

Le Journal des Entreprises

L'ÉCONOMIE EN RÉGIONS

N°396 - SEPTEMBRE 2020 - 8,40 €

RÉGION SUD



MANOSQUE
**PROMAN SIMPLIFIE
L'ACCÈS AU CDI**

TOULON

Les ambitions
européennes d'Egérie
Software



MARSEILLE

Brousse Vergez
met la main sur les
olives Delieuze

GRASSE

Tournaire
accélère l'innovation
de ses clients



SALON-DE-PROVENCE

Le Château
de la Barben se rêve
en « Puy du Fou »



ÉVÉNEMENTIEL

**LA FILIÈRE
RÉGIONALE
SE RÉINVENTE**

14 ÉDITIONS, 45 DÉPARTEMENTS, 9 RÉGIONS

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



© 2017 AIRFRANCE. SOCIÉTÉ AU CAPITAL DE 123 789 776 € - 402 495 178 - RCS BOULOGNE - 45, rue de Paris, 93147 Roissy-CDG Cedex.

UN RÉSEAU OUVERT DEPUIS MARSEILLE

9 DESTINATIONS EN DIRECT :

PARIS, BORDEAUX, CAEN, LILLE, LYON,
NANTES, STRASBOURG, TOULOUSE ET AMSTERDAM

Édito

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

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 Marseille - Nice - Toulon :
Chemin de l'Aumône-Vieille,
Parc de Saint-Lambert, 13400 Aubagne

Responsables d'édition :
Didier Gazanhes, 06 67 11 41 61 ;
Hélène Lascols, 06 67 12 50 45

Journaliste : Olivia Oreggia, 06 24 57 39 60

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

Publicité : Laurence Acedo,
04 91 06 17 70 - 06 69 49 73 13 ;
assistée de Virginie Clouté,
04 91 06 16 27

Événementiel, partenariats
et communication :
Sabine Dechaume, 02 40 35 79 25, assistée
de Marion Le Maux, 02 40 73 08 58

Conception graphique : Jean-Marc Dupuis

Diffusion, abonnements :

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

abonnement@lejournaldesentreprises.com

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

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

Capital social : 10 000 €

Actionnaire majoritaire :
Financière Gaspard 2

N° ISSN : 2260-3115
N° de CPPAP : en cours
Dépôt légal : à parution

Fabrication : JJ Production
Imprimeur : TPI ZA, L'Enseigne de l'Abbaye
35830 Betton, imprimerie labellisée
Imprim'Vert et certifiée PEFC™ et FSC®

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

Taux de fibres recyclées : 0,25 %
Eutrophisation : Ptot 0,02 kg/tonne.

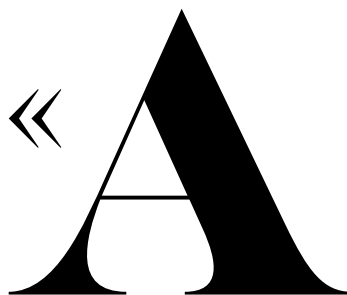
La reproduction ou l'utilisation
sous quelque forme que ce soit de nos articles
ou informations est interdite.



Par **Didier Gazanhes**

Responsable de l'édition Région Sud
Le Journal des Entreprises

Rendez-vous en 2161



lignement des planètes ». Cette conjonction des astres qui positionne toutes les planètes du système solaire d'un même côté du soleil est un événement exceptionnel qui n'intervient que tous les 170 ans. C'est en ces termes que Jean-Claude Gaudin qualifiait souvent la situation politique de ces dernières années, signifiant par là que les deux villes Marseille et Aix-en-Provence, ainsi que la Métropole Aix-Marseille Provence, étaient dirigées par des élus de la même couleur politique. L'occasion rêvée pour enclencher de grands changements, faire naître une véritable stratégie commune. Depuis les élections municipales et métropolitaines du 28 juin, cet alignement s'est rompu. La Cité phocéenne a changé de couleur et a basculé du côté du Printemps Marseillais, échappant à Martine Vassal, qui a toutefois conservé la présidence de la Métropole. Une situation forcément chargée de tensions.

En revanche, une autre conjonction des planètes a vu le jour lors des élections. Plus exceptionnelle encore et davantage chargée de symboles. Pour la première fois dans l'histoire du territoire, les mairies de Marseille, Aix-en-Provence, la Métropole et le Département sont dirigées par des femmes. Autre style, autre vision du monde, de l'économie, de la politique. Leurs élections devraient contribuer à faire changer les mentalités. « Nous sommes encore trop peu à pouvoir ou oser prendre ce temps pour notre territoire et notre économie. Il ne faut pas lâcher. Le bien-être de l'humanité ne passera que par l'émancipation professionnelle des femmes et leur reconnaissance et le fait de laisser plus de place aux hommes dans le quotidien de leur vie familiale », commentait Sylvie Plunian, toute nouvelle présidente des Femmes chefs d'entreprise de Marseille. En attendant, là-haut, le firmament semble se rire de nos préoccupations. Les astres, insensibles et indifférents aux passions humaines et politiques, comme un pied de nez, ont en effet choisi le 7 juillet pour effectuer leur alignement exceptionnel. Mais si l'on en revient aux planètes, rendez-vous en... 2161 !



Sommaire

N°396 • SEPTEMBRE 2020

06 L'ACTU

- 6 Les carnets de commandes des entreprises locales s'écroulent
- 8 Le port de Marseille-Fos prévoit 35 millions d'euros de pertes en 2020
- 10 13 milliards d'euros d'aides fiscales pour les entreprises
- 11 Têtes d'affiche

12 BUSINESS&STRATÉGIE

Le leader français de l'intérim Proman simplifie l'accès au CDI

- 16 ValÉnergies conserve de grandes ambitions de croissance
- 18 Semantic TS imagine le « Google Sky Map » de la mer
- 19 IP Energy ambitionne de changer de dimension
- 20 Les bornes d'Huclink veulent faciliter la recherche d'emploi
- 21 Brousse Vergez met la main sur les olives Delieuze
- 22 Les ambitions européennes d'Égérie Software
- 24 Sofia Cosmétiques retrouve son niveau de production
- 25 William Meynard, président de TPFi : « Nous voulons faire valoir une clause d'imprévisibilité »
- 26 Franck Bardini, directeur des opérations de Tournaire Équipement : « Notre plateforme permettra à nos clients d'accélérer leur innovation »

28 L'ENTREPRISE ENGAGÉE

- 28 Hyliberty offre une seconde jeunesse écologique aux bateaux

29 START-UP&INNOVATION

- 29 ICheck digitalise les métiers de l'hôtellerie
- 30 POC Studio veut révéler les initiatives « vertes » du port

32 ÉCOSYSTÈMES&TERRITOIRES

- 32 Le Château de la Barben se rêve en « Puy du Fou » provençal
- 34 Le pôle de compétitivité Terralia-Pass devient Innov'Alliance
- 35 L'école informatique 42 ouvre un campus à Nice

36 L'ENQUÊTE

Le secteur de l'événementiel contraint de se réinventer

40 VU D'AILLEURS

- 40 L'actu de nos 14 éditions en régions
- 42 Le best of de l'innovation

43 DOSSIER SPÉCIAL

Le financement des start-up incertain dans l'après coronavirus



© DR



© DR



© HYLIBERTY



© DR



© DR

I SOLUTIONS&CONSEILS

TRANSPORT & LOGISTIQUE

I Coup d'accélérateur pour la voiture électrique en entreprise

GESTION

IV Comment mettre en place le forfait mobilité durable

RÉGLEMENTATION

V Marchés publics : les règles s'assouplissent

RESSOURCES HUMAINES

VI Le chômage partiel s'allonge et évolue

VII Des aides pour favoriser l'embauche des jeunes

MANAGEMENT

VIII Entretiens professionnels : malgré le report, le temps presse



© STOCK.ADOBECOM

VIII

X L'ÉVÉNEMENT

X Tour de France : les entreprises dans la course

XIV GRAND TÉMOIN

Philippe Bloch, entrepreneur, auteur et conférencier : « Un tremblement de terre arrive et rien ne sera plus comme avant »



© DR

XIV



Là où les réseaux se partagent
et les opportunités se concrétisent.
#laplacebusiness

ALPES-MARITIMES **CONJONCTURE**

Les carnets de commandes des entreprises locales s'écroulent

La CCI Nice Côte d'Azur a interrogé 1 500 entreprises des Alpes-Maritimes afin de mesurer l'impact du Covid-19 sur leur activité. Les résultats ne laissent que peu de place à l'optimisme. Les prévisions de chiffre d'affaires affichent une baisse de 46 %, celles concernant les effectifs permanents de -18 %, principalement dans la construction ainsi que dans l'hôtellerie et restauration. Quant aux carnets de commandes, les entreprises tablent sur un recul de 42 % par rapport au prévisionnel. « Nous avons franchi une étape difficile, mais certainement pas la plus difficile. Les services et les activités industrielles connaîtront d'autres problématiques de carnets de commandes et de projets arrêtés qui auront des effets induits notamment dans des domaines comme l'aéronautique ou le spatial », analyse Jean-Pierre Savarino. Face à toutes ces incertitudes, 37 % des dirigeants azuréens estiment un retour à « une activité normale » d'ici la fin de l'année. Ils sont presque autant à entrevoir ce retour à l'activité normale en 2021, et 26 % d'entre eux avouent simplement ne pas savoir.

SOPHIA ANTIPOLIS **IMMOBILIER**

Courtin Real Estate et Valimmo rachètent le site de Dow France

Les foncières Courtin Real Estate et Valimmo se sont associées pour acquérir le site emblématique de Dow France au cœur de Sophia Antipolis, s'étendant sur plus de quatre hectares. L'entreprise américaine de chimie y a cessé son activité en 2018. Construit en 1975, l'ensemble devra subir une lourde réhabilitation impliquant désamiantage et dépollution. « Valimmo, comme Courtin Real Estate, s'attache depuis des années à rendre l'immobilier plus écoresponsable, notamment en construisant des bâtiments à énergie positive », a souligné Christophe Courtin.

RÉGION SUD **ÉNERGIE**

Le projet Iter franchit une étape importante

Au début de l'été, le projet international Iter, basé à Cadarache, a réceptionné une bobine de 400 tonnes, la plus lourde des six anneaux supraconducteurs, acheminée par l'entreprise Daher de Chine où elle a été fabriquée, au port de Marseille Fos. Elle permettra de créer la cage magnétique qui confine le plasma à très haute température. La machine, qui atteindra sa pleine puissance en 2035, doit démontrer que la fusion peut être utilisée comme source d'énergie à grande échelle, non émettrice de CO², pour produire de l'électricité.



© HÉLÈNE LASCOS - LE JIDE

Marc Schwindenhammer et Philippe Saussol, directeur général et président de Tethys.

SIGNES **INDUSTRIE**

La PME Tethys change de mains avec la participation du fonds Definvest

La PME Tethys (CA 2019 : 3,53 M€, 23 personnes), implantée à Signes dans le Var et spécialisée dans les applications pyrotechniques et acteur reconnu du secteur de la Défense, est reprise par Philippe Saussol (à droite sur la photo), avec la participation de Definvest, le fonds du ministère des Armées géré par Bpifrance, et une dizaine d'autres investisseurs. Cette opération de transmission a également permis l'entrée au capital de Marc Schwindenhammer, ancien directeur commercial et aujourd'hui directeur général de Tethys, une société créée en 2004.

HYÈRES **NUMÉRIQUE**

La Boîte Immo ouvre une nouvelle ère sur le marché de l'immobilier

Après dix années de croissance et plusieurs acquisitions de sociétés, La Boîte Immo (150 personnes, CA 2019 : 12,5 M€), PME spécialisée dans la conception de sites et de logiciels immobilier installée à Hyères, bouleverse le marché en créant Interkab, la plus grande place de marché immobilière. Alors qu'aujourd'hui, « une agence sur deux (6 500 agences immobilières indépendantes clientes) en France utilise l'une ou l'autre de nos prestations, nous leur proposons avec Interkab de partager l'intégralité de leurs mandats », explique le président fondateur Olivier Bugette. La Boîte Immo prend ainsi une nouvelle dimension et « inverse la vapeur en permettant aux indépendants de travailler les uns avec les autres. » La PME pourrait ainsi devenir le plus gros réseau immobilier français, alors que le plus important d'entre eux, Orpi, revendique 1 300 agences. Cette nouvelle activité et le récent déménagement dans un nouveau siège social, cinq fois plus spacieux, doivent permettre au groupe varois de doubler son chiffre d'affaires d'ici à cinq ans.

MARSEILLE **TRANSPORT**

Avec MGI, le Port de Sète veut être connecté

Après un appel d'offres, lancé en novembre 2019 pour l'évolution de sa plateforme informatique en ligne CCS (Cargo Community System), le Port de Sète vient de choisir le logiciel Ci5 de MGI (Marseille Gyptis International - CA 2018 : 6,6 M€) pour la gestion digitalisée de ses flux de marchandises. Le contrat signé pour une durée de cinq ans reconduit le partenariat historique entre le Port de Sète et MGI. L'évolution du système de gestion s'inscrit également dans le projet stratégique 2021-2025 de Port Sud de France.

MARSEILLE **TRANSPORT**

CMA CGM achemine des millions de masques vers la France

Le groupe marseillais CMA CGM (110 000 salariés), spécialiste du transport maritime et de la logistique, a mis en place depuis le 20 mai un pont maritime entre la Chine et la France afin de garantir l'approvisionnement de la France en masques et en matériel médical. À travers ce dispositif, plusieurs centaines de millions de masques sont transportés par voie maritime. Ces masques commandés par l'État sont ensuite répartis entre les différentes régions et établissements de santé pour répondre aux besoins sanitaires.



© MEDIAN TECHNOLOGIES

SOPHIA ANTIPOLIS **SANTÉ**

Median Technologies reçoit le label European Rising Tech d'Euronext

Median Technologies s'est vu attribuer par Euronext le label European Rising Tech qui récompense les PME les plus prometteuses dans les sciences de la vie, éco-industries ou TMT (technologie, médias ou télécommunications). Medtech basée à Sophia Antipolis, Median Technologies est spécialisée dans l'analyse d'imagerie médicale par intelligence artificielle. Née en 2002, elle compte 123 salariés, avec des filiales aux Etats-Unis et à Shanghai, et a réalisé un chiffre d'affaires de 9 millions d'euros en 2019.

SIGNES **ÉVÉNEMENTIEL**

En attendant la reprise des événements sportifs, Oreca mise sur le virtuel

Alors que les événements sportifs restent contraints, la PME varoise Oreca (220 salariés, CA: 70 M€) qui évolue dans l'univers du sport automobile, lance la e-fanzone, un dispositif virtuel immersif, développé en partenariat avec l'agence parisienne Flaq Digital. Cette application web, proposée par la filiale événementielle du groupe Oreca, permet aux passionnés ou simples curieux de vivre une expérience inédite, mêlant divertissement, image de marque et engagement social. Cette e-fanzone peut être personnalisée aux couleurs d'un annonceur ou d'un événement.

UNIVERSITÉ CÔTE D'AZUR

FORMATION CONTINUE

On ne naît pas
COMPÉTENT
on le devient

Prenez votre carrière en mains !
Nous vous accompagnons.
Validez vos Acquis de l'Expérience
en une formation diplômante et
certifiante éligible au CPF



univ-cotedazur.fr/formation-continue-1

Rejoignez-nous sur Facebook et LinkedIn





Pour favoriser le transbordement, le port de Marseille-Fos propose une ristourne de 50% sur les droits de port.

MARSEILLE INFRASTRUCTURE

Le port de Marseille-Fos prévoit 35 millions d'euros de pertes en 2020

Quasiment tous les indicateurs sont dans le rouge. Conteneurs, marchandises diverses, hydrocarbures ont plombé l'activité du port de Marseille-Fos de janvier à fin juin. Mis à rude épreuve par les conflits sociaux et la pandémie de Covid-19, le port de Marseille-Fos achève le semestre 2020 sur un trafic en repli de 15%. Une situation qui grève les comptes de l'établissement public, qui devrait finir l'année sur un manque à gagner de 35 millions d'euros. Malgré l'incertitude qui plane sur la reprise de l'activité fret et passagers, de nouvelles remises commerciales aux clients du port sont annoncées afin de relancer l'activité. «C'est un semestre particulier mais, après dix années de croissance ininterrompue, le port a restauré sa capacité d'autofinancement. En 2019, nous étions dans une situation financière saine», assure Hervé Martel, président du directoire du GPMM. En 2020, le port va engager 4,5 millions d'euros supplémentaires pour soutenir les manutentionnaires, armateurs, transitaires... Ainsi une ristourne de 30% sur les droits de port navire sera allouée aux compagnies exploitant des ferries et rouliers sur la période de septembre à décembre.

MARSEILLE FINANCE

La Caisse d'Épargne Cepac se veut acteur majeur de la reprise

Des encours de crédits, des dépôts en croissance, un produit net bancaire à 761 M€ et un résultat net en progression. Les résultats 2019 placent la Caisse d'Épargne Cepac, qui opère en Région Sud et Outre-mer, à la deuxième place des Caisse d'Épargne. «La Cepac est une banque coopérative. N'étant pas cotés en Bourse, nous ne sommes pas obnubilés par la rentabilité à court terme, mais plutôt par nos valeurs, deux fois centenaires : être utile et solidaire», a souligné Joël Chassard, président du directoire. La banque a permis la réalisation de 4 200 Prêts garantis par l'Etat. Sur les 1 804 M€ de crédits accordés, 80% l'ont été au secteur privé contre seulement 20% au secteur public. «Nous nous sommes engagés à hauteur de 300 000 € dans la création du fonds Ess'or pour soutenir les structures de l'économie sociale et solidaire impactées par la crise et, avec la Caisse d'Épargne Côte d'Azur, nous nous sommes associés avec Erilia afin de créer une foncière de logements intermédiaires. Nous visons 2 000 logements neufs sur quatre ans, ce qui contribuera à la création de près de 6000 emplois dans le bâtiment», conclut Joël Chassard.

VAR AGRICULTURE

Potagers & Compagnie inaugure son premier potager d'entreprise

Potagers & Compagnie, créée en octobre 2019 par Laurence Berlemont, fondatrice associée du Cabinet d'agronomie provençale (35 salariés) et Julien Vert, ingénieur des eaux et forêts, a inauguré son premier potager d'entreprise pour le producteur d'énergie, Soleil du Sud, basé à Rochbaron, dans le Var. Un autre potager est en production à la Ferme Saint-Georges près de Brignoles et nourrit notamment les salariés du Cabinet d'agronomie provençale. La jeune entreprise souhaite inventer un modèle économique plus équitable et moins précaire pour le maraîchage.

ALPES-MARITIMES TÉLÉCOMS

L'opérateur Stella Telecom rejoint le groupe Céleste

Le groupe Céleste est entré en négociations exclusives pour l'acquisition du sophilopolitain Stella Telecom. Opérateur de télécommunications pour les entreprises et collectivités depuis 1997 à Sophia Antipolis, Stella Telecom (CA: 14 M€) compte 30 000 utilisateurs. «Nous pourrions désormais nous appuyer sur les 6 000 kilomètres du réseau fibre optique de Céleste, mais également sur ses différents datacenters régionaux pour offrir une qualité de service optimale à nos clients», précise Laurent Bernauer, fondateur de Stella Telecom.

VAUCLUSE COSMÉTIQUE

Aroma-zone ouvre une boutique-atelier à Aix-en-Provence

La marque Aroma-zone, spécialisée depuis 1999 dans l'aromathérapie et la cosmétique et basée à Carbières d'Avignon, dans le Vaucluse, vient d'ouvrir une nouvelle boutique de 600 m² en plein cœur d'Aix-en-Provence. Il s'agit de la septième implantation de la marque créée par Anne-Cécile et Valérie Vausselin, après Paris, Lyon, Metz, Strasbourg et Lille. Aroma-zone, qui compte une trentaine de salariés, propose une large gamme d'huiles essentielles, d'extraits naturels et de cosmétiques bio.



La nouvelle boutique de 600 m² en plein cœur d'Aix-en-Provence.

eDRH
SUD

Le réseau des



CCI PROVENCE
ALPES CÔTE D'AZUR

Recruteurs, ciblez et attirez les talents.
Candidats, trouvez le poste de vos rêves.
Retrouvez-vous sur edrh.fr

#Industrie

#Numérique

#Emploi



www.edrh.fr



Observatoire dynamique
des compétences



Matching par les
compétences



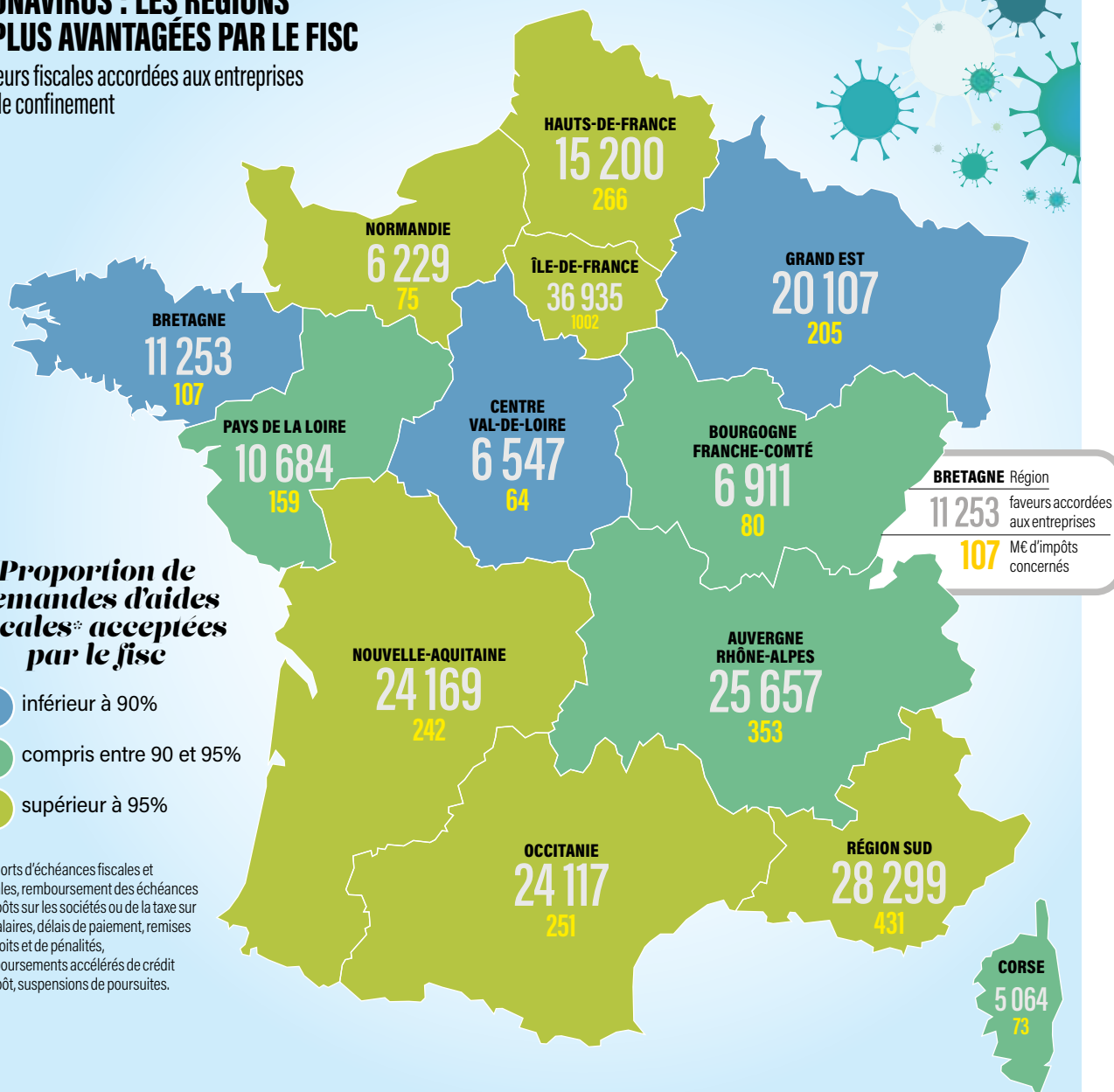
Mise en relation directe
entre recruteurs et candidats



Ce projet est cofinancé
par le Fonds social européen
dans le cadre du programme
opérationnel national « Emploi
et Inclusion » 2014-2020

CORONAVIRUS : LES RÉGIONS LES PLUS AVANTAGÉES PAR LE FISC

Les faveurs fiscales accordées aux entreprises depuis le confinement



© SOURCES : MINISTÈRE DE L'ECONOMIE

AIDE ÉCONOMIQUE

13 MILLIARDS D'EUROS D'AIDES FISCALES POUR LES ENTREPRISES

Au 16 juillet, pas moins de 13 milliards d'euros de cadeaux fiscaux ont été accordés par l'État aux entreprises du fait de la crise sanitaire. La plupart du temps, ces cadeaux sont temporaires puisqu'ils concernent avant tout des reports d'échéances fiscales et sociales, des délais de paiement et des remboursements accélérés de crédits d'impôt. Les remboursements d'échéances d'impôts sur les sociétés sont beaucoup plus

rares. Il n'empêche, ces mesures ont donné un peu d'air à 252 449 entreprises. Un peu plus de 6% des entreprises françaises ont donc bénéficié de ces bienveillances fiscales, proportion qui monte à 50% au niveau des PME, selon une étude de Bpifrance. Il semble donc que l'administration fiscale ait pris la mesure de la crise, 94% des demandes des entreprises, réalisées pour la plupart après le confinement, ayant été acceptées. Reste

que des disparités entre les territoires existent. Les refus ont ainsi été un peu plus nombreux en Bretagne, dans le Centre Val-de-Loire et dans le Grand Est que dans la moitié sud du pays.

SYLVIE PLUNIAN PREND LA TÊTE DE FEMMES CHEFS D'ENTREPRISE

Après deux mandatures d'Aurore Sun, Sylvie Plunian, dirigeante du showroom l'Habit Pro, des sociétés marseillaises Catova et Planète Objets, a été élue présidente de l'association Femmes chefs d'entreprise Marseille pour deux ans. La délégation marseillaise, qui fête ses 70 ans cette année, vise à soutenir l'entrepreneuriat féminin et plus particulièrement la prise de mandats de gouvernance afin de mieux représenter la moitié de l'humanité. «Durant mes mandats j'ai pu sentir une différence dans la perception des femmes dans l'économie. Le travail des nombreux réseaux féminins à Marseille



semble toutefois porter ses fruits pour sensibiliser et attirer des femmes dans des mandats de gouvernance. En témoignent les présidentes de la CPME, de la Fédération du BTP, de Medinsoft, de l'Apex, de la Fédération de la Promotion du Commerce Spécialisé, la Capeb, la

Chambre de Métiers et de l'Artisanat. Ou encore la toute nouvelle femme Maire de Marseille issue des élections pour la première fois dans l'histoire de notre Cité. Mais nous sommes encore trop peu à pouvoir ou oser prendre ce temps pour notre territoire et notre économie», assure Sylvie Plunian. L'association Femme Chefs d'entreprise organise une quarantaine de conférences sur des thématiques économiques par an, sur des sujets variés comme la cyber-sécurité, l'e-sport, le commerce... Des ateliers pratiques viennent compléter cette offre afin de permettre aux membres de mieux appréhender la gestion d'entreprise.

Ils font l'actualité



LIONEL CAPARROS, dirigeant de la société d'ingénierie Adesim et de l'entreprise Intec Meca, a pris la présidence du réseau Entreprendre Var.



VIRGINIE DE BARNIER, qui dirigeait l'IAE Aix-Marseille, a été nommée vice-présidente déléguée à la Fondation Aix-Marseille Université.



BRUNO CAGNOL, dirigeant du groupe Foselev, prend la tête du Club Top 20, qui fédère les numéros 1 des grandes entreprises de la métropole Aix-Marseille Provence.



JEAN-MICHEL ARNAUD, vice-président de Publicis Consultants, préside désormais la Semec, qui gère le Palais des Festivals et des Congrès de Cannes.

Jean-Luc Chauvin est le nouveau président de l'association des CCI métropolitaines



Jean-Luc Chauvin, président de la CCI Aix-Marseille Provence, succède à Jean-Luc Heimburger de la CCI Alsace Eurométropole à la présidence de l'association des CCI Métropolitaines. Pour la CCI Aix-Marseille-Provence, cette élection

est une reconnaissance de son dynamisme et de son action au bénéfice des entreprises. Jean-Luc Chauvin annonce vouloir poursuivre les travaux engagés, notamment pour infléchir la baisse de la trajectoire financière des CCI et positionner l'association comme un outil de mutualisation des pratiques.

Olivier Chavrier est nommé directeur général du pôle de compétitivité de SCS



Olivier Chavrier est nommé directeur général de SCS, pôle de compétitivité mondial dédié aux technologies numériques, basé à Sophia Antipolis (Alpes-Maritimes) et à Rousset (Bouches-du-Rhône). Après avoir été directeur projets et

innovation et directeur adjoint, il succède à Georges Falessi. Avec 310 membres, des grands groupes aux start-up, le pôle SCS regroupe les leaders des technologies de l'internet des objets, du big data et de l'IA, de la microélectronique et de la sécurité numérique. Il a financé 270 projets collaboratifs de R & D représentant plus de 970 M€ d'investissements.

Ils bougent

Maxime Cousin et Grégory Biondo sont les nouveaux coprésidents de l'association Cannes is Up, «le quatrième pilier de la French Tech Côte d'Azur» créé en 2018.

Cofondateur de O'Sol et chef de projet innovation de la start-up Blue Beacon, ils succèdent à Sébastien Aubert, de la société de production Adastra.

Cyril Cartagena, président d'Immexis, vient d'être nommé président de l'Observatoire Immobilier de Provence (OIP). Il succède à ce poste à Philippe Deveau après deux années de mandature. **Pierre-Alexandre Pernot**, directeur général de Segeprim est devenu président de la délégation varoise de l'OIP.

Manosque INTÉRIM



Proman a toujours son siège à Manosque, où a été créée la toute première agence du groupe.

© D.R.

LE LEADER FRANÇAIS DE L'INTÉRIM **PROMAN** SIMPLIFIE L'ACCÈS AU CDI



Quatrième acteur européen dans le secteur de l'intérim, le groupe Proman, basé à Manosque dans les Alpes-de-Haute-Provence, vient de lancer un dispositif innovant permettant l'accès au CDI. Le groupe visait les 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2020, avant que sa croissance ne soit freinée par la crise sanitaire.

Le groupe Proman, basé à Manosque (Alpes-de-Haute-Provence), innove au sortir de la crise sanitaire du coronavirus. Le spécialiste de l'intérim qui fédère plus de 400 agences locales en France vient de lancer un dispositif innovant qui permet l'accès au contrat à durée indéterminée (CDI) et à l'ensemble de ses avantages. «Après la période difficile que nous avons traversée, nous souhaitons être innovants sur le marché de l'emploi et proposer quelque chose de véritablement différenciant», explique Roland Gomez fils, qui dirige aujourd'hui l'entreprise créée voici 30 ans par ses parents, Évelyne et Roland Gomez. Le groupe, qui se positionne aujourd'hui comme le quatrième acteur européen sur le marché du travail temporaire et du recrutement CDD/CDI, n'a pas quitté sa commune d'origine. Installé à quelques centaines de mètres de la marque de produits cosmétiques L'Occitane, sur la zone industrielle Saint-Maurice, à une demi-heure d'Aix-en-Provence, il ambitionne toutefois de maintenir dans les années à venir un rythme de croissance soutenu, alimenté de croissances externes et internes.

FLEXEO, UN NOUVEAU CONTRAT DE TRAVAIL

Pour l'heure, son innovation repose sur le CDI à temps partagé, baptisé Flexeo. Après une période de test de huit mois concluante à la fois pour les collaborateurs et les entreprises dans les secteurs du BTP, de la logistique agroalimentaire et de l'industrie, le dispositif est désormais déployé au niveau national. «Pour les salariés, décrocher un CDI de droit commun, c'est un peu découvrir le Graal. Nous nous sommes ainsi attaqués à ce sujet en nous appuyant sur la loi de 2005 qui instaure le CDI à temps partagé et la loi Avenir Professionnel de 2018 qui l'a étendu aux personnes les plus éloignées de l'emploi en intégrant la notion de «CDI aux fins d'employabilité»», explique Roland Gomez.



© DR

« Pour les salariés, décrocher un CDI de droit commun, c'est un peu découvrir le Graal. »

Roland Gomez, dirigeant de Proman

« Avec Flexeo, nous proposons aux salariés un véritable CDI traditionnel avec tous ses avantages et non un CDI Interimaire, limité à 36 mois dans la même entreprise cliente. Si l'offre est régie par les mêmes législations que le CDI Intérimaire, elle incite toutefois les parties prenantes à s'engager sur un partenariat de long terme. Aucun de nos confrères ne propose actuellement cette offre qui est pourtant totalement dans l'air du temps », assure le dirigeant de Proman. Le CDI est conclu entre le salarié et Flexeo, toute nouvelle filiale de Proman. La structure détache ainsi le salarié auprès d'une entreprise utilisatrice où il dispose des mêmes conditions que les permanents. « Ce CDI « Flexeo » permet aux salariés de se projeter dans une vie professionnelle avec un accompagnement personnalisé », se félicite Roland Gomez. « Une centaine de personnes ont déjà signé ce contrat. Notre mission est de parvenir à faire travailler le salarié à temps plein toute l'année avec seulement deux ou trois collaborations différentes. C'est un outil supplémentaire qui peut amener les gens à retrouver un emploi. L'idée est qu'au final le salarié soit recruté dans l'une des entreprises où il a été intégré. Flexeo ou pas, notre objectif est toujours le CDI. »

UNE CRISE SANS PRÉCÉDENT

Le groupe familial provençal lance ainsi son nouvel outil juste après la crise sanitaire du coronavirus, qui a violemment interrompu son essor. « En trois jours, nous avons vu notre activité se réduire de 70 %. Plus des deux tiers des intérimaires en poste chez nos

« Aujourd'hui, nous avons retrouvé près de 85 % de notre activité, ce qui est exceptionnel. Toutefois, cette pause de trois mois va forcément décaler notre croissance. »

Roland Gomez, dirigeant de Proman

clients se sont vus arrêtés. Seuls ceux qui étaient positionnés dans la logistique et l'agroalimentaire ont pu continuer à travailler », raconte Roland Gomez. « Nous étions face à une crise pour laquelle personne n'avait de référence. Nous avons alors misé sur le bon sens. Nous avons rassuré nos collaborateurs et nous avons mis en place une organisation afin de pouvoir répondre à toutes les questions qui nous étaient posées. Par ailleurs, dans les activités qui ont été qualifiées de nécessaire à la vie économique, le travail temporaire a été clairement identifié. C'est un symbole fort pour notre profession. »

UNE CROISSANCE FREINÉE PAR LA CRISE DU COVID

Une crise sanitaire qui vient ralentir la croissance forte que le groupe maintient depuis de nombreuses années. En 2019, Proman a ainsi enregistré un chiffre d'affaires de 2,7 milliards d'euros, en croissance de 30 %. « Nous visions les 3 milliards d'euros en 2020, notamment au travers d'une croissance externe d'envergure, qui nous a permis d'intégrer 160 agences supplémentaires dans trois pays européens, confie Roland Gomez. Aujourd'hui, nous avons retrouvé près de 85 % de notre activité, ce qui est exceptionnel. Toutefois, cette pause de trois mois va forcément décaler notre croissance. » Les 15 % d'activité qui n'ont encore pas repris sont principalement dans l'industrie lourde, dans l'aéronautique et l'automobile. « De nombreuses activités tournent au ralenti et n'ont pas encore repris d'intérimaires. Heureusement, nous

sommes restés durant ces trois décennies une entreprise 100 % familiale. Nous n'avons pas de pression d'actionnaires et nous n'avons pas l'obsession des ratios financiers. Notre priorité est de protéger nos collaborateurs. Nous sommes agiles et nous avons une meilleure capacité de résistance que certains de nos confrères ».

100 % FAMILIAL

Un groupe resté à 100 % familial, caractéristique rare dans le monde de l'intérim dominé par trois acteurs internationaux : Adecco, Manpower et Randstad. « Notre histoire a commencé en 1990 par la création d'une première agence baptisée les Professionnels de Manosque, dont la contraction a donné Proman. J'ai rejoint la société en 1991, pour mes 18 ans. Désormais, nous comptons 660 agences dont 397 en France. Ces bases, cette croissance, tout cela forge un caractère et des valeurs. Nous comptons 2 600 collaborateurs fixes et nous faisons travailler 75 000 personnes. Cela représente beaucoup de familles qui comptent sur nous pour travailler, faire carrière, vivre. Nous avons un véritable rôle social qui, au regard de la situation actuelle, de la crise sanitaire, de ce que les entreprises vont vivre, va prendre de plus en plus d'importance », aime à penser le dirigeant.

DE MANOSQUE AU RESTE DU MONDE

Aujourd'hui, Proman se positionne comme le premier acteur français, le quatrième européen et le 12^e au niveau mondial. C'est en 2012 que l'entreprise a fait ses premiers pas à l'international, qui représente aujourd'hui 40 % du chiffre d'affaires. « Quand nous avons bien maîtrisé le marché français, nous avons décidé de nous lancer dans d'autres pays, en priorité francophones : Suisse, Belgique, puis Angleterre, Luxembourg, Espagne... ». Treize pays au total. Il y a trois ans, Proman a franchi l'Atlantique et a pris pied aux États-Unis, où elle compte 80 agences dans une quinzaine d'États. « Nous avons racheté une entreprise familiale, relate Roland Gomez. Nous cherchons toujours des gens qui font le même métier, avec les mêmes valeurs, très attachés à leur entreprise. En fait, il n'existe pas beaucoup d'entreprises indépendantes comme la nôtre, capable de les racheter et de poursuivre leur activité dans le respect de leurs valeurs et de leurs collaborateurs. Nous sommes sur un métier de service très particulier, qui repose sur l'humain. Il faut comprendre et partager les cultures locales ».

Mais si Proman grandit par croissance externe, le groupe s'est construit à 70 % par une croissance organique. « Nous ne sommes pas simplement l'agglomération d'entreprises ou de réseaux différents. Nous disposons d'un véritable savoir-faire en termes de création d'agences. Elles sont là pour s'adapter au terrain. Elles possèdent ainsi une véritable autonomie. Nous n'avons pas de procédures gravées dans le marbre que nous reproduisons sur chacun des sites. Il faut au contraire être adaptable, agile, apporter des réponses différentes en fonction des contextes. Donner du travail aux gens c'est passionnant. Nous sommes sur un métier noble pour lequel il faut une grande rigueur. », conclut le dirigeant.

Didier Gazanhes

FICHE ENTREPRISE

2,73 milliards d'euros

de chiffre d'affaires en 2019

3 000 salariés

répartis dans 660 agences dont 397 en France

75 000 INTÉRIMAIRES

travaillent chaque jour grâce à Proman

40% DU CHIFFRE D'AFFAIRES

du groupe est réalisée à l'international



HENRI LEMAÎTRE, FONDATEUR ET DIRIGEANT DE LA SOCIÉTÉ LEM INTÉRIM



« Aujourd'hui, sous l'impulsion du groupe Proman, nous disposons de cinq agences en région wallonne »

En 2016, votre entreprise, LEM Intérim, basée à Liège (Belgique), a été rachetée par le groupe Proman.

Comment s'est déroulée cette intégration ?

Les intégrations passent en général par beaucoup d'intermédiaires, avocats, sociétés de consultants...

Dans notre cas, c'est un ami commun qui m'a parlé de la famille Gomez en 2011 et nous nous sommes rencontrés à Paris. Puis nous sommes restés en relation régulière. A l'été 2016, mon associé non actif m'a annoncé son intention de quitter l'actionnariat de LEM Intérim, j'ai donc contacté

les Gomez et ma société a rejoint le groupe Proman. Nous nous sommes compris tout de suite. Nous partageons une vision et des valeurs : esprit de famille, respect de la parole donnée... Je suis encore actionnaire mais très minoritaire.

Quel effet cette intégration au groupe Proman a-t-elle eu sur votre activité ?

Avant le rachat, LEM Intérim enregistrait un chiffre d'affaires de 23 M€ pour 25 salariés, le tout au travers d'une unique agence basée à Liège. Aujourd'hui, nous atteignons les 40 M€ pour une quarantaine

de salariés. Je n'avais jamais imaginé ouvrir d'autres agences que celle que j'avais créée. La Belgique est un petit pays relativement compliqué, partagé en trois régions avec des administrations et des agréments différents en termes de ressources humaines.

Aujourd'hui, sous l'impulsion du groupe Proman, nous disposons de cinq agences en région wallonne. J'aurais poursuivi sur ma lancée, je n'aurais jamais créé d'agences hébergées chez nos clients par exemple. Nous avons acquis une nouvelle dimension, mais nous poursuivons notre activité en autonomie. Il n'y a pas un jour depuis

2016 où je me suis dit que j'aurais dû rester indépendant...

En début d'année, Proman s'est rapproché du groupe belge Agilitas et a ainsi signé sa plus grosse opération de croissance externe.

Comment s'est déroulée cette nouvelle intégration ?

Agilitas est un groupe belge, qui compte 800 collaborateurs pour 500 M€ de chiffre d'affaires, implanté en Belgique, aux Pays-Bas, en Pologne et en Croatie. Il est plutôt bien implanté dans les marchés publics. Avec Agilitas, nous avons décroché des contrats liés à la crise sanitaire, liés à la désinfection.

Accompagnement personnalisé des projets professionnels et de formation pour les particuliers et les entreprises



VOTRE PARTENAIRE

FORMATION PROFESSIONNELLE

CONTINUE

POUR

ACCOMPAGNER VOS ÉVOLUTIONS

- Formations courtes intra et inter-entreprises
- VAE individuelle, collective et à distance
- Parcours diplômants avec modules capitalisables
- Formations sur mesure adossées à des laboratoires de recherche
- Alternance
- Bilan de compétences

fpc-contact@univ-amu.fr

04 13 94 21 21 / 04 13 55 08 72

univ-amu.fr



Parcours spécifiques
sur Accueil Individualisé
mesure
Bilan de Compétences
Ateliers personnalisés
Certification qualité

VALÉNERGIES CONSERVE DE GRANDES AMBITIONS DE CROISSANCE

Pionnier du secteur photovoltaïque né en 2008 près de Grasse, ValÉnergies veut en devenir un acteur de taille. Son nouveau président entend renforcer la compétitivité de l'entreprise en la repositionnant sur les appels d'offres publics et en doublant ses effectifs.



ValÉnergies a installé 1000 mètres carrés de panneaux photovoltaïques au siège social du groupe Rossignol, en Isère. L'entreprise peut produire et consommer sa propre énergie renouvelable.

ValÉnergies entre dans une nouvelle dimension. Arrivé en octobre, David Raguet, le nouveau président de la petite entreprise spécialisée dans les solutions de production d'énergie solaire, d'efficacité énergétique et d'autoconsommation, a défini un plan de développement pour les cinq ans à venir. Bien sûr, la crise sanitaire du coronavirus est passée par là, semant son lot d'incertitudes. Mais l'entreprise implantée à Mouans-Sartoux, près de Grasse (Alpes-Maritimes), reste déterminée à devenir un acteur incontournable du photovoltaïque. « Nous avons mis à profit le confinement pour mener un travail de fond et notamment préparer des actions commerciales », explique David Raguet. « Je ne sais pas si c'est éphémère, je reste assez dubitatif pour septembre-octobre mais, pour l'instant, je suis agréablement surpris, le niveau d'activité est encore important.

Certains projets ont été repoussés ou mis en attente, mais aucun n'a été annulé. »

UN MARCHÉ DU SOLAIRE TRÈS PORTEUR

LU (groupe Mondelez), Rossignol, SAP, Bosch... ValÉnergies (12 salariés, 4 M€ de chiffre d'affaires) compte parmi sa clientèle de grandes entreprises et PME, séduites notamment par sa solution d'autoconsommation solaire. « Beaucoup d'acteurs du photovoltaïque ont des portefeuilles de projets et sont en phase de développement. De notre côté, où qu'il soit en France, un prospect sera toujours à moins d'une heure d'une de nos centrales photovoltaïques en Normandie, dans l'Est, près de Bordeaux, sur la Côte d'Azur... » Mais pour le nouveau patron de la filiale du groupe azurien Valfidus (1 845 employés, 365 M€ de CA), cela n'est plus suffisant. Car le marché des énergies renouvelables en général, et du solaire en particulier, est très porteur. La France prévoit de porter la part du renouvelable à 33 % de la consommation finale brute d'énergie en 2030. « Il faut savoir

exploiter ce terreau propice », reprend David Raguet. « Les industriels sont tous intéressés par l'autoconsommation mais, aussi convaincus soient-ils par le solaire ou la transition énergétique, à la fin ils regarderont en bas de la facture à quel prix nous serons capables de leur proposer le kilowattheure par rapport à ce qu'ils payent. C'est pour cela que nous devons être compétitifs. »

UN RETOUR DANS L'INJECTION RÉSEAU

Et pour faire passer à ValÉnergies le nouveau cap donné, son président veut aussi revenir chasser sur des terres que l'entreprise avait délaissées depuis 2015, faute de compétitivité : des projets en injection réseau. Autrement dit quand une centrale photovoltaïque est connectée au réseau d'électricité d'Enedis et que les kilowattheures produits sont transportés vers les utilisateurs, particuliers ou industriels. « Dès mon arrivée, j'ai souhaité que ValÉnergies revienne sur ce segment, souligne David Raguet. Le développement des énergies renouvelables en France dans le cadre établi par le gouvernement passe par des appels d'offres. En tant qu'acteur du solaire, nous ne pouvons pas nous en affranchir puisque c'est le gros du marché. Mais il nous faut être compétitifs. Il y a un gros travail à faire mais nous reprenons pied là-dessus. En mars, nous avons remporté l'appel d'offres de la Commission de régulation de l'énergie. À chaque session, nous ferons en sorte de présenter des projets et d'être lauréat. » ValÉnergies projette ainsi de passer de 10 mégawattheures en exploitation à ce jour, à 80 à 100 mégawattheures d'ici cinq ans. Pour assurer ce développement, la PME prévoit de doubler ses effectifs et atteindre les 25 collaborateurs.

Olivia Oreggia

LE SALON DE L'ENTREPRISE

VARUP

depuis 18 ans

LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

ACCÉLÉRATEUR DE PERFORMANCE



#qvt
#upv
#performance

- 110 STANDS
- ATELIERS
- CONFÉRENCES
- B TO B

**PALAIS NEPTUNE
TOULON**
ENTRÉE GRATUITE

**JEUDI 24
SEPT.**



SEMANTIC TS IMAGINE LE « GOOGLE SKY MAP » DE LA MER

Depuis 26 ans, l'entreprise varoise Semantic TS, bureau d'études en environnement, océanographie et acoustique sous-marine, cartographie les fonds marins pour des applications civiles et militaires. Aujourd'hui, elle veut capitaliser sur cette expérience unique pour créer un « Google Sea » en Méditerranée et dans le monde.

Pour explorer le ciel, il y a Google Sky. Pour la mer, le bureau d'études varois en environnement, océanographie et acoustique sous-marine Semantic TS a développé Seawatchers, un condensé de ses capacités d'innovation en cartographie des fonds marins, basé sur un logiciel couplé à un sondeur acoustique. « Selon l'écho renvoyé suite au bruit émis par le sondeur acoustique, nous pouvons connaître non seulement la profondeur des fonds marins, mais aussi leur constitution, faite de sable, vase ou végétation »,

Jean-Marc Temmos dirige l'entreprise Semantic TS, qui a notamment mis au point une valise instrumentée contenant un système d'acquisition des données sous-marines.



explique Jean-Marc Temmos, à la barre de l'entreprise, basée à Sanary-sur-Mer, depuis six ans. Une technologie initialement destinée au marché de la défense et de la détection de mines que Semantic TS a transférée au monde civil (collectivités, infrastructures portuaires etc.) pour réaliser des études d'impact ou surveiller l'ensablement des ports à la précision centimétrique. Une diversification payante puisque l'entreprise, qui emploie 7 personnes, a enregistré une croissance de 40 % en 2019 avec un chiffre d'affaires de 540 000 euros.

UN « GOOGLE SEA » PARTICIPATIF

Désormais, il veut la proposer au plus grand nombre, et notamment aux plongeurs. « Dans le passé, Semantic TS commercialisait des guides immergeables présentant la topographie des sites de plongées en 3D. Depuis, nous avons fait évoluer l'ensemble de nos technologies, de l'acquisition au rendu en passant par le traitement des données, leur hébergement en ligne ou leur visualisation », détaille Jean-Marc Temmos. Appliquées aux sites de plongée ou aux sites culturels et touristiques, ces technologies « maison » permettent une modélisation en 3D. Certaines cartographies sont déjà en ligne sur la plateforme Seawatchers. Collectivités locales et institutions ont déjà permis, au travers d'appels d'offres publics, de financer la modélisation de sites spécifiques, notamment dans le Golfe de Saint-Tropez. Même si le confinement a eu pour consé-

quences un arrêt total des activités en mer et une perte de trois mois de chiffre d'affaires, le dirigeant espère maintenant concrétiser ce projet, dont la vocation première est touristique, mais qui pourrait aussi permettre une surveillance écologique des sites sensibles.

RÉCUPÉRER DES DONNÉES ENVIRONNEMENTALES

Pour cela, il a imaginé une plateforme de financement participatif baptisée Merritoire, en partenariat avec la Société nationale de sauvetage en mer (SNSM). « Cette plateforme sera ouverte au public en 2021. Elle permettra aux plongeurs, clubs de plongées, plaisanciers, particuliers ou associations de choisir et de financer eux-mêmes la modélisation et le suivi de certains sites remarquables, en échange de contributions variées », décrit Jean-Marc Temmos.

Pour financer les développements de Seawatchers mais aussi générer de la donnée, Semantic TS poursuit en parallèle ses prestations de services. Elle commercialise son nouveau produit, une valise instrumentée qui contient un système d'acquisition des données sous-marines et sa partie logicielle. Ce logiciel équipe depuis 2015 les 13 navires du Service hydrographique et océanographique de la Marine pour la réalisation de cartes à l'échelle nationale. Des valises sont aussi embarquées à bord de navires d'opportunité, à l'image des navires de la SNSM, qui capitalisent sur leurs sorties en mer pour récupérer des données environnementales et les transmettre sur une plateforme en ligne.

Hélène Lascols



Pendant le confinement, la filiale Modul'Data Center du groupe IP Energy a notamment livré un data center en container spécial pour le projet européen Galileo.

© IP ENERGY

IP ENERGY AMBITIONNE DE CHANGER DE DIMENSION

Spécialisée dans les services et solutions de réseau et sécurité, l'activité d'IP Energy est portée ces dernières années par ses data centers modulaires. Son dirigeant mise désormais sur sa récente diversification et sa prochaine implantation au sein du Pôle économique Morandat de Gardanne pour accélérer sa croissance.

Pendant le confinement, IP Energy, spécialisé dans les services et solutions de réseau et sécurité, a maintenu son activité, « à vitesse plus réduite, certes, en raison de la fermeture de nombreux chantiers, mais nous avons quand même pu livrer un data center en container pour le programme européen Galileo et nous avons finalisé l'installation d'un autre data center pour Aix-Marseille Université », confie le dirigeant Rémy Febvre. Il a aussi reçu et traité de nombreuses demandes et il espère maintenant qu'elles pourront se concrétiser dans les mois à venir, d'autant que cette période inédite a, selon lui, « démontré toute l'importance de notre activité. » À l'image des dernières années, l'activité liée à la construction de

data centers modulaires, qui a connu une croissance de 50 % en 2018, a ainsi porté l'entreprise pendant la durée de la crise sanitaire, même si l'impact global sur le chiffre d'affaires (CA 2019 : 2 M€) sera bel et bien là, avec « trois mois d'activité dans le rouge. »

UNE STRATÉGIE D'INTÉGRATION VERTICALE

La construction de data centers n'est pas la seule compétence de la société IP Energy, qui emploie une quinzaine de salariés à Gardanne. Spécialisée dans les services et solutions de réseau et sécurité, elle s'est en effet adaptée au fil de ses 14 années d'existence aux évolutions technologiques et apporte ses solutions en France, mais également dans quelques pays francophones d'Afrique en lien avec des architectes et urbanistes qui travaillent sur le thème de la Smart City.

« Ainsi, notre filiale Modul'Data Center réalise des salles informatiques et des data centers complets et sur mesure, qu'il suffit de brancher et de relier à la fibre optique, sans travaux lourds. Nous avons mis au point des systèmes protégés par des brevets, comme l'augmentation, à chaud, de la surface ou de la puissance sans arrêt de production. Nous sommes aussi parmi les seuls en France à proposer une efficacité énergétique optimale, bien inférieure aux standards européens », détaille Rémy Febvre.

Plus récemment, en 2019, le chef d'entreprise a aussi ajouté une corde à son arc en créant une équipe de huit personnes intervenant dans les domaines de l'électricité courants forts, courants faibles pour l'installation de systèmes de sécurité, de contrôle d'accès ou de vidéosurveillance. « Nous renforçons ainsi notre stratégie de différenciation en proposant des compétences, désormais transversales », explique le dirigeant, qui espère en tirer une forte croissance dans les prochaines années et qui lui a déjà permis de gagner quelques belles références, comme la Clinique Clairval (Marseille) ou des enseignes comme Lidl ou Flunch.

UN NOUVEAU SIÈGE SOCIAL

Cette croissance, certes décalée par le confinement, il espère aussi l'accélérer dès le début de l'année prochaine lors du déménagement de l'entreprise dans de nouveaux locaux, au sein du futur Pôle économique Yvon Morandat. « Le projet, porté par la ville et qui doit devenir le premier pôle d'activité de France labellisé Écoquartier, aura mis beaucoup de temps à sortir de terre. Notre investissement s'élève à 2 millions d'euros pour 1 300 m² d'espace, accueillant un atelier, des bureaux et un showroom pour valoriser notre savoir-faire dans les data centers et ainsi nous permettre, je l'espère, de prendre une autre dimension. »

Hélène Lascols

LES BORNES D'HUCLINK VEULENT FACILITER LA RECHERCHE D'EMPLOI

La start-up sophilopolitaine Huclink déploie depuis 2017 dans les lieux publics ses bornes interactives qui permettent d'accéder à des offres d'emploi géolocalisées et d'y candidater en moins de deux minutes et sans CV. Trait d'union entre candidats et recruteurs, ses perspectives de développement s'annoncent prometteuses dans cette ère post-Covid.



Huclink vise le déploiement de 100 à 150 bornes d'emploi d'ici la fin de l'année.

Trouver une offre d'emploi près de chez soi, ce pourrait être simple comme une borne Huclink. Cinquante-deux de ces grands totems orange sont déployés en France depuis 2017, majoritairement en Île-de-France et dans les Alpes-Maritimes, avec une accélération prévue en Rhône Alpes et dans les Hauts-de-France. L'objectif est d'en compter 100 à 150 d'ici la fin de l'année.

POSTULER SANS CV

En quelques clics sur la borne (désormais sans contact, Covid oblige) et en deux minutes, il est possible de postuler à des offres géolocalisées, le tout sans CV. « Le but est de capter des candidats coincés par la fracture numérique, qui n'ont pas d'ordinateur ou qui n'osent pas créer de compte sur un site internet, et d'aller directement à leur rencontre », explique Nathalie Daoud, directrice d'Huclink. « La valeur ajoutée est cette présence physique et

le fait qu'il n'y ait pas besoin de CV. Souvent, celui-ci n'est pas nécessaire pour des métiers simples comme la manutention, les services à la personne, la logistique, pour lesquels les fautes d'orthographe ne doivent pas non plus être rédhibitoires. Nous ne demandons ni âge, ni adresse, aucun élément discriminant. Les recruteurs peuvent être autant des grands comptes que le boulanger ou le restaurateur du coin, des franchisés, des PME... » Sur la borne, il suffit de renseigner ses nom, prénom, téléphone ou mail. Des filtres permettent de découvrir, selon sa requête, des offres mises à jour toutes les quinze minutes. « Il y a quelques questions posées par le recruteur du type : êtes-vous disponible immédiatement ? Avez-vous une première expérience dans la vente ? Acceptez-vous de travailler le samedi ? Des éléments qui ne figurent pas sur le CV et font gagner du temps. »

2 500 CANDIDATURES PRÉSENTÉES CHAQUE MOIS

Huclink est né en 2017. La start-up (7 salariés, CA : NC) est une filiale du groupe d'intérim

WellJob à Sophia Antipolis. Difficile d'apprécier avec justesse l'efficacité du dispositif, le nombre de recrutements ou d'entretiens générés échappant à l'entreprise. Néanmoins, ces bornes semblent bien combler un vide sur le chemin ô combien sinueux de la recherche d'emploi. « Avant le confinement, nous avions 1980 candidats par mois pour 2 500 candidatures », précise Nathalie Daoud. « Une personne postule à 1,3 offre en moyenne. »

Ces bornes, qu'elle loue et dont elle vend les offres, sont implantées dans des lieux publics comme des centres commerciaux, des aéroports, des gares dans lesquelles elles sont en fort déploiement, et bientôt en test dans des bureaux de Poste à Lille, Rennes et Nancy. « La Poste est venue nous chercher pour offrir de nouveaux services dans ses bureaux dédiés aux jeunes où des totems numériques ont intégré notre solution. On devient fournisseurs de solutions. »

Nourrir des écrans existants en offrant un module « recherche d'emploi » (et bientôt offre de stage ainsi que de formation) est une des pistes de développement de la start-up qui dans cette ère post-Covid veut plus que jamais être « un nouveau média RH ».

« Nos perspectives sont très positives car les besoins de facilitation des process vont augmenter. On ne va évidemment pas changer le monde mais notre brique permettra aux candidats d'être dans la course. »

De quoi séduire aussi les collectivités territoriales dont certaines ont montré leur intérêt depuis la crise.

Olivia Oreggia



De gauche à droite : Alexandre Delieuze, Stéphan Brousse, Renaud Delieuze et Fabien Brousse.

© DR

BROUSSE VERGEZ MET LA MAIN SUR LES OLIVES DELIEUZE

Le groupe marseillais de négoce agroalimentaire Brousse Vergez a récemment fait l'acquisition de la société Delieuze, spécialisée dans la production et la commercialisation d'olives, afin de se renforcer sur ce marché. Elle devient la neuvième société du groupe familial piloté par la famille Brousse.

Le producteur d'olives Delieuze, basé à Sète, a récemment rejoint le marseillais Brousse Vergez. Ce groupe familial de négoce agroalimentaire compte désormais neuf sociétés, dont sept acquises lors d'opérations de croissance externe. « Durant les années 2010, nous sommes partis d'un constat. Nous sommes sur un métier de négoce de produits venant de l'étranger et nos clients ne cessaient de se concentrer et de croître. Il était important de devenir aussi gros qu'eux. C'est ce que nous avons fait, en croissance interne et externe », confie Fabien Brousse, qui dirige aujourd'hui l'entreprise familiale avec son frère Jérémy et leur père, Stéphan

Brousse. La société Brousse Vergez compte aujourd'hui 70 salariés et enregistre un chiffre d'affaires de 85 millions d'euros. « En 2004, lorsque je suis entré dans l'entreprise, nous ne pesions que 10 millions d'euros de chiffre d'affaires », précise le dirigeant.

SIX GÉNÉRATIONS À LA TÊTE DE DELIEUZE

Axe Fruits, CINRJ, Ambro Foods, Arguydal, The Peanut Company, Europartner et, aujourd'hui, Delieuze ont petit à petit intégré le groupe, dont la toute première croissance externe, menée en 1998, avait failli être fatale. « Ça a été une catastrophe et nous avons beaucoup perdu. Il y a eu un traumatisme que nous n'avons

surmonté qu'en 2014 avec notre premier rachat, celui d'Axe Fruits. Depuis, toutes nos croisances externes ont été réalisées dans notre métier de base, le négoce, celui dont nous maîtrisons le savoir-faire, et chaque nouvelle acquisition nous permet de nous renforcer sur l'une de nos filières », décrit Fabien Brousse. Via sa société Brover, spécialisée dans la commercialisation de fruits à destination des boulangers-pâtisseries, Brousse Vergez était déjà positionné sur l'olive. « Nous avons rencontré la famille Delieuze par hasard, lors d'un séminaire, et nous avons découvert que nous avions beaucoup de points communs. Comme nous, il s'agit d'une entreprise familiale, créée en 1845. Six générations pour eux, quatre pour nous, cela crée des liens », rappelle Fabien Brousse.

RENFORCER LES LIENS AVEC LES FOURNISSEURS

En octobre 2019, le rapprochement entre les deux familles conduit à la reprise à 100% de la société Delieuze, dont les dix salariés ont aujourd'hui été rapatriés au siège social marseillais. « Ils sont sur un marché de négoce et sont présents en grande distribution. L'olive est un marché très concurrencé. Notre ambition est de poursuivre leur travail et de nous renforcer sur la filière olive en consolidant notamment le sourcing au Maroc et en nous déployant sur des origines espagnoles et grecques ». La société Delieuze distribue ses gammes sous les marques Delieuze ou Saint-Jean. « Nous allons non seulement mutualiser nos équipes, nos savoir-faire, mais également renforcer nos liens avec les fournisseurs que nous avons en commun. C'est important. Nous ne rachetons pas d'usine, nous n'investissons pas dans la production, mais par contre nous travaillons à être de véritables partenaires. Pour certains, nous travaillons avec eux depuis près de quarante ans », conclut Fabien Brousse.

Didier Gazanhes

L'international pèse 20% de l'activité d'Égérie Software. Une part appelée à progresser rapidement depuis l'ouverture cette année d'un bureau à Londres.



© APICHOV_TEE - STOCK.ADOBE.COM

LES AMBITIONS EUROPÉENNES D'ÉGÉRIE SOFTWARE

Après une levée de fonds de 4 millions d'euros et un premier semestre 2020 prometteur, l'entreprise toulonnaise Égérie Software, fondée par deux pionniers de l'analyse des risques cyber, Jean Larroumets et Pierre Oger, a l'ambition de devenir leader européen de son secteur.

« **L**e confinement ne nous a pas réellement profité en termes de retombées directes. En revanche, il a placé le risque cyber sur le devant de la scène : en pleine émergence, il est devenu plus prégnant, plus perceptible », révèle Jean Larroumets, l'un des deux associés fondateurs de la société toulonnaise Égérie Software. Et cela tombe bien puisque, sur ce marché en pleine explosion, l'entreprise fondée en 2016 pour porter le développement d'une

plateforme logicielle d'analyse des risques, dispose d'un long-courrier d'avance dans l'Hexagone et vise désormais la place de leader européen. « Avec mon associé Pierre Oger, nous travaillons depuis 20 ans dans la cybersécurité et avons industrialisé le processus de conseil grâce à notre logiciel. C'est un outil d'aide à la décision pour les grandes entreprises et PME, en les aidant à prioriser leur politique de sécurité informatique », développe Jean Larroumets.

4 MILLIONS D'EUROS LEVÉS

Dès juin 2019, Égérie a été la première entreprise labellisée Ebios Risk Manager par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (Anssi). « Après plusieurs beaux contrats remportés, nous avons besoin de cette reconnaissance de confiance », explique l'entrepreneur. Ce label leur ouvre les portes de la petite centaine d'opérateurs d'importance vitale, auxquels le gouvernement impose un niveau de sécurité minimale et une identification préalable des risques. Autre étape importante : en novembre 2019, la PME toulonnaise, qui travaille déjà aux côtés de banques, entreprises du Cac 40, grands groupes européens, ministères (notamment celui des Armées), collectivités ou hôpitaux, a levé 4 millions d'euros auprès d'Ace Management, leader européen du capital investissement dans la cybersécurité. Avec ce financement, les deux associés entendent ainsi consolider leur avance, renforcer leurs parts de marché et asseoir leur position de leader en France. « Depuis début 2020, nous nous



sommes structurés en interne. Nous avons recruté neuf personnes au premier semestre, dont un directeur des opérations (Pierre Calais, NDLR) et une directrice marketing et communication (Caroline Drobinski, NDLR) et neuf autres personnes nous rejoindront au second semestre. Notre effectif est passé de 19 à 28 personnes au premier semestre. Deux tiers de ces postes, qui évoluent en R & D et administration des ventes, sont basés à Toulon. L'autre tiers est basé à Paris et gère le commercial et le marketing», détaille Jean Larroumets.

DEVENIR LEADER EUROPÉEN

Ce premier tour de table a également une visée européenne. L'entreprise a créé un bureau à Londres en début d'année, «la capitale anglaise restant un hub économique d'importance vers l'Europe du Nord et offrant aussi un lien direct vers les États-Unis.» Égérie travaille déjà avec une trentaine de partenaires en Suisse, Belgique et Luxembourg. Demain, la société espère en convaincre en Grande-Bretagne, en Allemagne, en Italie, en Espagne. «Nous voulons devenir leader européen d'ici à deux ans», confie le dirigeant toulonnais. Si l'international représente aujourd'hui 20% du chiffre d'affaires de l'entreprise, l'objectif à cinq ans est de porter ce chiffre à 40%. «Dans un deuxième temps, nous envisagerons de partir à la conquête des États-Unis, mais un tel projet se prépare et nécessite des financements importants: nous passerons certainement par des partenariats commerciaux et technologiques, mais la stratégie est encore en cours de définition», précise Jean Larroumets. Porté par ces ambitions, le dirigeant assure que l'entreprise a connu 51% de croissance au premier semestre 2020, sans toutefois dévoiler son chiffre d'affaires, qui repose sur des souscriptions annuelles. «Nous avons signé 15 nouveaux grands comptes et nous accompagnons aujourd'hui une centaine de clients. Notre stratégie partenariale s'appuie

« Sur un marché de la cybersécurité en pleine explosion, nous visons une croissance à deux chiffres. »

Jean Larroumets, codirigeant d'Égérie Software.

sur 150 consultants certifiés à nos solutions et un réseau de partenaires, parmi lesquels de grands noms de l'informatique, comme Atos ou Advens», poursuit l'entrepreneur toulonnais. Demain, alors que Jean Larroumets est convaincu que la prochaine grande crise sera liée au risque cyber, Égérie Software a de beaux jours devant elle car «ce sont les structures les mieux

préparées, dotées des infrastructures nécessaires et d'un personnel «entraîné» qui seront alors les plus résilientes.» Pour accompagner cette croissance prometteuse, Égérie compte déjà 32 salariés. «Nous serons 37 avant la fin de l'année, 50 en 2021 puis entre 60 et 80 dans deux ans», promet Jean Larroumets.

Hélène Lascols

JEAN LARROUMETS, CODIRIGEANT D'ÉGÉRIE SOFTWARE.

« Le risque cyber doit remonter au niveau sociétal, économique et politique »

Les PME sont-elles aujourd'hui préparées face au risque cyber ?

Les PME sont encore déboussolées par le risque cyber et y sont peu sensibles, parce que tant qu'une entreprise n'est pas exposée, elle pensera toujours que ça ne peut pas lui arriver. À l'heure actuelle, les PME sont plutôt en phase d'acquisition de technologies de base pour se protéger, mais elles ne sont pas encore prêtes à investir du temps pour choisir la meilleure sécurité. Pour mutualiser les coûts, l'avenir de la cybersécurité pour les PME se fera dans le cloud.

Néanmoins, la prise de conscience s'accélère ?

Les budgets se débloquent en fonction de la météo de la cyberattaque. Donc, la crise que nous venons de vivre aura peut-être des conséquences sur ces budgets. Un autre facteur pourrait accélérer demain la prise de conscience: c'est le rôle que joueront les assurances, qui se

structurent sur le sujet et qui imposeront aux PME de mesurer leur exposition au risque cyber.

Quels enseignements tirez-vous de cette crise sanitaire ?

La situation a montré à quel point le numérique est un des maillons forts de notre résilience. Mais pour tenir toutes ses promesses, cet environnement numérique doit être sécurisé. Le risque cyber doit sortir de son champ initial pour remonter au niveau sociétal, économique et politique. L'Europe doit s'imposer. Des financements doivent être débloqués pour irriguer le réseau des PME qui portent en leur cœur ces capacités d'innovation et d'agilité. Il faut également penser la cybersécurité de demain sous le prisme de la coopération et de la cocreation. Enfin, le Campus Cyber qui devrait voir le jour, à Paris, dès 2021 sur le sol national est une opportunité de grande valeur pour former les talents de demain.

Hélène Lascols



© ÉGÉRIE SOFTWARE

SOFIA COSMÉTIQUES RETROUVE SON NIVEAU DE PRODUCTION

La PME Sofia Cosmétiques fabrique en marque blanche des produits de beauté, d'hygiène et solaires à Carros, près de Nice. Après avoir fabriqué des centaines de tonnes de gel hydroalcoolique pendant le confinement, elle est revenue à son cœur de métier et voit l'avenir avec optimisme.

moyen terme n'est pas particulièrement favorable, elle n'est pas catastrophique non plus. Disons que nous sommes neutres. Nous verrons.»

UN SECTEUR PEU IMPACTÉ ?

De nature optimiste, ainsi se définit-il volontiers, Alexandre Dingas conserve toute sa foi dans le secteur de l'hygiène, du bien-être et de la beauté dans lequel évolue son laboratoire. Selon lui, et malgré le contexte économique mondial, l'impact sera faible car les consommateurs ne modifieront pas ou peu leurs habitudes et donc leurs dépenses. « Contrairement à l'habillement par exemple, les produits d'hygiène sont des produits importants, qui ne nécessitent pas de gros investissements. Un peu comme l'alimentation. Je pense que nous connaissons un léger tassement sur le second semestre, nous serons un peu en deçà de 10 à 15% sur la période entre août et décembre, mais je pense qu'il y aura une reprise en 2021 et que globalement, l'année ne sera pas vraiment moins bonne que la précédente, cela grâce notamment à la production de gel hydroalcoolique que nous avons assurée pendant le confinement. »

Un optimisme renforcé par une gestion « serrée » des cordons de la bourse de la société, une attention toute particulière portée sur les dépenses courantes, sur les surstocks éventuels à éviter... mais sans davantage de craintes. Quant à l'éventualité d'une « deuxième vague », c'est un scénario qu'Alexandre Dingas n'envisage même pas. « Je n'arrive pas à imaginer un reconfinement. Ce serait une telle catastrophe économique pour le pays. Et je ne vois pas comment on gérerait cela au niveau de l'entreprise, je ne le considère même pas comme une hypothèse. » **Olivia Oreggia**



Alexandre Dingas dirige le laboratoire Sofia Cosmétiques à Carros, près de Nice.

Dans l'usine de Carros, près de Nice, les lignes de production ont repris leur rôle premier dédié aux produits d'hygiène, de soin et crèmes solaires. Depuis 1989, Sofia Cosmétiques élabore, développe, fabrique et conditionne gels, shampoings, crèmes, laits et lotions en marque blanche. Fini donc le gel hydroalcoolique qui répondait à l'urgence de la crise sanitaire pendant le confinement. « Le marché du gel hydroalcoolique est aujourd'hui saturé. Nous avons créé un produit unique et innovant, une émulsion hydroalcoolique, mais nous ne la proposerons qu'après septembre. Cela restera une production à la marge », précise Alexandre

Dingas, fondateur et dirigeant du laboratoire azuréen (70 salariés, CA 2019 : 10 M€).

UNE PRODUCTION REVENU À 85%

Sofia Cosmétiques - Société Française d'Ingénierie Appliquée - est présente dans plus de 40 pays, sur tous les continents. Près de 80% de son activité est ainsi réalisée à l'export, principalement vers l'Afrique du Nord, le Golfe Arabo-Persique et la Chine. « Nous sommes globalement revenus à la normale. La production atteint près de 85% de son niveau habituel. Il y a encore 15% qui nous échappent dans des pays qui ne sont toujours pas déconfinés, à l'image par exemple de la Colombie ou du Maroc où la situation reste tendue. Le marché français reste quant à lui un peu en dessous, mais dans l'ensemble, on ne s'en sort pas trop mal. Si la vision à

— William Meynard, président de TPFi

« NOUS VOULONS FAIRE VALOIR UNE CLAUSE D'IMPRÉVISIBILITÉ »

La crise sanitaire a freiné la croissance de TPFi, filiale marseillaise du groupe belge TPF, positionnée dans l'ingénierie du bâtiment, les infrastructures et l'eau. Explications du directeur William Meynard.

Comment avez-vous vécu le confinement chez TPFi ?

Tous les chantiers ont été à l'arrêt en mars et en avril. Nous avons mis nos effectifs en chômage partiel. À ce titre, la réponse du gouvernement a été parfaite. Sans ce dispositif, nous ne pouvions pas tenir. Désormais, l'ensemble des chantiers est bien évidemment reparti, mais les contraintes sanitaires sont bien présentes et viennent ralentir les projets. Sur 18 mois de chantier, c'est problématique si nous nous retrouvons avec trois mois de travail en plus sans être rémunérés, car cela fait près de 16 % en plus. Le coût supplémentaire peut parfois se chiffrer à 10 000 ou 20 000 euros pour nous, donc quand on cumule tous les chantiers sur lesquels nous intervenons cela peut rapidement se chiffrer en millions d'euros. L'an dernier nous avons eu 1 600 clients différents. Nous souhaitons faire valoir une clause d'imprévisibilité pour compenser ce problème. Nous sommes en discussion. Quelques clients publics et privés semblent réagir positivement à nos propositions. La crise sanitaire, liée aux élections et à leur impact négatif sur les appels d'offres, a eu un impact sur la croissance que nous avons retrouvée en 2019.

Comment se porte TPFi ?

En 2017, après une longue série de rachats et de réorganisation de

l'entreprise, nous avons dû mettre en place un plan de restructuration qui nous a permis de retrouver l'équilibre en 2018. En 2019, en revanche, nous avons renoué avec la croissance, en enregistrant près de 30 % de croissance dans la prise de commandes. Sur le début d'année 2020, nous étions bien partis pour faire près de 5 % de croissance jusqu'à la crise sanitaire. Aujourd'hui, nous sommes 440 salariés et nous enregistrons 46 millions d'euros de chiffre d'affaires au travers de trois filiales. Nous sommes présents sur l'ensemble du territoire national, à travers un réseau de huit directions régionales d'études et de suivi de chantier.

Vous intervenez pour 65 % dans le secteur public et pour 35 % pour des opérateurs privés. Quelle est votre stratégie de développement ?

Nous sommes à 76 % sur des opérations dans le secteur du bâtiment et pour près de 20 % dans les infrastructures. Dans tous les cas, nous souhaitons monter en gamme en termes de projets. Nous voulons notamment développer les opérations dans les secteurs de la santé par exemple, comme les cliniques, les laboratoires ou les centres hospitaliers. Nous travaillons ainsi actuellement sur un nouvel hôpital à Rabat, au Maroc, dont la livraison est



© DGZ

prévue pour 2023. Ce sont des dossiers avec beaucoup de techniques qui nous intéressent. Nous sommes également sur la réalisation du centre aquatique de Manosque, prévu pour 2022 et sur des centres de gestion des déchets ou des stations d'épuration sur des procédés nouveaux, très environnementaux. Par ailleurs, nous ambitionnons de nous positionner sur des affaires plus importantes. Nous visons des dossiers entre 5 et 20 millions d'euros, voire plus.

Didier Gazanhes

— Franck Bardini, directeur des opérations de **Tournaire Équipement**

« NOTRE PLATEFORME PERMETTRA À NOS CLIENTS D'ACCÉLÉRER LEUR INNOVATION »

Depuis 1833, Tournaire (300 salariés, 70 M€ CA), entreprise familiale basée à Grasse, est spécialisée dans les emballages et équipements pour le secteur des arômes et parfums. Elle inaugure une plateforme d'innovation collaborative dédiée aux ingrédients naturels. Pour Franck Bardini, directeur des opérations, elle doit permettre aux grands groupes et autres PME d'être accompagnés jusqu'à l'industrialisation.

Comment se porte Tournaire aujourd'hui ?

En 2015, nous avons décidé de nous consacrer à 100 % au marché du naturel. Un bon choix puisque la demande est très forte aujourd'hui. En 2017, nous avons redéployé une offre de services, en doublant le bureau d'études qui compte 9 personnes aujourd'hui. Nous nous sommes repositionnés sur la chaîne de valeur, en amont des projets. Nous nous détachons donc déjà de notre positionnement de fabricant-concepteur pour permettre à nos clients d'avancer dans leurs projets et les accompagner jusqu'au bout. Nous avons augmenté notre activité de 1,5 million d'euros en moins de trois ans sur cette activité services. L'an dernier, nous avons donc conforté ce développement et lancé ce projet de plateforme pour un investissement d'un million d'euros.

À qui s'adresse cette plateforme ?

Notre ambition avec WiNatLab est d'être, pour nos clients, un outil d'accélération de leur innovation.

Elle s'adresse à toutes les industries déjà implantées dans le domaine du naturel en regroupant toutes les technologies « industrielles » éprouvées, avec un certain nombre d'innovations. Dans le cadre de son développement, tout acteur qui veut tester une matière première pour évaluer le rendement ou un procédé peut en être client. Les pôles de compétitivité ou les plateformes technologiques très pointues sont souvent déconnectés d'une réalité industrielle. Nous avons la capacité à amener une transformation vers l'industrie.

Mais ces clients ne sont-ils pas déjà eux-mêmes équipés pour mener ce type de tests ?

C'est très variable. Les grands groupes ont des laboratoires, mais pour continuer à innover, ils ont souvent en parallèle des microcellules qui ne sont pas équipées et qui trouveront un grand intérêt à utiliser une plateforme comme la nôtre. Les PME-PMI sont quant à elles souvent équipées de façon modeste. Et puis il y a énormément de

Baptisée WiNatLab, la plateforme d'essais pilote du grassois Tournaire, dédiée au traitement du naturel, sera opérationnelle en septembre.



© TOURNAIRE

nouveaux entrants dans le marché du naturel. Par exemple, un de nos clients européen spécialisé dans certains types d'épices, générant un volume de résidus importants qu'il identifiait comme des déchets. Il s'est finalement rendu compte qu'il pouvait en extraire une huile essentielle. Typiquement, la plateforme pourra l'accompagner dans ses études de marché, pour accélérer le processus d'innovation...

Cela pose la question, sensible, de la confidentialité...

C'est un vrai sujet. Nous y travaillons avec un cabinet. Nous voulons vraiment amener toutes les garanties à nos clients quant à « l'étanchéité » de ce qui va se produire ou se faire sur leur projet. Notre positionnement nous aide car nous ne sommes dans aucune concurrence directe avec eux. Notre rôle n'est pas de produire mais de les accompagner dans leur innovation. Bien sûr, l'aboutissement est de développer l'activité Tournaire Équipement et de vendre plus d'équipements, mais dans des conditions plus pertinentes que ce que nous faisons aujourd'hui.

Olivia Oreggia

Audacieux mais accompagné

Nos experts vous accompagnent dans la mise en place du dispositif de Protection Sociale de votre entreprise.

Jérémy S.
Start-uper à Fréjus



☎ 09 71 09 09 09

PRIX D'UN APPEL LOCAL

www.mutuelle-emoa.fr

EMOA Santé Entreprises

La complémentaire santé dédiée à la protection sociale de vos salariés.

PRÈS DE VOUS, PRÊTS POUR DEMAIN

EMOA Mutuelle est une marque d'EMOA Mutuelle du Var.
Siège administratif : 285, rue de la Cauquière - CS 60117 - 83184 Six-Fours-les-Plages Cedex.
Mutuelle soumise aux dispositions du livre II du Code de la Mutualité - SIREN 783 169 220.

emoa.
Mutuelle du Var

Avec Hyliberty, César Longeville, Zayd Hassoune et Olivier Martin misent sur l'hydrogène pour proposer une alternative écologique au monde de la plaisance.



© HYLIBERTY

HYLIBERTY OFFRE UNE SECONDE JEUNESSE ÉCOLOGIQUE AUX BATEAUX

La start-up Hyliberty, incubée au sein de la Nursery de Kedge Business School Toulon et imaginée par trois étudiants de l'école, veut proposer, dès 2021, une solution de refit écologique, à base d'hydrogène, aux propriétaires de bateaux.

LES CRÉATEURS

César Longeville, Olivier Martin et Zayd Hassoune se sont rencontrés sur les bancs de Kedge Business School, en Master 1 Ingénieur d'affaires. Le premier travaille dans le nautisme depuis quatre ans, le deuxième est diplômé d'une licence professionnelle en génie mécanique et le dernier, diplômé d'un DUT en chimie, a travaillé pendant deux ans dans le secteur nucléaire.

LE CONCEPT

Ensemble, ils veulent accompagner les propriétaires de bateaux vers la transition écologique et ont misé sur l'hydrogène, une énergie propre, pourvue d'avantages énergétiques, en pleine expansion. « Nous avons travaillé sur un système, qui consiste à créer un gaz hydrogène/oxygène, appelé HHO, directement à bord du bateau par une électrolyse. Le gaz obtenu est dirigé vers le circuit d'air des moteurs où il se mélangera avec le carburant normal. Ce gaz HHO va alors optimiser la combus-

tion, dégageant plus d'énergie pour la même quantité de carburant injectée », détaille César Longeville. Grâce à cette technologie, Hyliberty promet une baisse de consommation de carburant de 20 à 30 %, une réduction des nuisances et des émissions de particules CO². La R & D, la conception et le dépôt de brevets autour de cette solution de remotorisation propre sont en cours de finalisation avec le concours de deux ingénieurs.

LES PERSPECTIVES

Les trois associés ont mené une étude auprès de 150 propriétaires pour déterminer leur offre et leur positionnement sur le marché des bateaux de 10 à 30 mètres en région Paca, « un marché qui représente plus de 20 700 voiliers et bateaux à moteurs », souligne Zayd Hassoune. Au cours de cette étude, « 8 propriétaires sur 10 ont exprimé leur intérêt et leur souhait d'être recontactés dès la mise en place de nos solutions », ajoute César Longeville. Actuellement incubée au sein de la Business

Nursery de Kedge Business School Toulon, l'entreprise pourrait voir le jour en 2021, « le temps pour nous de prouver la rentabilité énergétique de ce système, de sortir un premier prototype à la rentrée et de crédibiliser notre démarche en remportant différents concours, auxquels nous avons postulé. »

Au-delà d'une simple commercialisation de produits, Hyliberty veut mettre en place un écosystème permettant à ses clients d'opter pour un système de financement permettant de lisser leur investissement, de bénéficier d'avantages préférentiels sur l'assurance de leur bateau ou d'un service de courtage pour les aider à vendre plus rapidement leur bateau. Les trois associés ont aussi imaginé la création d'un club de navigateurs responsables et militent pour la création d'un label environnemental donnant droit à la libre navigation. « La première année nous estimons pouvoir intégrer 40 solutions HHO, assurant 90 % de notre chiffre d'affaires, estimé à 300 000 euros, le courtage de trois bateaux représentant les 10 % restants. Nous prévoyons une croissance d'environ 30 % du chiffre d'affaires les années suivantes », confient les trois associés, qui savent déjà qu'ils devront passer par une levée de fonds.

Hélène Lascols



Avec sa nouvelle solution digitale Max, la start-up 1Check (9 collaborateurs) simplifie encore la relation client-hôtelier.

1CHECK DIGITALISE LES MÉTIERS DE L'HÔTELLERIE

En facilitant les remontées d'informations grâce au digital, 1Check optimise le fonctionnement des métiers de l'hôtellerie à chaque étage, depuis 2012. Le chemin a pourtant été sinueux. Mais dans l'ère post-Covid, de belles perspectives s'offrent à la start-up niçoise.

A l'heure de la digitalisation, de très nombreux hôtels en sont encore au papier et au stylo. 1Check (9 collaborateurs) propose un outil pour faciliter le travail des équipes au quotidien, du ménage à la maintenance ou à la réception.

LE NUMÉRIQUE À LA FOIS POUR LES CLIENTS ET LES ÉQUIPES

Née en 2012, l'entreprise a réellement démarré son activité en 2015. Un temps nécessaire pour « évangéliser » le marché, selon le terme de Pierre Lafon, cofondateur de 1Check. « La digitalisation de l'hôtellerie avait été entamée mais elle était toujours tournée vers le client, avec par exemple des bornes de check in et check out ou l'installation du wifi. Les équipes, elles, étaient délaissées. Avec notre solution, une femme de chambre peut signaler un problème, photos à l'appui, depuis une chambre. L'information arrive directement

au responsable maintenance. Avant cela, il fallait un nombre incroyable d'allers-retours pour transmettre l'information. » Une réalité que connaît bien son épouse et cofondatrice de l'entreprise, Virginie Lafon, aujourd'hui gouvernante générale du prestigieux hôtel Negresco sur la Promenade des Anglais et avant cela au sein du Radisson Blu à Nice et du Fairmont Monte Carlo. De son expérience est né 1Check. Et de ses épreuves au concours de Meilleur Ouvrier de France dont elle est lauréate et pour lequel le couple avait initialement élaboré l'application.

DES CLIENTS SÉDUITS EN EHPAD OU CAMPING

Mais être pionnier n'est pas toujours un avantage. Ainsi, le premier client n'est pas venu de l'hôtellerie. Pas plus que le deuxième ou le troisième. « La productivité n'est pas forcément un mot-clé dans l'hôtellerie. Il était difficile de trouver l'écoute des directeurs. Notre premier client a été une propriété de luxe de la Côte d'Azur, fonctionnant comme un hôtel avec gouver-

nante, femmes de chambres... Notre deuxième client, un EHPAD du Var. Ce n'était pas un secteur que nous avons identifié mais il s'agit toujours de gestion d'hébergement. Puis il y a eu un camping à Grimaud. » Les thématiques étant très transversales, cette même innovation a aussi séduit des sociétés prestataires dans la gestion de la propreté des tramways à Nantes et à Rennes. Avant que 1Check ne trouve enfin sa place dans des hôtels, quoiqu'étonnément encore peu sur la Côte d'Azur.

La crise sanitaire a accéléré les choses pour la start-up niçoise qui a développé avant le Covid, et lancé aujourd'hui un assistant digital multilingue sans contact baptisé Max. Il permet via son smartphone de signaler un problème de maintenance ou de faire appel au room service ou au bagagiste directement. « Il suffit d'afficher en chambre une feuille avec un sticker sans contact. Les hôtels s'interrogent de plus en plus sur l'utilité des téléphones fixes. Au-delà des raisons sanitaires, ils y voient des économies à réaliser en les supprimant. Nous avons des marques d'intérêt de la totalité de nos clients existants et sur de nouveaux sites, soit entre 400 et 450 installés ou en cours d'installation. »

UNE NOUVELLE LEVÉE DE FONDS EN COURS

Les clients de 1Check sont aujourd'hui en France, en Europe (notamment les hôtels du parc d'attractions espagnol PortAventura) et bientôt à Montréal. Après un arrêt dû au confinement en mars, les perspectives sont « très bonnes » pour l'entreprise niçoise. « Notre chiffre d'affaires dépassera le million d'euros. Nous avons prévu un redémarrage en septembre. Cela s'est fait finalement en mai, grâce à l'hôtellerie de plein air. » En 2017, 1Check avait bouclé un tour de table d'un million d'euros, auprès notamment du fonds tourisme de BpiFrance. Une nouvelle levée de fonds est engagée. Elle pourrait être bouclée à l'automne.

Olivia Oreggia

POC STUDIO VEUT RÉVÉLER LES INITIATIVES « VERTES » DU PORT

La jeune société POC Studio est lauréate, avec le centre commercial marseillais Les Terrasses du port, du Smartport Challenge, qui a pour vocation d'associer une start-up à un projet proposé par une grande entreprise du port de Marseille. Elle se positionne sur un créneau particulier : le prototypage collaboratif. D'ici à décembre, elle doit faire émerger des solutions numériques innovantes, interactives et pédagogiques destinées à mettre en valeur les actions « vertes » des acteurs présents sur le port.

La deuxième édition du Smartport Challenge, organisé par le Grand Port maritime de Marseille, la CCI Aix-Marseille Provence et Aix-Marseille Université, a proposé huit « défis » issus de grandes entreprises du port de Marseille-Fos, à des start-up. Pour son défi consistant à valoriser les initiatives durables des acteurs du port, le centre commercial Les Terrasses du port (groupe Hammerson) a choisi de s'adosser à la start-up POC Studio, créée en janvier 2020 à Cabriès et spécialisée dans le prototypage collaboratif et la co-innovation. Ensemble, ils ont jusqu'à décembre pour imaginer une « solution numérique innovante,

Arthur Schmidt, créateur de la jeune société POC Studio près de Marseille.



interactive et pédagogique à destination du grand public » pour mettre en valeur les actions « vertes » des acteurs publics et privés du port.

PASSÉ PAR L'INCUBATEUR AIXOIS THE CAMP

Ingénieur et designer industriel, Arthur Schmidt, le fondateur de POC Studio, compte plus de dix ans d'expérience à accompagner des entreprises dans leur processus d'innovation. « J'ai tout d'abord travaillé à Paris chez Nod-a, spécialiste du Makestorming, (qui a pour objectif d'appliquer aux grands groupes les méthodes agiles mises en place dans les start-up), où j'ai développé des méthodes d'accompagnement pour aider des équipes à travailler ensemble sur des projets, à développer des idées et à les prototyper. J'ai ensuite passé quatre ans à Montréal où j'ai créé une association autour des idées de culture et de technologie », commente le jeune créateur, qui est ensuite revenu en France, plus précisément à Aix-en-Provence, recruté par The Camp avec l'objectif de développer une offre « prototypage ». C'est d'ailleurs en 2019, au sein de The Camp, qu'il a découvert le Smartport Challenge.

« LE PROTOTYPAGE PEUT ÉVITER DE SE TROMPER »

Il quitte The Camp en septembre 2019 pour créer sa propre structure : POC Studio. « J'accompagne des porteurs de projets et des entreprises dans la

concrétisation de leurs idées grâce au prototypage. L'intérêt de prototyper c'est d'expérimenter, de récolter du « feedback », de faire la preuve de la viabilité d'une idée et éventuellement même de se tromper rapidement. POC signifie ainsi Proof of concept (preuve de concept) », explique le dirigeant. Sa société a déjà séduit de grandes entreprises. « Nous avons récemment animé une semaine de prototypage à distance pour le compte du groupe de protection sociale Malakoff Humanis. Nous avons installé un studio télé haute définition avec régie afin de permettre à chaque intervenant de participer à distance dans les meilleures conditions », décrit Arthur Schmidt. POC Studio peut intervenir en tant qu'agence en fédérant des compétences liées aux projets, ou plus simplement en tant que conseil afin d'accompagner et de rendre autonome des personnes qui porteront des opérations. « Je travaille beaucoup sur l'idée de mettre les gens en capacité de se débrouiller par eux-mêmes ensuite. Il n'existe pas de prototype idéal. Tout dépend des objectifs, des moyens, des personnes, du temps. Parfois, ce sont des solutions toutes simples qu'il faut mettre en œuvre afin de valider une idée : une simple page web, une vidéo de présentation, peuvent ainsi suffire à franchir des étapes. Il n'est pas nécessaire d'aboutir à un produit fini pour avoir des retours. C'est tout l'intérêt du prototypage... ».

Didier Gazanhes

TOULON **SERVICES**

La start-up Cartesiam s'associe à VapéRail International

La PME VapéRail International (CA 2019: 9M€), spécialiste des produits de fixations ferroviaires et de maintenance connectée implantée dans l'Ain depuis 40 ans, initie un partenariat avec la start-up toulonnaise Cartesiam, éditrice de logiciels B to B (NanoEdge AI Studio) spécialisée en intelligence artificielle embarquée dans les objets. Grâce à ce partenariat, VapéRail détectera ainsi plus facilement les comportements anormaux, répondra davantage aux exigences de la maintenance prédictive et pourra optimiser son offre.



© ADOBE STOCK

MARSEILLE **E-SPORT**

MCES lève 2,5 millions d'euros

Malgré un contexte incertain lié au coronavirus, la société marseillaise MCES (20 salariés), positionnée sur le marché de l'e-sport et créée en 2018 à Marseille par Romain Sombret, a bouclé une levée de fonds de 2,5M€. Un tour de table réalisé avec le fonds Région Sud Investissement, le groupe Soccer Lab5, basé à Los Angeles et une vingtaine d'entrepreneurs et de business angels qui va permettre à l'entreprise d'optimiser les conditions de détection, d'entraînement et d'encadrement des joueurs, et de se renforcer avec le recrutement de deux personnes.

MARSEILLE **TÉLÉCOMS**

Hexagone Mobile veut booster sa croissance

La start-up Hexagone Mobile, spécialiste du téléphone reconditionné créée en 2015, est en croissance et a clôturé le bilan 2019 à 2 millions d'euros de chiffre d'affaires. La société a, en plus de sa boutique aixoise, ouvert son siège de 300 m² dans le 10^e arrondissement de Marseille et recrute deux nouveaux collaborateurs. Pour soutenir sa croissance et absorber le choc de la crise sanitaire, la société est en discussion avec une banque locale pour un prêt garanti par l'État de 300 000 euros. Son dirigeant Amine Ben Abdallah prépare également une levée de fonds de 5 millions d'euros sur 2021.

**VOUS VOULEZ
UNE PREUVE
DU POUVOIR DU
COLLECTIF ?
EN VOICI CINQ.**



- » Soutenir financièrement les entreprises et entrepreneurs touchés par la crise sanitaire au moyen d'un fonds de soutien et d'un report des cotisations dans le cadre d'un plan de solidarité de **150 millions d'euros**.
- » Développer auprès de nos adhérents le service de téléconsultation MesDocteurs* pour lequel les demandes ont été **multipliées par 6**.
- » Maintenir le lien avec nos adhérents les plus isolés avec plus de **145 000 appels** réalisés pendant le confinement grâce à la mobilisation de nos salariés et des représentants des adhérents.
- » Aider les entreprises à reprendre leur activité par la mise à disposition d'un **kit de déconfinement** avec des solutions concrètes disponibles sur www.covid19.groupe-vyv.fr
- » Participer à la sauvegarde et à la création d'emplois dans les régions grâce au Fonds Harmonie Mutuelle Emplois France de **200 millions d'euros**.

Retrouvez nos engagements pour continuer à faire grandir le pouvoir du collectif sur harmonie-mutuelle.fr/solidaire



**Harmonie
mutuelle**

GRUPE **vyv**

AVANÇONS *collectif*



Le nouveau propriétaire du Château de La Barben, Vianney d'Alançon, veut faire revivre ce monument historique et ses 400 hectares de domaine autour d'un projet, baptisé Rocher Mistral.



©DR

LE CHÂTEAU DE LA BARBEN SE RÊVE EN « PUY DU FOU » PROVENÇAL

Quelques mois après le rachat du Château de La Barben, son nouveau propriétaire Vianney d'Alançon vient de dévoiler Rocher Mistral, un univers de spectacles et d'animations, inspiré du Puy du Fou. L'investissement de 20 millions d'euros doit générer la création de 200 emplois directs et fédérer les acteurs du territoire.

A partir de 2021, le Château de La Barben écrira une nouvelle page de son histoire, commencée il y a près de 1 000 ans. Venant d'être racheté par l'entrepreneur Vianney d'Alançon, ce château, construit entre le XIIe et le XIXe siècles et situé dans les Bouches-du-Rhône, près de Salon-de-Provence, va se transformer en un lieu touristique, qui va prendre le nom de Rocher Mistral.

Sur le domaine de 400 hectares, le nouveau propriétaire s'apprête à investir plus de 20 millions d'euros durant les 14 prochains mois pour faire de ce château classé monument historique, un lieu de spectacles et d'animations, un lieu d'expression de la culture provençale, un lieu d'expériences inédites pour un large public. En définitive, un Puy du Fou provençal, qui « fédérera l'ensemble des acteurs du territoire. »

OBJECTIF : 300 000 VISITEURS PAR AN

Le projet de Vianney d'Alançon est articulé autour de six spectacles vivants. Allant se dérouler aussi bien à l'intérieur qu'en extérieur et de jour comme de nuit, ils doivent faire vivre le site toute l'année. Pour porter ses ambitions, deux associations, une société d'exploitation agricole et une SAS ont été créées. Un pôle restauration verra également le jour en partenariat avec le chef étoilé marseillais



Gérald Passadat (Le Petit Nice). Pour la première année d'exploitation, le nouveau propriétaire du château de La Barben attend quelque 300 000 visiteurs. Si le Puy du Fou joue dans une autre cour, avec ses plus de 2 millions de visiteurs annuels et ses 300 millions d'euros de retombées, Vianney d'Alançon a néanmoins la conviction que son projet générera « de grandes retombées économiques (en cours de chiffrage, NDLR) et médiatiques, en plus d'être un important vecteur de lien social. » Pour bâtir son futur site touristique, Vianney d'Alançon est soutenu par les banques locales et ses partenaires, Benoît Habert (famille Dassault), Vincent Montagne (directeur général du groupe de presse et de production audiovisuelle Média Participations et président du

Syndicat national de l'édition) et la famille Deniau, illustrée par l'homme politique et écrivain Jean-François Deniau (1928-2007) déjà engagés à ses côtés dans la renaissance touristique de la forteresse de Saint-Vidal en Auvergne, à travers la création de spectacles.

CRÉATION DE 200 EMPLOIS AU CHÂTEAU

À la vue des personnes présentes lors de la présentation du projet de Vianney d'Alançon, on peut supposer que l'entrepreneur a déjà relevé une partie de son pari. Nicolas Isnard, le maire de Salon-de-Provence, s'est ainsi félicité qu'une telle initiative puisse naître sur son territoire. De son côté, Monique Cassar, la présidente de la délégation des Bouches-du-Rhône de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, voit dans ce projet « 1 000 possibilités d'intervention pour les entreprises

artisanales. » Les travaux seront en effet lancés à la rentrée 2020 pour une ouverture prévue courant 2021. De quoi donner un peu de baume au cœur aux entreprises du bâtiment de la région. « Face à la crise sanitaire actuelle entraînant une grave crise économique et sociale, nous souhaitons prendre toute notre part à l'effort collectif et faire du Château de La Barben un des leviers de la solidarité locale entre entreprises et pouvoirs publics actifs sur la région », souligne Vianney d'Alançon. Une fois le chantier terminé, le site doit générer 200 emplois directs et autant en indirect. Après avoir lancé, en plein confinement, un site web pour inviter tous ceux qui le souhaitaient à rejoindre cette aventure, le nouveau maître des lieux indique avoir reçu plusieurs milliers de CV.

Hélène Lascols

ABONNEZ VOUS



Votre magazine livré **chaque mois** dans votre boîte aux lettres. Vous y trouverez **nos rubriques** Solutions, Grand Angle, Nominations, Success Stories, Innovations, Stratégie, etc ...



Tous les matins, dès 7 heures recevez votre newsletter pour un résumé de l'information économique de votre région.

BÉNÉFICIEZ DE NOMBREUX AVANTAGES



Accédez au Journal des Entreprises depuis n'importe quel support. Ordinateur, tablette, smartphone, le Journal des Entreprises **vous accompagne partout**, sur tous vos déplacements.



Accédez à la **liseuse en ligne** depuis votre compte sur notre site web. Rubrique mes magazines.

LE PÔLE DE COMPÉTITIVITÉ TERRALIA-PASS DEVIENT INNOV'ALLIANCE

Après la fusion voici maintenant un an des pôles de compétitivité Pass (Parfums Arômes Senteurs Saveurs) et Terralia, labellisés depuis 2005, le pôle Terralia-Pass change d'identité et devient Innov'Alliance. Il se positionne sur quatre filières industrielles : l'alimentation, la cosmétique, les ingrédients santé et les compléments alimentaires et les parfums et arômes.

« **L'**originalité du pôle Innov'Alliance est d'assembler des métiers qui jusque-là travaillaient chacun de leur côté », décrit Yves Faure, président de la structure, nouvelle identité du pôle de compétitivité Terralia-Pass issu de la fusion des pôles Terralia et Pass (Parfums Arômes Senteurs Saveurs) en 2019. « Le pôle n'est pas l'outil de l'agroalimentaire ou de la cosmétique, c'est désormais celui de nos quatre grandes filières industrielles (alimentation, cosmétique, ingrédients santé et compléments alimentaires, parfums et arômes, NDLR) afin de mettre en place des projets d'innovation. Nous avons ainsi créé une marque commune qui n'est plus dirigée vers le passé. La nouvelle identité consensuelle est là pour tourner la page et affirmer notre véritable positionnement », ajoute-t-il.

PESER AU NIVEAU NATIONAL ET EUROPÉEN

Le nouveau pôle compte aujourd'hui 440 membres, entreprises, organismes de formation et centres de recherche, regroupant près de 50 000 emplois et représentant un chiffre d'affaires de 35 milliards d'euros. « Nous voulons vraiment être un outil d'aide à la croissance et au développement économique des entreprises innovantes. Nous visons ainsi les 600 membres et les 300 nouveaux projets de R & D d'ici à 2022 et nous ciblons tout particulièrement les entreprises



Yves Faure, président d'Innov'Alliance.

innovantes et les acteurs de la recherche et développement », explique Yves Faure. La fusion des deux pôles Terralia et Pass visait à obtenir une taille critique. « Un pôle c'est avant tout un réseau qui a pour vocation de faire travailler ses membres en commun. Il faut un certain nombre de membres pour que le système fonctionne. Avec nos 440 adhérents, nous sommes désormais à même de tisser des liens entre eux et de commencer à peser au niveau national et même européen », décrit le président de la structure. La fusion, qui s'est étalée sur deux années, n'a pas

entraîné de suppression d'emplois et Innov'Alliance compte aujourd'hui près de vingt collaborateurs sur trois sites (Avignon, Grasse et Lyon).

UN POSITIONNEMENT TRANSVERSAL

« Le végétal est désormais le point commun clairement identifié entre les quatre grandes filières du pôle. Mais c'est le consommateur qui, au final, décide. Nous avons pris conscience qu'il est aujourd'hui très attaché à la naturalité. Non seulement des produits, mais également des process. La naturalité nous apparaît donc comme un atout de développement, expose Yves Faure. Notre positionnement tire son originalité du fait de mettre cette problématique au centre de nos actions. Nous avons donc, contrairement aux autres pôles, adopté un positionnement transversal plutôt que métier. Le pôle compte deux grandes équipes. L'une planche sur les projets d'innovation et l'autre s'occupe de la veille, du financement, de la formation, des études de marché... « Nous avons été le premier pôle de compétitivité à nous doter en 2017 de son propre fonds d'amorçage, Terralia Venture Innovation, afin d'investir dans les start-up et les jeunes entreprises innovantes, dans les secteurs foodtech, winetech et agtech. Nous investissons de petits tickets, de 75 000 à 100 000 euros et nous servons ainsi de déclencheur pour d'autres financements ». En 2020, 46 nouveaux membres ont intégré le pôle dont La Vie Claire, Sodial, Yves Rocher ou encore Cassan et Gattefossé.

Didier Gazanhes

ALPES-MARITIMES **FORMATION****L'ÉCOLE INFORMATIQUE 42 OUVRE UN CAMPUS À NICE**

Après Paris, Lyon et Angoulême, l'école informatique 42, créée par l'homme d'affaires Xavier Niel en 2013, s'installe à Nice, au sein de l'Éco-Vallée. Elle accueillera sa première promotion en janvier 2021. Soutenue par la Métropole Nice Côte d'Azur et la Région Sud, l'école qui forme aux métiers de l'informatique est gratuite et accessible sans condition de diplôme. « Beaucoup de sujets d'actualité, que ce soit la cybersécurité, la blockchain, le télétravail, la gestion des supports liés au cloud, sont en périphérie d'un projet ou d'un besoin d'un point de vue informatique », souligne Rachid Abarki, qui dirigera l'antenne niçoise de cette école pas comme les autres, ouverte 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, où la pédagogie est dispensée sans cours ni professeurs mais en « mode projet ».

150 étudiants sont attendus à la rentrée mais, dans le contexte actuel et face aux demandes des entreprises déjà très fortes avant même l'ouverture, l'école 42 réfléchit à la possibilité d'ouvrir 200 à 250 places. « Tous ces métiers sont en forte tension, notamment en région Sud où se



Depuis la création du réseau en 2013, le taux de recrutement des étudiants revendiqué par les écoles 42 est de 100%.

trouvent de gros pôles d'activité comme Sophia Antipolis, Monaco ou Aix-en-Provence. Nous avons énormément de sollicitations de structures et groupes ayant de grandes difficultés à recruter des développeurs ou des profils en marketing digital, et qui doivent souvent demander

reconvertir ou monter en compétence », précise le directeur de 42 Nice. « À 40, 45 ou 50 ans, on n'est pas dépassé. Une personne qui a été manager ou chef de projet comprendra rapidement, dès lors qu'on lui donne cette sensibilité aux métiers informatiques. »

à des Parisiens de venir travailler dans le Sud, ce n'est pas simple », décrit Rachid Abarki.

Les postulants pré-sélectionnés en ligne suivront des épreuves baptisées « piscines » qui se dérouleront d'octobre à décembre. « Nous recrutons des profils qui ont déjà des bases en programmation informatique, d'autres qui sont en décrochage scolaire, ou encore des personnes qui souhaitent se

TOULON **COLLECTIVITÉ****Relance économique: la métropole fait des propositions**

La métropole toulonnaise a lancé une campagne de communication visant à inciter la consommation locale.

Un mois après la première conférence économique réunie par la métropole Toulon Provence Méditerranée pour créer les conditions « d'une résilience territoriale » et faire face à la crise économique, l'acte deux a annoncé six premières mesures : la création d'un guichet unique d'accompagnement des

entreprises, le lancement d'une campagne de communication, un accès à la commande publique facilité, la création d'un bureau des congrès et des tournages, une incitation à verser la taxe d'apprentissage aux établissements locaux et la mise en oeuvre du projet alimentaire territorial.

RÉGION SUD **ACCOMPAGNEMENT****Initiative Paca, plateforme N°1 du réseau Initiative en 2019**

En 2019, le réseau Initiative Provence-Alpes-Côte d'Azur a battu un record avec 22 487 entreprises accompagnées et 50 000 emplois créés ou sauvés. Ces chiffres placent la région en tête des régions qui ont le plus financé d'entrepreneurs dans tout le réseau Initiative en 2019. La plateforme d'accompagnement est soutenue par le Conseil régional Paca, le Fonds Social Européen, Bpifrance, la Banque des Territoires et par plus de 50 collectivités locales. Son accompagnement fait la différence puisque le taux de pérennité à trois ans des entreprises soutenues par Initiative Paca s'élève à 92%.



© DR

LE SECTEUR DE L'ÉVÉNEMENTIEL CONTRAINT DE SE RÉINVENTER

➤ Depuis mars, le secteur de l'événementiel est à l'arrêt. Les rencontres étaient toujours limitées, sauf dérogation, à 5 000 personnes jusqu'à la fin août. En Région Sud, malgré la brutalité de la situation, les organisateurs d'événements ont su se regrouper et inventer de nouvelles formes de rencontres, notamment grâce aux outils numériques.



Comme la plupart des festivals en Région Sud, le Festival d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence a été annulé.



Pprès de 15 milliards d'euros en six semaines. Ce montant vertigineux serait celui des pertes de chiffre d'affaires enregistrées par le secteur de l'événementiel en France, l'un des tout premiers à avoir été condamné à interrompre ses activités par la pandémie du coronavirus. Et le tout dernier à n'avoir pas retrouvé son activité normale avant fin août, les événements autorisés étant plafonnés à 5 000 personnes. Concerts, festivals, grandes rencontres, congrès, salons professionnels ont ainsi été annulés ou reportés.

Au rang des événements « sauvés » en Région Sud, le festival de piano de la Roque d'Anthéron (Bouches-du-Rhône) s'est maintenu avec une version « light » courant août. Le Mipim, le grand salon professionnel de l'immobilier qui réunit chaque année 30 000 visiteurs à Cannes, devrait se dérouler du 14 au 17 septembre à Paris, et devenir par la même la Paris Real Estate Week, avec pour ambition réduite de réunir 4 000 personnes afin de réfléchir notamment à l'après-crise du Covid. En revanche, le Festival de Cannes, le Festival d'Avignon, le Festival international d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence ou encore les Chorégies d'Orange n'ont pas eu lieu, privant d'activités, du jour au lendemain, les prestataires régionaux du secteur. « Nous sommes à l'arrêt depuis début mars », confie ainsi Frédéric Moschetti, qui dirige l'agence de La Ciotat SMM Events, prestataire technique spécialisé dans l'installation de scènes, de gradins et de stands, pour qui le Mipim représente en général près de 10 % du chiffre d'affaires. « À fin août, nous avons perdu au moins un million d'euros de chiffre d'affaires (sur les 2,5 M€ qu'enregistre la société annuellement, NDLR). Nous n'avons réalisé que quatre montages durant toute la période, au lieu de 150 à 200. Nous avons un carnet de commandes plein. Pour l'instant, seule une vingtaine de manifestations a été maintenue ou reportée. Si tout se passe bien, nous devrions atteindre 1,2 M€ de chiffre d'affaires, soit la moitié de notre activité. »

UNE FILIÈRE DANS L'EXPECTATIVE

Son de cloche similaire dans le Var, à Toulon, où Audrey Barrières a fondé et dirige Culturevent (CA 2018 : 93 000 euros). Pour elle et son entreprise, toute activité s'est arrêtée du jour au lendemain à la mi-mars. La start-up tourne au ralenti depuis le début de l'été.



© DR

Cédric Angelone a cocréé le Syndicat des activités événementielles pendant le confinement.

« La plupart des événements sur lesquels je devais intervenir ont été annulés, et une infime partie reportée à l'automne. Depuis la fin du confinement, j'ai eu quelques demandes de devis et je sens un petit frémissement », consent-elle, estimant que « le sens de la fête reste difficilement compatible avec les mesures sanitaires. » Créée en 2015, Culturevent met en relation musiciens et organisateurs d'événements, via une plateforme. Entreprises, agences événementielles, hôtels et palaces, conciergeries ou collectivités font appel aux services de la start-up pour mettre en musique leurs événements.

« Si les restrictions sur les rassemblements de personnes sont levées, cela ne veut pas dire pour autant que nous allons travailler, juge pour sa part Jean-François Boutin, dirigeant de Digital Vision (10 salariés - CA : 2,2 M€), prestataire technique audiovisuel basé à Nice depuis 2004. Nous étions toujours à 5 % de notre activité en termes de chiffre d'affaires à fin juillet... Nous savons que nous allons reprendre, mais pas dans quelles conditions. Concernant nos prestations dans le football, je ne suis pas très inquiet, même si cela doit prendre du temps. Mais concernant les activités d'entreprises, nous sommes davantage dans l'expectative. Quelle société prendra le risque de mettre



© DR

Économiquement, les entreprises du secteur ont survécu au plus fort de la crise grâce aux différentes aides de l'Etat: prêt garanti, chômage partiel, annulation de charges...

400 collaborateurs dans une même salle de réunion pour leur parler de l'avenir ? Pour l'heure, nos clients nous disent attendre. »

VAINCRE LA PEUR

« La peur, voilà notre problématique », souligne Loïc Macqueron, dirigeant de GMB Events (4 salariés – CA: 1,6 M€), basé à Aubagne, qui intervient dans l'organisation d'événements BtoB (séminaires, lancements de produits, conventions, soirées de gala...). « Depuis mars, nous n'avons quasiment rien fait. Début juillet 2019, notre chiffre d'affaires était d'environ 980 000 euros ; nous en sommes à 87 000 euros cette année, déplore-t-il. Nous annulons encore tous les jours des dates qui étaient programmées pour la fin d'année. Les entreprises attendent de savoir laquelle va prendre en premier le risque de réorganiser des événements... »

« Pourtant nous sommes prêts. Dans l'événementiel nous sommes habitués à couvrir les risques, à nous organiser. Nous l'avons fait pour le risque d'attentat. Il faut aujourd'hui rassurer les chefs d'entreprise », confie de son côté Christine Caïn, qui dirige l'agence événementielle marseillaise Access United. « Il existe des solutions qui respectent les règles sanitaires. L'événementiel est un outil pour créer un lien social. C'est un créateur de business, un réel facteur de croissance, même pour des événements culturels ou sportifs. Nous devons rétablir la confiance », poursuit-elle. « Avec le développement du télétravail, les change-

ments de comportement RH, les salariés vont de moins en moins souvent se voir sur leur lieu de travail. Nous serons là pour leur permettre de se retrouver à l'occasion d'un événement d'entreprise », souligne Pierre-Louis Roucariès, président du bureau des congrès régional Paca Events et président délégué d'Univem, l'Union française des métiers de l'événement.

PRÉSENTIEL, DISTANCIEL OU HYBRIDE ?

Certains événements se transforment et le présentiel est aujourd'hui métamorphosé en distanciel via des outils numériques ou en version hybride. Mais l'avis est unanime, les événements « en ligne » ne remplaceront pas les véritables rencontres. « Un séminaire ne peut pas se faire à distance. La visio ne remplacera pas l'humain, même si nous allons davantage être amenés à allier présentiel et virtuel. Il existe des outils et des lieux permettant d'intervenir à distance sur un congrès devant 600 personnes », poursuit Pierre-Louis Roucariès. « La digitalisation va dans le sens de l'histoire, mais 100 % d'événements en distanciel, ce n'est tout simplement pas possible. Il sera toujours nécessaire d'avoir des temps pour se rencontrer », ajoute Cédric Angelone, dirigeant de l'agence marseillaise Artkom et cofondateur, avec Eric Algoud de Mediacom, du tout nouveau Syndicat des activités événementielles (SAE), créé durant le confinement. La structure compte aujourd'hui 307 membres, représentant près de 2 900 salariés, et a pour vocation de regrouper l'ensemble des entreprises du secteur événementiel, mobilisées pour mettre en place de nouvelles règles prenant en compte le risque sanitaire et la sécurité du public. Si l'initiative est née en Région Sud, le syndicat compte déjà des membres issus d'autres régions.

UNE ÉTUDE ÉPIDÉMIOLOGIQUE APPLIQUÉE À L'ÉVÉNEMENTIEL

« Nous voulons être un véritable mouvement de transformation des métiers de l'événementiel, né de la nécessité de répondre à la crise du coronavirus qui

« L'événementiel est un outil pour créer un lien social. C'est un créateur de business, un réel facteur de croissance ».

Christine Caïn, dirigeante de l'agence événementielle marseillaise Access United



a complètement paralysé notre secteur et mis en danger l'ensemble de la filière», confie Cédric Angelone. Le syndicat a choisi de plancher sur quatre axes d'action prioritaires. « Si rien ne s'oppose à la reprise des événements, hormis la jauge de 5 000 visiteurs, tout doit cependant se faire dans le respect des protocoles et des gestes barrières. Nous ne voulons pas qu'il y ait de «flou». On le voit encore trop souvent, dans les restaurants, pour la Fête de la musique. Les choses ne sont pas suffisamment claires pour rassurer nos clients», poursuit-il. Le SAE a ainsi tout d'abord choisi de mettre en place une étude épidémiologique Covid-19 appliquée à l'événementiel, afin de déterminer de façon scientifique qu'il n'y a pas de risque majeur à assister à un événement de type concert avec une distanciation physique réduite. Cette étude sera menée avec EuroMédicare et le professeur Pascal Auquier, de l'Assistance publique-Hôpitaux de Marseille. « Elle pourra ensuite être utilisée pour d'autres virus. Nous devons d'ores et déjà intégrer cette problématique, comme nous l'avons fait il y a quelques années pour le risque attentat. Cette étude sera menée à l'automne et nous permettra de travailler dans la durée en intégrant le risque sanitaire », décrit Cédric Angelone.

CRÉER UN RÉFÉRENT COVID

Un livre blanc de bonnes pratiques sera également disponible courant septembre. « La crise a modifié la hiérarchie des valeurs et le secteur événementiel doit pouvoir incarner ces nouvelles attentes. L'objectif de ce livre blanc est de créer un véritable référentiel qui permettra d'identifier les organisateurs d'événements qui adhèrent à notre philosophie », plaide le codirecteur du SAE. Le syndicat propose de modifier certains points dans les dossiers de demandes de subventions ou de réponses aux marchés publics, à savoir la prise en compte des actions écocitoyennes territoriales, la dynamisation de l'attractivité économique locale et, bien sûr, le respect très strict des cahiers des charges sanitaires. Cédric Angelone va plus loin : « Nous voulons en outre instaurer la création d'un référent Covid. Cette personne sera formée et saura comment manager un lieu, les équipes et les invités. Dans tout événement, il y a des équipes de sécurité. Ces agents de sécurité doivent être notre clé pour faire clairement respecter les gestes barrières. Nous souhaitons que ce rôle de référent Covid soit encadré légalement. Il ne faut plus que les événements s'organisent dans l'improvisation et que les choses dégèrent. Ce n'est pas ainsi que nous retrouverons la confiance des entreprises. »

UN ACCOMPAGNEMENT ÉCONOMIQUE

Économiquement, les entreprises du secteur ont survécu au plus fort de la crise grâce aux différentes aides de l'Etat : prêt garanti, chômage partiel, annulation de charges... « Pour nous en sortir, nous avons sollicité et obtenu une suspension de tous les prêts d'investissements, un report du crédit-bail et nous avons décroché un prêt garanti par l'État », détaille Michael Negri, directeur général du groupe de location de matériel électrique pour l'événementiel Electrika (45 salariés - CA : 7 M€), basé à Cuers, dans le Var.

POUR LA SAFIM, « IMPOSSIBLE DE REVENIR EN ARRIÈRE »



Olivier Dudieuzère, directeur d'exploitation à la Safim

« Une crise sanitaire a fait prendre conscience de l'existence du secteur de l'événementiel et de la disparité des entreprises qu'il regroupe », souligne Olivier Dudieuzère, directeur d'exploitation à la Safim, gestionnaire du Palais des congrès et du parc d'exposition Marseille Chanot. Au total, 70 événements y ont été annulés et reportés, dont le Congrès mondial de la nature organisé par l'Union internationale pour la conservation de la nature, qui devait se tenir en juin et qui aura lieu en janvier 2021. Une perte de 6,5 M€, soit près du tiers des 20 M€ de chiffre d'affaires annuel de la Safim. « Au-delà de notre perte, nos métiers génèrent beaucoup de retombées économiques. Un congrès se traduit par

des dépenses dans des hôtels, des restaurants, des taxis et des prestataires de services. Ces retombées se traduisent par des emplois sur le territoire, non délocalisables ». Hors vacances estivales, les salons et congrès se déroulant dans la Cité phocéenne représentent près de 40 % des nuitées d'hôtels.

La Foire internationale de Marseille, qui engendre environ 5 M€ de chiffre d'affaires pour ses exposants, devrait se tenir du 25 septembre au 5 octobre. « Notre premier grand événement sera la Foire. Les mesures sanitaires comme le port du masque sont de plus en plus claires. De toute façon, nous ne reviendrons plus en arrière, estime Olivier Dudieuzère. Nous avons travaillé sur la formation du personnel avec un site internet dédié. » La Safim a également choisi d'inclure la sécurité sanitaire et ses procédures dans son processus qualité. « Nous devons garantir la sécurité à nos personnels, à nos visiteurs et surtout inscrire toutes les mesures de distanciation physiques dans la durée. »

« Pendant cinq ans, nous devons rembourser ces prêts sans avoir retrouvé une activité à 100 %. Cela s'annonce compliqué. De nombreuses entreprises vont repartir très vite après le confinement, mais toutes les sociétés dépendantes de budgets jugés accessoires, comme les nôtres, vont souffrir », déplore le dirigeant.

Le Syndicat des activités événementielles plaide ainsi largement pour libérer les entreprises des charges sociales patronales jusqu'à fin 2020, avec une éventuelle prolongation au premier semestre 2021. « Nous souhaitons également que soit prolongé le dispositif de chômage partiel jusqu'à la fin de l'année, mais avec une prise en compte à 100 % et non 84 % comme c'est le cas depuis le déconfinement. Notre métier est spécifique et la réglementation nous empêche de retrouver notre activité. Il faudrait pouvoir affiner les aides et effectivement accompagner les entreprises en fonction de leur réelle perte de chiffre d'affaires par rapport à N-1. Certains membres du syndicat sont à -80 % de chiffre d'affaires par rapport à 2019. Nous sommes face à une crise nouvelle, il faut inventer de nouveaux outils », martèle Cédric Angelone. Une chose est certaine : une seconde vague du virus serait sûrement fatale à grand nombre de sociétés dans l'événementiel.

Didier Gazanhes

LYON DISTRIBUTION

« NOUS ALLONS PASSER AUX 32 HEURES »

« Au fait, j'ai un dernier truc à vous dire ». C'est ainsi qu'à l'issue de la négociation annuelle obligatoire, Laurent de la Clergerie, président du groupe coté lyonnais LDLC, spécialisé dans la distribution de matériel informatique, a annoncé aux représentants du personnel son intention de passer à la semaine à 32 heures.

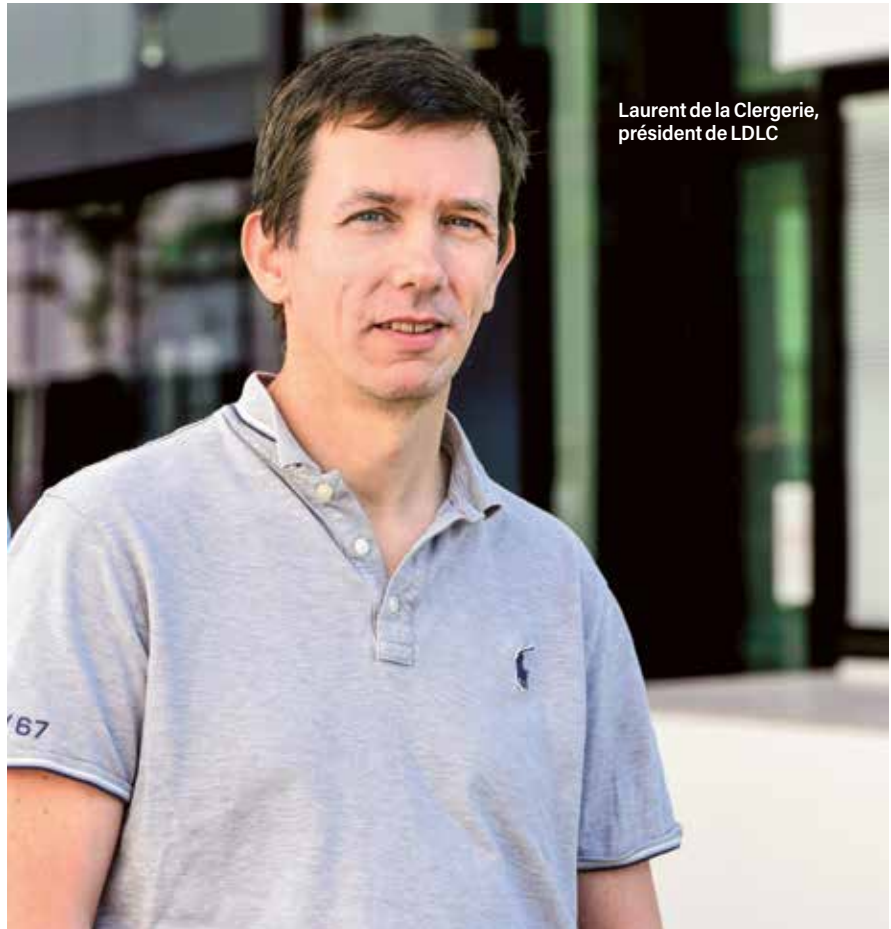
Pourquoi vouloir passer à la semaine à 32 heures sur quatre jours en janvier 2021 ? Même les représentants du personnel se sont étonnés de votre démarche...

En effet, ils m'ont dit, « LDLC a fait déjà tellement de choses ». Mais moi, je veux faire mieux que bien ! Je cherche le bien-être de mes salariés, sans perdre de vue la création de valeur. Par exemple, est-ce que l'on est aussi efficace quand on travaille 5 jours de suite que quand on travaille 4 jours ? Pas sûr. S'ils ont un jour pour faire tout ce qu'on fait traditionnellement le week-end ou le soir après le boulot – les courses, le coiffeur, etc. – et bien ils profiteront du week-end à 100 % et reviendront en pleine forme pour la semaine. Avec ce passage à 32 heures, je donne de la confiance, de l'autonomie dans le travail et, parce que j'aurai donné tout ça, je sais que la boîte va gagner en énergie.

Qui'est-ce qui va changer dans l'organisation de l'entreprise ?

Ce passage de 35 à 32 heures, ce sont trois heures d'écart qui devraient engendrer un coût d'un million d'euros par an, selon mes calculs. Cette mesure touchera en début d'année 2021 quelque 850 salariés sur un total de 1 000.

Il y aura des besoins en recrutement dans les métiers exigeant des amplitudes horaires larges, comme la relation client, l'accueil, la logistique, mais ce n'est pas très impactant. Dans un premier temps, nos filiales ne seront pas concernées. J'espère qu'elles y viendront d'elles-mêmes.



Laurent de la Clergerie, président de LDLC

© MARIE-EVE BROUET

Vous pariez sur l'intelligence collective ?

Complètement ! Et la période que nous venons de traverser me conforte dans cette idée. Notre activité pendant le confinement était proche de celle que nous connaissons avant Noël, période la plus faste pour nous. Les équipes, pour la plupart en télétravail, se sont mobilisées comme jamais ! Ce trimestre sera exceptionnel. Pour l'exercice 2020-2021, nous devrions atteindre 600 millions d'euros de chiffre d'affaires, et enregistrer une nette progression de l'Ebitda à 33 millions d'euros contre 15,7 millions d'euros en 2019-2020.

Avez-vous en tête un modèle à suivre ?

Il n'existe pas de modèle. Le siège de Microsoft au Japon, pays où les salariés accomplissent pourtant la plus grande amplitude horaire, a mis ce dispositif en place au cours d'un mois d'août. L'entreprise a alors battu des records en

termes de performance commerciale, mais sans aller plus loin dans la pratique. À ma connaissance, aucune entreprise de notre taille n'a passé ce cap des 32 heures par semaine. Nous allons maintenant entrer dans le détail, la mise en œuvre. Je vois déjà la mécanique à mettre en place, il reste à l'écrire pour créer « notre petit truc à nous » ! Par exemple, je vais commencer à payer des heures supplémentaires dès la 33^e heure, mais elle ne sera défiscalisée que si l'on dépasse 35 heures.

Cette semaine de quatre jours, est-ce une étape vers l'entreprise libérée ?

Cela fait deux ans que je cherche à aller vers l'entreprise libérée, tous les salariés savent que l'on avance vers ce modèle, prudemment.

Propos recueillis par Audrey Henrion



MAINE-ET-LOIRE SANTÉ

Kolmi-Hopen décuple sa production de masques médicaux

Leader français de la fabrication de masques médicaux, l'angevin Kolmi-Hopen enregistre une croissance sans précédent. La PME installe une nouvelle usine de 5 000 m² près d'Angers, pour faire face à un carnet de commandes qui déborde. S'étendant sur 14 000 m², sa première usine angevine tourne à plein régime, 24 heures sur 24 et sept jours sur sept. Les investissements se multiplient pour cette filiale du groupe canadien Medicom dont les effectifs devraient atteindre 270 salariés en octobre, contre 100 avant la crise sanitaire. Elle compte fabriquer dans les prochaines semaines 3,5 millions de masques par jour, soit dix fois plus qu'avant l'apparition du Covid-19. Au plus fort de la crise sanitaire, 100% des masques angevins étaient réquisitionnés par l'Etat français. Aujourd'hui, la PME peut de nouveau se tourner vers l'international. Avec succès : pour répondre à une commande de l'Etat britannique, l'entreprise implante en ce mois de septembre une usine outre-Manche.

VENDEE INDUSTRIE

LE FABRICANT DE VÉRANDAS AKENA S'OUVRE SUR L'EXTÉRIEUR

Deuxième acquisition en moins de deux ans sur le marché de l'abri de piscine pour Akena. Et pas des moindres. Le fabricant vendéen de vérandas reprend Abrisud (350 salariés, 56 M€ de CA), une PME du Gers n°1 français de l'abri de piscine. Déjà, l'an dernier, le groupe familial avait racheté le toulousain Azenco, deuxième fabricant français du secteur (250 salariés, 35M€ de CA).

Avec la reprise de ces deux acteurs occitans de l'abri de piscine, Akena double de taille, passant en 2018 d'un chiffre d'affaires de 65M€ avec 400 salariés à 160 M€ revenus et plus de 1 000 collaborateurs. Il renforce de surcroît son maillage régional, avec des usines aux quatre coins de la France. Un maillage « déterminant dans notre métier où l'on réalise du sur-mesure, avec des poses qui restent artisanales et une garantie de 10 ans sur nos produits, donc avec un SAV important », expose Christophe Chabot, le dirigeant.

NOUVELLES USINES EN VENDEE ET EN HAUTE-GARONNE

Longtemps cantonné à la fabrication de vérandas, Akena accélère aussi avec cette double acquisition une diversification menée à vitesse grand V. Outre le marché de l'abri de piscines, Akena s'est lancé il y a trois ans dans la fabrication de pergolas. Avec succès. Devant la hausse de la demande, le groupe familial créé il y a une quarantaine d'années s'appête à investir 10 mil-



Christophe Chabot, président d'Akena, reprend un nouveau fabricant d'abris de piscines.

© LE JDE

lions d'euros dans une usine de 7 000 m², située à Dompierre-sur-Yon, à proximité de son siège social. Pour fabriquer ces petites constructions de jardin, l'industriel procédera l'an prochain à une trentaine de recrutements. Cet investissement vient à la suite de l'extension de 5 000 m² de l'usine de vérandas de Dompierre et de la création d'une nouvelle usine d'abris de piscine pour Azenco, à Cazères, en Haute-Garonne.

Certes, à périmètre constant, le chiffre d'affaires 2020 s'affichera en retrait par rapport à l'année précédente, du fait de l'arrêt de la production cinq semaines provoqué par la crise du coronavirus. Mais, depuis le déconfinement, les ventes d'Akena ont bondi de 30%. Et les différents marchés de l'ETI devraient continuer à rester porteurs. Christophe Chabot compte dépasser la barre des 200 millions d'euros de chiffre d'affaires dans les cinq ans.

GIRONDE TRANSPORT

LES DIRIGEABLES DE FLYING WHALES SE POSENT PRÈS DE BORDEAUX



© FLYING WHALES

C'est finalement à Laruscade, une commune du nord de la Gironde, que va s'implanter l'usine de construction de dirigeables portée par l'entreprise francilienne Flying Whales. Un hangar de 260 mètres de long sur 60 mètres de haut accueillera la production de ces engins volants chargés de transporter des marchandises. Ils ont été conçus pour transporter dans un premier temps des

grumes de bois pour l'Office National des Forêts (ONF), un des actionnaires du projet aux côtés de la Région Nouvelle-Aquitaine et de Flying Whales HolCo. « Certains pays confrontés à des sujets de désenclavement économique peuvent imaginer un réseau de dirigeables quand ils n'ont pas les moyens de construire des routes ou qu'une activité ne justifie pas la création

d'un aéroport ou d'un port en eaux profondes », explique Sébastien Bougon, PDG de Flying Whales. En 2025, l'usine pourrait commencer à fabriquer deux dirigeables par an, puis en produire dix en vitesse de croisière. À la clé, 200 à 300 emplois.

SAVOIE INDUSTRIE

Eranova veut transformer les algues en plastique

Créée en 2016, la société savoyarde Eranova compte produire à l'échelle industrielle des plastiques à partir d'algues. Elle compte récupérer les algues qui s'échouent par les plages (et qui sont souvent envoyées à la déchetterie par les municipalités), les placer dans un bassin pour modifier leur métabolisme. Grâce à cela, la start-up fabriquera une série de matières flexibles, translucides et inodores. Des plastiques recyclables, compostables et biodégradables. La réalisation d'une deuxième levée de fonds, de 6M€, doit permettre de créer une usine dans les Bouches-du-Rhône en 2021.



© FRANK GUENTHER

NORMANDIE PLASTURGIE

Dedienne invente un masque qui se réutilise à l'infini

Fini les masques respiratoires jetables. Le plasturgiste Dedienne Multiplasturgy Group (620 salariés) a mis au point des masques réutilisables sans limite. L'industriel normand a utilisé le bioplastique PA11, un polymère haute performance 100% biosourcé. Il fabrique ses masques sur des imprimantes 3D grandes séries ou sur des machines à injection. Très légers (seulement 15 grammes), les masques normands sont hypoallergéniques, lavables au lave-vaisselle à 60°C et peuvent être stérilisés à 130°C. Dedienne Multiplasturgy Group peut en produire 10 000 par jour.



Laetitia et Ludovic Stephan, les dirigeants de Hycaris.

© Hycaris

BRETAGNE RH

LES FORMATIONS D'HYCARIS NE DURENT PLUS QUE 5 MINUTES PAR JOUR

Pour encourager salariés et dirigeants à davantage se former, la petite entreprise bretonne Hycaris, basée à Vannes, a imaginé des formations qui ne durent que cinq minutes. La plateforme web mise en place encourage les apprenants à multiplier des séances courtes dans la durée (entre 15 et 20 semaines), qui sont complétées par une visio-conférence mensuelle ainsi que par une formation en présentiel d'une demi-journée. Portant aussi bien sur la santé au travail, l'organisation, le management, les formations sont pour l'instant testées dans la région de Vannes.

PAYS DE LA LOIRE ROBOTIQUE

TRONICO ET E-COBOT CRÉENT DES ROBOTS DE DÉSINFECTION ANTI-COVID

Des robots mobiles et autonomes qui désinfectent le sol et l'air. Capables de traiter une surface de 450 m² en une heure, ils permettent d'éliminer les virus, dont la Covid-19, et la plupart des bactéries. Ces robots autonomes sont composés d'une solution de désinfection par radiation développée par le fabricant vendéen de composants électroniques Tronico (800 salariés) et d'un cobot développé par la PME nantaise E-Cobot (43 salariés). La solution est actuellement testée dans l'un des restaurants du Puy du Fou, mais aussi dans des hôpitaux, des industries et en grande distribution.



© DR

ALSACE BÂTIMENT

Les toits de Soprema luttent contre les moustiques tigres

Spécialisé dans l'étanchéité et l'isolation des bâtiments, le groupe strasbourgeois Soprema (8 000 salariés) lance une nouvelle innovation destinée à l'isolation des toitures terrasses. Ce système, composé de huit panneaux en polyuréthane, compte une pente intégrée à plus de 2%. Cette disposition a pour but d'éviter la stagnation des eaux de pluie et ainsi d'endiguer, entre autres, la prolifération du moustique tigre, présent désormais dans 57 départements français.



© STOCKADOBECOM

SOMME BÂTIMENT

Chez Thirard, la porte s'ouvre avec le pied

L'entreprise familiale Thirard (300 salariés) lance la commercialisation d'une poignée de porte qui s'ouvre avec le pied. Fabriquant des systèmes de fermeture pour portes et fenêtres (cadenas, serrures, verrous, poignées, etc.), cette PME basée dans la Somme avait conçu à l'origine ce produit pour répondre aux besoins de personnes handicapées. La crise sanitaire offre de nouvelles



© THIRARD

perspectives à cette poignée de portes, distribuée aussi bien auprès des particuliers que des professionnels.



LE FINANCEMENT DES START-UP INCERTAIN DANS L'APRÈS CORONAVIRUS

De nombreuses start-up ont réalisé des levées de fonds en France depuis le début de la crise du coronavirus. Majoritairement des jeunes pousses qui avaient fait la preuve de leur viabilité économique avant la pandémie. Mais les fonds d'investissement risquent de devenir plus prudents dans les mois à venir.

Une cinquantaine de start-up françaises ont annoncé depuis la mi-mars, en pleine crise sanitaire, des levées de fonds de plusieurs dizaines de millions d'euros. Signe que la FrenchTech a su résister à la pandémie. Champion incontesté de cette envolée financière, le site de e-commerce Vestiaire Collective (articles de luxe d'occasion) a ainsi levé 59 millions d'euros pour poursuivre son développement en Asie. Alan (assurance santé) a trouvé 50 millions d'euros tout comme Dynacure (maladies orphelines). Robocath (robotique vasculaire) a levé 40 millions d'euros, InsideBoard (transformation numérique) 25 millions d'euros, Amarenco (énergie solaire), 15 millions d'euros, Slite (travail collaboratif) - 10 millions d'euros, D-AIM (marketing automatisé), 10 millions d'euros... En mars 2020, 45 opérations de levées de fonds ont été conclues

pour un total de 338 millions d'euros, contre 36 opérations en avril représentant 350 millions d'euros. De bons chiffres dans le contexte mais qui traduisent néanmoins une chute d'environ 30 % par rapport à 2019 à la même époque. « La baisse est importante mais largement com-

pensée par janvier 2020. En effet, le cumul des montants levés sur les quatre premiers mois de l'année est quasiment identique à 2019, alors que le nombre d'opérations a diminué de 16 %. La tendance 2020 confirme donc

l'augmentation du ticket moyen depuis 2018 », constate Patricia Braun, présidente d'In Extenso Innovation Croissance (conseil en management stratégique de l'innovation). Le « French Tech Bridge », géré par Bpifrance, permet par ailleurs de financer des ponts (bridges en anglais) entre deux tours de table. De quoi soutenir les start-up qui étaient en cours de levée de fonds au moment où la crise sanitaire a éclaté ou qui en avaient prévu une dans les prochains mois. Ces financements, qui peuvent aller de 100 000 à 5 millions d'euros, prennent la forme d'obligations convertibles et doivent être complétés par des investisseurs privés. Le 5 juin dernier, le gouvernement a annoncé le doublement de cette enveloppe (passée de 80 à 160 millions d'euros) en même temps qu'un vaste dispositif de soutien accru à la French Tech en mettant sur la table pas moins de 1,2 milliard d'euros : 500 M€ pour renforcer les fonds propres des jeunes pousses développant des « technologies d'avenir » (santé, cybersécurité, intelligence artificielle) et éviter qu'elles ne soient rachetées par de grands groupes étrangers ; 235 M€ d'outils de financement ; 100 M€ de prêts et 180 M€ de soutien à la création d'entreprises et à l'innovation.

UNE PLUS GRANDE SÉLECTIVITÉ DES FONDS

Les processus de levée de fonds se poursuivent donc malgré la crise, et compte tenu de l'argent disponible, les fonds d'investissement en capital-innovation (VC)

devraient continuer à investir, mais l'exercice pourrait se révéler plus ardu pour les jeunes pousses au cours des prochains mois. Les fonds d'investissement en capital-risque diminuent en effet leurs investissements dans de nouvelles sociétés pour se concentrer sur le soutien aux start-up déjà dans leur portefeuille. « Les fonds sont réactifs mais ils pourraient devenir plus regardants sur les nouvelles entreprises à financer et miser sur des secteurs stratégiques comme la santé, et des projets à fort impact environnemental et sociétal », parie Patricia Braun. Les dirigeants doivent donc se démarquer sur l'innovation proposée. « La crise sanitaire a montré toute l'importance de la technologie et les start-up qui évoluent dans le secteur de la santé en ligne, de la livraison de nourriture et des logiciels permettant le travail à distance apparaissent comme des valeurs refuges pour les investisseurs », analyse Matthieu Lattes, co-président de la commission Venture Growth de France Invest (association qui fédère 325 fonds d'investissement) et associé du fonds White Star Capital. Ces jeunes pousses vont aussi devoir repenser leur business model et bien analyser les besoins actuels de leurs clients et l'impact de la crise du coronavirus, en visant plus rapidement la rentabilité. « Leurs dirigeants doivent être capables de donner chaque mois une vision claire et rapide de la situation financière de leur société et être transparents sur les problématiques rencontrées avec les actionnaires pour anticiper un besoin d'argent futur. Pour ne pas se retrouver en difficulté, il ne faut pas non plus hésiter à se montrer exigeant sur les délais de paiement avec les entreprises clientes », insiste Matthieu Lattes.

Mallory Lalanne

Matthieu Lattes, co-président de la commission Venture Growth de France Invest :
« La crise sanitaire a montré toute l'importance de la technologie. »



© DR



TROUVER DES FONDS POUR DÉMARRER SA START-UP

La France est un terrain propice au développement de pépites innovantes. Subventions publiques, prêts d'honneurs, concours, réseaux de business angels... Les mécanismes de financement et d'aides au démarrage d'une start-up sont multiples.

Pour lancer leur start-up, 93 % des entrepreneurs français ont eu recours à des fonds personnels, selon une étude Estimeo (plateforme de notation des startups) et Mazars (audit, conseil et services aux entreprises), publiée en novembre 2018. Les financements publics issus de Bpifrance, dont disposent 34 % des dirigeants interrogés, arrivent en deuxième position. Les entreprises de moins d'un an, accompagnées par un incubateur ou un accélérateur, peuvent par exemple bénéficier de la Bourse French Tech créée en 2014. Les subventions couvrent alors jusqu'à 70 % des dépenses éligibles dans la limite de 30 000 euros. Parmi ces dépenses figurent celles qui sont directement liées aux études de conception, de définition et de faisabilité du projet (coûts externes d'accompagnement ou d'études, formations, frais internes de personnel...). Le dispositif AFI (aides pour la faisabilité de l'innovation), une subvention ou avance récupérable également accordée par Bpifrance, peut, lui aussi, permettre de financer la phase de pré-lancement de produit ou de service pour étudier la pertinence du projet.

MISER SUR LES SUBVENTIONS ET LES CONCOURS

«Les subventions de Bpifrance ne sont pas si simples à obtenir, le caractère innovant du projet restant un prérequis à l'obtention de fonds tandis que d'autres ne seront accessibles qu'aux start-up déjà rentables», prévient toutefois Charles Degand, président



© DR

Gabriel Jarroson, ancien business angel, fondateur du club Leonis investissement :
«Les business angels sont de plus en plus faciles à joindre en passant par des plateformes intermédiaires.»



© DR

Charles Degand, président co-fondateur d'Angelsquare

co-fondateur d'Angelsquare, une communauté d'investisseurs spécialistes des startups. D'où l'intérêt pour le start-uppeur de multiplier les pistes et de tenter de décrocher des prêts d'honneur ou les dispositifs régionaux, en se rapprochant des CCI locales ou en consultant la base de données des aides publiques aux entreprises (<https://les-aides.fr>). Sans oublier les concours locaux ou nationaux, comme le concours i-lab financé par le ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche ou le Prix Pépite, ouvert aux étudiants entrepreneurs, qui sont devenus de véritables tremplins en apportant des subventions et des contacts précieux (comptables, avocats...). Le Réseau entrepreneur délivre par ailleurs des prêts d'honneur d'un montant compris entre 10 000 et 50 000 euros aux jeunes pousses innovantes à fort potentiel de développement. Quant au Réseau Initiative France, il

octroie jusqu'à 30 000 euros selon les plateformes et les régions dans lesquelles les jeunes pousses sont implantées. En 2018, la moyenne nationale des prêts d'honneur du réseau s'élevait à 9 700 euros.

LOVE MONEY, CROWDFUNDING, BANQUES ET INVESTISSEURS

Pour gonfler leur apport personnel au démarrage, certains fondateurs se tournent aussi vers leur famille et amis pour obtenir des prêts : la «Love Money». Ils peuvent également faire appel au crowdfunding (financement participatif), qui leur permettra de gagner en visibilité tout en testant l'appétence de clients potentiels pour le produit ou service proposé. Tous ces financements alternatifs auront un effet levier auprès des banques dont le métier «n'est pas de prendre des risques», avertit Gabriel Jarroson, ancien business angel, fondateur du club Leonis investissement, qui propose à des particuliers d'investir dans des start-up. «Bpifrance peut ainsi abonder jusqu'à 100 % des fonds propres ou des subventions obtenues. Mais attention ces démarches peuvent prendre du temps». Reste la piste des investisseurs privés (business angels), ces personnes physiques qui investissent à titre personnel au capital d'une start-up, généralement sur des montants inférieurs à 1 million d'euros (en moyenne entre 300 et 500 000 euros). «L'écosystème est dense et structuré. Les business angels sont de plus en plus faciles à joindre en passant par des plateformes intermédiaires comme www.franceangels.org», note Gabriel Jarroson. Ou en ciblant des réseaux spécialisés comme Femme Business Angels, Angels Santé (assurance, biotech, e-santé), SeedforSoft (NTIC) ou



les réseaux portés par les grandes écoles (Edhec, Essec) qui soutiennent des projets à fort potentiel de croissance,

essentiellement dans l'économie numérique.

Ne pas oublier enfin les start-up studios des grands groupes, des structures qui accompagnent les jeunes pousses de l'idée à son développement. « La plupart des entreprises du CAC 40 possèdent désormais ce type de structures qui permet aux entrepreneurs accompagnés d'accéder à l'expertise et aux ressources internes du groupe, voire d'obtenir des précommandes. Ce concept risque de monter en puissance car il améliore l'image des grands groupes », conclut Jonathan Vidor, membre de l'incubateur 50 Partners, et président-fondateur de l'agence e-marketing JVWEB.

Mallory Lalanne

LA CLEF DE VOÛTE DES RESSOURCES COMMERCIALES

Quel que soit le mode de financement au démarrage du projet (financement participatif, subvention, prêt d'honneur, épargne, prêt bancaire...) le ressort essentiel de la réussite d'une start-up demeure sa capacité à générer du chiffre d'affaires. Pour cela il s'agit de gagner la confiance de ses clients en se posant les bonnes questions : mon produit répond-il à une demande réelle, quel problème résoud-il pour mes clients, combien vais-je facturer ? « Ne passons pas à côté des évidences. Ce ne sont pas les Business Angels qui vont faire le succès d'une entreprise. La meilleure source de financement pour une start-up, c'est l'argent qui viendra de ses clients. Il faut donc se concentrer sur les fondamentaux du marketing et de la vente trop souvent négligés », insiste Jonathan Vidor, membre de l'incubateur 50 Partners. Il peut être

judicieux à cet égard de constituer une communauté capable de promouvoir le produit ou service proposé et d'envisager des business modèles dans lesquels le client s'engage sur sa commande avant la mise en production. « C'est la stratégie mise en place par Pied de Biche, une jeune marque parisienne de chaussures haut de gamme qui, pour se lancer, a d'abord proposé ses modèles à la commande avant fabrication », confirme l'expert. Une fois qu'une start-up est devenue rentable et qu'elle dispose d'une clientèle fidèle, elle peut prétendre à accélérer sa croissance. Mais pas avant.

tandem
le hub du mentorat

ON EST TOUS LE MENTOR DE QUELQU'UN

Nathalie FOSSATI

Directrice Marketing - MAISON FERRONI
Aubagne

"Tandem" en partenariat avec Le Carburateur

« J'ai accepté d'être le Mentor de la société Cosmos Energy hébergée au Carburateur à Marseille. Une entreprise innovante, qui lance une boisson énergisante respectueuse de la santé de l'environnement.

De belles valeurs!

J'ai été créatrice d'entreprise. Je sais l'importance de l'accompagnement, nous débutons en « Tandem » un tutorat qui sera enrichissant aussi bien pour Cosmos Energy que pour moi-même. »

Devenez Mentor, engagez-vous.

Agissez concrètement en faveur de l'emploi et de l'entrepreneuriat sur notre territoire, en devenant le conseiller expérimenté d'un demandeur d'emploi ou d'un porteur de projet dynamique.

CCI AIX MARSEILLE
PROVENCE

Avec le soutien de :





FINANCER SA CROISSANCE POUR DEVENIR UNE SCALE-UP

Pour transformer une idée ingénieuse de départ en une entreprise mature et profitable, les start-up doivent financer leur croissance. Elles peuvent faire appel pour cela à des entreprises de capital-risque spécialisées ou généralistes ou à des fonds de financement européens, qui promettent des tours de table plus élevés.

Le nombre de levées de fonds réalisées par des start-up en France est en forte croissance. Il y en a eu 736 en 2019, contre 645 en 2018, selon le baromètre du capital risque d'EY de janvier 2020. En termes de valeur, la progression atteint 39% sur un an passant de 3,6 milliards d'euros en 2018 à un peu plus de 5 milliards d'euros en 2019. Sur ces levées de fonds, trois entreprises sortent particulièrement du lot. Tout d'abord Meero (plateforme de mise en relation des photographes professionnels et des entreprises) a opéré la plus grosse levée de fonds en 2019 avec 205 millions d'euros. Derrière elle, Doctolib a réalisé un tour de table de 150 millions d'euros tandis que la start-up d'élevage d'insectes pour l'alimentation animale, Insect, a levé 110,5 millions d'euros. « Il y a de plus en plus de pépites en France et d'argent dans cette économie », constate Clovis Tuffier de Foïard, directeur général associé d'Impulse corporate finance, spécialisé dans le conseil financier. Selon leur stade de développement, les jeunes pousses à la recherche de financements s'adressent à différents types d'investisseurs. En phase d'amorçage puis de développement initial, elles font appel à des entreprises de capital-risque généralistes impliquées en seed capital et en série A (Ventech, Partech Ventures, Alven Capital, Seventure ou des fonds corporate comme Arkea Capital, Maif Avenir ou Axa Strategic Ventures). Objectif: lever entre 1 et 5 millions d'euros. Certains



Clovis Tuffier de Foïard, DG d'Impulse corporate finance :
« Les acteurs spécialisés dans le financement des entreprises en hyper-croissance commencent à émerger. »

fonds comme Elaia Partners sont spécialisés dans les deeptech (innovation de rupture à partir des laboratoires de recherche) qui demandent un important investissement en R&D. Les levées de fonds de séries B (entre 5 et 10 millions d'euros) visent à développer des sociétés plus matures (recrutement, développement commercial) avec les mêmes investisseurs que précédemment ; les séries C (plusieurs dizaines de millions d'euros) vont accélérer la croissance d'entreprises performantes notamment à l'international. « Les acteurs spécialisés dans le financement de scale-up, des entreprises en hyper-croissance, sont un peu moins nombreux en France mais commencent à émerger », note Clovis Tuffier de Foïard. Parmi eux: ID Invest, Ring capital,

Orange digital Ventures, ou le fonds Large ventures de Bpifrance qui investit en fonds propres.

UNE MONTÉE EN PUISSANCE DES FONDS EUROPÉENS

Reste que les « méga tours de table », c'est-à-dire les levées de fonds de plus de 100 millions d'euros, sont plus rarement assurés par des acteurs français. « Ces tours sont majoritairement financés par des acteurs étrangers. Il est vrai qu'il y a plus d'argent aux Etats-Unis ou même au Royaume-Uni où certains fonds sont dotés de plusieurs milliards de dollars ou d'euros et peuvent facilement injecter des tickets de plusieurs dizaines de millions dans les scale-up, affirme Clovis Tuffier de Foïard. Mais il serait faux de penser que l'exercice est simple. Si une start-up souhaite connaître une success story outre-atlantique, elle doit ouvrir un bureau sur place comme Criteo, ou s'implanter directement sur place comme Data Dog, ou encore suivre un parcours plus classique, en réalisant une série A et B en France et en faisant entrer à son capital un fonds d'investissement qui a des atomes crochus avec le marché américain ». Autre solution : faire appel à des fonds de financement européens. « Le nombre d'investissements réalisés par des fonds étrangers dans les start-ups françaises a bondi ces six dernières années. La French Tech, et les success story de Criteo, Doctolib ou Blablacar, attirent de plus en plus les investisseurs étrangers, qui ne veulent pas louer le coche, constate Clovis Tuffier de Foïard. Les montants investis sont aussi en hausse. Ils se positionnent généralement à partir de la série A sur des tours de table commençant à 2 ou 3 millions d'euros ».

Mallory Lalanne



VOUS ÊTRE **UTILE**

Votre **entreprise** est locale. La nôtre aussi.

- > 11 milliards d'euros de financement pour accompagner les professionnels et les entreprises*.
- > Plus de 3 000 chargés d'affaires en région.

Pour en savoir +
rendez-vous sur www.caisse-epargne.fr (région Côte d'Azur/rubrique « Entreprises »)**
ou flashez ce code pour prendre rendez-vous



*Source interne BPCE, 2019. BPCE - Société anonyme à directoire et conseil de surveillance au capital de 170 384 630 euros - Siège social : 50, avenue Pierre Mendès France 75201 Paris Cedex 13 RCS Paris n° 493 455 042. **Coût de connexion selon votre fournisseur d'accès Internet. Caisse d'Épargne et de Prévoyance Côte d'Azur, société anonyme coopérative à Directoire et Conseil d'Orientation et de Surveillance, régie par les articles L.512-85 et suivants du Code monétaire et financier - Capital social 515.033.520 euros - Siège social 455, promenade des Anglais, 06200 Nice - 384 402 871 RCS NICE - Intermédiaire d'assurance, immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07 002 199. Titulaire de la carte professionnelle Transactions sur immeubles et fonds de commerce, sans perception d'effets ou valeurs, n° CPI 0605 2017 000 019 152 délivrée par la CCI Nice-Côte d'Azur, garantie par la Compagnie Européenne de Garanties et Cautions, 16 rue Hoche, Tour KUPKA B, TSA 39999, 92919 LA DEFENSE Cedex. Adresse postale : CS 3297 06205 Nice Cedex 3. Septembre 2020 - ALTMANN + PACREAU - Crédit Photo : Gettyimages.



LA BOURSE : OUTIL FINANCIER ET MÉDIATIQUE

Les start-up peuvent s'introduire sur le marché boursier pour lever des fonds. À condition de respecter certains critères. L'introduction en bourse augmente la visibilité des jeunes pousses et les crédibilise aux yeux de leurs partenaires. Mais l'arme peut être à double tranchant.

Fin 2019, alors que la Bourse a douché l'euphorie de nombreuses entreprises, la société Agripower, spécialisée dans l'installation d'équipements de méthanisation pour les agriculteurs, réalise un joli coup sur le marché parisien. Lors de son introduction en Bourse, cette PME de Loire-Atlantique, qui réalise un chiffre d'affaires annuel de 7,2 millions d'euros, a vu son offre sursouscrite près de cinq fois. Le groupe a levé au total 6,75 millions d'euros dont 5,75 millions en augmentation de capital, et enregistré, auprès des particuliers, la plus forte demande en 2019 sur le marché Euronext Growth. Preuve s'il en fallait que la Bourse attire encore les PME. « L'intérêt existe pour une société dynamique, qui évolue dans un secteur recherché par les investisseurs. La crise sanitaire liée au Covid 19 va certainement arrêter le calendrier des introductions en Bourse établi, mais il est probable que l'on assistera à une reprise du process à la mi-2021 », prédit Hervé Yahi, serial entrepreneur et operating partner chez I&S Adviser (cabinet de conseil en accompagnement des entreprises).

UN GAGE DE SÉRIEUX

Les raisons pour une start-up de faire une IPO (« initial public offering ») ou introduction en Bourse ne manquent pas. L'entreprise réalise une levée de fonds tout en créant une opportunité de liquidité à terme pour ses investisseurs historiques. Dans le même temps, elle se crédibilise. « La Bourse est utilisée par les émetteurs comme un outil de notoriété auprès de leurs clients, de leurs partenaires et des banques, constate Thomas Hornus, Associé d'Euroland Corporate,



© DR
Hervé Yahi,
operating partner
chez I&S Adviser.
« La crise sanitaire
risque d'arrêter
le calendrier des
introductions en
Bourse établi, mais
on devrait assister
à une reprise du
process à la mi-
2021. »

société de conseil spécialisée en opérations de marché et stratégie boursière. L'effet de levier est réel. Certaines banques sont un peu plus souples sur leurs conditions financières et l'octroi de prêts car les données et les informations de l'entreprise sont rendues publiques, ce qui rassure et renforce le sentiment de confiance à son égard. » Néanmoins pour être compatible avec la Bourse, la start-up doit disposer d'un modèle économique rentable et d'une structuration lisible. « La société doit idéalement avoir un track record de croissance avérée et à venir. Son modèle économique doit être suffisamment prédictible d'un exercice à l'autre », note Thomas Hornus.

Avant de se lancer, la start-up doit également s'assurer d'être en mesure de tenir la promesse qu'elle fera à ses futurs actionnaires. « En France, les entreprises cotées non rentables au-delà de douze mois sont regardées avec suspicion, les avis d'analystes ou les articles publiés dans la presse financière peuvent alors peser sur leur développement, et il est très difficile de changer le regard du marché par

la suite. Si on ne délivre pas, la sanction est lourde et dure longtemps », met en garde Hervé Yahi.

DES FRAIS IMPORTANTS

Autre élément à ne pas sous-estimer : le coût d'une IPO. Cette opération mobilise un certain nombre d'intermédiaires (société de conseils juridiques, prestataire de services d'investissement qui va valider les critères requis et coordonner l'opération, commissaire aux comptes, avocat spécialisé, agences de marketing et de communication, audit financier...) qu'il va falloir rémunérer. « Le coût dépend de la taille de l'entreprise et du marché choisi mais on estime qu'il représente au total 10% des montants levés en-deçà de 10 millions d'euros », confie Hervé Yahi. Ainsi, un dirigeant souhaitant lever 10 millions d'euros devra déboursier un million d'euro pour s'introduire sur les marchés. « Il faut donc tenir compte de tous ces frais pour définir le montant de la levée car ils pèsent lourdement sur les petites opérations. La Bourse devient surtout intéressante au-dessus de 10 millions d'euros », ajoute l'expert. Une start-up doit-elle pour autant systématiquement lever 20 ou 30 millions d'euros ? Pas forcément, estime Thomas Hornus. « Nous constatons souvent une inadéquation des fonds levés par rapport au besoin réel de l'entreprise. Aller chercher la valorisation la plus élevée lors de l'introduction en Bourse peut également constituer une erreur, car on ne crée ni valeur, ni croissance. Les cours risquent de baisser à la moindre déception, et il y en a souvent lorsque les valorisations et les estimations lors de l'introduction sont élevées. Il vaut mieux partir sur une valorisation plus modeste et lever les fonds dont on sait qu'ils seront rapidement et correctement utilisés, quitte à revenir vers le marché 12 à 18 mois plus tard, une fois que l'émetteur a prouvé son concept. »

Mallory Lalanne

5ème édition

17 > 19 novembre 2020 à Lyon

Start Innovation

Business Awards


45 000€
de dotations en jeu*



Le programme d'accélération dédié aux
start-up et **entreprises innovantes**
du grand quart sud-est

Candidatez en ligne jusqu'au 2 novembre 2020

» cicstartinnovationbusinessawards.fr «



Construisons dans un monde qui bouge.

*Dotation d'une valeur de 45 000 € pour le candidat remportant le grand prix du concours de pitch régional et national.

CIC Lyonnaise de Banque - RCS Lyon - SIREN 954

ASSURANCE FLOTTE AUTOMOBILE



***Spécialiste flotte
automobile***



***Montmirail, courtier en
assurances depuis 120 ans***



***Exigez un
expert !***

***La gestion de votre flotte automobile est importante,
la prévention aussi !***

Montmirail
Fabrice Toucas
Chargé d'affaires
06 49 99 14 80
ftoucas@montmirail.com

www.montmirail.com

in





SOLUTIONS & CONSEILS

TRANSPORT & LOGISTIQUE

Malgré la crise sanitaire et le confinement, il s'est vendu plus de véhicules électriques en France au premier semestre 2020 que durant toute l'année 2019.



© PANDORA STUDIO

MOBILITÉ

Coup d'accélérateur pour la voiture électrique en entreprise

Une autonomie renforcée, des bornes de recharge qui se multiplient, un prix d'achat plus accessible grâce au bonus écologique et aux subventions : les derniers freins pour « électrifier » son parc automobile tombent peu à peu.

Rarissimes hier encore, les véhicules électriques sont en train de passer à la vitesse supérieure. Près de 43 000 voitures particulières à motorisation électrique ont été vendues en 2019, soit 38 % de plus qu'en 2018. Et, au premier semestre, malgré la crise sanitaire, malgré le confinement, près de 45 000 voitures électriques

ont été commercialisées en France, selon les chiffres de l'Association nationale pour le développement de la mobilité électrique (Avere).

« Les freins à l'usage ont été progressivement levés. Grâce aux économies d'échelle et la baisse des coûts de production, les prix deviennent attractifs. Les catalogues des constructeurs s'enrichissent depuis

deux ans. Les concessionnaires sont davantage informés et sensibilisés pour diffuser cette offre », explique-t-on au sein d'Avere.

De la berline à l'utilitaire jusqu'au camion, on recense près de 50 modèles aujourd'hui. Best-seller depuis des années, la Renault Zoé reste la plus connue en France. La Nissan Leaf ou le Model 3 de Tesla, la

marque du magnat des affaires Elon Musk, rencontrent aussi leur public. À peu près tous les constructeurs se sont lancés sur ce créneau : PSA - avec la Peugeot e-208 ou l'Opel Corsa Electrique - BMW, Volkswagen, Hyundai...

De quoi séduire les familles, mais aussi les professionnels. Dans une logique RSE en général, écologique en particulier. Pour rappel, les transports produisent à eux seuls 38% des émissions de CO₂ en France, selon le ministère de la Transition écologique. Or, les émissions de gaz à effet de serre « induites par la fabrication, l'usage et à la fin de vie d'un véhicule électrique, sont actuellement deux à trois fois inférieures à celles des véhicules essence et diesel », selon une étude de la Fondation pour la Nature et l'Homme et European Climate Foundation.



© SUCHADA TOEMKRAISRI

Longtemps pointé du doigt, l'argument de la rareté des points de recharge a aujourd'hui plus de mal à convaincre.

Certains chefs d'entreprise y voient en plus un moyen de doper le pouvoir d'achat de leurs équipes, en réduisant leurs dépenses de transport. Comme le dirigeant de la PME charentaise ProLoisirs (48 salariés), qui a mis à disposition une flotte de 24 Zoé fin 2018, disponibles pour les trajets domicile-travail et de loisirs. Un avantage en nature à l'heure où les carburants et l'entretien des automobiles grevent les budgets des familles.

TROIS FOIS PLUS DE BORNES DE RECHARGE QUE DE STATIONS-SERVICES

Au sein de ProLoisirs, les salariés sont lancés un concours. Lequel d'entre eux réussira à parcourir le plus de kilomètres avec son véhicule électrique ? Au final, avec une batterie pleine, les salariés de cette PME sont parvenus à parcourir de 280 à 320 km. Car l'autonomie des véhicules électriques a sacrément progressé ces dernières années. La Tesla Model S peut ainsi quasiment parcourir 500 km d'une traite, selon les tests réalisés par le magazine AutoPlus. Une autonomie renforcée et un « plein » moins coûteux. Si le prix varie selon la voiture, la puissance de la prise et le prix du kilowattheure, une recharge à domicile « coûtera de 1,5 à 4 € environ pour 100 km contre 6 à 9 € pour un véhicule thermique », indique EDF. Recharger l'intégralité d'une batterie 52 kWh, correspondant à celle de la nouvelle Zoé, « coûte 7,50 euros environ, en se basant sur le prix du tarif français domestique », déclare-t-on chez Renault. Attention à bien calculer. Le réseau Ionity a été épinglé par la presse pour avoir pratiqué en début d'année des prix plus élevés que l'essence dans certains cas, sur ses bornes de recharge très haute puissance sur autoroute.

Mieux vaut ne recharger que ponctuellement sur une prise domestique standard, pour éviter les surchauffes, recommandent certains constructeurs. L'idéal étant d'installer une borne spécifique ou Wallbox (entre 500 et 1 000 €, plus des frais d'installation de 300 à 600 €) à son domicile ou en entreprise.

Quant à la durée de recharge, pour une Peugeot e-208, il faut compter une nuit pour récupérer entre 30% (avec une prise de courant domestique) et 60% (avec un prise renforcée), ou 5h pour une charge complète avec un WallBox de 11kW. Le plus rapide : utiliser une borne publique de 100 kW, sur autoroute par exemple, pour récupérer 80% de la batterie en 30 minutes.

Longtemps pointé du doigt, l'argument de la rareté des points de recharge a aujourd'hui plus de mal à convaincre. En France, il existe 29 000 points de recharge ouverts au public contre un peu plus de 11 000 stations-services, selon les chiffres du ministère de la Transition écologique. Objectif du gouvernement : atteindre la barre des 100 000 d'ici fin 2021.

UN ÉCART DE PRIX COMPENSÉ PAR DES AIDES

Il n'y aurait donc plus aucun frein à l'électrification du parc automobile français ? Reste toutefois un écart de prix « d'environ 8 000 € de plus qu'un

véhicule thermique de gamme comparable », indique l'Avère. Mais les aides rendent les prix plus attractifs, notamment depuis la récente hausse du bonus écologique, cumulable avec d'autres subventions. Ainsi, le patron d'une PME pourra acquérir un utilitaire électrique neuf vendu 30 000 € avec au moins 9 900 € de subventions cumulées (bonus écologique, prime à la conversion pour le remplacement de son vieux véhicule, aide des collectivités...), sous certaines conditions. Reste aussi d'autres questions écologiques. Un engagement RSE prendra en outre en compte l'utilisation d'importantes ressources naturelles pour la fabrication du véhicule : de lithium, cobalt, nickel ou encore de terres rares (dont l'extraction est dénoncée comme polluante...). Pour être efficace, la mobilité électrique devrait donc s'accompagner d'une sobriété énergétique (réduction des déplacements, co-voiturage, etc.). Tout dépend enfin des besoins de l'entreprise. Parfaite pour la livraison au dernier kilomètre en centre-ville, la voiture électrique conviendra moins aux commerciaux qui quadrillent toute la France. Difficile aussi de l'envisager pour les transporteurs effectuant des livraisons à l'international. Du moins pour le moment : de nouveaux modèles de poids lourds électriques sont actuellement à l'étude.

Florent Godard

Une multitude d'aides financières

Bonus écologique.

Jusqu'au 31 décembre 2020, une entreprise qui achète une voiture ou un véhicule utilitaire électrique bénéficie d'une aide comprise entre 3 000 et 5 000 euros, qui est fonction du prix d'achat du véhicule. Ce bonus fonctionne aussi en cas de location avec option d'achat ou pour une durée d'au moins deux ans.

Prime à la conversion.

Pour le remplacement d'un véhicule essence immatriculé avant 2006 ou d'un diesel immatriculé avant 2011, il est possible de bénéficier d'une aide de 2 500 € pour une voiture particulière ou un véhicule utilitaire léger.

Subventions.

De nombreuses collectivités proposent des aides. La métropole de Grenoble offre par exemple jusqu'à 15 000 € pour l'achat ou location d'un véhicule électrique, la Région Île-de-France, jusqu'à 6 000 € (pour les PME de moins de 50 salariés).

Taxe sur les véhicules de société.

Un véhicule qui fonctionne uniquement à l'énergie électrique et qui émet moins de 60 g/km de CO₂ n'est pas soumis à cette taxe.

Amortissement.

Il est possible de déduire jusqu'à 30 000 € d'amortissements pour un véhicule électrique.

Abattement sur les avantages en nature.

Les salariés dotés d'un véhicule de fonction électrique bénéficient d'un abattement de 50 % sur le montant de l'avantage en nature déclaré pour l'impôt sur le revenu (limité à 1 800 € par an).

TVA.

Les sociétés éligibles à la récupération de la TVA peuvent la récupérer en totalité sur la consommation de l'électricité.

Cartes grises.

La plupart des conseils régionaux ont supprimé les taxes qu'ils prélevaient sur les cartes grises (souvent 30 à 50 €) pour les voitures électriques



LE JOURNAL DES ENTREPRISES, C'EST :

14 ÉDITIONS, 20 RÉDACTIONS, 35 JOURNALISTES ÉCONOMIQUES, POUR UN DÉCRYPTAGE DE L'ÉCONOMIE LOCALE, **VRAIMENT LOCALE.**





Comment mettre en place le forfait mobilité durable

Mesure phare de la loi d'orientation des mobilités pour les entreprises, le forfait mobilité durable veut encourager les transports vertueux. L'employeur peut désormais octroyer à chacun de ses employés jusqu'à 400 € par an pour leurs dépenses de trajet domicile-travail.



© NDBCREATIVITY

Mis en place par la loi d'orientation des mobilités votée en décembre 2019, le forfait mobilité durable encourage les transports propres, via une prime maximale de 400 euros par an et par salarié, dont 200 euros maximum pour les frais de carburant. Sa date d'entrée en vigueur, fixée initialement au 1^{er} juillet 2020, a été avancée au 11 mai pour juguler le trafic automobile post-confinement. Le dispositif a été instauré par décret n° 2020-541 du 9 mai 2020. Il n'est pas obligatoire. Le dirigeant qui opte pour le forfait, prend en charge totalement ou partiellement certains

frais de trajets des salariés se rendant à leur travail. Sont concernés plusieurs moyens de transport : le vélo (électrique ou classique), le covoiturage passager ou conducteur, les transports publics de personnes (exception faite de la prise en charge obligatoire de 50 % du coût de l'abonnement), la location de deux roues à assistance ou moteur non

thermique, les services d'auto-partage par véhicules à faible émission. Par effet rebond, l'indemnité kilométrique vélo est remplacée par le forfait mobilité durable.

EXONÉRATIONS POUR L'EMPLOYEUR

Les sommes prises en charge par l'employeur sont exonérées d'impôt sur le revenu et de

toutes les cotisations et contributions de sécurité sociale, y compris la CSG et la CRDS ; de toutes les taxes sur salaires (effort construction, contribution formation professionnelle, CPF-CDD, taxe d'apprentissage, contribution supplémentaire taxe d'apprentissage, taxe sur les salaires).

Tous les salariés qui travaillent à mi-temps ou au-delà de 50 % de la durée légale hebdomadaire du travail peuvent bénéficier du forfait. Pour les salariés qui travaillent moins de 50 % de la durée de travail à temps complet, la prise en charge est proratisée.

Le salarié qui exerce sur plusieurs lieux de travail au sein d'une même entreprise, peut prétendre au forfait mobilités durables : pour les déplacements imposés entre sa résidence et ses différents lieux de travail, ainsi qu'entre ces lieux de travail. Pour les salariés ayant plusieurs employeurs, le décret du 9 mai 2020 reste muet. Le montant, les modalités et critères d'attribution de la prise en charge seront déterminés par accord d'entreprise ou accord interentreprises ; à défaut par accord de branche. Si aucun accord n'est conclu, la prise en charge sera mise en œuvre par décision unilatérale de l'employeur après consultation du CSE s'il existe.

L'employeur qui opte pour le forfait doit en faire bénéficier l'ensemble des salariés éligibles, selon les mêmes modalités. L'allocation est versée sous réserve d'une utilisation effective et conforme. L'employeur doit donc recueillir auprès du salarié, pour chaque année civile, un justificatif de paiement ou une attestation sur l'honneur relatifs à l'utilisation d'un ou plusieurs des moyens de déplacement visés par le dispositif.

Valérie Dahm

Les salariés qui travaillent à mi-temps ou au-delà de 50 % de la durée légale hebdomadaire du travail peuvent bénéficier du forfait.



RÉGLEMENTATION

Marchés publics : les règles s'assouplissent

Les règles de la commande publique s'assouplissent pour tenir compte des conséquences de la crise du coronavirus.

Une première série de mesures modifie les critères d'attribution des marchés publics et des concessions dans le but de ne pas défavoriser les entreprises qui ont subi de plein fouet la crise. Ainsi, le placement en redressement judiciaire d'une entreprise ne pourra justifier ni la résiliation unilatérale de son contrat par l'acheteur (valable pour les procédures collectives ouvertes avant le 10 juillet 2021), ni son exclusion à un appel d'offres (à condition qu'un plan de redressement s'applique). Par ailleurs, quand le chiffre d'affaires entre dans l'évaluation des entreprises, il n'en est pas tenu compte dans les exercices comptables impactés par la crise sanitaire,

dès lors qu'il s'affiche en baisse (disposition valable jusqu'au 31 décembre 2023). Par ailleurs, la part de 10% au minimum du montant du contrat réservée aux PME est appliquée aux « marchés globaux » (hors défense et sécurité), dans la mesure du possible, et s'impose comme un critère d'attribution.

NOUVEAU SEUIL POUR LES MARCHÉS DE TRAVAUX

Dans le même temps, le gouvernement a pris une mesure pour accélérer temporairement la prise de

Le gouvernement a réhaussé temporairement le seuil de dispense de procédure de passation pour les marchés publics de travaux.

commande publique dans le secteur du bâtiment et des travaux publics. Une mesure qui cible notamment les PME et TPE. Le décret n° 2020-893 du 22 juillet 2020 relève temporairement à 70 000 euros le seuil de dispense de procédure pour la passation des marchés publics de travaux. Sous ce seuil et jusqu'au 10 juillet 2021, les acheteurs peuvent donc contacter directement les entreprises, sans publicité ni mise en concurrence préalables. A condition que le montant cumulé des lots n'excède pas 20% de la valeur totale de l'ensemble. Pour les autres catégories de marchés - à l'exception des fournitures de denrées alimentaires dont le seuil est également réévalué -, la limite reste fixée à 40 000 euros.

En Bref



TPE et PME peuvent étaler le paiement de leurs impôts

PME, TPE et entrepreneurs peuvent étaler sur trois ans le règlement de certains de leurs impôts qui auraient dû être payés pendant la crise sanitaire. Sont concernés la taxe sur la valeur ajoutée et le prélèvement à la source pour les mois de février à avril 2020 ainsi que les soldes d'impôt sur les sociétés et de la contribution sur la valeur ajoutée qui devaient être versés entre mars et mai derniers. La demande est à effectuer en ligne sur le site de la Direction générale des finances publiques.

Donation familiale : un abattement élargi

Les donations intergénérationnelles, orientées vers la création ou l'augmentation de capital d'une structure de moins de 50 salariés, sont désormais exonérées de droits de mutation jusqu'à 100 000 euros. La société doit exister depuis moins de cinq ans, ne pas avoir distribué de bénéfices ni être issue d'une concentration. Le bénéficiaire du don (enfant, petit-enfant, arrière-petit-enfant, voire neveu ou nièce, faute de descendance directe) doit en être l'un des dirigeants depuis au moins trois ans. Cet abattement est valable sur les sommes versées entre le 15 juillet et le 30 juin 2021.





EMPLOI

Le chômage partiel s'allonge et évolue

Le gouvernement vient de revoir les modalités du chômage partiel : il met en place une activité partielle de longue durée et remanie en parallèle le dispositif existant.



Pendant 24 mois sur une période de trois ans, le dispositif d'activité partielle de longue durée permet à l'entreprise, de baisser jusqu'à 40 % l'horaire de travail d'un salarié.

© PHOVOIR

L'histoire retiendra que Safran est la première entreprise à recourir à l'activité partielle de longue durée, qui est entrée en vigueur le 31 juillet, au lendemain de la publication d'un décret qui en définit les règles (décret n° 2020-926 du 28 juillet 2020). Pendant 24 mois sur une période de trois ans, le dispositif permet à l'entreprise de baisser l'horaire de travail d'un salarié jusqu'à 40 % de la durée légale (50 % sur dérogation). L'employeur lui verse une indemnité équivalant à 70 % de la rémunération brute et reçoit,

en compensation, une allocation de l'État. Celle-ci se monte à 60 % de la rémunération horaire brute dans la limite de 4,5 Smic en cas d'accord avant le 1^{er} octobre (56 % si l'accord est signé après). En échange, l'entreprise doit prendre des « engagements en matière d'emploi et de formation professionnelle ». Tous les six mois, elle en dresse un bilan à l'administration, qui décide, sur cette base, de prolonger ou non le dispositif. En cas de non-respect ou de licenciements économiques, l'employeur s'expose à l'interruption ou le rembourse-

ment des versements. Taillé sur mesure pour répondre à la crise qui touche l'aéronautique et l'automobile, l'activité partielle de longue durée est conditionnée à la signature d'un accord collectif d'établissement, d'entreprise, de groupe ou de branche.

MONÉTISATION DES JOURS DE CONGÉ

Ce dispositif complète le régime actuel de chômage partiel, sans s'y substituer. Ce dernier est donc réadapté pour tenir compte des circonstances exceptionnelles qui ont abouti à son usage massif, avec des conséquences parfois inattendues. Le gouvernement s'accorde ainsi la possibilité de modifier par ordonnance le régime ordinaire de l'activité partielle et ce, jusqu'à six mois après la fin de l'état d'urgence sanitaire. Objectif des ajustements à venir : « Limiter les fins et les ruptures de contrats de

travail, atténuer les effets de la baisse d'activité, favoriser et accompagner [sa] reprise ». Par ailleurs, par un accord d'entreprise ou de branche, il est désormais possible de monétiser jusqu'à cinq jours de RTT ou de congés payés par salarié en activité partielle. La mesure, valable jusqu'au 31 décembre, doit permettre de compenser l'éventuelle baisse de rémunération subie par le personnel placé sous ce régime.

Concrètement, deux cas de figure se présentent : soit la demande émane d'un salarié lui-même ; soit l'employeur l'impose à ceux qui, « placés en activité partielle, [bénéficient] du maintien intégral de leur rémunération sur le fondement de stipulations conventionnelles ». Dans ce dernier cas, les sommes récupérées alimentent un fonds de solidarité interne, destiné aux collègues moins bien lotis en termes de perte de revenu.

Ne peuvent toutefois être convertis que « les jours acquis et non pris, qu'ils aient ou non été affectés à un compte épargne-temps ». De même, les congés payés qui peuvent être monétisés sont ceux que possède un salarié au-delà de 24 jours ouvrables.

RETRAITE ET GARANTIES COLLECTIVES

Enfin, compte tenu du recours exceptionnel, massif et prolongé à l'activité partielle, la loi prévoit deux aménagements au bénéfice des salariés. D'une part, les périodes d'indemnisation comprises entre le 1^{er} mars et le 31 décembre seront prises en compte dans le calcul de leur retraite. D'autre part, les garanties collectives (risques décès, invalidité, chômage, indemnités ou primes de départ à la retraite ou de fin de carrière) sont maintenues pendant le chômage partiel et ce, « indépendamment des stipulations contraires de l'acte [les] instaurant ». Cette mesure est valable du 12 mars jusqu'à la fin de l'année.

Pierrick Lieben

Par un accord d'entreprise ou de branche, il est désormais possible de monétiser jusqu'à cinq jours de RTT ou de congés payés par salarié en activité partielle.



RECRUTEMENT

Des aides pour favoriser l'embauche des jeunes

Les entreprises qui recrutent des jeunes peuvent bénéficier d'un coup de pouce financier. Une aide de 4 000 euros est réservée aux recrutements en CDI ou CDD de plus de trois mois d'un salarié de moins de 26 ans précise un décret publié le 6 août.

Pour être éligible, le contrat doit être conclu entre le 1^{er} août 2020 et le 31 janvier 2021 et prévoir une rémunération inférieure ou égale à deux Smic. Autre condition : l'employeur ne doit pas avoir procédé à un licenciement économique sur le poste concerné depuis le 1^{er} janvier. L'entreprise intéressée devra déposer une demande, à partir du 1^{er} octobre, sur un service en ligne de l'Agence de services et de paiement. Par la suite, elle aura quatre mois, après le début du contrat, pour le faire. L'aide est versée par tranche trimestrielle de 1 000 euros maximum pendant un an. Elle « permet de compenser, pendant la première année, les cotisations sociales pour un jeune », assure le gouvernement. Pour les entreprises, cette aide est la pierre

angulaire du « plan jeune » présenté cet été à Besançon par le Premier ministre Jean Castex, qui cherche aussi à améliorer les compétences et l'insertion des jeunes. Dotée d'une enveloppe de 6,5 milliards d'euros, le plan jeune comprend aussi deux autres aides pour favoriser le recrutement des entreprises. La première concerne le VTE (volontaire territorial en entreprise), un dispositif piloté par Bpifrance qui cherche à favoriser le recrutement des étudiants par les PME et les ETI, avec des contrats d'un an minimum, en alternance, CDD ou CDI. L'entreprise qui recrute un VTE peut bénéficier d'une aide de 4 000 euros à condition que

Les entreprises recrutant un salarié de moins de 26 ans peuvent bénéficier d'une aide de 4 000 euros.

la recrue soit chargée d'une problématique de transition écologique.

La seconde aide concerne les contrats d'apprentissage et de professionnalisation conclus entre le 1^{er} juillet 2020 et le 28 février 2021. Les employeurs peuvent toucher une prime de l'État d'un montant total de 5 000 à 8 000 euros, versée chaque mois par l'Agence de services et de paiement. Deux décrets (2020-1084 et 2020-1085) en précisent les contours. Pour les entreprises de moins de 250 salariés qui en font la demande, l'aide est quasiment automatique. Pour les entreprises d'au moins 250 salariés, elle est soumise à conditions. L'entreprise doit par exemple justifier d'un pourcentage minimal de contrats d'apprentissage et de professionnalisation dans l'effectif.

En Bref

L'intéressement facilité dans les TPE

Un dirigeant à la tête d'une structure de moins de 11 salariés peut désormais décider d'instaurer, de manière unilatérale, un accord d'intéressement d'une durée d'un à trois ans. Une condition toutefois : qu'aucun accord ne soit applicable ni n'ait été conclu dans l'entreprise depuis au moins cinq ans.



© ENGDAO

La prime Macron joue les prolongations

La prime exceptionnelle de pouvoir d'achat, dite prime Macron, peut être versée jusqu'au 31 décembre (au lieu du 31 août). En 2019, cette mesure défiscalisée et désocialisée a été utilisée par plus de 400 000 employeurs pour près de 2,2 milliards d'euros attribués à 4,8 millions de personnes.

Le coronavirus reconnu maladie professionnelle

Le Covid-19 sera bien reconnu comme maladie professionnelle pour certains salariés - en l'occurrence, ceux ayant continué à travailler en présentiel pendant la période de confinement. Ces travailleurs bénéficieront d'une prise en charge de la Sécurité sociale, s'ils ont été sévèrement atteints. Leur demande sera traitée, au préalable, par un comité national unique spécialement mis sur pied.



© ANDREY POPOV



Les entretiens professionnels prévus en 2020 pourront se tenir jusqu'au 31 décembre 2020.

© STOCK.ADBECOM

Entretiens professionnels : malgré le report, le temps presse

En raison du coronavirus, les délais de réalisation des entretiens professionnels sont reportables jusqu'au 31 décembre 2020. Un délai à respecter si l'on veut éviter les sanctions applicables en cas de non réalisation de ces entretiens.

Tous les deux ans, l'entreprise doit recevoir ses salariés dans le cadre d'un entretien professionnel. Ce rendez-vous permet d'envisager avec le salarié, ses perspectives d'évolution professionnelle en termes de qualification, d'emploi et les moyens de formation associés. Doivent aussi être évoqués à cette occasion : la validation des acquis de l'expérience (VAE), la possibilité pour le salarié de recourir à des services de conseil en évolution professionnelle gratuits (CEP), l'activation du compte personnel de

formation (CPF) et ses possibilités d'abondement par l'employeur.

Tous les six ans, cet entretien professionnel prend la forme d'un bilan approfondi, qui récapitule le parcours professionnel du salarié. Cet état des lieux sert à vérifier que le salarié a bénéficié des entretiens professionnels prévus au cours des six dernières années, ainsi que d'au moins une action de formation, de l'acquisition des éléments de certification par la formation ou par VAE et d'une progression salariale ou professionnelle. Attention,

ce rendez-vous ne doit pas être confondu avec l'entretien annuel, consacré au bilan de l'année écoulée : missions et activités réalisées au regard des objectifs fixés, difficultés rencontrées et points à améliorer, fixation pour l'année à venir des objectifs professionnels et moyens à mettre en œuvre.

DES OUBLIS QUI PEUVENT COÛTER CHER

Les entretiens professionnels permettent à l'entreprise de bâtir et consolider son plan de développement des compétences, d'optimiser l'équilibre

entre stratégie économique et aspirations-potentiels des salariés. Ils permettent aussi d'initier une démarche de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC). Mais c'est aussi un rendez-vous obligatoire et son absence est sanctionnée. Dans les entreprises d'au moins 50 salariés, lorsqu'au cours des six ans, le salarié n'a pas bénéficié des entretiens et d'au moins une formation non-obligatoire, l'employeur doit verser sur son compte personnel de formation un abondement correctif de 3 000 euros. Les



premières sanctions auraient dû intervenir cette année, en même temps que la première échéance des six ans, l'entretien professionnel ayant été instauré par la loi du 5 mars 2014. Mais, avec le coronavirus, les entreprises disposent d'un (petit) délai supplémentaire. Compte tenu du contexte de la crise sanitaire, le gouvernement a aménagé le cadre légal, via l'ordonnance du 1^{er} avril 2020. D'une part, les entretiens prévus en 2020, faisant l'état des lieux récapitulatif du parcours professionnel, pourront se tenir jusqu'au 31 décembre 2020. D'autre part, les dispositions qui prévoient un abondement correctif au CPF du salarié sont suspendues en 2020 et s'appliqueront de nouveau à partir du 1^{er} janvier 2021.

Jusqu'au 31 décembre 2020, les entreprises ont deux possibilités pour justifier qu'elles ont rempli leurs obligations. Soit elles appliquent les dispositions de la loi de 2014 : le salarié a bénéficié des entretiens professionnels tous les deux ans et d'au moins de deux des trois actions prévues. À savoir : formation, acquisition d'éléments de certification et progression salariale ou professionnelle. À noter que cette possibilité ne sera plus offerte à partir de 2021. Soit les entreprises appliquent les dispositions de la loi Avenir professionnel de 2018 : le salarié a bénéficié des entretiens professionnels tous les deux ans et d'au moins une formation autre qu'« obligatoire ». À partir de 2021, seule cette règle sera possible.

ANCIENNETÉ, MATERNITÉ, MALADIE

L'entretien professionnel s'adresse à tous les salariés qui ont deux ans d'ancienneté dans l'entreprise, quel que soit leur contrat de travail. Néanmoins, certaines exclusions s'appliquent : salariés mis à disposition des entreprises d'accueil, salariés intervenant dans le cadre d'une sous-traitance et les intéri-

Lorsqu'au cours des six ans, le salarié n'a pas bénéficié des entretiens et d'au moins une formation non-obligatoire, l'employeur doit verser sur son compte personnel de formation un abondement correctif de 3 000 euros

maires. Chaque salarié doit être informé dès son embauche, qu'il bénéficie tous les deux ans d'un entretien professionnel, à l'initiative de son employeur et quelle que soit la taille de l'entreprise. Un entretien doit également être organisé après une période d'interruption de tra-

vail : retour de congé maternité, de congé parental d'éducation, de congé de proche aidant, d'un congé d'adoption, d'un congé sabbatique, d'un arrêt de travail pour longue maladie, à l'issue d'un mandat syndical, au terme d'une période d'activité à temps partiel après un congé

de maternité ou d'adoption, au retour d'une période de mobilité volontaire sécurisée dans les entreprises d'au moins 300 salariés. Depuis le 1^{er} janvier 2019, cet entretien peut avoir lieu à l'initiative du salarié à une date antérieure à la reprise de poste.

Valérie Dahm

Comment mener un entretien professionnel ?

Pour mener un entretien professionnel efficace et utile à l'entreprise, il convient de le préparer.

Qui va représenter l'entreprise ? Suivant la taille de l'entreprise, le dirigeant lui-même ou bien le manager direct ou encore le responsable RH, mènera l'entretien professionnel avec le salarié. Un fonctionnement en duo est possible (manager direct et DRH, par exemple) et riche de deux visions : la connaissance du métier et du poste pour le responsable hiérarchique et l'offre de formation pour l'expert RH.

Quelle préparation préalable ? L'employeur rassemble ses informations sur la stratégie et les besoins en compétences de l'entreprise, les opportunités qu'il peut offrir. Il se dote des documents utiles en lien avec les points qui seront évoqués : historique du parcours du salarié dans l'entreprise, son métier et sa fonction actuelle, ses diplômes, compétences et formations suivies.

Comment structurer l'entretien ? Il convient de le découper en cinq phases.



© STOCK.ADOBECOM

Il est possible de mener un entretien professionnel par visioconférence.

L'introduction permet de rappeler l'objectif et le déroulement de la rencontre, ainsi que les conclusions du précédent entretien. Suit le bilan, moment où l'on résume les formations et les évolutions professionnelles intervenues depuis l'entretien précédent. Vient alors un temps d'échange approfondi sur les besoins du salarié et ceux de l'entreprise. Cet échange doit aboutir à l'élaboration du plan d'action et de son calendrier, pour rythmer le parcours professionnel. Enfin, l'entretien s'achève par une conclusion, qui prend la forme d'un compte-rendu. Celui-ci scelle un engagement mutuel sur les objectifs, moyens et

attentes de chacun, points d'accord ou de désaccord. Ce document est important pour justifier légalement la tenue des entretiens.

Peut-il se dérouler en visio ? Le Code du travail ne prévoit pas de modalité spécifique concernant l'organisation de l'entretien professionnel. Rien ne s'oppose à ce qu'il soit réalisé sous forme de visioconférence. Il convient de respecter les conditions énoncées à l'article L.6315-1 du Code du travail, de rédiger à sa suite un document dont une copie est remise au salarié.

TOUR DE FRANCE : LES ENTREPRISES DANS LA COURSE

Chaque année, la grande course cycliste hexagonale rayonne dans le monde entier pour la plus grande satisfaction médiatique et commerciale des entreprises, petites et grandes, qu'elle a enrôlées. Visite guidée dans ses coulisses.

Tous les ans ou presque, depuis 1903, exceptées les périodes de guerre, le Tour de France parcourt les routes estivales de l'Hexagone. Cette année, la pandémie de Covid-19 a failli faire annuler l'épreuve mondialement célèbre qui fédère quelques douze millions de spectateurs le long des 3 000 kilomètres de route et environ 3,5 milliards de téléspectateurs sur une centaine de chaînes de télé dans 190 pays.

Finalement, le Tour s'est élancé de Nice le 29 août avec deux mois de retard sur son calendrier initial. Les 22 équipes de 8 coureurs de l'édition 2020 s'affrontent en 21 étapes avec une arrivée à Paris sur les Champs-Élysées le 20 septembre. Organisé par Amaury Sport Organisation (ASO), le Tour génère un chiffre d'affaires estimé à 150 millions d'euros avec, pour ressources principales, les subsides des villes étapes qui paient pour accueillir la caravane. Nice aurait ainsi déboursé quelque 3,55 millions d'euros avec, à la clef, pas moins de trois étapes : les deux premières étapes de la grande boucle ont fait le tour de la cité des anges et la troisième étape a amené les coureurs jusqu'à Sisteron.

Autres ressources pour ASO : les droits de diffusion qui représentent la moitié du budget, France

Télévisions signant à elle seule un chèque de près de 25 millions d'euros par an ; et les sponsors qui fournissent environ le tiers des revenus du Tour, différenciés selon un classement maison, en fonction du montant octroyé : partenaires majeurs (Skoda, LCL, Leclerc, Krys, Continental), partenaires officiels (Orange, Vittel...), fournisseurs officiels (Cochonou, Le Gaulois, FDJ, etc.), supporters officiels.

LES SPONSORS AMÈNENT UN TIERS DES REVENUS

Les entreprises qui participent à la caravane publicitaire du Tour déboursent environ 250 000 euros pour être du voyage. D'autres sont plus prosaïquement prestataires de l'organisateur en tant que partenaires techniques. Nous avons choisi de nous intéresser à certaines de ces entreprises enrôlées dans l'aventure, pour comprendre l'intérêt qu'elles en retirent et mieux cerner la dimension business de cet engagement. Parmi elles, la nordiste Doublet en charge de l'installation de la signalétique publicitaire ; la petite niçoise Socca Chips « Supporter Officiel » du Grand Départ ; et le groupe hôtelier breton B&B Hotels co-sponsor avec l'autre breton Vital Concept d'une équipe qui participe pour la première fois cette année au Tour de France.

Philippe Flamand



BRETAGNE



Derrière les coureurs des « men in glaz », une équipe d'une cinquantaine de salariés, sponsorisée par deux entreprises bretonnes, B&B Hotels et Vital Concept.

nouveau partenariat permettant, comme la voile, de mettre en avant notre marque, explique Vincent Quandalle, directeur général Europe de l'Ouest de B&B Hotels. Le projet de Jérôme Pineau était très innovant, c'est ce qui nous a convaincu. Le fait de participer cette année au Tour de France nous assure une grande visibilité puisque c'est un événement mondial à très forte médiatisation. » Qui plus est B&B a renforcé sa position début 2020 en devenant premier sponsor à la place de Vital Concept au côté du fournisseur de vélos KTM.

L'équipe a aligné 8 coureurs sur la ligne de départ du Tour à Nice fin août, des « men in glaz » (couleur bretonne sans équivalent en français, à mi-chemin entre le bleu, le vert et le gris qui évoque le nuancier de la mer en Bretagne). « Nous sommes la seule équipe qui roule sous ses couleurs avec son propre blason », insiste avec fierté son coach à la tête d'une véritable PME forte de 52 salariés et qui anime un club d'entreprises comptant une cinquantaine de partenaires de toutes tailles. « Nous leur proposons des activités événementielles sur les courses ou dans

notre centre de performance à Vannes dans le Morbihan, pour leurs collaborateurs et leurs clients », explique Jérôme Pineau. Cette activité assure à elle seule plus de 10 % du budget de l'équipe qui se situe aux alentours de 7 millions d'euros par an.

DANS LA COUR DES GRANDS

Pour rejoindre le World Tour, l'équipe bretonne devra à minima doubler ce budget et recruter de nouveaux coureurs. « C'est pour nous un investissement important, moins cher qu'une équipe de foot en coupe d'Europe, comparable au sponsoring dans la voile sur des épreuves comme le Vendée Globe, reconnaît Vincent Quandalle, engagé pour trois ans au côté de Jérôme Pineau et qui partage son ambition. Mais avec un retour sur investissement bien supérieur en raison du nombre de compétitions. »

Cette année où le calendrier a été malmené par le coronavirus, l'équipe B&B-Vital Concept aura ainsi participé à une trentaine de courses dont, outre le Tour de France, Paris-Roubaix, le Tour des Flandres, le critérium du Dauphiné, Paris-Nice. L'entrée en division World Tour ajouterait à son programme les grandes classiques que sont le Tour d'Italie et le Tour d'Espagne. De quoi faire rêver ses sponsors.

Philippe Flamand

Les men in glaz sur les routes de la gloire

L'équipe B&B-Vital Concept participe pour la première fois cette année au Tour de France avec ses coureurs vêtus de maillots aux couleurs de la mer en Bretagne. Sponsorisée par deux entreprises bretonnes, cette équipe créée il y a seulement deux ans nourrit de solides ambitions.

L'équipe B&B-Vital Concept participe pour la première fois cette année au Tour de France avec de solides ambitions sportives et économiques : remporter des étapes pour se faire connaître et attirer de nouveaux partenaires avec l'espoir d'intégrer en 2023 la division World Tour (l'équivalent de la première division de l'Union cycliste internationale), confie son manager Jérôme Pineau. Cet ancien coureur cycliste professionnel a créé ex-nihilo cette équipe en 2018 avec le soutien du groupe breton Vital Concept. À l'époque, le spécialiste de la vente à distance en agriculture basé à Loudéac (Côtes-d'Armor) était déjà sponsor d'une équipe dans la grande boucle du cyclisme mais cherchait à se désengager. « Patrice Etienne, le PDG fondateur de Vital Concept, présidait le club cycliste VCP Loudéac, il a immédiatement cru à notre projet », se souvient Jérôme Pineau.

L'équipe Continentale Professionnelle Vital Concept Cycling Club (24 coureurs) était née, avec le VCP Loudéac fort de 250 licenciés pour équipe réserve. Un an plus tard le groupe hôtelier B&B Hotels, d'origine bretonne, rejoignait l'aventure comme co-sponsor. « Nous étions déjà actifs depuis une dizaine d'années dans le sponsoring sportif, dans le football avec le FC Lorient, dans la voile. Nous cherchions un

NORD

« Doublet mobilise 80 salariés sur le Tour »

Fabricant de drapeaux et de supports de communication, l'entreprise nordiste Doublet (300 salariés, 45 M€ de CA) est partenaire du Tour depuis 2002. Clément Rohaut, chef de projet en charge du Tour de France, revient sur cette édition 2020 atypique.

Doublet est partenaire technique du Tour de France depuis 2002. Comment cet événement mobilise-t-il l'entreprise ?

Le Tour de France, c'est 80 salariés mobilisés sur place, dont 20 ou 30 en interne, complétés par des personnes recrutées en CDD. Ces équipes sont logées durant 28 jours dans des tour-bus, pour suivre chaque étape, mais le travail sur l'événement démarre bien en amont. Ce sera cette année notre 19^e édition du Tour. Dès qu'une édition se termine, nous avons un petit mois avant de nous lancer dans la préparation de la suivante. Notre objectif, sur cet événement, c'est de mettre en avant la visibilité du Tour de France et de ses partenaires, à travers différents supports : banderoles, drapeaux, peinture, barrières, etc. Sur place, nos équipes sont organisées par zones : elles installent la visibilité sur les 50 derniers kilomètres, assurent la sécurité des cyclistes et du public, suppriment la publicité sauvage, délimitent les espaces presse et VIP et affichent à la ligne d'arrivée les couleurs du Tour et de ses partenaires.

« Le Tour de France est pour nous un gros événement en matière de logistique et de temps, mais pas le plus important en termes de chiffre d'affaires. »

Clément Rohaut (à droite), chef de projet Tour de France au sein de l'entreprise de textile événementiel lilloise Doublet.



Quelles sont les conséquences du report du Tour pour Doublet ?

En interne, la production des différents supports a été différée, car nous nous demandions si le Tour allait avoir lieu. Par ailleurs, les trois quarts des produits sont soumis à la validation du partenaire. Nous avons aussi eu moins de temps pour réaliser les recrutements. Le Tour de France est pour nous un gros événement en matière de logistique et de temps, mais pas le plus important en termes de chiffre d'affaires, contrairement à ce que l'on pourrait imaginer. C'est une belle vitrine de notre savoir-faire, notamment auprès des collectivités locales traversées par le Tour. Mais c'est un événement sportif parmi d'autres, nous travaillons également avec les Fédérations de cyclisme, de natation, handisport... Notre haute saison événementielle (activité qui représente un tiers du chiffre d'affaires, NDLR) se déroule habituellement d'avril à septembre. Cette année, elle a été décalée sur les mois de septembre et octobre, en raison de la crise sanitaire, mais 40 % des événements reportés restent à ce jour annulés.

Quels sont les grands changements pour vous d'une édition du Tour à l'autre ?

Depuis 20 ans, les technologies et supports ont beaucoup évolué dans l'événementiel. Il n'y a jamais un Tour identique au précédent, ne serait-ce que parce que les étapes changent. Chaque année, nos designers travaillent sur des supports innovants, que nous proposons à notre client Amaury Sport Organisation, comme les banderoles en tissu plutôt qu'en PVC. Et tous les ans, nous négocions pour avoir plus de travail, sur certains points kilométriques par exemple. Une réflexion est également en cours pour mettre en place une édition spéciale pour les 20 ans d'accompagnement du Tour par Doublet, en 2021. Mais d'une certaine façon, 2020 est déjà une année particulière, en raison des mesures que nous devons prendre pour respecter les normes sanitaires. Dans les dotations vestimentaires des équipes, nous ajoutons cette année des lots de masques, du gel antibactérien... L'installation prendra plus de temps car il faudra désinfecter très souvent. C'est une période compliquée, car dans l'événementiel il faut être réactif, mais à présent, cette exigence est décuplée.

Propos recueillis par
Élodie Soury-Lavergne

NICE

Socca Chips, le petit Poucet du Grand Départ

Nice Gourmet, qui fabrique les Socca Chips, est « supporter officiel » de l'événement. Malgré le coronavirus, la PME azurienne qui emploie une trentaine de salariés mise sur la Grande Boucle pour gagner en visibilité et accompagner son développement.

Une PME sur la ligne de départ. Sous la marque Socca Chips, la société Nice Gourmet fabrique des chips à base de farine de pois chiche, une innovation du chef Luc Salsedo lancée en 2014. Un succès local puis régional, avec un produit distribué dans plus de 1 500 points de vente, que l'entreprise comptait bien faire fructifier en misant sur le Tour de France et des valeurs communes de partage et de convivialité. C'est ainsi que la PME niçoise est devenue « Supporter officiel » du Grand Départ donné sur ses terres le 29 août. « Cet été, nous avons zappé les vacances », explique Fabienne Rigourd, directrice marketing et associée au sein de l'entreprise. « Cela fait longtemps que nous sommes dans les starting-blocks. Le Tour de France, j'y travaille depuis janvier 2019. »

5% DU CHIFFRE D'AFFAIRES INVESTI

Nice Gourmet n'a pas spécifiquement recruté pour l'événement, comptant sur la mobilisation de ses équipes (une trentaine de collaborateurs), épaulées par les familles des trois associés. Mais la petite entreprise a tout de même investi près de 5 % de son chiffre d'affaires (qu'elle ne communique pas) : étiquetage des emballages aux couleurs du Tour, sponsoring, communication, goodies, habillages des véhicules de l'entreprise... Mais aussi frais de déplacement et d'hébergement, car en plus du Grand départ sur la Côte d'Azur, la marque est présente sur les deux étapes repos à Châtelailon-Plage, en Charente-Maritime, et à Lyon où pour des raisons sanitaires, le « Fan park », un espace avec des animations pour le public, a été annulé.

« Nous aurons un gros manque lié à cette annulation ainsi qu'au report à 2021 de l'épreuve cyclotouriste à Nice », reprend Fabienne Rigourd. « 2020 devait être notre année, tous les marqueurs étaient très positifs mais nous ne pouvons pas nous plaindre, certains secteurs sont bien plus touchés. Nous n'avons évidemment aucun regret de nous être engagés dans cette aventure ! Le Tour de France est peut-être aussi ce qui peut nous sauver. C'est un moyen de mettre en avant notre marque et notre produit. Cette visibilité et cette communication ne sont pas données à tous. Je suis sûre que nous aurons un retour sur investissement. »

Olivia Oreggia



Chef cuisinier, le Niçois Luc Salsedo a inventé la chips de socca en 2014.

« Cela fait longtemps que nous sommes dans les starting-blocks. Le Tour de France, j'y travaille depuis janvier 2019. »

Fabienne Rigourd, directrice marketing et associée

GRAND TÉMOIN

Philippe Bloch,
entrepreneur, auteur et conférencier



© DR

« UN TREMBLEMENT DE TERRE ARRIVE ET RIEN NE SERA PLUS COMME AVANT »

Le fondateur de Columbus Café, conférencier, éditorialiste, animateur sur BFM Business, est l'auteur de nombreux livres à succès. Son dernier ouvrage écrit durant le confinement, *Ce sera mieux après...Sauf si on est trop cons !*, analyse la double crise sanitaire et économique comme un événement fondateur de l'Histoire contemporaine. Un regard de citoyen et d'entrepreneur sur une expérience hors du commun dont il espère que sortira un monde meilleur.

Comment avez-vous vécu le confinement ?

Je dois l'avouer, j'ai beaucoup aimé le confinement. Je fais partie des gens qui étaient contents que l'horloge s'arrête. Ça ne m'était jamais arrivé de toute ma vie professionnelle : plus d'agenda contraint, pas de rendez-vous, pas de téléphone, plus d'enjeux. Bien sûr, il y avait dans cette épreuve l'incertitude de ne pas savoir si on allait être confiné pendant trois mois, six mois, un an, deux ans, qui pesait au-dessus de nos têtes. Mais globalement, j'ai vécu cette période plutôt comme un moment privilégié, de remise en cause. Mon livre est né de la volonté de prolonger cette réflexion de façon collective. Très vite, j'ai arrêté de regarder les chaînes d'info en continu parce que je n'en pouvais plus du décompte mortel de ces médecins qui venaient nous raconter tout et n'importe quoi. Je ne supportais plus de les entendre se contredire. Puis, peu à peu, des réflexions intéressantes ont commencé à apparaître dans des débats télé, dans des articles de presse, sur des choses que moi aussi je ressentais. Tout cela a structuré le livre que j'ai écrit en l'espace de deux mois.

Où en est aujourd'hui votre activité de professionnel indépendant de l'événementiel, animateur de séminaires d'entreprises, conférencier ?

J'ai subi une double peine parce que je suis indépendant et que je travaille dans l'événementiel. L'indépendant n'ayant pas de revenu quand il ne travaille pas, je n'ai pas eu de rentrées d'argent depuis le mois de février. Quant à l'événementiel, tout ce qui rassemble du public s'est arrêté à partir de fin février. Les seuls événements qui n'ont pas été annulés ont été reportés sur des formats digitaux à la rentrée. Aujourd'hui, l'activité événementielle peine à redémarrer, quelques projets reviennent mais uniquement sur des formats réduits à l'initiative de PME, d'organismes professionnels ou d'associations.

Le big business corporate, type entreprises du CAC 40, affronte d'énormes enjeux économiques, sociaux et humains, et ne veut pas prendre le risque de rassembler trop de personnes en même temps au même endroit.

Dans votre livre intitulé *Ce sera mieux après, sauf si on est trop cons*, vous portez finalement un regard plutôt optimiste sur les nouvelles solidarités nées de la pandémie et sur notre capacité collective à faire primer l'humain sur l'économique. Vous semblez avoir été surpris par cette attitude ?

La décision prise par le président de la République Emmanuel Macron, le 14 mars, de tout arrêter est d'un courage incroyable. Je ne sais pas si j'en aurais été capable. Dans un pays comme la France, réputé révolutionnaire, qui refuse l'autorité et qui se dit amoureux de sa liberté, imposer un tel truc de façon unilatérale, non démocratique, a été pour moi un étonnement réel et j'en suis encore troublé. Cela dit, les Français ont été d'une docilité incroyable parce qu'ils ont eu peur. Or ce management par la peur va laisser des traces



© MAKSYM YEMELVANYOY - STOCK.ADOBE.COM

dans l'inconscient collectif et accroître notre propension à refuser de prendre le moindre risque. Nous n'avions pas besoin de cela alors que nous sommes déjà le seul pays au monde à mettre en œuvre le principe de précaution.

Vous pointez l'absence des start-ups sur le devant de l'actualité durant le confinement. Qu'auriez-vous espéré ?

Les start-up ont disparu de l'actualité et des médias. Elles ont été complètement absentes, à quelques exceptions près, de la bataille contre l'épidémie. Tous les chantres du transhumanisme et de l'intelligence artificielle qui disaient pouvoir apporter des solutions à tous nos problèmes ont été étrangement silencieux, et Google, qui affirmait avant la pandémie que désormais la moitié de son chiffre d'affaires était liée à la santé et qu'il allait changer le monde, s'est tu.

Et maintenant ? Craignez-vous comme d'autres que le plus dur soit à venir pour les entreprises avec dépôts de bilan et licenciements dès cette rentrée. Comment faire pour limiter les dégâts et rebondir ?

Le discours ambiant dit que la rentrée sera absolument cataclysmique, on n'arrête pas de parler de ces 700 000 jeunes qui arrivent sur le marché de l'emploi, de ces fermetures de commerces annoncées. Globalement, je dois dire que je ne suis pas très optimiste pour les mois à venir car l'ambiance est mauvaise dans le monde entier. Aux États-Unis, même si Trump n'est pas réélu, cela prendra beaucoup de temps pour que l'économie remonte la pente et nous avons besoin d'eux. L'Europe elle-même n'est pas en très

Philippe Bloch croit aux relocalisations. « Il y a une détestation de la Chine qui est en train de s'installer », assure-t-il.

« On ne peut pas dire il faut relocaliser la fabrication des objets de notre vie quotidienne et ne pas accepter de payer plus cher »

GRAND TÉMOIN

bonne santé, l'Espagne et l'Italie sont aussi mal logées que nous. La disparition des mesures d'aides prises pendant le confinement va créer un choc. Il va y avoir de nombreux dépôts de bilan, c'est sûr. Nous n'avons aucune visibilité sur rien et quand les entreprises vont prendre en pleine figure la réalité de leur endettement et de la baisse de leur chiffre d'affaires, il va leur falloir beaucoup d'énergie pour ne pas baisser les bras.

Va-t-on, selon vous, vers une nouvelle donne de la mondialisation ? Vers plus de relocalisations de nos industries ?

Oui c'est certain, et pour tout ce qui est stratégique c'est déjà acté, pour la souveraineté alimentaire, médicale, voire informatique. Il y a, à cet égard, une détestation de la Chine qui est en train de s'installer et le rejet de Huawei pour la 5 G en est un bon exemple. Et si un grand nombre de produits va continuer d'être fabriqué dans des pays à bas coûts, mon pari c'est que la population française est sensible à cet enjeu comme elle ne l'a jamais été avec notamment l'engouement pour le made in France. Il y a une poussée très forte sur un certain nombre de sujets clés comme celui de la mondialisation et des relocalisations et je suis convaincu que ces choix vont faire bouger notre société, afin de mettre de la cohérence entre nos décisions et nos actions. On ne peut pas dire il faut relocaliser la fabrication des objets de notre vie quotidienne et ne pas accepter de payer plus cher. En ce sens, la relocalisation sera vertueuse car comme les choses que l'on achète tous les jours vont coûter plus cher, nous allons consommer moins.

Qu'avons-nous finalement appris de cette crise sanitaire ?

Tout dépend des secteurs. Sur le marché de l'immobilier de bureau par exemple, il va y avoir des enjeux phénoménaux de mutation de l'usage. Dans le retail, certains acteurs ont compris l'intérêt de s'« amazoniser » et éviteront ainsi de disparaître parce qu'ils auront introduit un peu de digital dans leur business. Il est clair que des plaques tectoniques sont en train de bouger sous nos pieds mais que personne ne voit encore combien elles vont changer profondément les choses à la rentrée et dans les années à venir. Fondamentalement, le confinement a accentué des préoccupations devenues majeures pour la population, celle de l'écologie et de la qualité de vie, avec la prise de conscience du temps retrouvé par les habitants des grandes agglomérations qui passent habituellement leur vie dans des bouchons. Tous ont plutôt bien vécu le fait de pouvoir travailler sans se déplacer. Cela va réorganiser le mode d'emploi de la vie des gens, personnelle et professionnelle. De nouvelles solutions vont se développer comme des tiers lieux où il y aura à la fois des bureaux et de l'hôtellerie pour passer quelques nuits par semaine loin de chez soi. De nombreuses entreprises vont expérimenter ces formats hybrides de travail qui vont leur permettre d'économiser sur des frais fixes majeurs comme l'immobilier. Cela va changer également le management des entreprises par le rapport de confiance qui s'instaure entre les managers et leur équipe. Les managers vont s'aper-



BIO EXPRESS

1982

Diplômé de l'Essec

1986

Publie son premier livre, *Service Compris*, vendu à plus de 500 000 exemplaires

1987

Crée la société PBRH Conseil, spécialisée dans la communication, le conseil et la formation

1994

Fonde l'enseigne Columbus Café qu'il quitte dix ans plus tard

2020

Écrit durant le confinement *Ce sera mieux après...Sauf si on est trop cons !*, paru aux éditions Ventana.

cevoir que la confiance peut fonctionner en étant moins chère que le contrôle. Cela prendra du temps mais je ne suis absolument pas d'accord avec ceux qui pensent que tout va repartir comme avant. Un tremblement de terre arrive et au contraire rien ne sera plus comme avant. Est-ce que ça sera mieux qu'avant ? Tout dépendra évidemment des choix que l'on fera mais il est sûr qu'énormément de choses vont changer que ce soit pour la revitalisation des villes moyennes, la birésidentialité, le télétravail, nos modes de consommation, notre rapport à l'écologie... Les décisions nous appartiennent. Durant le confinement, en restant chez soi, on a eu un impact sur le reste de l'humanité. On peut continuer par nos actes et nos décisions à changer profondément le monde comme jamais on a eu l'occasion.

Propos recueillis par Philippe Flamand



Ce sera mieux après...Sauf si on est trop cons !, paru en juin 2020 aux éditions Ventana.



VALÉRIE EST CONFIANTE

**GRÂCE À SON COMMISSAIRE
AUX COMPTES, SON ENTREPRISE
A LE SOUTIEN DE TOUS SES
PARTENAIRES.**

Valérie dirige une entreprise industrielle de 30 salariés. Ses clients sont des grands comptes, exigeants sur la réactivité et la qualité. Elle investit régulièrement dans de nouvelles machines, pour rester compétitive. Elle a volontairement renouvelé le mandat de son commissaire aux comptes, pour donner un gage de rigueur à ses clients et à ses partenaires bancaires, et conserver leur confiance.

lavenirconfiance.fr

LES COMMISSAIRES AUX COMPTES
Bâtisseurs d'une société de confiance

CNCC
COMMISSION NATIONALE DES
COMMISSAIRES AUX
COMPTES

La Mutuelle Verte
vous conseille et
vous accompagne
pour la couverture
complémentaire santé
de vos salariés.

**Chef
d'entreprise**
DÉDUISEZ
vos cotisations
santé de
vos revenus
imposables
(Loi Madelin)

Des garanties complètes
à des tarifs compétitifs

LA MUTUELLE VERTE - 78, COURS LAFAYETTE-060521-83041 TOULON CEDEX 9 - 04 94 18 55 10 -
COUT D'UN APPEL LOCAL A PARTIR D'UN POSTE FIXE. MUTUELLE SOUMISE AUX DISPOSITIONS DU LIVRE II DU
CODE DE LA MUTUALITE - SIREN : 309 104 099 - PHOTO : FOTOLIA



**la mutuelle
verte**

☎ 04 94 18 55 10

78, Cours Lafayette - TOULON

www.mutuelleverte.com