Il faudrait que les pouvoirs publics apportent un soutien plus fort et plus marqué auprès des entreprises qui s'engagent, que les entreprises qui mènent des démarches responsables puissent être reconnues par les régions, les préfetures, les collectivités territoriales. Ces sociétés engagées mettent souvent plus de temps à se développer que d'autres entreprises. De fait, ce soutien pourrait aussi se matérialiser à travers une baisse de la TVA, des allègements de charges ou des mises en valeur qui ne sont pas financières. »

ENVIRONNEMENT

MAXIME GUILLAUD, MEMBRE DE LA DÉLÉGATION DU G20 DES JEUNES ENTREPRENEURS

« Instaurons le statut de jeune entreprise climatique »

PDG du cabinet de conseil parisien Inskip (30 salariés), vous êtes aussi membre de la délégation française du G20 des Jeunes entrepreneurs qui vient de formuler des propositions aux candidats à la présidentielle. Pourquoi la délégation souhaite-t-elle améliorer le financement des start-up ?



© PHOTOS : DR

La France est un pays dans lequel il fait bon entreprendre et qui offre de nombreuses solutions de financement aux entreprises. On peut toutefois regretter plusieurs choses. D'abord, un vrai manque de lisibilité, aussi bien en France qu'en Europe, sur l'ensemble de l'offre de financements disponible. Le plan de relance est ainsi un peu complexe à saisir, notamment parce qu'il passe par beaucoup d'acteurs publics chargés de le distribuer.

Ensuite, on a un problème d'accès au financement pour les femmes entrepreneurs. C'est un fait : il est plus difficile d'accéder à du financement quand on est une femme. Enfin, nous formulons une proposition choc pour créer un nouveau statut d'entreprise, celui de « jeune entreprise climatique ».

Qu'est-ce que c'est ?

Nous nous inspirons du statut de jeune entreprise innovante (JEI) qui a permis, à partir du début des années 2000, de favoriser l'innovation et les travaux de recherche dans les petites et moyennes entreprises, grâce à l'abaissement des charges et des crédits d'impôts. Créer un statut de jeune entreprise climatique doit permettre de flécher une partie des financements disponibles aujourd'hui dans le cadre du plan de relance ou de France 2030 vers les bons élèves de la classe, c'est-à-dire vers les entreprises qui élaborent de vrais plans d'investissement autour des

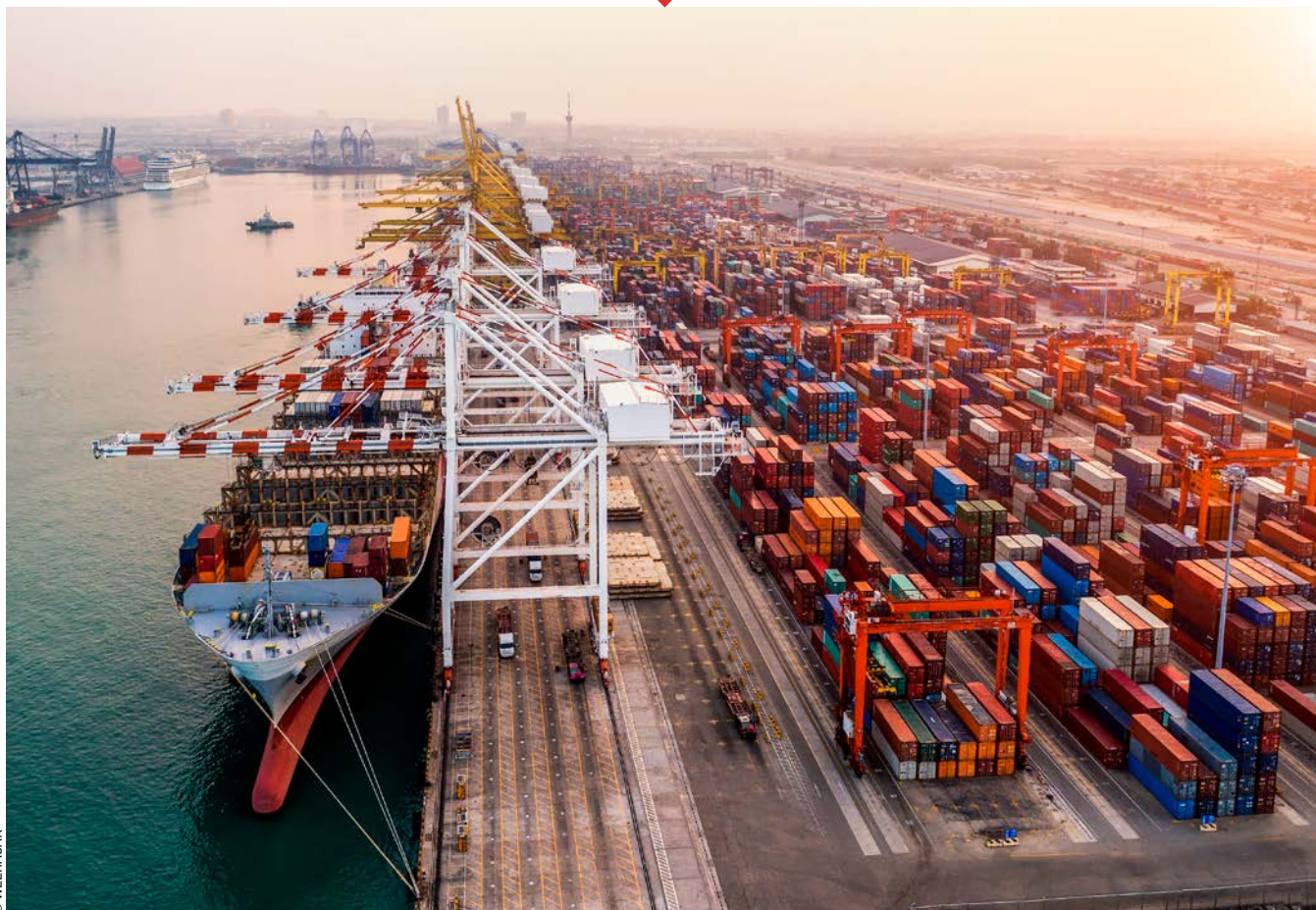
sujets climatiques et environnementaux ou, a minima, autour de leur bilan carbone et de leurs émissions de gaz à effet de serre. À l'inverse, on pourrait aussi montrer du doigt les mauvais élèves de la classe et les sanctionner avec un système de malus.

Comment déterminer ce qu'est une jeune entreprise climatique ?

L'idée serait que l'État crée un organe qui serait chargé de décider si, oui ou non, telle entreprise a un comportement ou une stratégie compatible avec le changement climatique. Cette grille de décision reste à créer.

Aujourd'hui, certains établissements financiers proposent des prêts à impact et des financements bonifiés pour les entreprises engagées dans des démarches RSE. Il faut donc aller plus loin ?

Les prêts à impact, cela va évidemment dans le bon sens, mais cela reste une goutte d'eau. C'est comme le dispositif Décarbon'Action de Bpifrance : c'est bien, mais cela concerne au final que très peu d'entreprises. On a un vrai sujet d'impact social, sociétal et environnemental des entreprises. Les bilans carbone ne sont pas du tout généralisés dans l'ensemble des entreprises. Ils devraient être systématisés, voire obligatoires.



© WEERASAK

L'INTERNATIONAL : ACCÉLÉRATEUR DE CROISSANCE DES PME

Les PME exportatrices ont plutôt moins souffert de la crise engendrée par la pandémie de Covid que les grands groupes. Alors que la croissance redevient d'actualité, elles font de leur présence à l'international un accélérateur en ciblant notamment les marchés européens.

Si elles ont souffert de la crise sanitaire les PME exportatrices ont semble-t-il mieux résisté que les grands groupes en ce qui concerne leurs ventes à l'international en 2020, selon le bilan export publié en décembre 2021 par la Team France Export. En 2021, le baromètre Kantar – Business France a, de son côté, révélé que 80 % des entreprises françaises exportatrices ont été affectées par la crise sanitaire et que plus d'une sur deux avait dû interrompre ou reporter ses projets d'exportation.

Dans ce contexte les PME-ETI ont plutôt mieux résisté : si les exportations françaises se sont rétractées de 16 % en valeur en 2020, celles des ETI-PME n'ont baissé que de 8,6 %. Et si le déficit de la balance commerciale française a finalement affiché un record en 2021 avec 84,7 milliards d'euros, plombé par les importations d'énergie et d'hydrocarbures, la situation semble néanmoins en passe de s'améliorer. Après une année 2020 chaotique, les exportations françaises ont ainsi progressé de 7 % au premier semestre 2021, par

International



« Nous avons su faire naître une nouvelle génération d'entrepreneurs dans les PME, qui n'ont plus peur de s'attaquer aux marchés internationaux. »

Pedro Novo, directeur exécutif de BPI France en charge de l'export

rapport au second semestre 2020 et de 18 % par rapport au premier semestre 2020. La Team France Export a dénombré 136 000 entreprises exportatrices en 2021, contre 123 000 en 2017.

« Nous avons inversé la courbe, même si nous restons décrochés des Allemands et des Italiens », estime Pedro Novo, directeur exécutif de Bpifrance en charge de l'Export. Le volume du chiffre d'affaires réalisé à l'international, qui s'élève à plus de 500 milliards d'euros, a retrouvé son niveau historique de 2019. « Nous avons su faire naître une nouvelle génération d'entrepreneurs dans les PME, qui n'ont plus peur de s'attaquer aux marchés internationaux, et qui sont beaucoup plus habiles dans leur façon de se développer. Nos entreprises sont très à l'aise à l'idée de s'établir localement pour créer et partager de la valeur, maintenir et attirer les meilleurs talents », constate Pedro Novo.

Selon le bilan de la Team France Export, 70 % des dirigeants d'entreprises envisagent désormais une hausse de leur chiffre d'affaires à l'international dans les trois prochaines années. « L'export est une activité qui représente la première source de croissance que les entreprises identifient pour sortir de la crise, devant l'innovation et le développement sur le marché domestique », note l'étude.

70 % des dirigeants d'entreprise envisagent une hausse de leur chiffre d'affaires à l'international dans les trois prochaines années.



© FRAMPXEL.COM

PLUS DE DIGITALISATION

La stratégie de développement à l'international des PME et des ETI est en outre impactée par les nouvelles technologies. « Ces deux dernières années ont permis une accélération de la digitalisation des entreprises, un meilleur usage des marketplaces, des sites e-vitrine et une participation à des salons digitaux », rapporte Pedro Novo. Des arbitrages plus stratégiques ont également été opérés. Les entreprises ont saisi des opportunités sur des pays frontaliers plutôt que sur des marchés lointains. L'Europe représente ainsi aujourd'hui 52 % de leurs ventes à l'international. Plus spécifiquement, leurs principaux clients sont l'Allemagne (13 % des exportations), la Belgique (8 %), les États-Unis, l'Italie et l'Espagne (7 %). « Après une phase d'analyse stratégique, les entreprises ont consolidé leurs marchés cibles et notamment les marchés européens qui ont retrouvé tout leur intérêt grâce à leur proximité, leur facilité d'accès et leur potentiel de retour sur investissement à court et moyen termes », confie Patrick Ferron, Partenaire Associé d'Altios International, société spécialisée dans le développement international des entreprises. Un constat partagé par Pedro Novo. « L'Europe reste plus que jamais leur zone d'implantation privilégiée dans cette période de reprise. L'Asie est encore fermée, la Chine n'ouvrira ses portes que l'année prochaine dans le meilleur des cas. Les États-Unis ont leur plan de relance mais restent assez autocentrés et difficiles d'accès », commente Pedro Novo.

UN BESOIN D'ACCOMPAGNEMENT

Si elles veulent accélérer leur croissance en allant chercher de nouveaux contrats en dehors du continent européen, les PME-ETI doivent se préparer culturellement. « Le sujet principal repose sur la formation des collaborateurs et un besoin élevé d'accompagnement », estime Pedro Novo.

Quand on les interroge sur les conditions nécessaires à leur développement à l'international, la majorité des PME et ETI exportatrices mettent ainsi en avant trois impératifs : avoir une bonne connaissance des marchés de destination, disposer de ressources humaines compétentes et des informations sur la réglementation locale.

Les principaux obstacles pour exporter sont, pour 66 % des entreprises exportatrices, les contraintes administratives et réglementaires du marché convoité, la concurrence des autres pays (52 %) et les incertitudes sur le marché (39 %). « Pour réussir le développement à l'international des petites et moyennes entreprises, il va aussi falloir héroïser les ETI qui gagnent des combats à l'export et leur offrir une vitrine pour donner des idées à d'autres et permettre aux PME de suivre leur exemple, estime Pedro Novo. Nous ne sommes pas plus mauvais que les Allemands. Il y a une façon d'exporter à la française qui doit être mise en avant et mieux partagée ».

Mallory Lalanne



International

8 000 ENTREPRISES ONT BÉNÉFICIÉ DU PLAN DE RELANCE EXPORT

Pour relancer l'export des entreprises, le gouvernement a déployé en octobre 2020 une batterie de mesures et d'aides. Le chèque Relance Export qui peut couvrir jusqu'à 50 % des dépenses liées à des prestations individuelles ou collectives de projection ; le chèque VIE pour accompagner la reprise des entreprises qui recourent au Volontariat International en Entreprise ; les comptes personnalisés de l'exportateur qui fournissent une information sectorielle détaillée spécifique aux entreprises ; les e-vitrines sectorielles mais aussi l'assurance prospection accompagnement spécialement conçue pour les petites structures... Plus de 8 000



© MARIDAV

entreprises ont, à ce jour, bénéficié de ces dispositifs. Selon les derniers décomptes du gouvernement, près de 2 500 Chèques Relance Export ont été signés fin avril 2021 pour un montant total de 4,3 millions d'euros : 95 % de ces chèques ont bénéficié à des TPE et PME. « L'assurance prospection a

été renforcée et a sensiblement progressé en période de crise. Un milliard d'euros va être distribué sur trois ans pour financer la prospection des entreprises. En 2021, 1 315 dirigeants en ont déjà bénéficié », rapporte Pedro Novo, directeur exécutif de Bpifrance en charge de l'Export.

Le chèque Relance Export peut couvrir jusqu'à 50 % des dépenses liées à des prestations de projection.

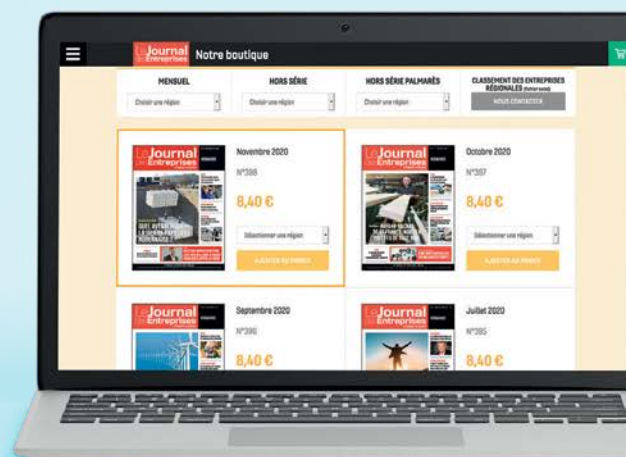
Le Journal des Entreprises, l'actualité économique des TERRITOIRES



Il vous manque un numéro de votre mensuel ?

commandez-le !

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



Rendez-vous sur la boutique de notre site internet
<https://abonnement.lejournaldesentreprises.com/boutique>

L'EXPORTATION NE S'IMPROVISE PAS

Pour bien exporter ses produits ou ses services, mieux vaut se préparer en établissant une stratégie claire et en adaptant son offre au marché. Connaître la culture locale, les habitudes des consommateurs tout comme les contraintes sanitaires ou administratives du pays visé sont aussi des leviers de réussite pour mener à bien le pari de l'export.



À l'international, il faut anticiper ses besoins en trésorerie, car une démarche exportatrice coûte cher.

proposant un parcours d'accompagnement en amont. Les dirigeants d'entreprise peuvent ainsi rencontrer un visitorat étranger ciblé, nouer des contacts avec les exposants du même secteur, se confronter à la réalité du marché et acquérir une expertise métier.

PRÉVOIR LES ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

Une fois ce travail de réflexion et de ciblage géographique réalisé, il faut ensuite porter une attention particulière à la culture locale, aux habitudes des consommateurs, aux obligations sanitaires, aux exigences en matière de facture, d'étiquetage. Un chef d'entreprise ne doit pas hésiter à se déplacer pour appréhender ces différences culturelles et prévoir les adaptations qu'il devra apporter à son produit (couleur, goût, packaging, etc.). L'erreur la plus courante à cet égard étant de se contenter d'un simple copier-coller sans tenir compte des spécificités culturelles du marché convoité. « Dans le cadre de la Team France Export, nous organisons des voyages de reconnaissance, des missions ciblées de découverte et des rencontres B to B avec des dirigeants d'entreprises, des fédérations professionnelles, des institutions, des think tanks, pour permettre aux chefs d'entreprises français d'approfondir leurs connaissances du pays visé », ajoute Pierre Mongrué.

SAISIR LES AIDES FINANCIÈRES

Troisième conseil : anticiper ses besoins en trésorerie, car une démarche exportatrice coûte cher. L'entreprise doit notamment budgétiser un plan de communication, des frais de déplacements et de prospection, le dépôt éventuel d'un brevet, le recours à un conseil juridique. De nombreuses aides publiques nationales et/ou régionales existent qui peuvent être mobilisées pour financer ces besoins à commencer par l'Assurance Prospection Accompagnement (APA) de Bpifrance, mise en place dans le cadre du plan de relance. Elle couvre des budgets compris entre 10 000 et 40 000 euros pour sécuriser les premières initiatives des TPE et PME primo exportatrices.

Mallory Lalanne

La première clef d'une croissance réussie à l'export passe par une bonne préparation en établissant d'abord une stratégie claire : dans quel marché vais-je me lancer ? Qu'apporte mon produit ou mon service ? Quel positionnement prix adopter ? Quels sont les moyens logistiques, financiers et humains à réunir ? « Cette préparation inclut aussi la formalisation d'une démarche commerciale avec la réalisation de pitch et la participation à des salons en France et à l'étranger. Le premier pas à l'export se fait souvent d'ailleurs grâce à des salons. Les dirigeants peuvent y montrer leur offre à des acheteurs venus du monde entier », rapporte Pierre Mongrué, directeur général adjoint en charge de l'international à la CCI (Chambre de commerce et d'industrie) Paris Île-de-France. Pour inciter les entreprises à partir à l'export, l'organisme consulaire propose le dispositif GOTOO, qui facilite la participation d'entreprises franciliennes à des salons d'envergure mondiale organisés en France. Concrètement, il s'agit de permettre aux petites et moyennes structures d'exposer gratuitement sur un espace dédié en leur



International

UN ACCÉLÉRATEUR FRANCO-ITALIEN DÉDIÉ AUX PME

BpiFrance s'est associée en décembre 2021 avec la CDP (Caisse des Dépôts italienne) et la société ELITE-Groupe Euronext. Objectif : aider les PME ou ETI françaises et italiennes à se développer à l'international. Cette première édition de l'accélérateur franco-italien s'adresse à 20 dirigeants de PME françaises et autant de dirigeants de PME italiennes des secteurs industriels et des services à l'industrie. « Nous réunissons dans cet incubateur des entreprises qui ont des vellétés de croissance croisée entre les deux pays. Nous les aidons à dresser un état des lieux, un diagnostic de leur société, puis nous en déduisons une stratégie tirée d'une analyse des conséquences et enjeux de cette accélération, en identifiant les



© FRANCO RICCI

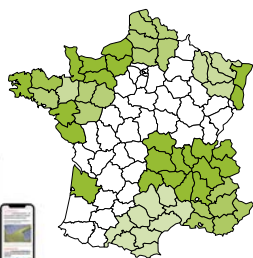
besoins RH ou financiers des dirigeants par exemple », explique Pedro Novo, directeur exécutif de BpiFrance en charge de l'Export. Les entreprises sélectionnées ayant au moins 3 ans d'existence, plus de 10 salariés et dont le chiffre d'affaires est compris entre 3 et 450 millions d'euros sont embarquées dans un programme de 12 mois.

40 dirigeants, français et italiens, intègrent la première édition de l'accélérateur franco-italien.

L'accompagnement prend la forme de trois temps forts. Un premier dédié à la formation, avec 6 jours de séminaires dispensés par des écoles de commerce françaises et italiennes renommées et des experts des relations transfrontalières. Un second réservé à la mise en réseau avec 6 journées de sessions de rendez-vous. Un dernier qui propose un accompagnement d'Elite (marché privé du groupe Euronext), ainsi qu'une mise à disposition des formations e-learning de BpiFrance Université, et une présence à deux événements en France et en Italie, Big 2022 et Elite Day 2022.

LE JOURNAL DES ENTREPRISES, C'EST :

14 ÉDITIONS,
38 JOURNALISTES ÉCONOMIQUES,
POUR UN DÉCRYPTAGE
DE L'ÉCONOMIE LOCALE,
VRAIMENT LOCAL.



CRÉATION DE FILIALE OU RACHAT : DEUX FAÇONS DE S'IMPLANTER À L'ÉTRANGER

Pour s'implanter à l'international une entreprise peut créer une filiale ex nihilo ou racheter une société existante. À la clef une différence de coûts, de prises de risques et de délais. Revue de détail.



Créer une filiale ne prend que quelques jours au Royaume-Uni. En Chine et en Inde, il faut en revanche patienter plusieurs mois.

La création d'une filiale est sans doute la façon la plus facile et la moins gourmande en temps et en argent pour permettre à une entreprise française de s'implanter dans un pays étranger. « La création d'une filiale au Royaume-Uni se réalise en trois jours mais cela peut prendre jusqu'à six mois dans des pays comme l'Inde ou la Chine où les formalités administratives de création sont bien plus importantes », met toutefois en garde Jérôme Dupas, directeur général adjoint de Pramex international, qui accompagne les PME et les ETI dans leur stratégie d'internationalisation. En amont de cette création, le dirigeant doit penser à ouvrir un compte bancaire dans le pays visé, à effectuer des demandes de visa ou de permis de travail, à déposer une marque pour bénéficier de la protection de son produit ou de son service dans le pays considéré.

On peut créer une filiale à 100 % de la société mère qui ne disposera que de ressources humaines très limitées. « Pour être efficace, la filiale doit quand même être animée a minima par une ressource commerciale dans le pays, un développeur ou un responsable de filiale », estime Patrick Ferron, partenaire associé d'Altios International, société

spécialisée dans le développement international des PME et des ETI.

Autre possibilité : plutôt que de créer une société, acheter une entreprise locale. Cette option va permettre à l'entreprise qui souhaite s'implanter sur le marché étranger de gagner du temps. Quand la création d'une filiale suppose généralement de patienter 4 ou 5 ans pour se développer, une acquisition offre des perspectives de croissance externe immédiates avec en prime des synergies commerciales, éventuellement des brevets, une clientèle, un nom connu localement, des compétences locales opérationnelles. « Attention : la mise de départ sera plus importante que pour une croissance organique, avertit Patrick Ferron. D'où l'importance de valider en amont les synergies possibles découlant d'un rapprochement comme le complément d'activité, la nouvelle clientèle, la nouvelle technologie, et d'anticiper l'intégration de la nouvelle entité, en tenant compte de la dimension culturelle de l'opération qui reste l'un des principaux facteurs de réussite. »

Reste à savoir comment arbitrer entre ces deux solutions ? « Cela dépend beaucoup du pays cible. Il est, par exemple, très difficile de faire des acquisitions dans certains pays africains comme l'Algérie, ou asiatiques, en Chine ou en Inde notamment », indique Jérôme Dupas. Cela dépend également du temps dont dispose le chef d'entreprise et de l'importance des sommes qu'il compte investir dans cette stratégie. L'acquisition d'une société à l'étranger repose sur une démarche plus longue et plus complexe que la création d'une filiale. Il faut en effet parvenir à identifier une société qui remplisse les critères d'activité, de taille et de rentabilité que l'on s'est fixés. « Un screening de marché grâce à des bases de données internationales doit être réalisé en amont. Puis il convient d'approcher les cibles et d'entrer dans une phase de négociation, d'analyse des risques juridiques, sociaux, environnementaux liés au rachat », estime Jérôme Dupas.

Mais cette stratégie peut s'avérer payante dans la période actuelle de sortie de crise car les valorisations des entreprises convoitées sont souvent en baisse. « Les prix à payer sont plus faibles que dans la période pré-Covid pour de nombreuses sociétés dont l'activité a été affectée », constate Jérôme Dupas qui estime que ce phénomène va perdurer.

Mallory Lalanne

International

MAYENNE

STEPCONCEPT SE DÉPLOIE EN GRANDE-BRETAGNE GRÂCE À UN VIE

Fabricant de marchepieds, Stepconcept a développé ses exportations outre-Manche, grâce aux services d'un volontaire international en entreprise.

Installé près de Laval, Stepconcept (18 salariés, 4 M€ de CA) est l'unique fabricant français de marchepieds et de rampes d'accès de véhicules pour personnes à mobilité réduite. La PME réalise 35 % de son chiffre d'affaires à l'export. Pour s'installer sur le marché britannique, elle a fait appel aux services d'un volontaire international en entreprise (VIE). L'intérêt est que les charges sont financées par BPI France. Et dans les Pays de la Loire, le Conseil régional finance 100 % du salaire de la première année, le contrat étant d'un an renouvelable. « Pour recruter notre VIE, nous avons déposé une annonce sur la plateforme dédiée », détaille Olivier

Anet, le directeur de l'entreprise. « Il a démarré en mai 2019. Il a intégré un bureau à la CCI France de Londres. Là, un tuteur l'accompagnait. Souvent, ils sont avec plusieurs autres VIE. Nous avons un suivi quotidien, par la duplication de ses mails, et il nous envoyait un rapport chaque semaine ». Avec quelques pistes au départ (données par Stepconcept ou par les réseaux de la CCI), le jeune homme a réalisé un travail de prospection. « Notre objectif était de découvrir le marché pour savoir si nous allions exporter en direct-usine ou par l'intermédiaire d'un distributeur. Avec le Brexit, nous avons opté pour le distributeur. Notre VIE l'a trouvé ».



Olivier Anet, dirigeant de Stepconcept, basé au Genest-Saint-Isle (Mayenne), démarre une activité soutenue sur le marché britannique, grâce à un VIE.

© RÉMI HAGEL

L'activité explose : « Le marché du handicap est très important en Grande-Bretagne, et très subventionné ». Si bien qu'Olivier Anet estime qu'il représentera 8 à 10 % du chiffre d'affaires à la fin 2022.

Rémi Hagel

LOIRE-ATLANTIQUE

LE DOMAINE DE LA RAGOTIÈRE VEND SON VIN EN POLOGNE GRÂCE À LA VISIO

Le Domaine de la Ragotière est l'un des plus importants du vignoble nantais. En conversion vers le bio, cette maison a pour spécialité d'exporter ses vins dans 31 pays. Lors du confinement, grâce à la visioconférence, elle a décroché un client en Pologne.

Le Domaine de la Ragotière, à Vallet, a plus d'hectares de chardonnay que de melon de Bourgogne, le cépage du muscadet. Dans le vignoble nantais, la maison Frères-Couillaud, qui possède ce domaine, cultive 40 ha de ce cépage que l'on trouve d'ordinaire plutôt en Champagne ou en Bourgogne. « Mon père était allé aux États-Unis, dans les années quatre-vingt, et lorsqu'il est revenu, il a dit : » Les Américains adorent le chardonnay, on va en planter », raconte Amélie Dugué-Couillaud. Mon père aimait les voyages et le vin. » Voyage ? Vin ? Dans ces deux mots, on trouve les racines du succès à l'exportation de ce domaine

familial. « Mon père et ses frères ont commencé par les États-Unis, l'Angleterre, la Belgique. En 2006, avec mon mari Vincent, nous avons pris les rênes du domaine. Je me suis occupé de l'export. J'adore ça. » Aujourd'hui, le domaine de la Ragotière exporte ses vins dans 31 pays. « Je viens de signer un contrat un importateur en Corée du Sud, explique Amélie Dugué-Couillaud. Pendant le confinement, j'ai réussi à décrocher un client en Pologne, lors d'une visioconférence. J'avais envoyé les échantillons avant et nous avons dégusté par écrans interposés. » Les clés de la réussite à l'export ? « La qualité du produit. Quand on vend un mauvais produit, on ne le vend



Amélie Dugué-Couillaud, du domaine de la Ragotière, exporte dans 31 pays.

© DAVID POUILLOUX

qu'une fois. Ensuite, il faut aimer l'export, aller au contact des gens, créer une vraie relation humaine, une relation de confiance. Partout où nous avons des clients, au Mexique, au Brésil, en Australie ou en Russie, j'y suis allée. » A ses clients à l'étranger, elle explique son travail, propose des master classe sur le vin et tend l'oreille. « Si on veut réussir à l'export, il faut de l'écoute, conseille-t-elle. On doit écouter son marché, les tendances, la façon de voir des autres... »

David Pouilloux

International

GIRONDE

ACTIV'INSIDE JOUE LES OUTSIDERS EN ASIE

Basée à Beychac-et-Caillau (Gironde), la PME a refusé de perdre tous les efforts de prospection réalisés avant la crise du Covid. Activ'Inside a choisi la Thaïlande pour ouvrir sa première filiale, une base pour rayonner en Asie.

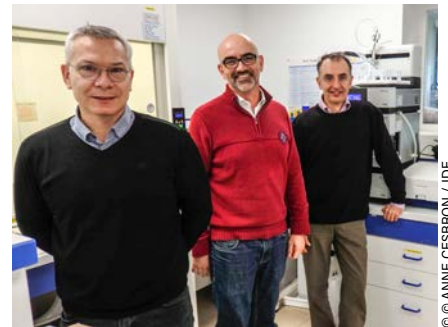
La crise sanitaire a servi d'accélérateur au développement international d'Activ'Inside, société girondine spécialisée dans l'extraction d'actifs végétaux sur le marché des compléments alimentaires. En janvier dernier, elle a ouvert une antenne à Bangkok (Thaïlande) pour poursuivre une stratégie d'export vers l'Asie et les États-Unis annoncée dès 2020 via une levée de fonds de 4 millions d'euros.

« Nous n'acceptons pas de rester impuissants et de perdre tous nos efforts de prospection. En 2021, quand tout le monde rapatriait ses collaborateurs, je me suis dit que c'était

le moment d'y aller », confie Benoît Lemaire, cofondateur de cette PME dont le premier marché international est la Corée du Sud. Elle entend se servir de ses locaux thaïlandais, qui devraient compter « 10 à 15 personnes d'ici 3 ou 4 ans », comme d'un pied-à-terre physique vers le marché asiatique.

S'IMPLANTER AUX ÉTATS-UNIS

« La Thaïlande s'est imposée, en partie parce que 20 % du PIB du pays vient du tourisme, donc il lui est difficile de rester fermée aussi longtemps que d'autres comme le Japon ou la Corée du Sud », continue le responsable en évoquant une « volonté de se projeter



Stéphane Rey, David Gaudout et Benoît Lemaire ont créé en 2010 Activ'Inside.

dans un monde plus ouvert ». Activ'Inside espère que l'Asie pèsera 35 à 40 % de son activité à l'export (70 % de son chiffre d'affaires aujourd'hui) d'ici à cinq ans. Elle réfléchit aussi, dès cette année, à une implantation sur la côte ouest des États-Unis, qui « pourrait passer par une acquisition ». Au-delà des bureaux physiques, elle travaille à la construction d'une offre e-commerce en B2B « qui démarrera par la France avec un objectif mondial ».

Romain Bétéille

ILLE-ET-VILAINE

BUREL MISE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR GRANDIR À L'INTERNATIONAL

Le groupe Burel, fabricant de machines agricoles, commercialise ses produits dans le monde entier. Souhaitant accroître sa notoriété à l'export, l'industriel breton produit des vidéos pour les réseaux sociaux, traduites en plusieurs langues, pour viser directement les agriculteurs.

L'ETI bretonne Burel (280 salariés, 64 M€ de CA en 2020), fabricant de machines agricoles dédiées à la fertilisation et au semis basé à Châteaubourg (Ille-et-Vilaine), marche fort à l'international, sur fond de conjoncture favorable. La hausse des cours des matières premières agricoles incite en effet les agriculteurs à investir. En 2021, l'industriel breton a réalisé un chiffre d'affaires record à l'export, à 19 millions d'euros. Déjà présente dans 45 pays dans le monde, l'entreprise dirigée par Julien Burel veut aller plus loin. Elle a initié, en 2020, une communication positive sur l'agriculture via sa chaîne YouTube « Farming Together ». Derrière

des vidéos, le groupe valorise les initiatives d'agriculteurs et leur implication au quotidien.

SOIGNER LA NOTORIÉTÉ À L'INTERNATIONAL

Au printemps 2022, 70 nouvelles vidéos seront tournées, cette fois pour présenter les machines de la gamme. Grâce à ses équipes locales, elles seront traduites en plusieurs langues (allemand, polonais, russe...) « L'objectif est de soigner notre notoriété à l'export », explique Julien Paul, directeur export de Burel. Nous avons un défaut d'image de marque aujourd'hui face aux mastodontes du secteur. » À défaut de participer à des salons en 2021, Burel a pris l'initiative de rencontrer et



Julien Burel, président du groupe Burel, mise sur la notoriété via les réseaux sociaux pour gagner des parts de marché à l'export.

d'inviter les Youtubeurs européens agricoles les plus influents dans ses pays cibles : Allemagne, Italie, Irlande, Tchéquie... Farming Together commence à se faire une petite notoriété. La chaîne revendique 20 000 abonnés et 2 millions de « vues ». Les vidéos du groupe Burel sont aussi « poussées » sur Facebook et Instagram. Elles le seront bientôt sur le réseau TikTok.

Baptiste Coupin

GRAND TÉMOIN

Pierre Havet,
délégué général du Fondact

Pierre Havet, délégué général du Fondact, souhaite que des accords d'intéressement soient signés au niveau des branches professionnelles.



« **UNE ENTREPRISE DOIT PARTAGER SA CRÉATION DE RICHESSE** »

Alors que le pouvoir d'achat redevient la première préoccupation des Français, pourquoi ne pas opter pour la mise en place d'un mécanisme d'épargne salariale, comme l'intéressement et la participation ? Les entreprises réunies au sein du Fondact sont convaincues du bien-fondé de ces dispositifs. Explications de Pierre Havet, délégué général de l'association.

© FONDACT



© EGSTOCK72

Pour favoriser l'intéressement dans les petites entreprises, Pierre Havet est favorable à une meilleure représentation des salariés.

Regroupant une centaine d'entreprises, l'association Fondact promeut une économie dans laquelle les entreprises partagent la création de valeur avec leurs salariés. Où en sont les entreprises en matière d'épargne salariale ?

Cela progresse. Depuis la loi Pacte, le gouvernement incite les entreprises à avoir recours aux dispositifs d'épargne salariale et d'épargne retraite. Au Fondact, nous croyons qu'une entreprise doit partager sa création de richesse avec ses collaborateurs. Mais il faut que davantage de salariés accèdent à l'épargne salariale, en particulier dans les PME et les ETI. 85 % des salariés des grandes entreprises ont accès à l'un des dispositifs d'épargne salariale - intéressement ou participation -, mais moins de 15 % des salariés dans les entreprises de moins de 10 salariés.

Qu'est ce qui explique cette différence entre grandes et petites entreprises ?

Il y a d'abord une question d'obligation : les entreprises de 50 salariés et plus doivent redistribuer une partie de leurs bénéfices au titre de la participation. Ensuite, pour les PME, ces dispositifs ne sont pas toujours très accessibles, en particulier pour celles qui ne sont pas dotées d'un service Ressources Humaines ou d'une direction administrative et financière. Un mécanisme comme l'intéressement n'a de réalité que quand il y a des dirigeants mais aussi une fonction financière et une fonction RH qui fonctionnent ensemble et qui entraînent, ensuite, le reste du management.

L'épargne salariale peut faire peur : elle suppose une négociation avec les partenaires sociaux et de la technicité financière. Pour faciliter son déploiement dans les entreprises, nous proposons, au Fondact, que

les branches professionnelles mettent en place des accords sur étagère, c'est-à-dire des accords types proposés au sein de chaque branche, adaptés aux spécificités du secteur d'activité, et que les entreprises peuvent plus facilement mettre en œuvre.

Existe-t-il beaucoup d'accords de branche de ce type ?

Non, pas suffisamment. Sur les 200 branches actives de manière significative en France, seulement une trentaine est dotée d'accords. C'est un des problèmes. Malgré cela, l'épargne salariale continue de progresser en France, il y a une prise de conscience sur le sujet, le gouvernement, les équipes de Bercy et de la Direction générale du travail poussent. Il y a des choses qui ont plutôt été bien faites, même si on peut encore améliorer ces dispositifs.

Que peut-on améliorer ?

Nous proposons de faire disparaître le forfait social, une taxe inventée par Nicolas Sarkozy, optimisée par François Hollande et qui, à la fin du quinquennat Hollande, était de 20 % sur les sommes versées au titre de l'épargne salariale. En 2019, la loi Pacte a un peu amélioré le dispositif, en supprimant le forfait social pour les sommes versées au titre de l'intéressement pour les entreprises de moins de 250 salariés et sur l'ensemble des versements d'épargne salariale pour les entreprises de moins de 50 salariés. Il serait plus efficient d'enlever cette taxe, qui pénalise les bons élèves : les entreprises qui ne mettent pas en place d'intéressement ne paient pas cette taxe ! Notre pays a réussi à venir à bout de la taxe d'habitation. Peut-être faut-il établir un calendrier pour faire disparaître de la même façon, c'est-à-dire progressivement, le forfait social...

Que représente pour l'État le forfait social aujourd'hui en France ?

Le forfait social sur l'épargne salariale rapporte à l'État autour de 3 milliards d'euros par an. Mais ce n'est pas important de chiffrer le montant annuel de

« Des mécanismes comme l'épargne salariale améliorent l'implication et la fidélisation des collaborateurs »

ce qu'il rapporte à l'État parce que si plus d'entreprises distribuent davantage d'épargne salariale, l'État touchera davantage de prélèvements sociaux de la part des salariés.

Pensez-vous qu'il faille rendre la participation obligatoire pour les plus petites entreprises comme le propose Thibault Lanxade, l'un des ambassadeurs à l'intéressement et à la participation nommés par le gouvernement ?

Thibault Lanxade a raison de poser la question. Mais je pense qu'il ne faut pas vouloir y répondre par une obligation mais par une liberté, par une forte incitation à réussir les négociations dans les entreprises. Et cela ne passe pas uniquement par des questions liées à l'épargne salariale, mais aussi par une meilleure représentation des salariés dans les plus petites entreprises. Le fait d'avoir une représentation du personnel facilite le développement de l'épargne salariale. Et c'est un ancien DRH qui parle et je n'ai pas toujours été d'accord avec les partenaires sociaux et les syndicalistes ! Mais quand les représentants du personnel de l'entreprise vont chercher les bonnes informations, ils peuvent négocier en connaissance de cause et faire intelligemment avancer les choses.

Quelles sont les motivations principales des employeurs qui mettent en place ces mécanismes ?

Il y a d'abord une motivation économique. Des mécanismes comme l'épargne salariale améliorent l'implication et la fidélisation des collaborateurs. Ils vont également permettre d'éviter à l'entreprise de surcharger ses coûts à long terme. En cas de mauvaise année, avec l'intéressement et la participation, vous ne redistribuez pas les profits que vous n'avez pas réalisés. Cela donne une flexibilité indolore à la masse salariale.

Certains dirigeants ont aussi la conviction qu'il faut associer les salariés à la prospérité de leur entreprise, qu'il faut donner du sens à la vie dans l'entreprise. On a beaucoup parlé de partage de résultats mais, quand vous tirez un peu plus la pelote, les entreprises peuvent opter, avec l'actionnariat salarié, pour le partage de la propriété et le partage de la gouvernance. Et là encore, cela a des conséquences sur l'économie. Dans les entreprises qui ont une culture d'actionnariat salarié, les taux de démission baissent de 2,5 points. Les employeurs font cela par conviction mais aussi parce que c'est efficace, je vais presque dire « rentable ». Le mot est peut-être un peu fort, mais il ne faut pas oublier que cela coûte cher à l'entreprise d'avoir des taux de démission élevés.

Par où commencer pour mettre en place un mécanisme d'épargne salariale dans une PME ?

Déjà, il faut que le dirigeant d'entreprise soit convaincu de ces dispositifs, qu'il ait envie de les mettre en place et qu'il en ait compris les enjeux et les intérêts.

Ensuite, je conseille qu'il en parle autour de lui, à la chambre de commerce, à son expert-comptable, auprès des organisations patronales.



BIO EXPRESS

Depuis 2020 Délégué général de l'association Fondact

2010-2018 DRH du bailleur social Régie Immobilière de la Ville de Paris

2008-2015 Président de l'Association nationale des DRH pour l'Ile-de-France

1975-1999 Manager et directeur RH pour Schneider Electric

1975 Diplômé HEC Paris

.....

Enfin, il lui faut aussi faire de la pédagogie dans l'entreprise. Il ne faut pas se lancer en disant à ses salariés : « J'ai un truc super pour vous, vous allez toucher 1 000 euros de plus. » C'est un peu plus complexe que cela. La mise en place d'un mécanisme d'épargne salariale peut s'accompagner d'une réflexion sur l'ouverture d'un dispositif de plan d'épargne entreprise ou d'un plan d'épargne retraite. Il faut donc que les collaborateurs comprennent ce que sont ces dispositifs, la logique de partage des résultats et les objectifs de l'entreprise.

Selon vous, l'épargne salariale débouche parfois sur de l'actionnariat salarié. Où en est-on en France sur ce sujet ?

En 2017, Bruno Le Maire avait évoqué un objectif de 10 % de taux de détention du capital par les salariés. À l'époque, on en était environ à 4 % ; aujourd'hui on n'en est probablement guère au-delà de 5 %. Il y a quelques grandes entreprises qui sont largement au-dessus, comme Saint-Gobain, qui est autour de 10 % (8,3 % au 31 décembre 2021, NDLR), ou Eiffage, qui est déjà à 20 %.

Dans l'actionnariat salarié, il y a trois dimensions. Il y a d'abord les entreprises qui choisissent de pas en avoir : ce ne sont pas les mauvaises élèves de la classe, elles peuvent avoir de très beaux systèmes d'intéressement et de participation. Ensuite, il y a les entreprises cotées pour qui les règles ont été renforcées avec la loi Pacte et c'est une bonne chose. Pour les entreprises non cotées, l'actionnariat salarié est un sujet un peu plus compliqué, parce qu'il se heurte au sacrosaint problème de la liquidité. Si le dirigeant souhaite associer ses collaborateurs au capital, cela devient technique. Il faut se faire accompagner par une société de conseil spécialisée, de façon à monter un dispositif assurant la liquidité pour les collaborateurs.

Propos recueillis par Stéphane Vandangeon



SOLUTIONS & CONSEILS

MANAGEMENT

Le Covid-19 continue d'affecter la santé mentale des salariés. Les femmes, les jeunes et les managers sont les plus touchés.



© THODONAL

QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

41 % des salariés en détresse psychologique : comment réagir ?

Démotivation, isolement, burn-out : l'épidémie de Covid a dégradé la santé psychologique des salariés. En témoigne le baromètre du cabinet Empreinte Humaine, spécialisé dans la prévention des risques psychosociaux : 41 % des actifs interrogés se déclarent en détresse psychologique. Comment l'entreprise peut-elle lutter contre ce phénomène ?

Le chiffre fait froid dans le dos. 41 % des salariés français sont en situation de détresse psychologique, selon le baromètre que vient de publier Empreinte Humaine. Ce cabinet de conseil parisien spécialisé en qualité de vie au travail et en risques psychosociaux s'appuie sur un sondage réalisé fin janvier et début février auprès de 2 000

personnes. Pouvant déboucher sur des burn-out ou des dépressions si elle est chronique, cette détresse psychologique prend plusieurs visages.

Pour 35 % des salariés, la crise sanitaire a été l'occasion de découvrir que leur travail n'avait pas de sens pour eux. 49 % déclarent rester dans leur entreprise faute de mieux. Suite à l'épidémie, la moitié des sala-

riés a eu tendance à s'isoler, 40 % à perdre leur patience et devenir irritable. Un tiers se déclare moins réceptif aux idées de leurs collègues et un quart reconnaît être agressif pour tout et rien. La dégradation se manifeste aussi par de la fatigue, de l'épuisement émotionnel. 34 % des salariés sont en burn-out dont 13 % en burn-out sévère soit 2,5 millions de personnes

en France (2,5 fois plus qu'en 2020). Autant de situations douloureuses qui dégradent les rapports au travail et l'engagement dans l'entreprise.

LE BLUES DES FEMMES, DES JEUNES ET DES MANAGERS

Les plus touchés par cette détresse psychologique sont les jeunes de moins de 29 ans (54 %), les femmes (47,5 %) et les managers à (44 %). « Les femmes ont cumulé des risques psychologiques majorés par la pandémie, avec un engagement accru dans les responsabilités familiales : gestion des enfants, classe à la maison, tâches domestiques... Elles ne pouvaient jamais être totalement disponibles pour le travail ou pour la famille, du fait de ces doubles tâches. La crise a exacerbé les inégalités avec les hommes. Ce sont les femmes qui ont fait le plus de concessions, cumulé les contraintes et se retrouvent plus affectées »,



MANAGEMENT

estime Christophe Nguyen, psychologue du travail et président d'Empreinte Humaine. Les moins de 29 ans ont également cumulé les difficultés. Pour certains, il a fallu découvrir le monde de l'entreprise et un emploi en pleine crise, sans présence physique dans l'entreprise et sans contact avec des collègues inconnus. Les visioconférences ont été un moindre mal. Dans de telles conditions, « ces jeunes salariés n'ont pu acquérir de repères pour bien s'ingérer dans l'entreprise et faire l'apprentissage du métier. Se retrouver en situation de télétravail, alors qu'on ne connaît pas ni le job, ni la culture d'entreprise, ne donne pas les clés pour travailler correctement » analyse Christophe Nguyen. Situation psychologique aggravée par des logements exigus. Les managers, quant à eux, se sont davantage retrouvés en télétravail que les autres salariés et ont souffert de ce travail à distance. Les facteurs de stress se sont accumulés : manque de contrôle sur les équipes, peur du travail pas fait, tunnels de réunions, manque de contact visuels et physiques pour mesurer le moral des troupes. La gestion de la détresse des salariés se cumulait aux questions de survie économique, le tout accentué par le sentiment de n'avoir aucune prise sur les crises successives. « Une grande partie des managers a fait preuve d'abnégation, s'occupant prioritairement de l'entreprise et de leurs équipes plutôt que d'eux-mêmes... avec des impacts différés sur leur santé », soutient le dirigeant d'Empreinte Humaine.

MANAGERS : PLUS DE PROXIMITÉ ET DE SOUPLESSE

La fatigue s'est installée chez de nombreux salariés (54 %), du fait de la longueur de la

crise sanitaire, des changements successifs de réglementations et de fonctionnement au travail, de la pression médiatique inquiétante. Dans le même temps, l'individualisme s'est fait jour. « Peur de la maladie pour certains, télétravail à domicile : les gens se sont recroquevillés sur eux, avec moins de considération de l'équipe, moins de prise en compte des agendas des uns et des autres, moins de reconnaissance par les managers, chacun étant dans son tunnel ». Pour Christophe Nguyen, l'esprit d'appartenance s'est délité, le rapport au travail a changé. Les managers vont devoir reconstruire avec cela. L'étude montre que les entreprises peuvent mieux faire pour la santé psychologique des salariés. Seuls 30 % d'entre eux considèrent que leur direction est réellement engagée sur le sujet, seuls 21 % considèrent qu'il existe une culture de prévention des risques psychosociaux dans leur entreprise. Néanmoins, certains managers ont fait de réels efforts d'adaptation. Ils ont su profiter des périodes de relâchement des contraintes sanitaires pour réorganiser la vie d'équipe. Comment ? En privilégiant des moments pour organiser



© EMPREINTE HUMAINE

« Face à l'instabilité du monde, l'entreprise ne peut plus promettre sur le long terme, mais doit proposer à court terme »

Christophe Nguyen, président d'Empreinte Humaine

des retours en présentiel avec les salariés volontaires, créer du lien, dialoguer, se retrouver en équipe et relâcher un peu la bride, faire preuve de reconnaissance et brainstormer. « Créer de la proximité : seule une partie des managers l'a fait. Les autres ont subi, parce que très désemparés et ne sachant comment remotiver les salariés à revenir. Ce qui les a mis dans une position inconfortable. C'est un indicateur qui questionne les relations entre les collaborateurs, l'encadrement et l'ambiance dans l'entreprise », met en garde Christophe Nguyen. Dans ce cas, un état des lieux s'impose : bilan de ce qui s'est passé pendant la crise, prise en compte des attentes des salariés, révision de l'organisation du travail.

LE RAPPORT AU TRAVAIL A CHANGÉ : PROMETTRE À COURT TERME

Face à des cadres old school, habitués à des fonctionnements pyramidaux, un accompagnement au changement s'impose : changement de posture, formation... « Il est indispensable que ce soit le collectif d'encadrement dans son ensemble, qui se soude autour des nouvelles valeurs de management », insiste le psycho-

logue du travail. Plus globalement, il faut questionner le contrat moral de l'entreprise avec les salariés : place du travail dans la vie des gens, équilibre vie professionnelle-vie personnelle, nouveaux moteurs de motivation. « Les gens ne croient plus aux anciennes promesses - plus vous donnez à l'entreprise, plus vous progresserez - et la réalisation de soi dans le travail n'a plus vraiment cours. Aujourd'hui, face à l'instabilité du monde, l'entreprise ne peut plus promettre sur le long terme, mais doit proposer à court terme ». Cela passe par l'aménagement des conditions de travail et des horaires, davantage de reconnaissance, plus de souplesse avec les équipes, un dialogue plus direct et régulier entre dirigeant et collaborateurs. « Il faut des managers qui savent créer de la proximité psychologique, des liens de confiance, une envie de la part des équipes... Afin que les salariés puissent alerter, faire remonter un problème, un besoin, apprennent à solliciter davantage lorsqu'ils sont en télétravail. Le manager doit savoir embarquer les équipes dans cette coresponsabilité, ne plus être uniquement descendant. Lui-même doit connaître les pratiques saines : être attentif à des signaux faibles de salariés en mal-être, mettre en place pour cela des rituels d'échange en présentiel et en télétravail. C'est indispensable ». Même chose pour les temps de suivis de la charge : créer des points fréquents et pas seulement annuels. « Le manager qui ne se mettra pas à l'écoute, sera sanctionné, dans les résultats et par le turnover ». Un nouveau mode de leadership s'impose aujourd'hui et non un retour à « avant la crise ». À vivre comme un vrai projet d'entreprise pour embarquer les équipes.

Valérie Dahm



SANTÉ

Une aide de 400 millions d'euros pour les dispositifs médicaux

L'État revient au chevet de l'industrie de la santé par le biais de son plan d'investissement France 2030. Cette fois, c'est au tour de la filière des dispositifs médicaux et du diagnostic in vitro d'être servie.



© ROBOCATH

Nul n'est prophète en son pays. Et c'est bien là le problème de la filière des dispositifs médicaux et du diagnostic in vitro : selon le ministère de l'Économie, les 1 500 entreprises tricolores du secteur ont beau engranger 31 milliards d'euros de chiffre d'affaires par an, elles peinent toujours à accéder au marché national, pourtant le deuxième au niveau européen.

Résultat, la France « reste importatrice nette, malgré l'existence d'un écosystème d'innovation très prolifique (premier secteur en termes de brevets déposés en 2021) ». Le tout sur fond de « lente désindustrialisation » de ces activités. Un comble, à l'heure de la souveraineté économique triomphante et en sortie de crise du coronavirus.

Pour remédier à la situation,

l'État ressort donc sa trousse de secours à long terme, en l'occurrence son plan d'investissement France 2030 : sur les 34 milliards d'euros de cette enveloppe, il entend injecter 400 millions dans la filière des dispositifs médicaux.

170 MILLIONS POUR FAIRE SAUTER LES VERROUS

Mesure la plus concrète dans l'immédiat : un soutien au développement de capacités de production dans l'Hexagone, à hauteur de 140 millions d'euros. Cette aide s'inscrit dans un appel à projets plus large, consacré à l'industrialisation des produits de santé. Ouvert du 25 février 2022 jusqu'au 29 décembre 2023, il donne la priorité à la relocalisation de dispositifs médicaux stratégiques ou à l'industrialisation de solutions innovantes.

Les autres dispositifs d'accom-

L'État entend soutenir à hauteur de 400 millions d'euros les fabricants de dispositifs médicaux, comme, ici, le normand Robocath.

pagnement demeurent encore assez flou pour le moment. Bercy compte accorder 170 millions d'euros afin d'aider l'innovation en France, en faisant sauter des verrous technologiques, d'accès au marché ou de déploiement dans trois domaines : les robots chirurgicaux, les implants et prothèses ainsi que le numérique appliqué à la santé mentale. Autre promesse : un appel à projets, doté de 60 millions d'euros, sera lancé, au cours du deuxième trimestre 2022, pour développer les expérimentations directement au sein du système de soins, en favorisant les partenariats entre les acteurs privés et les structures de soins.

Pierrick Lieben

En bref



© SASIN TIFCHAI

Un plan pour mieux gérer les futures crises sanitaires

Pour « prévenir et lutter contre les maladies infectieuses émergentes et les menaces nucléaire, radiologique, biologique et chimique » (NRBC), le gouvernement vient de dévoiler une stratégie à 750 millions d'euros. Sur cette enveloppe, 315 M€ iront à l'innovation, dont 100 M€ dédiés au déploiement de « plateformes technologiques », ouvertes aux PME, pour « la démonstration ou la validation » de réponses à ces risques. En parallèle, 300 M€ seront consacrés au développement de capacités de production afin de donner à la France les moyens de réagir vite en cas de menace. Ce soutien à l'industrialisation passe par un premier appel à projets, ouvert jusqu'au 9 janvier 2024. Il englobe les trois priorités sanitaires retenues par l'exécutif dans le cadre de son plan France 2030, à savoir, outre les maladies infectieuses et risques NRBC, la biothérapie/bio-production et les dispositifs médicaux/diagnostic in vitro.

PGE : l'étalement tient la corde

Le remboursement, c'est maintenant. Les TPE et PME sont 57 % à penser amortir leur prêt garanti par l'État (PGE) sur plusieurs années à partir de 2022, selon le baromètre trimestriel de Bpifrance Le Lab et Rexecode. En comparaison, 24 % préfèrent aussi l'étaler dans le temps, mais ont déjà commencé à reverser l'argent l'an dernier. En revanche, 9 % des dirigeants interrogés craignent de ne pouvoir faire face à leurs échéances,



Avec Bpifrance Entreprises 2, la banque publique assume de vouloir ouvrir le capital-investissement aux particuliers, notamment grâce à un ticket d'entrée abaissé à 3 000 euros.

© WILLIAM W. POTTER

CAPITAL-INVESTISSEMENT

Bpifrance relance son fonds d'investissement dans les PME

La banque publique lance son deuxième fonds de placement ouvert aux particuliers. La démarche de ce « Bpifrance Entreprises 2 » est la même, avec la volonté d'orienter 100 millions d'euros vers 1 500 entreprises. Mais les conditions évoluent pour rendre encore plus accessible ce produit original.

Bpifrance creuse son sillon pour canaliser l'épargne des Français vers les start-up, PME et ETI du pays. Un an et demi après avoir lancé un premier fonds d'investissement ouvert aux particuliers, la banque publique renouvelle l'opération, avec l'objectif de collecter 100 millions d'euros. Preuve qu'elle croit en son concept, la recette est quasiment la même qu'en 2020. Sur le principe, pas de changement : sous forme de FCPR, ce Bpifrance Entreprises 2 permet d'orienter son argent vers 1 500 sociétés non cotées, à 70 % françaises.

Bpifrance met également en avant la maturité de son portefeuille. Il a été consti-

tué entre 2010 et 2016 par 126 fonds sous-jacents, émanant de 76 sociétés de gestion différentes. Fait nouveau, la banque publique apporte son écot à l'opération, puisqu'elle compte 130 entreprises sur lesquelles l'institution a directement misé, à travers ses « Fonds Investissement région 1 et 2 ».

DES SEUILS ET DES FRAIS REVUS À LA BAISSÉ

Mais ce n'est pas là la moindre des nouveautés de cette année. Dans un effort assumé d'ouverture au plus grand nombre, le ticket d'entrée passe à 3 000 euros (au lieu de 5 000), quand le plafond d'investissement est, lui, abaissé à 50 000 euros (contre 95 000 auparavant). Les frais sont aussi compressés,

avec un taux maximal annuel de 3,3 % (et non plus 3,9 %). Le tout pour un rendement toujours évalué entre 5 et 7 % net. Il convient de préciser que ces gains, tout comme le capital, ne sont pas garantis.

La souscription est ouverte dès ce 16 février et jusqu'au 31 décembre. Une date butoir toutefois très théorique : plébiscité par 4 000 personnes, le premier fonds avait été clôturé au bout de neuf mois. Or, son successeur devrait bénéficier d'une distribution plus large dans les réseaux bancaires. Bpifrance maintient, en parallèle, la possibilité d'investir par soi-même directement en ligne, via une plate-forme dédiée.

Ce canal direct a représenté 20 % des montants levés et

attiré la moitié des souscripteurs. Parmi eux, les deux tiers investissaient pour la première fois dans le non coté. Une fierté pour Nicolas Dufourcq, Le directeur général de la banque publique met d'ailleurs un point d'honneur à inscrire dans la durée cette initiative en faveur des investisseurs non-professionnels.

DÉMOCRATISER LE PRIVATE EQUITY

« Pour Bpifrance, cette affaire a un coût, mais nous le faisons pour démocratiser le private equity en France. Il n'est plus possible de réserver le capital-investissement à une extrême minorité de la société, celle qui peut se permettre d'investir des tickets de 100 000 euros, alors que c'est devenu une classe d'actifs mondiale fondamentale. Pour moi, on est à un niveau d'inacceptable rarement atteint ! » Nicolas Dufourcq va même plus loin. Il aimerait que d'autres acteurs de la place financière lui emboîtent le pas : « Il n'y a pas non plus de raison que seule la banque publique fasse cet effort ! D'autant qu'il n'y a rien à réinventer, il suffit de copier-coller ce que nous avons fait ».

Pierrick Lieben



RÉMUNÉRATION

Sept leviers pour augmenter le pouvoir d'achat de ses salariés

Si le pouvoir d'achat s'impose comme une préoccupation majeure des Français, les dirigeants sont souvent réticents à l'idée de procéder à des augmentations de salaires généralisées. Il existe pourtant des solutions alternatives permettant d'améliorer le pouvoir d'achat de ses collaborateurs, sans toucher au salaire. En voici sept.

A l'heure où les perspectives inflationnistes inquiètent, le pouvoir d'achat s'impose comme une préoccupation majeure des Français. Pour autant, un dirigeant de TPE-PME sur deux n'anticipe pas de hausse des rémunérations au sein de son entreprise en 2022, selon le dernier baromètre trimestriel Bpifrance Le Lab et Rexecode. 48 % d'entre eux préfèrent opter pour des rémunérations annexes, de type primes ou intéressement. Si les bonus, treizièmes mois et autres primes exceptionnelles sont assimilés à des éléments

de rémunération, il existe d'autres leviers pour maintenir le pouvoir d'achat et l'attractivité de l'entreprise, sans faire exploser la masse salariale.

1 LES AVANTAGES DE LA PARTICIPATION

La participation est un dispositif de redistribution des bénéfices de l'entreprise aux salariés. Obligatoire dans les entreprises de plus de 50 personnes, ce mécanisme peut être mis en place dans les plus petites structures qui le souhaitent, via un accord de participation. La prime de participation doit concerner tous les

salariés, une condition d'ancienneté pouvant toutefois être exigée. Son montant varie en fonction des bénéfices réalisés par l'entreprise et obéit à une formule de calcul fixée par la loi ou élaborée par l'entreprise si elle est au moins aussi favorable pour les salariés. En cas de bénéfices importants, le chef d'entreprise peut décider de verser aux salariés un supplément de participation au titre du dernier exercice comptable clos.

Le montant total de la participation ne peut pas dépasser un plafond revalorisé chaque année en fonction

des indemnités de sécurité sociale et fixé à 30 852 euros pour l'année 2022. Les entreprises sont exonérées de cotisations sociales sur les sommes versées au titre de la participation (les entreprises de 50 salariés sont même exonérées du forfait social) et peuvent déduire ces sommes du bénéfice imposable. Quant aux salariés, deux choix s'offrent à eux : soit encaisser immédiatement la prime de participation et, dans ce cas, les sommes versées sont soumises à l'impôt sur le revenu et aux contributions sociales ; soit la placer sur un plan d'épargne entreprise (PEE), un plan d'épargne interentreprises (PEI) ou un plan d'épargne pour la retraite collectif (Perco). La participation est alors bloquée cinq ans (sauf déblocage anticipé pour les grands événements de la vie : achat de la résidence principale, mariage, décès...) et les sommes versées exonérées d'impôt sur le revenu. « Dans ce dernier cas de figure, les sommes brutes versées correspondent à peu près aux sommes nettes touchées par les salariés. L'entreprise peut ainsi distribuer des sommes importantes sous la forme d'une sorte de pouvoir d'achat différé », estime Giani Michalon, avocat associé chez EY.

2 L'INTÉRESSEMENT S'ADAPTE À CHAQUE ENTREPRISE

L'intéressement, facultatif, est un plan d'épargne salariale permettant de verser aux salariés une prime proportionnelle aux résultats ou aux performances de l'entreprise. Mis en place par la voie d'un accord, il est conclu pour une durée limitée, généralement de trois ans. Les montants qui peuvent être versés sont liés à des paramètres quantitatifs, comme le chiffre d'affaires, mais également qualitatifs,

Plutôt qu'une hausse des salaires, un dirigeant d'entreprise sur deux préfère opter pour des rémunérations annexes, de type primes ou intéressement.





© SNOWING12

La formule de l'intéressement est très souple et permet à l'entreprise de verser des sommes en fonction de résultats financiers ou d'autres critères comme l'amélioration des délais de livraison ou la réduction des accidents de travail.

comme l'amélioration des délais de livraison, la baisse de l'absentéisme ou encore la réduction des accidents de travail. Le total des primes d'intéressement ne peut pas excéder 20% du total des salaires bruts versés et 30 852 euros par salarié en 2022. Toutes les entreprises sont exonérées de cotisations sociales sur les sommes versées au titre de l'intéressement ; celles de moins de 250 salariés sont exemptées du forfait social. L'intéressement bénéficie d'avantages similaires à ceux de la participation. De la même façon, les salariés sont imposés en fonction de la disponibilité ou du blocage de la prime. « L'intéressement est selon moi l'outil à privilégier pour augmenter le pouvoir d'achat des salariés, sans faire déraiper la masse salariale. Il est plus souple que la participation. En effet, il n'y a pas de formule de calcul imposée. Ce qui laisse aux entreprises une certaine latitude pour fixer des critères adaptés à leur activité et à leurs objectifs. C'est un outil gagnant-gagnant pour l'entreprise et les salariés. Il est toutefois nécessaire de se faire accompagner par un professionnel dans sa mise en place pour fixer des

plafonds... et ainsi éviter les mauvaises surprises », analyse Giani Michalon.

3 LES EXONÉRATIONS DES TITRES-RESTAURANTS

Les titres-restaurant constituent un moyen d'autant plus intéressant pour augmenter le pouvoir d'achat des salariés, en contribuant à leur repas, que leur plafond a été porté à 38 euros et leur utilisation étendue aux week-ends depuis le début de la crise sanitaire et ce, jusqu'au 30 juin prochain. La cotisation patronale, comprise entre 50 et 60 % de la valeur du titre, est exonérée de charges sociales dans la limite de 5,69 euros par repas.

4 PAS DE COTISATIONS SOCIALES SUR LES CHEQUES CADEAUX

Les chèques et tickets cadeaux, vacances, culture..., faciles à mettre en œuvre, permettent également d'augmenter le pouvoir d'achat des salariés, tout en étant plus économiques pour l'entreprise qu'une augmentation de salaire. Sous réserve de respecter certaines conditions dans leur attribution (distribution à certaines occasions comme Noël, une naissance...) et leur montant, ils ne sont pas soumis à cotisa-

tions sociales pour l'entreprise, ni à impôt pour les salariés.

5 LE FINANCEMENT DE LA VIE QUOTIDIENNE

La participation au financement d'activités de services à la personne et de garde d'enfants (travaux ménagers, jardinage, soutien scolaire à domicile...) améliore le quotidien des salariés, tout en faisant bénéficier l'entreprise d'exonérations de cotisations sociales dans la limite d'un plafond annuel par bénéficiaire et d'un crédit d'impôt de 25 % quelle que soit la forme de l'aide (chèques Cesu préfinancés ou aide financière directe).

6 MISER SUR UNE BONNE MUTUELLE

L'augmentation de la participation de l'entreprise au contrat de mutuelle d'entreprise permet d'améliorer la prise en charge des frais de santé, la prévoyance des salariés. Cette participation ouvre droit à une exonération de charges sociales plafonnée à 6 % du plafond annuel de la sécurité sociale et à 2 % de la rémunération annuelle brute. En revanche, les sommes versées restent soumises à CSG-CRDS.

7 VERSER UN FORFAIT MOBILITÉ

Le forfait mobilités durables offre aux employeurs la possibilité d'attribuer une indemnité exonérée de cotisations aux salariés privilégiant les modes de transport dits « à mobilité douce » (vélo électrique ou non, autopartage...) pour effectuer leurs trajets entre leur résidence habituelle et leur lieu de travail. Depuis le 1^{er} janvier 2021, ce plafond est porté à 500 euros par an et par salarié. « Cumulées, toutes ces aides peuvent avoir un impact positif sur le pouvoir d'achat des salariés au quotidien. Pour distribuer des montants importants, il faut cependant passer par des accords d'intéressement ou de participation », évalue Giani Michalon.

Caroline Scribe

En bref

Titres-restaurant : ultime coup de pouce de Bercy

Mis en place en juin 2020 pour soutenir les restaurateurs, le doublement du plafond quotidien des titres-restaurant devait se terminer fin février. Finalement, le dispositif est de nouveau prolongé jusqu'au 30 juin. Les détenteurs de ces titres peuvent donc continuer à dépenser jusqu'à 38 euros par jour, plutôt que les 19 euros autorisés en temps normal. La possibilité d'utiliser ces titres le week-end et durant les jours fériés est également prolongée. Seuls les restaurants peuvent bénéficier de l'extension de cette mesure et ce, « pour une dernière fois », prévient Bercy.

Santé au travail : alerte générale à l'ankylose !

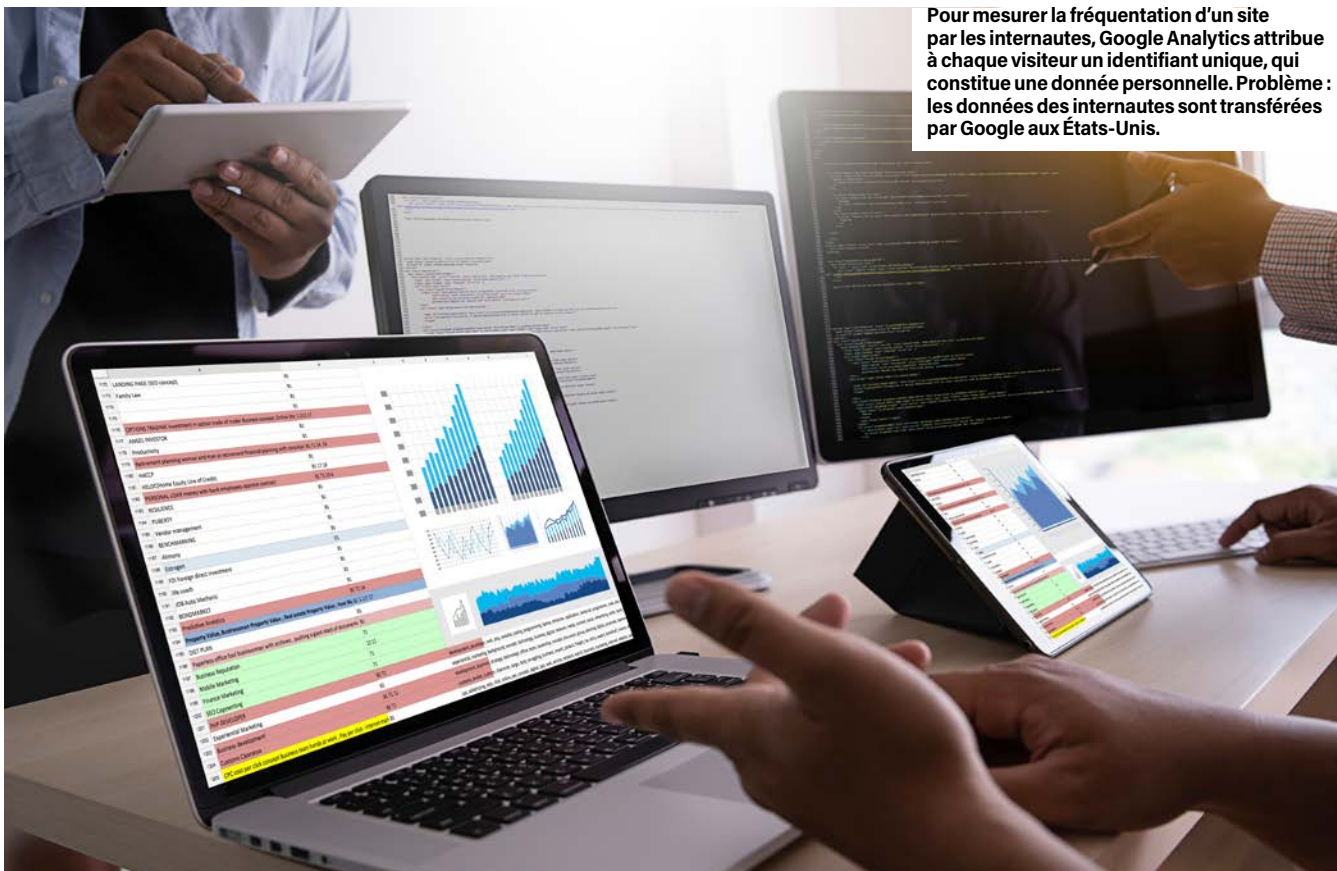


© DR

L'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) assure que 95 % des adultes, en France, s'exposent à un risque de détérioration de leur santé par manque d'activité physique ou un temps trop long passé assis. Si les raisons avancées sont multiples, l'organisation du travail, depuis la crise du Covid-19, n'est pas étrangère à la situation. L'étude pointe ainsi du doigt les conséquences « très probables de cumul des temps d'écran dédiés aux activités professionnelles - notamment dans le secteur tertiaire - avec les temps d'écran de loisirs ». L'agence appelle en conséquence les autorités à passer à l'action « sans délai et dans la durée ». Ce qui impliquerait, en entreprise, de favoriser la pratique sportive et limiter les temps de sédentarité.

« L'intéressement est l'outil à privilégier pour augmenter le pouvoir d'achat des salariés, sans faire déraiper la masse salariale »

Giani Michalon, avocat associé chez EY



Pour mesurer la fréquentation d'un site par les internautes, Google Analytics attribue à chaque visiteur un identifiant unique, qui constitue une donnée personnelle. Problème : les données des internautes sont transférées par Google aux États-Unis.

© NIPITPHON

WEB

Les entreprises peuvent-elles encore utiliser Google Analytics ?

Google Analytics bientôt illégal en Europe ? Une décision de la Cnil condamne un site web français utilisant le service de mesure d'audience proposé par le géant américain.

C'est une décision qui pourrait avoir des conséquences pour des milliers d'entreprises françaises. La Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) vient de mettre en demeure un gestionnaire de site web français – dont le nom n'est pas dévoilé – pour son usage de Google Analytics, un service de mesure d'audience de sites web proposé par la firme californienne. Pour mesurer la fréquentation d'un site par les internautes, ce service de Google attribue

à chaque visiteur un identifiant unique, une adresse IP, qui constitue une donnée personnelle aux yeux de la réglementation européenne. « Une donnée personnelle est une donnée qui permet d'identifier la personne de manière directe ou indirecte, ce qui au final inclut énormément d'informations. Il suffit qu'une information puisse être recoupée avec une autre information et qu'elle permette de remonter à la personne concernée pour considérer qu'il s'agit d'une donnée personnelle », rappelle Ola Mohty, juriste experte du

Règlement général sur la protection des données (RGPD), pour Data Legal Drive, un éditeur français de logiciel de pilotage de la conformité RGPD. Problème : les données des internautes sont transférées par Google aux États-Unis. La Cnil estime que « les transferts vers les États-Unis ne sont pas suffisamment encadrés à l'heure actuelle ». Pour l'autorité administrative française, « il existe un risque pour les personnes utilisatrices du site français ayant recours à cet outil et dont les données sont exportées ». Selon la Cnil, l'utilisation de

Google Analytics viole le RGPD et va à l'encontre de l'arrêt Schrems 2 pris par la Cour de Justice de l'Union européenne en juillet 2020. Celui-ci pointe du doigt que, s'ils ne sont pas suffisamment encadrés, les transferts de données personnelles vers les États-Unis peuvent être interceptés par les services de renseignement américains.

En s'appuyant sur ces textes, la Cnil met en demeure le gestionnaire du site web français, en lui donnant un mois pour se mettre en conformité avec les réglementations européennes, « si nécessaire en cessant d'avoir recours à la fonctionnalité Google Analytics (dans les conditions actuelles) ou en ayant recours à un outil n'entraînant pas de transfert hors de l'Union européenne ».

D'AUTRES PROCÉDURES CONTRE DES UTILISATEURS DE GOOGLE ANALYTICS

Cette décision pourrait avoir des conséquences pour des



millions d'entreprises européennes. D'une part, parce que Google Analytics est le service d'analyse d'audience le plus répandu au monde, avec une part de marché estimée à 74 % par *Le Journal du Net*. D'autre part, parce que la Cnil indique avoir engagé d'autres procédures de mise en demeure. Enfin, parce qu'elle n'est pas la première en Europe à tancer Google Analytics. Il y a quelques jours, l'équivalent autrichien de la Cnil avait, lui aussi, estimé que le géant américain violait le RGPD. Et d'autres décisions pourraient suivre, suite à une centaine de réclamations déposées dans les 27 États membres de l'Union par Noyb, une association autrichienne spécialisée dans la protection des droits numériques.

Toutes ces réclamations visent des structures européennes qui transfèrent des données personnelles outre-Atlantique en utilisant le service de Google. « Il est intéressant de voir que les différentes autorités européennes de protection des données arrivent à la même conclusion : l'utilisation de Google Analytics est illégale », commente Max Schrems, président honoraire de Noyb.

Du côté de Google, les craintes européennes ne sont pas fondées. Après la décision autrichienne, Kent Walker, responsable des affaires publiques du géant américain avait vivement réagi. Depuis la création du service Google Analytics, en

« Tout site qui utilise Google Analytics peut être sanctionné pour les mêmes raisons par la Cnil »

Ola Mohty, juriste chez Data Legal Drive

2005, « nous n'avons pas une seule fois reçu le type de demande [de la part des autorités américaines] sur laquelle spéculé [l'autorité autrichienne]. Et nous ne nous attendons pas à en recevoir, car ce genre de requête aurait peu de chance de rentrer dans l'objet très restreint de la loi américaine », a-t-il écrit, cité par nos confrères du *Monde*.

QUE FAIRE ALORS POUR MESURER L'AUDIENGE DE SON SITE WEB ?

Dans cette bataille juridique, que peuvent faire les nombreux utilisateurs européens de Google Analytics ? Pour la juriste Ola Mohty, « tout site qui utilise Google Analytics peut être sanctionné pour les mêmes raisons par la Cnil ». Pas la peine de paniquer, la sanction se limite pour l'instant à une mise en demeure. Mais si les contrevenants ne rentrent pas dans le rang, l'addition peut vite s'alourdir. Un manquement grave au RGPD peut valoir à son auteur « une amende qui peut se monter jusqu'à 4 % du chiffre d'affaires annuel », rappelle Ola Mohty. Pour l'heure, ce taux n'a jamais été appliqué. Mais la Cnil ne

rigole pas. En décembre dernier, elle a sanctionné Google d'une amende de 150 millions d'euros et Facebook à hauteur de 60 millions d'euros pour non-respect de la réglementation sur les cookies.

Alors, que faire dans ces conditions pour les entreprises françaises qui utilisent Google Analytics ? À écouter la Cnil, il ne faudrait pas utiliser le service dans ses conditions actuelles et utiliser une solution concurrente hébergée en Europe ou n'utilisant pas de données personnelles. L'autorité française « pousse les entreprises à se tourner vers des solutions alternatives, qui peuvent davantage protéger les données personnelles. Ces outils existent, mais ne sont pas aussi efficaces que Google, qui en prime a l'avantage d'être gratuit », note Ola Mohty. La Cnil recommande que les outils d'analyse d'audience « servent uniquement à produire des données statistiques anonymes, permettant une exemption de consentement si le responsable de traitement s'assure qu'il n'y a pas de transferts illégaux ». Maintenant, est-ce dans l'intérêt de Google de collecter des données impersonnelles ? À plus long terme, Max Schrems entrevoit deux options : « Soit nous avons besoin de protections adéquates aux États-Unis, soit nous nous retrouverons avec des produits distincts pour les États-Unis et pour l'Union européenne. Personnellement, je préférerais de meilleures protections aux États-Unis, mais cela dépend du législateur américain – et non de quiconque en Europe ».

Stéphane Vandangeon

En bref



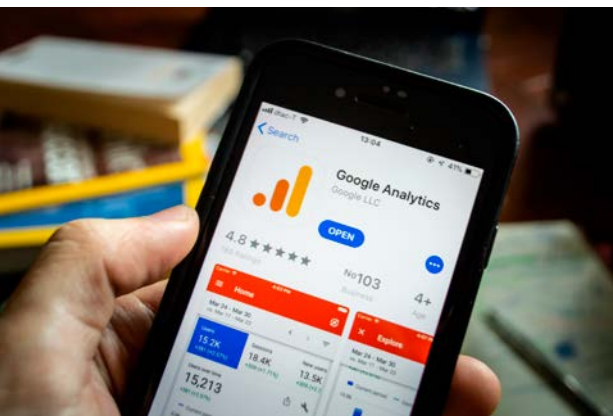
© MILAN

Les débuts du « oui pub »

Plusieurs collectivités expérimentent depuis le 31 mars le dispositif Oui pub. Mis en place par la loi Climat et Résilience, ce test grandeur nature vise à interdire la distribution d'imprimés publicitaires non adressés, sauf contre-indication visible sur la boîte aux lettres. Allant durer trois ans, la phase d'expérimentation doit permettre d'évaluer les impacts de cette mesure aussi bien au niveau de l'environnement que de l'emploi et de déterminer les facteurs de réussite de sa mise en œuvre. Suite à un appel d'offres lancé par l'Ademe et le ministère de la Transition écologique, 15 collectivités ont été retenues, couvrant 2,5 millions d'habitants. Se lancent dans ce test des villes et agglomérations comme Bordeaux (33), Grenoble (38), Agen (47), Nancy (54) et Dunkerque (59). Mais aussi des petites communes ou communautés de communes comme Ramonville Saint-Agne (31) ou la Vallée de l'Ubaye Serre-Ponçon (04).

Les commerces plombés par le Covid

Un début d'année beaucoup plus compliqué que prévu dans les magasins. Avec la cinquième vague de Covid-19, le chiffre d'affaires de janvier est resté en berne de 24 % par rapport à 2019, pour les 50 enseignes d'habillement, suivies par l'Alliance du commerce. Un résultat jugé « très préoccupant », alors que la fréquentation des boutiques s'effondre encore plus (-34 %). Idem pour les chaînes spécialisées, représentées par Procos : le CA en magasin a reculé de 11 % dans les 80 enseignes sondées, quand le nombre de visiteurs a baissé de près de 29 %.



Google Analytics est le service d'analyse d'audience le plus répandu au monde, avec une part de marché estimée à 74 %.

© STOCK.ADOBE.COM



RÉMUNÉRATION

Index de l'égalité professionnelle : les premières sanctions vont tomber

L'index de l'égalité professionnelle 2021 a livré son verdict. Seize entreprises pourraient être les premières à être sanctionnées financièrement pour ne pas avoir suffisamment œuvré à la parité salariale. Une centaine d'autres pourraient subir le même sort dans un an.

Après le temps de l'observation, l'heure des premières sanctions. Le ministère du Travail s'apprête à sévir contre 16 entreprises, sur la base de leur index de l'égalité professionnelle. Leur tort : avoir obtenu, à cet exercice d'auto-évaluation de la parité salariale, une note inférieure à 75 sur 100 pendant trois années consécutives. Incapables de redresser la barre, comme le leur demandait pourtant la loi, elles s'exposent désormais à une pénalité financière pouvant représenter jusqu'à 1 % de leur masse salariale. Ces entreprises pourraient être rapidement rejointes par 11 autres : elles aussi en « ballottage défavorable » au vu de leur historique, elles n'ont toutefois pas

encore communiqué leur résultat pour 2021. Cette première vague de sanctions n'est toutefois que l'arbre qui cache la forêt. En effet, cette année, seules les sociétés de plus de 250 salariés risquaient d'être punies, dans la mesure où elles ont été les premières à devoir publier leur score, dès 2019. Les entreprises de 50 à 250 personnes n'ont dû s'y mettre qu'en mars 2020. Pour elles, le couperet tombera donc l'année prochaine. En l'état, et au total, le ministère dénombre ainsi 156 entreprises dont la note, inférieure à 75/100 depuis au moins trois ans, n'augure rien de bon. Au

Si les entreprises ont encore amélioré, globalement, leur note moyenne à l'index de l'égalité professionnelle en 2021, des déséquilibres persistants demeurent.

delà de ce score global, les employeurs sont « toujours à la traîne » sur deux sous-indicateurs, constitutifs de l'index, déplore Élisabeth Borne, dans *Les Échos*. L'application des augmentations de salaire aux femmes de retour de congé maternité est encore ignorée par 2 354 entreprises en 2021, dont 406 ne l'ont jamais respectée depuis le lancement de l'index... quand bien même il s'agit d'une obligation instaurée par une loi de 2006 ! Le problème est tel que la Défenseure des droits vient de publier un « guide juridique » exclusivement consacré aux « discriminations en raison de l'état de grossesse dans le secteur privé ». Seconde inégalité mise en lumière par le dispositif : la parité au sein des dix rému-

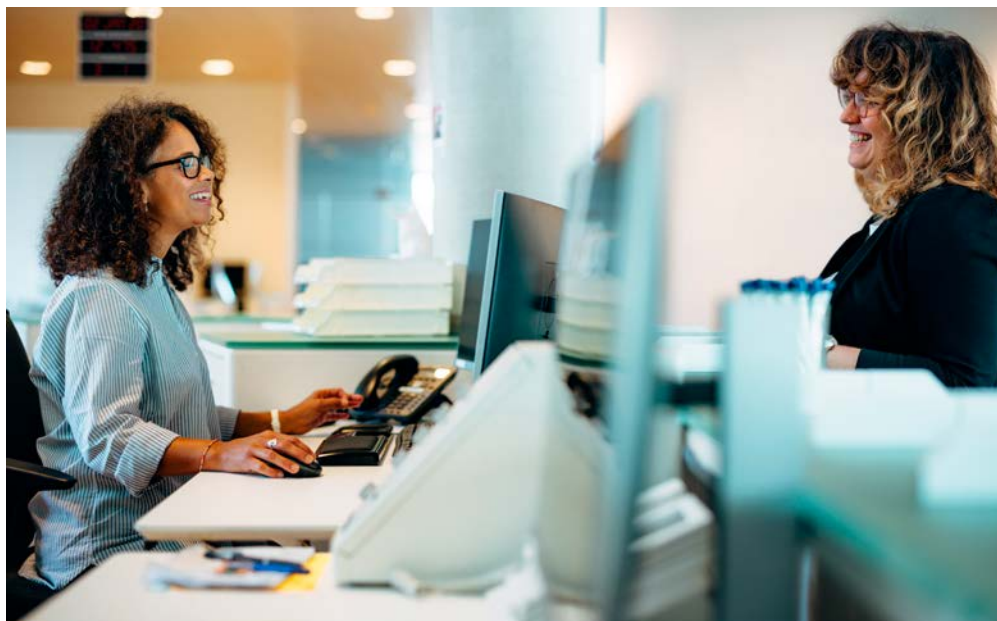
nerations les plus élevées de l'entreprise reste un phénomène rare. Seul un quart des répondants atteint l'objectif, quand 35 % comptent moins de deux femmes dans leur top 10.

DES RÈGLES DE CALCUL PERFECTIBLES ET À CORRIGER

Voilà pour les résultats. Mais l'index en lui-même pose aussi un souci de méthode. Élisabeth Borne regrette ainsi la trop grande part de PME dans l'incapacité de mesurer leur score à l'index de l'égalité professionnelle, en raison de règles de calcul inapplicables à leur situation. 43 % d'entre elles sont dans ce cas. « Ce n'est pas possible de continuer à avoir autant d'employeurs en dehors de l'index », assène la ministre. Ses services sont donc chargés de réfléchir à une évolution de la formule pour en réintégrer le plus possible. À court terme, elle promet également la « vigilance » de son administration, à l'égard des entreprises mal notées et contraintes, de ce fait, de se doter d'« objectifs de progression » d'ici au 1^{er} septembre.

Malgré tous ces défauts et ces dérives, l'index de l'égalité professionnelle est en constante amélioration depuis sa création. La note moyenne pour 2021 s'élève ainsi à 86/100, soit 1 point de plus en un an. Mais l'égalité femmes-hommes est loin d'être un acquis : 307 entreprises ont obtenu la note maximale l'année dernière. C'est 23 de moins qu'en 2020.

Pierrick Lieben



© JACOB LUND

SOYEZ VISIBLE

COMMUNIQUEZ DANS
NOTRE MAGAZINE

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



Soyez présent sur tous nos supports de communication print et digital
MENSUEL, HEBDOMADAIRE ET QUOTIDIEN



Contactez votre directrice de clientèle :

Nabila HURUGUEN

06 65 00 48 37 - n.huruguen@lejournaldesentreprises.com

Le Journal
des **Entreprises**

RENFORCER LA COHÉSION SOCIALE DANS VOTRE ENTREPRISE



GRÂCE À L'ÉPARGNE SALARIALE & RETRAITE.

UNE SOLUTION OUVERTE À TOUTES LES TPE ET PME POUR MOTIVER,
FIDÉLISER ET ASSOCIER VOS COLLABORATEURS À LA PERFORMANCE
DE VOTRE ENTREPRISE.



OFFRE ENTREPRISE ÉPARGNE SALARIALE ET RETRAITE est une offre d'épargne Salariale et Retraite gérée par Amundi Asset Management, Société par Actions Simplifiée - SAS au capital de 1 143 615 555 € - Société de gestion de portefeuille agréée par l'AMF n° GP 04000036 - Siège social : 91-93 boulevard Pasteur 75015 Paris - France - 437 574 452 RCS Paris. Ce document n'est pas destiné à l'usage des résidents ou citoyens des États-Unis d'Amérique et des "U.S. Persons", telle que cette expression est définie par la "Regulation S" de la Securities and Exchange Commission en vertu du U.S. Securities Act de 1933 et reprise sur le site internet de la Société de gestion. www.amundi.com. Crédit Agricole S.A. Société Anonyme au capital de 7 504 769 991 €. Siège social : 12, Place des États-Unis 92127 MONTROUGE Cedex.

Caisse régionale de Crédit Agricole Mutuel de l'Anjou et du Maine, société coopérative à capital variable agréée en tant qu'établissement de crédit - 414 993 998 RCS LE MANS. Société de courtage d'assurances immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance sous le n° 07 023 736. Siège social situé 77 avenue Olivier Messiaen, 72083 Le Mans Cedex 9. 03/22