



#16

Septembre-Octobre 2016

Dynamique
Data
verte
p.57

Tendances
La galaxie
French Tech
p.38

Normandinamik

Le magazine d'information des CCI de Normandie

Caen Normandie | Ouest Normandie | Portes de Normandie | Seine Estuaire | Seine Mer Normandie



Élections CCI

VOTEZ POUR
VOUS !

ipe
Ouest

Votre bâtiment professionnel clé en main

Demandez votre étude personnalisée sans engagement

**Maître d'œuvre
et contractant
général**

Ingénierie
Conception
Construction
Extension
Rénovation

Industrie
Transport
Logistique
Artisanat
Commerce
Tertiaire



02 31 84 68 05 - www.ipe-ouest.fr - info@ipe-ouest.fr

BIEN PLUS QUE DE L'ASSURANCE ...

CHEFS D'ENTREPRISES

ET SI VOUS EXIGIEZ DE :

- ✓ COMPRENDRE VOS GARANTIES,
- ✓ SAVOIR SI VOS ASSURANCES SONT ADAPTÉES À VOTRE ACTIVITÉ,
- ✓ RÉDUIRE VOS DÉPENSES EN ASSURANCES...

EUREKA !

L'offre EUREKA

Avoir un support clair et lisible de vos garanties avec nos préconisations
Situer votre budget pour faciliter vos négociations

ROUEN
3 rue Georges Charpak
76130 Mont Saint Aignan
02 35 12 35 50
N°ORAS : 14 002 375

RENNES
LYON
DEAUVILLE


OFRACAR
Courtiers en Assurances
SOLUTIONS

DU 20 OCTOBRE AU 2 NOVEMBRE, **LA VOIX DE L'ENTREPRISE**



Vous serez appelés, entre le 20 octobre et le 2 novembre prochains, à élire vos représentants au sein des Chambres de Commerce et d'Industrie territoriales et régionales, qui sont comme vous des hommes et des femmes chefs d'entreprise.

Dans votre CCI, ils travailleront pour les cinq prochaines années au développement de votre territoire et seront là pour accompagner vos projets.

Projets de création, de transmission d'entreprises, de formation, de transition énergétique ou numérique, d'internationalisation... Ils seront à vos côtés pour construire l'économie de demain.

C'est un moment fort pour le monde économique : celui où il choisit ses représentants, ceux qui porteront le message des entreprises, ceux qui soutiendront vos efforts, ceux qui parleront de développement, de progrès, d'avenir.

Pour voter, rien de plus simple. Un seul tour de scrutin, et la possibilité de s'exprimer par voie électronique sur le site www.jevote.cci.fr. Ceux qui préfèrent le vote par correspondance recevront dans leur entreprise les éléments nécessaires.

La CCI Normandie est en ordre de marche pour accomplir sa mission au plus près de vos préoccupations, de vos besoins, de vos attentes. Ce temps du vote est important. Il permettra de démontrer votre engagement, votre volonté d'aller de l'avant.

**“ Un moment fort
pour le monde économique ”**

l'actualité des Territoires

06 **Élections.**
Votez pour vous.



08 **Bois.**
Une filière qui pousse.

10 **Emploi.**
Les entreprises s'intéressent
aux « quartiers ».

14 **Anniversaire.**
Compte à rebours pour
un 500^e.

à la rencontre des Entrepreneurs

18 **Haras du Pin.**
Au grand galop.



20 **Carrier Transicold.**
Coup de froid.

22 **TFM.**
Marketing haut de gamme.

24 **Pommier.**
Capitaine crochet.

25 **BoConcept.**
L'appel du bois.

initiatives, Innovations, tendances

37 **Numérique.**
Filière en marche.

42 **ETNA France.**
Monte-charge et partenaires.



44 **Demeilliers et Fils.**
Pages d'histoires.

47 **Alticap.**
Altitude de croisière.

48 **Les toqués connectés.**
Boutique technologique.

en Focus

16 L'automobile

Avant le mondial de Paris, regard sur un secteur majeur de l'économie française et sur les habitudes des conducteurs.



Normandinamik

Le magazine d'information des CCI de Normandie

Normandinamik, magazine bimestriel,
est édité par la CCI Normandie
10 quai de la Bourse - CS 41803
76042 Rouen CEDEX 1. Tél. 02 35 88 44 42
www.normandie.cci.fr



Directeur de la publication : Jean-Claude Lechanoine • Directeur de la rédaction : Florence Dubosc
Rédacteur en Chef : François Colombier - Tél. 02 35 14 38 13 - francois.colombier@normandie.cci.fr
E mail : redaction.normandinamik@normandie.cci.fr • Journaliste : Isabelle Pauthier - Tél. 02 35 14 37 11
Secrétaire de rédaction : Nicole Vespier - Tél. 02 35 14 37 12 • Photographe : Pascal Monnet
Conception graphique : Groupe Arcange • Mise en page : Aprim • Impression : Groupe Corlet - Z.I. Route de Vire
BP 86 - 14110 Condé-sur-Noireau • Routage : BrioGraphic • Tirage : 110 000 exemplaires
Numéro ISSN : 2273-6751 • Dépôt légal : à parution

Régie publicitaire : Nathalie Merlin - Tél 02 35 55 26 89 / 06 84 69 91 69 - nathalie.merlin@normandie.cci.fr

dynamique Normande

50 **Satory.**
La parole à la Défense.

53 **Nurserie.**
Granville câline les start-up.

55 **Wedding Magazine.**
Les jolis jours.



57 **Webaxys.**
Datas humaines.

région en Échos



58 **Gérard Renoux,**
président de
l'Union des
Industries
Chimiques
de Normandie.

Enjeux

Effet de groupe



© vobekapa - Shutterstock

De l'association de commerçants au pôle de compétitivité, il n'est d'entreprise qui gagne sans adhérer à un réseau. L'effet du collectif s'avère un élément essentiel de développement et d'ouverture.

région en CCI

Agenda et actualités

60 CCI OUEST
NORMANDIE
CCI SEINE
ESTUAIRE

61 CCI SEINE MER
NORMANDIE
CCI PORTES DE
NORMANDIE
CCI CAEN
NORMANDIE

62 CCI
NORMANDIE

Vous souhaitez communiquer dans Normandinamik ?

Profitez d'un support stratégique unique,
pour promouvoir votre message et votre image
auprès des 110 000 dirigeants normands.

Contactez **Nathalie MERLIN**

Tél. : 02 35 55 26 89 / 06 84 69 91 69 • nathalie.merlin@normandie.cci.fr



l'actualité des Territoires

+ Elections consulaires NORMANDIE

Les raisons d'un vote utile

LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

du 30 septembre au 30 octobre



LE SCRUTIN

Plurinominal majoritaire à un tour. Sont élus, les candidats qui obtiennent le plus grand nombre de voix. Les membres des CCI sont élus par leurs pairs, chefs d'entreprise, pour 5 ans.

LE VOTE

Les électeurs recevront le matériel de vote et les listes des candidats à partir du 20 octobre et pourront voter jusqu'au 2 novembre 2016.



LE CORPS ELECTORAL

2 millions

d'électeurs répartis en trois collèges :



Commerce Industrie Services

OÙ SONT LES FEMMES ?

En application de la loi de 2014, sur la parité, les candidats se présentant à la CCI sont accompagnés d'un suppléant de sexe opposé. La présence de femmes chefs d'entreprise tant au niveau régional que local devrait donc augmenter (avec un objectif situé entre 30 % et 50 % d'élus au sein des CCI).



COMMENT VOTER ?

Pas besoin de se déplacer. Les électeurs peuvent voter par correspondance ou, dans la très grande majorité des circonscriptions, par voie électronique. Une plateforme nationale de vote est accessible via Internet à 85 % du corps électoral à l'adresse suivante : www.jevote.cci.fr



LES RÉSULTATS

Ils seront proclamés le 10 novembre 2016 au plus tard. Mise en place des nouveaux élus consulaires :

avant le 24 novembre

avant le 8 décembre



CCI territoriales



CCI de région

Peuvent donc voter :

A titre personnel, les commerçants (immatriculés au Registre du Commerce et des Sociétés), les chefs d'entreprise individuels (inscrits au Répertoire des métiers et immatriculés au RCS) et les conjoints collaborateurs de ces derniers.



Pour qui vote-t-on ? :

Pour être éligible à un mandat dans une CCI, il faut être âgé(e) d'au moins 18 ans, jouir de ses droits civiques et ne pas être frappé d'une sanction d'interdiction de gérer ou de déchéance. L'activité ou l'entreprise représentée doit justifier de deux ans d'existence au moment du dépôt de la candidature. Les candidats se présentent de manière individuelle ou sous forme de regroupements de candidature, et peuvent appartenir à des organisations patronales.



Le rôle des CCI et des élus :

Les CCI travaillent en réseau dans l'appui aux entreprises et au développement territorial. Leurs domaines d'interventions sont multiples et variés : création / reprise / transmission d'entreprise ; formation / enseignement / apprentissage ; développement durable ; innovation / intelligence économique ; international ; économie numérique ; réseaux d'entreprises. Par son rôle de corps intermédiaire à vocation économique, elles sont le porte-parole des entrepreneurs auprès des collectivités locales et des pouvoirs publics.

Les CCI ont accompli, et continuent d'accomplir, d'importants efforts de modernisation et d'efficacité au service des entreprises. Les élections consulaires à venir doivent être l'occasion de confirmer et amplifier cette action d'utilité territoriale.

Et si les trois lettres CCI étaient plus que le vénérable acronyme « Chambre de Commerce et d'Industrie ». Et si elles voulaient dire « Changer, Comprendre, Inventer ». Changer, pour coller aux réalités du temps et de la modernité, Comprendre les attentes des entreprises, les besoins des territoires, Inventer les nouvelles façons de travailler au service de ceux qui font l'économie, l'emploi, le développement.

Solidement et fièrement arrimées sur leur riche et longue histoire, les CCI n'ont pas oublié depuis quelques années, de bouger. Ce ne fut pas toujours simple, l'honnêteté oblige à le reconnaître, mais ce fut avec la volonté farouche d'aller de l'avant. C'est ce qui a été accompli en Normandie, avec la naissance de ce réseau de cinq chambres territoriales (Caen Normandie, Ouest Normandie, Portes de Normandie, Seine Estuaire et Seine Mer Normandie), qui donnent une efficacité plus forte à l'action consulaire. Ces nouveaux contours de la Normandie économique qu'a dessinée la CCI Normandie font se croiser proximité et efficacité, implication et réactivité, usage et valeurs. Il fallait changer, ici et maintenant.

Leviers stratégiques

Car créer de nouvelles frontières consulaires n'a pas été le seul chantier engagé. Il s'est accompagné d'une profonde réflexion sur les façons de travailler au quotidien au service des entreprises. Trois leviers stratégiques sont alors apparus essentiels : le développement durable, la mondialisation, le numérique. Nul besoin d'épiloguer longtemps pour comprendre que c'est en combinant ces trois

“ L'élection des représentants des CCI est capitale pour les entreprises ”

fondamentaux que les entreprises parviendront à écrire leur futur.

L'élection des représentants des CCI est capitale pour les entreprises. Qui est mieux situé aujourd'hui que les entrepreneurs et les chefs d'entreprise pour répondre aux enjeux de l'économie et de ses mutations, pour parler au quotidien d'emploi, de développement économique, de formation ? Au-delà du naturel engagement citoyen qui conduit à l'exercice du droit de vote, les chefs d'entreprise savent qu'en accomplissant un geste

qui ne leur prendra que quelques minutes et pourra être effectué en toute simplicité, grâce à la mise en place généralisée du vote électronique (qui n'exclut pas pour autant la bonne vieille enveloppe), c'est pour eux qu'ils vont voter. C'est l'occasion d'exprimer leur volonté d'être entendus et pris en compte, de démontrer que l'entreprise doit avoir toute sa place dans la vie publique française. Elle doit faire connaître là où se situent ses intérêts, ne pas laisser le champ libre à ses contempteurs, peser dans les

grandes décisions qui la concerneront. Les CCI sont, à cet égard, la caisse de résonance idéale. Le discours qu'elles tiendront sera encore plus écouté, et donc plus profitable aux entreprises, si le socle du vote est plus important. Votez pour vos représentants, votre territoire, votre entreprise. ◀

FULLBACK

CONSTRUIT POUR LE TRAVAIL. FAIT POUR LA VIE.

FIATPROFESSIONAL.FR



**VISIBLE
EN
CONCESSION**

LE PICK-UP PROFESSIONNEL

- CHARGE UTILE SUPÉRIEURE À 1 000 KG • MOTORISATIONS 2.4 COMMON RAIL 150 ET 180 CH • CAPACITÉ DE REMORQUAGE JUSQU'À 3 100 KG • TRANSMISSION INTÉGRALE AVEC BLOCAGE DE DIFFÉRENTIEL • GARANTIE 5 ANS/150 000 KM*.

* Véhicule Garant 5 ans (2+3 ans) ou 150 000 km ou 1^{er} des deux termes échu. Contrat d'Extension de garantie Maximum Care, Major Véhicule Protection : conditions contractuelles disponibles auprès de votre Distributeur Agréé Fiat Professional ou sur le site internet www.fiatprofessional.mopar.eu



PROFESSIONAL

PROFESSIONNEL COMME VOUS

GRUPE MARTENAT
www.martenat.fr

ROUEN Normandie Distribution
Rue de la Grande-Épine - Z.I.
76805 St-Étienne-du-Rouvray
Tél. 02 35 02 79 50

LE HAVRE Sovis
273, Bd Jules Durand
76600 Le Havre
Tél. 02 35 25 24 74

CAEN Martenat
Route de Paris
14630 Cagny
Tél. 02 31 23 45 80

SAINT-LÔ Martenat
2, Route de Bayeux
50680 St-André-de-l'Épine
Tél. 02 33 57 96 81

PONT-L'ÉVÊQUE Martenat
Zone artisanale De Launay
14130 Pont-L'Évêque
Tél. 02 31 65 66 35

+ Énergie NORMANDIE

Bois de chauffe

Le chauffage au bois se développe depuis vingt ans en Normandie.

Cela fait vingt ans que la Normandie bénéficie du travail de Biocombustibles autour du chauffage collectif par le bois. Cette « longue aventure », comme la qualifie Jean-Jacques Ribot, président de la société, a été rythmée par l'évolution du coût des matières premières. Les chocs pétroliers ont aidé à « populariser » le chauffage bois, amenant les gouvernements à lancer des appels à projets et des mesures incitatives. La récente chute des cours rend la sensibilisation plus délicate.

C'est en parvenant à maîtriser la technologie (notamment grâce à un voyage d'études en Autriche, au début des années 1990), en orchestrant l'approvisionnement et en élaborant un lobbying intelligent que la filière s'est structurée et crédibilisée. Ce fut la naissance de Biocombustibles, facilitateur et organisateur, qui sut réunir la filière bois, celle des déchets, Biomasse Normandie,



© Gerhard Seybert - Fotolia

l'ADEME et la Région. Le regroupement d'une centaine d'entreprises normandes de la filière forêt-bois, au sein d'Énergie Bois Forêt a « constitué le socle sur lequel Biocombustibles a pu se développer ». Plus récemment, le réseau de Business Angels FBA est entré au capital de la SAS, permettant de soutenir sa croissance.

Patience

En dépit de ces progrès, rien n'est simple : « Dans notre métier, une des qualités premières est la patience », reconnaît Jean-Jacques Ribot, citant les 18 ans nécessaires

à la sortie de terre de la chaufferie de Lisieux ou les 22 ans pour celle de Caen, qui ouvrira ses portes en octobre prochain.

Au bout du compte, « on peut parler d'un succès industriel considérable, d'une réussite exceptionnelle en France ». Les 200 chaufferies collectives normandes représentent une consommation 200 MW (pour 250 000 t de bois). ◀

CONTACT

www.biocombustibles.fr

+ Coopérative CHANU

La valeur du bocage

Pionnière en France, Bois Bocage Énergie a les couleurs du paysage normand.

Son nom de baptême est Bois Bocage Énergie, dite « B2É », elle a dix ans en 2016 et quoi de plus logique que naître en Normandie quand on a vocation de préserver le bocage à travers un projet d'économie sociale et solidaire ? « La priorité était de pérenniser le paysage en arrivant à rémunérer sa valeur écologique, et conforter l'emploi de proximité », remarque Laurent Nevoux, coordinateur de B2É, première Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) bois énergie française, portée par un collectif unissant la Communauté de Communes du Bocage Athisien, la commune de Chanu, la Cuma innov'61, des associations, des exploitants motivés. Elle promeut l'énergie bois en circuit court et offre la vente de plaquettes vertes forestières ou issues de l'entretien des

haies adaptées aux chaudières de petites et moyennes puissance, B2É organisant les achats, la revente, les livraisons, assurant le stockage-séchage du bois à partir de trois plates-formes, 1 000 m² chacune. En complément, elle a développé des prestations d'accompagnement, formant sur la gestion durable des haies, mais aussi un volet d'études techniques ou encore l'assistance à la maîtrise d'ouvrage...

Traçabilité optimale

Plus de 45 installations sont déjà livrées, et s'ils étaient 21 partenaires au départ, aujourd'hui, B2É frôle les 200 associés coopérateurs, répartis en cinq collèges, dont 15 % de collectivités locales « notre clientèle principale, devant les particu-

liers, les entreprises », l'approche circulaire favorisant l'interaction entre les producteurs de bois déchiqueté, les distributeurs, les consommateurs. Le modèle normand a fait école au niveau national avec une vingtaine de SCIC. Beaucoup sont implantées sur le Grand Ouest et l'actualité les implique – B2É en tête – autour d'un nouvel enjeu, militant pour un label de commercialisation « Bois Bocager Durable » qui garantirait une traçabilité optimale de bois « gérés, exploités, valorisés de manière équitable », souligne Laurent Nevoux. ◀I.P.

CONTACT

www.boisbocageenergie.fr

+ Sécurité SAINT-MARCEL

Anticiper le risque

Acteur de référence en prévention des risques, le CNPP élargit son champ d'intervention.

Pour ses soixante ans, le CNPP a fait les choses en grand, avec une journée portes ouvertes où se sont multipliées les démonstrations les plus impressionnantes, le long de ses 240 hectares de terrain. C'est dans une volonté de s'ouvrir aux entreprises régionales et de montrer la palette de ses savoir-faire que cet acteur de la prévention et de la maîtrise des risques a choisi de communiquer.

S'il traite toujours avec attention les problématiques liées au feu, celles qui furent à l'origine de sa création, le CNPP porte son expertise dans d'autres domaines, comme ceux de la sûreté et de la malveillance, ou de la cyber sécurité. Il réfléchit également aux questions du changement climatique, cherchant à « anticiper en définissant les organisations et processus qui permettront de prévenir ou, à défaut, d'atténuer les effets du climat », précise le directeur général Guillaume Savournin. C'est aussi la raison d'être du tout dernier outil du CNPP, un laboratoire de comptabilité électromagnétique, un investissement de 1 M€, « adapté aux nouvelles fréquences, capable de qualifier tout type

de matériel électronique, de tester ses performances, ses évolutions avant de le mettre sur le marché, résume Jean-Gabriel Sans, directeur du département « Protection mécanique et électronique de sécurité ». « Nous nous devons d'être au niveau des évolutions technologiques, en phase avec nos clients, avec les produits, avec l'évolution des normes et conformités ».

Humilité

C'est une des nombreuses structures de pointes du CNPP, avec le plus grand hall feu clos d'Europe, le laboratoire d'essais en environnement, la maison de la sécurité, la simulation numérique appliquée au risque d'incendie ou encore l'outil d'évaluation des risques aux postes de travail. Une panoplie complète, en constante évolution, car, comme le rappelle le président du centre, Claude Delpoux : « Le niveau de risque oblige à l'humilité ». <

CONTACT

www.cnpp.com



Démonstration d'extinction d'un feu de réacteur par les équipes du CNPP.

FIDAL
SOCIÉTÉ D'AVOCATS



100 avocats & juristes en Normandie au plus proche de vos intérêts

Tous les domaines du droit des affaires, tant en conseil qu'en contentieux

Conférences à venir :

- La régulation des plateformes numériques
- Le contentieux international
- Préparez-vous aux négociations commerciales 2017
- Organisez votre gouvernance associative
- Le mécénat : une source alternative de financement (AOSBL)
- La loi sur la biodiversité et le préjudice écologique
- Financer sa croissance : les clés de la réussite

FIDAL FORMATION

Une offre de formation complète en Normandie pour vos équipes
(Dirigeants, RH, DAF, Directeurs commerciaux, ...)

Clubs actualités
Formations sur mesure
Formations certifiantes
Pédagogie innovante

Formations programmées :

- Actualités en droit social
- Les bases du droit social
- Les négociations annuelles obligatoires
- Accidents du travail et maladies professionnelles
- La loi travail H Khemiri
- Stratégie de mécénat pour les OSBL
- Maîtrise l'administration juridique interne de votre association
- Transport logistique : TVA et problématiques douanières
- La gestion des incoterms
- TVA Intracommunautaire - TVA : méthodes d'application
- Club fiscalité
- Actualités paie
- La gestion des impayés

Pour en savoir plus : charlotte.fauchon@fidal.com

Direction Régionale Normandie
1 rue Claude Bloch
14 000 CAEN
02 31 45 31 31

Pour suivre notre actualité régionale,
retournez nous par les réseaux sociaux

www.fidal.com
www.fidal.com

+ Festival LE HAVRE

La mer sur grand écran

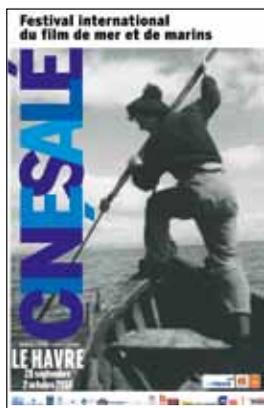
► La mer méritait qu'un festival de cinéma lui soit consacré. C'est le cas depuis 2015 au Havre, avec le festival Ciné Salé. La première édition ayant rencontré son public, celle de 2016 passe de deux à quatre jours, en attendant d'atteindre une semaine dans le futur.

« Les films de mer nous emportent, nous bercent, nous angoissent... Les thèmes abordés sont multiples, la fiction, l'animation, le documentaire. Tous les publics sont concernés. Pour les cinéphiles, nous avons déniché quelques perles comme ce documentaire britannique de 1934, « L'homme d'Aran ». Pour le grand public, c'est par exemple George Clooney dans « En pleine tempête ». Pour les ados, c'est « La nuit des requins », très décalée », commente la déléguée générale, Odile Conseil.

Parmi les nouveautés, une compétition, pour les films de long-métrage récent, qui seront distingués par le prix « Vague d'Or » décerné par un jury de professionnels présidé par Jean-Paul Rappeneau et le prix « Nouvelle Vague » remis par des étudiants. Outre les projections (Sirius, Le Studio, Gaumont Docks Vauban), le festival se délocalise en proposant des événements culturels à la librairie La Galerie, à l'ENSM... ◀

CONTACT

www.cine-sale.com



© directphoto.org

Le talent d'entrepreneur se trouve partout, y compris dans les cités.

+ Insertion SEINE-MARITIME

Main tendue

Des entreprises se mobilisent en faveur du développement économique des quartiers prioritaires.

« La croissance de l'économie française se situe dans les quartiers », affirme Majid El Jarroudi, délégué général de l'Agence pour la diversité, chargée de soutenir les entrepreneurs des quartiers prioritaires. Un avis que partagent sans nul doute les dix-sept entreprises basées en Seine-Maritime, qui viennent de signer la « Charte entreprise et quartiers » avec l'État. Elles sont 62 en France à avoir paraphé le même document. Un succès dû à l'activité du CREPI, le Club régional d'entreprises pour l'insertion.

Le principe est de permettre aux entreprises d'apporter leur propre contribution et de mener des actions spécifiques en faveur de l'emploi, de la création d'entreprise, de l'insertion. Tout est important, quand on sait que le taux de chômage dans les quartiers prioritaires est 2,5 fois supérieur à celui du reste du territoire et que les jeunes diplômés qui en sont issus mettent 18 mois de plus que les autres à trouver du travail. La discrimination à l'embauche, la faiblesse des réseaux personnels, la méconnaissance

des codes du monde du travail sont autant d'obstacles qui s'accumulent.

Créer du lien

Les soutiens peuvent revêtir plusieurs formes. Pour ne prendre que quelques exemples, chez Eiffage, c'est la mise en place de clauses d'insertion, à l'usine Renault Cléon, des accueils de lycées, chez Orange, la participation au sein d'Énergie jeunes, la lutte contre le décrochage scolaire. Autre type d'action, celui de la directrice régionale d'Orange, Pascale Homs, qui s'occupe personnellement d'une jeune femme. « Malgré son bac +5, elle ne parvenait pas à trouver du travail. Nous avons retravaillé ensemble son CV, sa lettre de motivation, et surtout, réfléchi sur ses compétences, son potentiel ». Autant de démarches qui permettent de « créer du lien », comme le constate le président du CREPI, Jean-Baptiste Savalle, qui souhaite que de nombreuses autres entreprises puissent adhérer à la charte. ◀

Les signataires: MATMUT, Renault (Cléon, Sandouville, Renault SAS, Renault Retail Group), Randstad, Manpower, JC Decaux, Auchan Le Havre, BNP Paribas, Groupama, Engie, Synergie, Carrefour, ISS Propreté Rouen, Orange, La Poste, SNCF, Adecco, Eiffage Construction.

+ **Agroalimentaire** SAINT-WANDRILLE

Sur bière et dans les cieux

Quand des moines bénédictins deviennent brasseurs.

Les moines bénédictins de l'Abbaye Saint-Wandrille deviennent brasseurs, en vue d'assurer des ressources économiques pour la vie de la communauté et l'entretien des bâtiments. La seule bière française – à ce jour – brassée et mise en bouteille par des moines au sein même de leur abbaye, sera très prochainement disponible.

Le projet consiste à implanter une brasserie au sein du monastère, afin d'y produire une bière d'abbaye, française et bénédictine. La recette, élaborée par les frères brasseurs depuis vingt mois, permet de proposer une bière originale, produite exclusivement avec du houblon et des céréales cultivés en France.

Projet communautaire

Devant la nécessité de trouver de nouvelles sources de revenus, les moines de

Saint-Wandrille ont recherché une activité en harmonie avec leur vie de prière : « Ils seront vraiment moines s'ils vivent du travail de leurs mains » (Règle de saint Benoît, ch. 48). Dans le cloître du XIV^e siècle, une frise sculptée représentant du houblon a été comme une invitation, pour les moines, à produire eux-mêmes une bière de qualité. Le Père Abbé a nommé deux frères pour se former auprès de maîtres brasseurs français et s'exercer au brassage sur du petit matériel (20 litres), après que le matériel adéquat ait été installé dans les murs de l'abbaye.

Les ultimes réglages ont été effectués au cours de l'été, avant de lancer la commercialisation à l'automne. ◀



© Abbaye Saint-Wandrille

Même d'inspiration bénédictine, la bière est à consommer avec modération.

CONTACTS

www.boutique-saintwandrille.com
www.st-wandrille.com

Le programme Objectif CO₂ en Normandie

L'AFT, en partenariat avec le Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie (MEDDE), l'ADEME, et l'ensemble des organisations professionnelles du transport routier du secteur proposent un programme d'engagements volontaires de réduction des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) au travers de deux démarches complémentaires :

1. Une Charte Objectif CO₂ pour aider les entreprises à progresser

La Charte est une déclaration d'intention en vue de réduire les consommations de carburant et donc les émissions de GES, à travers la mise en œuvre et du suivi d'un plan d'actions sur 3 ans. Des objectifs de réduction annuels sont alors fixés sur 4 axes : véhicule, carburant, conducteur, organisation des flux.

Pour télécharger les plaquettes d'informations du programme, rendez-vous sur le site internet :

www.objectifco2.fr

2. Un Label pour valoriser les résultats des entreprises

Le Label permet de distinguer les entreprises ayant atteint un haut niveau de performance en termes d'émission de GES. Son attribution s'appuie sur un audit indépendant qui vérifie la fiabilité des données et l'atteinte d'un niveau de performance environnementale.

Bénéficiez d'un accompagnement gratuit ou d'informations complémentaires auprès du chargé de mission Objectif CO₂ Normandie :

Andrew PATRY
andrew.patry@aft-dev.com
06.84.53.70.68



+ Intelligence économique

NORMANDIE

Un forum pour mieux comprendre

► La maîtrise de l'intelligence économique et stratégique est une tâche complexe pour les entreprises, qui ne sont pas toujours à même de pratiquer les bonnes méthodes stratégiques. Innover, anticiper son marché, structurer son propre futur, autant de sujets qui seront abordés à l'occasion du forum IES qui se tiendra à Rouen (CCI) du 5 au 7 octobre prochains. Les Forums IES sont organisés depuis plus de 25 ans par la CISP, Commission Intelligence Stratégique et Prospective de 3AF, la Société Savante de l'Aéronautique et de l'Espace. La CISP est un réseau de professionnels dont les métiers sont liés à l'Intelligence Économique : veille, analyse, documentation, propriété intellectuelle, prospective, stratégie... L'édition 2016 réunira un panel d'acteurs, professionnels, chefs d'entreprises, experts, institutionnels, universitaires... de tout secteur d'activité, pour des échanges, des partages d'expérience, des témoignages concrets et opérationnels, des réflexions pluridisciplinaires. Durant le Forum IES2016, la CCI Normandie organise conjointement le club régional des bonnes pratiques en Intelligence Economique sur le thème « Industrie du futur » le 5 octobre 2016 à 18h30.

CONTACTS ET INFORMATIONS

florence.feniou@normandie.cci.fr

www.ies2016.com



+ Partenariat CAEN

Expérience terrain

L'EM Normandie et l'ENSICAEN signent une convention de mécénat avec Orange.

Afin de permettre à leurs élèves d'approcher les réalités du monde des entreprises innovantes sous un angle pratique et opérationnel, l'EM Normandie et l'ENSICAEN ont signé une convention de mécénat avec Orange. Unique sur le territoire normand, ce partenariat passe par l'organisation d'un speed-dating pour constituer des groupes de travail mixant des étudiants des deux écoles.

Double langage

Ils disposeront d'un mois pour constituer un dossier collectif présentant leur projet et les moyens nécessaires à sa mise en œuvre. Les équipes auront ensuite six mois pour le travailler et le consolider. Outre la possibilité de s'appuyer sur le matériel mis à disposition par Orange, elles seront coachées par des ingénieurs du groupe et elles pourront aussi



© vecaria_fotolia

solliciter, selon leurs besoins, d'autres experts pour arbitrer leurs décisions.

Le jury, composé de collaborateurs d'Orange, élira le projet finaliste qui bénéficiera d'un accompagnement entrepreneurial afin de passer du stade de l'idée ou du prototype à un véritable projet d'entreprise.

« Cette opération de mécénat est une véritable chance pour nos étudiants qui vont vivre une expérience terrain enrichissante au contact d'ingénieurs hautement qualifiés et expérimentés. Ils vont ainsi développer un double langage, des connaissances et des compétences qui seront nécessairement une force et un levier pour leur future carrière » déclare Christophe Yver, directeur de l'Institut de l'Innovation et du Développement de l'Entrepreneuriat de l'EM Normandie (InsIDE). ◀

+ Innovation CAEN

Agriculture connectée

Agri'Up accompagne la création et le développement de start-up dans le domaine agricole.

La transformation numérique touche aussi le monde agricole. Pour accélérer plus encore cette appropriation de projets innovants, « Agri'Up » va favoriser l'émergence de start-up et leur permettre de passer rapidement à la phase de commercialisation. « C'est un programme unique en Europe », précise le président du Pôle TES, Jacques Belin. « Notre volonté commune est de faire de la Normandie le territoire de référence en matière d'agriculture connectée ».

Unique en Europe

Le concept repose sur deux dispositifs. Un lieu d'hébergement pour les start-up, conclue par le Crédit Agricole Normandie « le Village by CA » (le deuxième en Normandie après celui d'Évreux, et en



© Xavier Arnaud - iStock

attendant ceux de Rouen et du Havre), proposant soutien et mises en relation, destiné à accueillir au minimum 15 entreprises qui bénéficieront, au sein de plateau EfficScience, à Colombelles, de plus de 400 m². Et « Agri'Up » proprement dit, dispositif d'accompagnement facilitant la commercialisation des projets.

Les autres partenaires apportent leur pierre à l'édifice : la Chambre d'agriculture et sa ferme expérimentale (la Blanche Maison) pour des phases de test, Agrial, là aussi pour des essais terrain, avec son réseau « Grandeur nature » de 300 fermes partenaires, le pôle TES pour son appui technologique. ◀

CONTACT

www.agriup-normandie.com

+ Artisanat ALENÇON

Une vue unique

Passées entre les mains de Ghislain Duroy, les lunettes deviennent un véritable bijou.



Lunetier atypique, Ghislain Duroy crée des lunettes comme autant d'objets d'art. Professionnel de l'optique, et même spécialisé en « optométrie, contactologie, dépistage de santé oculaire », il est avant tout un artisan-créateur. Dans une autre vie, il aurait pu être couturier, orfèvre ou joaillier : travaillant sur-mesure, il ne conçoit et fabrique que des lunettes « pièces uniques ». Qu'on lui demande l'impossible pour un motif médical, esthétique, ou le simple plaisir du produit exclusif, il invente des lunettes-bijoux, vintage ou futuristes, personnalisées à l'extrême : « je me prends au jeu, quelle que soit la demande », assure le lunetier d'art, distingué Meilleur Ouvrier de France 2007, évoquant le diamant (de famille) incrusté dans une branche, des lunettes en tissu (pour une couturière), ou l'objet-cadeau exotique, évocateur de voyages. De plus, l'artisan normand est l'un des rares lunetiers à préférer les matières nobles (or, argent, corne, écaille véritable, pierres précieuses) et le façonnage à la main. Alors, quitte à brouiller les pistes, il fait le va-et-vient entre les alliages plastique « l'acétate de cellulose » et les

techniques anciennes, jusqu'à retourner se former à des savoir-faire séculaires. Accessoirement, Ghislain Duroy est aussi graveur sur verre, si bien qu'à présent, près d'un client sur deux réside à l'international, résultat d'une visibilité virtuelle couplée à sa présence sur les Salons des métiers d'art.

Souvent approché par les grandes maisons, l'opticien-artiste a fait vœu d'indépendance mais il serait bientôt dans la lumière, menant de front plusieurs projets, dont une commande patrimoniale du ministère de la Culture via le Mobilier National. Le plus ambitieux est la préparation d'une future collection de lunettes haute couture. Elle pourrait être exposée en avant-première aux États-Unis en mai 2017, à l'invitation du Minneapolis Institute of Arts. Il espère enchaîner sur le Salon Révélation à Paris. Il trouve encore le temps pour former ses prochains collaborateurs, rêvant à terme de troquer son magasin du centre-ville, contre une offre lunetterie d'art sur rendez-vous.



L'art sur rendez-vous

Impossible de s'y tromper, l'optique était sa vocation. « Une évidence », évoque Ghislain Duroy, qui, mis au défi par son professeur, a réalisé ses premières lunettes à partir de trombones de bureau. Aujourd'hui, chaque fabrication le tient en haleine 500 à 600 heures en moyenne, le record atteint par son œuvre du concours MOF, « 990 heures pour une monture en corne/aluminium, traditionnellement incompatibles ». ◀ I.P.

CONTACT

<https://www.facebook.com/GhislainDUROY>

L'ART Contemporain débarque à ROUEN!

art
up!
FOIRE D'ART
CONTEMPORAIN

ROUEN PARC EXPO
7 > 9 OCTOBRE 2016

art-up.com

UN EVENEMENT :



PARTENAIRE
OFFICIEL GOLD :



Retrouvez
Art Up!
sur votre
mobile

PARTENAIRE
OFFICIEL :



+ Festivités 500 ANS

2017, un été au Havre

Le Havre va vibrer de mille fêtes à l'occasion de son 500^e anniversaire.



Le 500^e anniversaire du Havre commence aujourd'hui, avec la présentation des festivités qui courent tout au long de l'année prochaine. En présentant le programme, le député-maire Édouard Philippe a expliqué : « Il ne s'agit pas simplement de célébrer une histoire, mais d'attirer le plus grand nombre de visiteurs pour leur montrer ce que la ville est vraiment aujourd'hui ».

Alors, dans cette optique, le choix du menu a été confié à Jean Blaise, l'ordonnateur des grands événements à Nantes et dans l'estuaire de la Loire. Trois manifestations « artistiques et populaires » rythmeront l'année : la « Magnifik Parade », le 27 mai, qui va « mobiliser toute la population », la compagnie Royal de Luxe et ses géants du 6 au 9 juillet et une fête de clôture « autour d'une œuvre symbole,

numérique et interactive », le 8 octobre. Au total, sous le label « Un été au Havre 2017 », une cinquantaine d'artistes se succéderont dans la ville, dont certains apporteront parfois des œuvres qui auront vocation à être pérennes.

Retour historique

Entre tous, un événement aura un retentissement planétaire : le retour au Havre du chef-d'œuvre de Claude Monet *Impression soleil levant*, prêté par le musée Marmottan. En marge de ces célébrations, d'autres rendez-vous profiteront de l'effet 2017 : l'étape havraise des grands voiliers de la Tall Ships' Race, la Transat Jacques Vabre, la traversée Le Havre-New York du Queen Mary II et le baptême du paquebot MSC Meraviglia.

Sous l'impulsion de la CCI Seine Estuaire, des entreprises locales se sont regroupées au sein du Club 2017 pour apporter leur soutien à l'événement. ◀

À savoir

C'est le 7 février 1517 que François 1^{er} a ordonné la création d'un port fortifié au « Lieu de Grasse ». Le 8 octobre de la même année, il paraphait les chartes de la fondation de la ville.

Commerçants mobilisés

Les commerçants havrais ont se mobilisent pour rendre la fête encore plus belle. Aux manettes, la commission commerce de la CCI Seine Estuaire, forte de plus de 60 adhérents, qui a mis sur pied un groupe de travail pour préparer l'évènement. Pour élaborer leur plan d'action, les 25 commerçants membres de ce groupe ont étudié ce qui a pu être réalisé dans d'autres villes ayant vécu des manifestations de cette ampleur.

Il s'agira notamment de disposer d'éléments de communication distinctifs pour alerter le public, valoriser les vitrines, être au cœur de l'évènement. Une newsletter, "On se connait", est publiée par la délégation CCI Seine Estuaire, avec des renseignements spécifiques au 500^e anniversaire, en plus d'informations générales sur le commerce. Une charte des commerçants, les engageant à remplir le rôle d'ambassadeur, est éditée. « Nous n'en sommes qu'au début, à quelques mois des festivités, mais il faut bouger tout de suite », commente Léa Lassarat, présidente de la commission commerce de la CCI. « Il est important de se préparer pour que les commerçants puissent à la fois bénéficier de touristes et que tous les habitants de l'agglomération du Havre puissent redécouvrir leur centre-ville, constater qu'il s'y passe des choses, que les boutiques sont dynamiques, accueillantes, performantes ». Un appel à projet a été lancé auprès des commerçants pour qu'ils deviennent aussi des acteurs des animations. Ils sont appelés à proposer des idées, et les plus intéressantes d'entre elles seront retenues et pour bénéficier éventuellement d'un budget pour leur réalisation. Les commerçants ont jusqu'à la fin du mois de septembre pour déposer leur projet auprès de la CCI.

« Ce 500^e anniversaire est très motivant, on sent la volonté de tout le monde de s'impliquer, de contribuer à sa réussite. Nous voulons tous, commerçants, CCI, collectivités locales, en faire un moment qui marquera l'histoire de la ville ».

CONTACTS

commerce@seine-estuaire.cci.fr

02 35 55 26 00





+ Festival GRANVILLE

La fête aux coquillages

Pour voir et déguster « toute la mer sur un plateau », 60 000 visiteurs sont attendus à Granville.

Pour la 14^e fois, les amoureux des produits de la mer vont prendre le chemin de Granville le 1^{er} et 2 octobre prochain, et savourer le délicieux « festival des coquillages et crustacés ».

On y fera ses emplettes parmi les 16 tonnes de produits proposés à la vente, on dégustera au « bar de l'écaille » une « assiette granvillaise », on y apprendra auprès de grands chefs comment cuisiner au mieux ces produits, on s'amusera avec les baptêmes de plongée dans un bassin éphémère, on s'informera au village des métiers et produits de la pêche, au ciné marin ou en visitant la halle à marée, on découvrira l'ac-

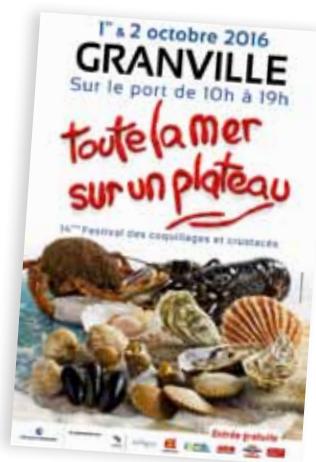
cord mets – vin au sein de l'allée des vigneron, on accompagnera les chants de marin, on embarquera à bord de la Bisquine... bref, on fera la fête, une fête chaleureuse et gourmande, conviviale et épicurienne.

Bar de l'écaille

Sous le slogan parfaitement indiqué de « toute la mer sur un plateau », ce sont 60 000 visiteurs qui sont attendus pour ce qui est sans contestation possible le premier événement marin de Normandie. ◀

CONTACT

www.ouestnormandie.cci.fr



À savoir

Les partenaires de l'édition 2016 :

Conseil Départemental de la Manche, Ville de Granville, Conseil Régional de Normandie, Communauté de Communes Granville Terre et Mer, Association du Festival des Coquillages et des Crustacés, Pavillon France, Normandie Fraîcheur Mer, Ouest France et Tendance Ouest.

LE HAVRE / Patrimoine Mondial de l'Humanité

Fin 2016, ouverture du nouveau Centre de Congrès et d'Exposition du Havre

UN SITE MODULABLE ET FONCTIONNEL

- 2 AUDITORIUMS DE 400 ET 2100 PLACES
- 12 SALLES DE SOUS-COMMISSIONS
- 1 ESPACE DE RÉCEPTION DE 850 M²
- 1 SURFACE D'EXPOSITION DE 7100 M²

**Congrès
Exposition**

RÉSERVEZ DÈS AUJOURD'HUI :

Contact commercial :

Tél. + 33 (0) 2 32 92 52 45 / Fax + 33 (0) 2 32 92 52 50
entreprises@dockslehavre.com

en Focus

L'automobile

Le Mondial de l'automobile, qui se déroulera Porte de Versailles, à Paris, du 1^{er} au 16 octobre, est l'occasion de faire un point sur le marché automobile en France et dans le monde, et d'étudier quelques comportements d'automobilistes. ◀

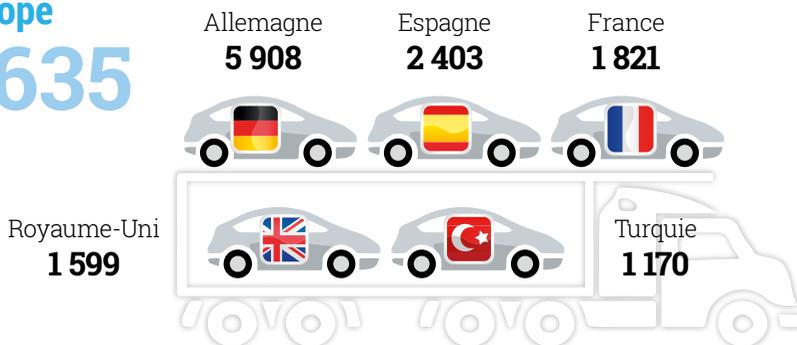
La production mondiale de véhicules

[En milliers]

> En Europe

20 635

... dont



> En Amérique

21 219

... dont ALENA **17 420**

> En Asie - Océanie

47 360

... dont Chine **23 723**

Japon **9 775**

Corée du Sud **4 525**

Inde **3 840**



L'industrie automobile dans l'Union européenne

| | Allemagne | France | Royaume-Uni | Italie | Espagne |
|-----------------------------|-----------|---------|-------------|--------|---------|
| Personnel occupé (Milliers) | 2 291 | 244 | 136 | 163 | 135 |
| Chiffre d'Affaires (M€) | 849 839 | 388 095 | 68 818 | 53 333 | 48 429 |

La voiture et nous...

> Taux de diésélisation par pays [en % du marché total]



82,8 %

des ménages français possèdent au moins une voiture.

277
Milliards de kilomètres

La distance parcourue par les Français en 2014, pour 232 millions de voyages « longue distance » (plus de 100 km du domicile). Le kilométrage moyen d'un Français, tous déplacements confondus est de 12 650 km/an, contre 14 000 en Allemagne, 12 200 au Royaume-Uni et 18 500 aux USA.

4

Pôles de compétitivité automobiles en France : le plus important est le pôle normando-francilien Mov'eo, qui travaille sur les évolutions de la mobilité. On trouve aussi le pôle Véhicules du Futur (Alsace, Franche-Comté) axé sur le véhicule urbain, le pôle iDforCAR (Bretagne, Pays de Loire, Poitou-Charentes) sur les véhicules spécifiques et le pôle LUTB (Lyon), sur le transport urbain (personnes et marchandises).



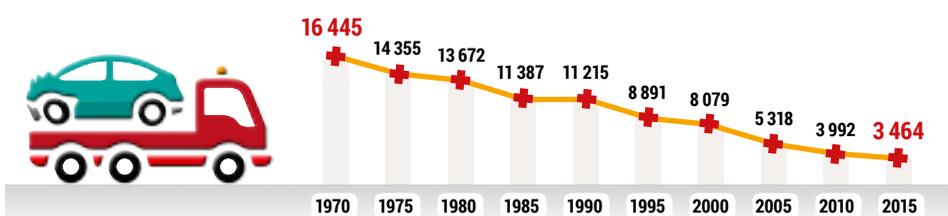
Le classement mondial des constructeurs d'automobile

[production, en milliers de véhicules, 2014]



| | |
|-------------------|-------|
| 6 Nissan | 5 098 |
| 7 Fiat | 4 866 |
| 8 Honda | 4 514 |
| 9 Suzuki | 3 017 |
| 10 PSA | 2 917 |
| 11 Renault | 2 762 |
| 12 Daimler | 2 502 |
| 13 BMW | 2 166 |
| 14 SAIC | 2 088 |
| 15 Changan | 1 447 |

Accidents de la route (nombre de tués en France)



Pour les automobilistes mondiaux, la voiture représente :

Un gain de temps : **94 %**

Un moyen de transport indispensable : **91 %**

La liberté, l'indépendance, l'autonomie : **90 %**

Les critères d'achat

- 1 • Le prix
- 2 • La consommation
- 3 • La sécurité, tenue de route

Assurance

Le chiffre d'affaires de l'assurance automobile des particuliers représente 31 % de l'ensemble des cotisations des assurances de dommages aux biens et de responsabilité civile et 80 % du chiffre d'affaires de l'ensemble de l'assurance automobile. On estime à 40,2 millions le nombre de véhicules assurés.

148,8
Milliards d'euros

Le montant des dépenses de transport des ménages, soit 13,1 % de la consommation. La voiture représente 122,3 Mds€, dont 37 Mds€ pour les carburants.

Modèles les plus vendus



En Europe

[Taux de pénétration, 2014]

| | |
|---------------------------|--------------|
| 1. Volkswagen Golf | 4,6 % |
| 2. Ford Fiesta | 2,4 % |
| 3. Ford Focus | 2,4 % |
| 4. Renault Clio | 2,4 % |
| 5. Volkswagen Polo | 2,2 % |
| 6. Fiat 500 | 2,2 % |
| 7. Opel Corsa | 1,9 % |
| 8. Renault Mégane | 1,9 % |
| 9. Peugeot 207-208 | 1,8 % |
| 10. Audi A3 | 1,6 % |



En France

[Taux de pénétration, 2014]

| | |
|-------------------------------|--------------|
| 1. Renault Clio | 6,4 % |
| 2. Renault Mégane | 5,2 % |
| 3. Peugeot 206-207-208 | 5,1 % |
| 4. Citroën C3 | 4,3 % |
| 5. Citroën C4 | 4,0 % |
| 6. Peugeot 308 | 3,6 % |
| 7. Renault Captur | 3,5 % |
| 8. Peugeot 2008 | 3,0 % |
| 9. Dacia Sandero | 2,5 % |
| 10. Volkswagen Golf | 2,4 % |

(de janvier à mai 2016, Clio IV, Peugeot 208, Peugeot 308 II, Renault Captur et Peugeot 2008 sont les modèles les plus vendus).

Sources : Comité des constructeurs français d'automobiles, Observatoire Cetelem 2015, Fédération française des sociétés d'assurance, PFA – filière automobile et mobilités, Commissariat général au développement durable, sécurité routière.

à la rencontre des Entrepreneurs

Le Pin-au-Haras

Un site en mouvement

Le spectaculaire côtoie la recherche scientifique de pointe.



Les Percherons font partie des pensionnaires des Haras du Pin.

Le Haras du Pin, sous sa nouvelle gouvernance, passe au galop.

« Un site en mouvement » : c'est ainsi que Sophie Lemaire présente le Haras du Pin, qu'elle dirige depuis bientôt quatre ans. Depuis le début de l'année, le « Versailles du cheval » est devenu un « établissement public administratif de l'État », co-géré par l'État, la région et le département, une solution choisie pour assurer le développement du site, comme en témoignent le million et demi d'euros d'investissement voté par le Conseil d'administration en vue de réaliser des travaux de restauration du patrimoine bâti.

Dans les écuries, on croise des solides percherons, dont le haras cherche à relancer l'usage, par exemple pour du ramassage scolaire, du transport de charge lourde, du tourisme équestre. On admire les grands noms de l'Obstacle ou du Cadre noir, venus passer une calme retraite loin des pistes.

On salue les étalons reproducteurs, dont « Gazouillis », fils d'un vainqueur du prix d'Amérique, Lutin d'Isigny, dont les saillies sont valorisées à hauteur de 4 800 € (pour cent inséminations par an). On découvre la tombe de Furioso, pur-sang anglais, seul cheval enterré (debout, selon la légende) au haras, pour avoir marqué par sa descendance l'histoire du saut d'obstacle.

Trot enlevé

Ce cadre de rêve est fréquenté par 40 à 45 000 personnes payantes par an. En y ajoutant les fêtes de la chasse et les compétitions sportives, on dépasse les 100 000 visiteurs, « le plus grand site touristique de l'Orne ». Mais ce n'est pas son unique vocation. C'est aussi une pépinière d'innovations et travaux scientifiques autour du monde du cheval qui bénéficie des installations. L'institut français du cheval et

Side Horse

Le projet Side Horse, qui permet aux handicapés d'avoir accès à des promenades à cheval, a vu sa toute dernière version être présentée avec l'été au haras du Pin. Porté par Géry Bailliard (dirigeant de Boutaux Packaging) ce concept a été développé par des étudiants de l'ISPA d'Alençon, avec le concours du Haras, de la CCI Portes de Normandie, de l'Adapei et d'Orne Développement. Le harnachement est désormais opérationnel et n'attend plus qu'une future commercialisation. ◀



“Un projet qui s’écrit”

de l'équitation y a implanté son école supérieure qui accueille près de 700 stagiaires venus du monde entier pour étudier les techniques d'élevage. « Tout inséminateur équin français passe ici », explique Sophie Lemaire. L'IFCE dispose d'un « troupeau expérimental » de 70 juments, qui a permis des avancées dans le domaine de la reproduction. Les chercheurs se penchent aujourd'hui sur la thématique du bien-être animal.

Le Haras abrite également le fichier central d'identification des chevaux, une coopérative d'éleveurs pour gérer la reproduction ou encore une station expérimentale de l'INRA autour de la recherche bovine et de l'exploitation des pâturages. La société des

courses accueille quinze réunions par an, et Sophie Lemaire souhaite « favoriser l'accessibilité du site à tout cavalier, en organisant des compétitions tout au long de l'année, de l'amateur au plus haut niveau mondial ».

La société du cheval français a choisi de s'y implanter pour développer un projet de formation autour des techniques de trot. « C'est un gros investissement, entre création de nouveaux bâtiments et rénovation des plus anciens. La réputation, l'image du Haras a pesé lourd dans leur décision », analyse Sophie Lemaire.

Dans « ce projet qui s'écrit », la directrice n'oublie pas d'évoquer les coopérations avec le Haras de Saint-Lô, dans lequel 14 millions d'euros ont été investis ces dernières années. « Nous sommes parfaitement complémentaires », constate-t-elle. <

À savoir

Onze entreprises ornaises adhérent au « Club des entreprises mécènes du Haras national du Pin », créé en 2013. Elles ont participé à plusieurs travaux de valorisation et de développement du site, à l'image de la rénovation de la grille d'honneur ou de la restauration de deux voitures de collection du haras. Plusieurs autres chantiers sont en cours, mais au-delà de ce soutien, le club est aussi un apporteur d'idées pour l'avenir du haras.

CONTACT

www.haras-national-du-pin.com



LA BIENVEILLANCE
EST UN CHAMP D'EXPERTISE

6 400

C'EST LE NOMBRE DE PERSONNES
QUI TRAVAILLENT TOUS LES JOURS
POUR VOUS CHEZ HUMANIS.

Qui a dit qu'un grand groupe ne pouvait pas faire de l'humain sa priorité ?

Nos collaborateurs s'engagent de manière responsable pour améliorer le quotidien de millions de personnes en France et à l'étranger.

Humanis protège plus de 10 millions de personnes et accompagne 700 000 entreprises en Retraite, Prévoyance, Santé, Epargne et Dépendance.

Humanis est un groupe paritaire et mutualiste à but non lucratif.

humanis.com

Franqueville-Saint-Pierre

Coup de froid

Carrier Transicold, depuis son site normand, développe une gamme d'équipement pour le transport réfrigéré et la chaîne du froid.

Conserver, protéger et livrer les denrées périssables, en maintenant la chaîne du froid et la baisse de température. C'est le métier de Carrier Transicold, dont les groupes systèmes de réfrigération assurent aussi bien le transport de fleurs, de bananes ou de crème glacée que de produits pharmaceutiques (plasma, plaquettes...).

L'usine de Franqueville-Saint-Pierre est la plus importante du groupe Carrier qui en compte deux autres en Europe (République tchèque et Pays-Bas), avec ses 50 000 groupes frigorifiques produits par an et ses 400 salariés. Elle est l'héritière d'une longue histoire commencée en 1931 avec la société normande d'Appareillages frigorifiques et qui se poursuit aujourd'hui au sein d'un grand groupe américain, United Technologies.

« La chaîne du froid se développe en Europe, le marché est à la hausse depuis des années », commente Jean-Pascal Vielfaure, directeur général, Carrier Transicold Europe du Sud. Une progression qui n'empêche pas le groupe de réfléchir à l'évolution de ses métiers, notamment autour des questions de la logistique urbaine.

« L'émission de polluants, le bruit, la congestion des centres-villes font partie des défis que nous devons relever », explique Victor Calvo, vice-président de Carrier Transicold Truck & Trailer. Sur le choix du réfrigérant, c'est une palette entière d'innovations qui est en train de se mettre en place : un nouveau fluide frigorigène moins agissant sur l'effet de serre, l'utilisation de réfrigérant naturel, de la technologie tout électrique ou du gaz naturel compressé... Le groupe a équipé sa gamme d'un microprocesseur pour optimiser la puissance du système et réduire le bruit, tout en améliorant les performances de la chaîne du froid. En parallèle, Carrier a conçu une sonde qui permet de suivre avec précision les variations de température et



Un travail minutieux pour le contrôle du bon fonctionnement de la chaîne du froid.

“La chaîne du froid se développe en Europe”

de veiller à l'intégrité des marchandises, même lorsqu'elles sont conditionnées en colis séparés.

L'unité de Franqueville-Saint-Pierre est elle aussi dans une constante démarche de progrès. S'il lui faut aujourd'hui 6 heures pour assembler un groupe alors qu'on « parlait encore en journée voilà dix ans », calcule le directeur du site, Christophe Cognet. Les équipements de réfrigération qui sont réalisés à Rouen sont destinés aux véhicules utilitaires, aux camions porteurs ou aux semi-remorques. Carrier s'est également doté en 2008 d'un entrepôt logistique, à Criquebeuf-sur-Seine, où sont centralisés et redistribués les éléments produits dans l'usine.

Variations de température

« Nous avons énormément rationalisé les flux, nous engageons de façon permanente

un plan de transformation. Nous avons ainsi investi en 2014 sur une nouvelle ligne de production ». Un travail qui a valu aux Rouennais d'obtenir une reconnaissance « Silver » du système d'amélioration continue du groupe Carrier, et de viser, pour 2018, l'échelon « Gold ». Cela passe par un partenariat étroit avec les 150 fournisseurs de l'usine et un accent mis sur la formation. En interne, avec une école de brasure (technique d'assemblage de pièces mécaniques, une compétence-clé pour Carrier). ◀

CONTACT

<http://www.carrier.com/truck-trailer/fr/>



Flers

Espaces repensés

Offrant des prestations de marketing décoratif, Dec'Home Staging est ouvert à Flers.

Passionnée de déco, douée pour le dessin, créatrice à ses heures de bijoux fantaisies, Amélia Gomez s'est lancée dans le « marketing décoratif » après 23 ans de carrière dans le monde automobile. « Une formation professionnelle a servi de déclic, j'étais prête à me reconverter », confie la créatrice de Dec'Home Staging. On peut lui confier n'importe quel projet de déco d'intérieurs, qu'il soit question de repenser un aménagement, habiller une pièce du sol au plafond, elle relève le défi. Déjà, elle a réalisé bon nombre de commandes en Home Living, (re)customisant des chambres d'enfants, un dressing, un coin pause-café. « Sans casser les murs, à partir d'un budget pré-défini, j'aide à personnaliser des espaces de vie ». Développant une empathie naturelle avec sa clientèle, elle fonctionne sur la base

de rendez-vous à domicile, qui débouchent sur des planches de style et des croquis d'ambiance, photos 3D et chiffrage à la clef, s'appuyant sur « un logiciel spécifique ».

Épurer l'espace

Version Home Staging où il s'agit au contraire, d'épurer les espaces au maximum et de mettre en valeur un bien immobilier avant sa mise en vente, Amélia Gomez cible aussi bien les particuliers que les agences immobilières. Elle sait comment « désencombrer, rafraîchir, accessoriser différemment » et combien deux ou trois détails font la différence, conseillant « un nouveau luminaire, un coup de peinture, des coussins de couleur... » au cas par cas. « Un Home Staging efficace est celui qui ne se voit pas » conclut-elle.

Poussée par son envie d'indépendance, Amélia Gomez s'est d'abord formée au métier de Home Stager dans le Sud de la France, décrochant haut la main sa certification. Se rapprochant du réseau consulaire pour monter Dec'Home Staging, elle a suivi le stage « 5 jours pour entreprendre ». Et pour travailler au calme, elle s'est installée dans le nouvel espace de co-working (ex-Bains Douches), adossé à un Fab Lab 100 % connecté. ◀ I.P.

CONTACTS

Natacha Peltier

Conseillère Entreprise (Création/Reprise)

natacha.peltier@normandie.cci.fr

dechomestaging.fr



Bénéficiez d'un enseignement ultra-pointu



FORMATION INITIALE

- PROGRAMME GRANDE ÉCOLE
DIPLOME GRADE DE MASTER, BAC+5
Accès Post Bac, Post Prépa, Post Bac+2, +3/4.
Possibilité de suivre les M1 et M2 100% en alternance.
- BACHELOR MANAGEMENT INTERNATIONAL,
DIPLOME VISÉ BAC+3
Accès Post Bac et Post Bac+2.
- MASTÈRES SPÉCIALISÉS – MSC 3^{ÈME} CYCLE
Accès Bac+4/5, 11 spécialisations.

FORMATION CONTINUE

- PROGRAMMES DIPLÔMANTS
- Programme Grande École,
Grade de Master, Bac+5.
En présentiel ou en e-learning.
En 1 ou 2 ans.
- Executive MBA.
- PROGRAMMES COURTS
INTRA ET INTER-ENTREPRISES
Management, Gestion-Finance,
Marketing-Commercial,
Logistique, Entrepreneuriat, Tourisme.



L'ESPRIT DE CONQUÊTE

info@em-normandie.fr
www.em-normandie.fr



EPAS
École de Programmes
Grande École
et Formations Intégrées



CAEN • LE HAVRE • PARIS • OXFORD

Verson

Marketing haut de gamme

Ce sont toutes les ficelles du marketing que TFM sait tirer, pour une offre globale adaptée à tout type de campagne.

Le marketing direct est une arme indispensable à toute entreprise désirant veiller à son développement commercial. Mais il est subtil, changeant, et nécessite de vraies connaissances pour le mener à bien. TFM se positionne sur ce créneau, s'appuyant sur une longue expérience (l'entreprise fut fondée par les parents du dirigeant actuel, Thomas Tinard, en 1973, autour de la saisie des données, la mécanographie, et a bien évolué depuis) et sur des outils développés en propre.

“ Une parfaite maîtrise du marketing ”

« Nous disposons d'une plate-forme haut de gamme de télémarketing qui nous permet de produire des rendez-vous qualifiés pour nos clients », détaille Thomas Tinard. « Nous sommes en mesure de produire des synthèses de résultats très précises, de mener des campagnes de prospection, d'effectuer de la conception graphique, de réaliser des supports ». Recherchant les scénarios les plus pointus, apportant « une solution complète », TFM revendique « une parfaite maîtrise du marketing dans son ensemble ».

Pour mener une bonne campagne, l'important est d'éviter l'écueil de la monoculture. Selon les cibles, selon les messages, le média doit être choisi avec attention. Le mail est consubstantiel au e-commerce, le téléphone permet de toucher des cibles nombreuses, mais un bon carton pour une invitation qualitative a encore toute sa pertinence. Les entreprises, qui ne



Thomas Tinard et Gwenaël Boutin montent les marches du succès.

juraient que par le Web ces derniers temps « comprennent de plus en plus l'importance de la diversification dans un environnement complexe, où la communication se doit d'être adaptée et précise », estime Thomas Tinard. Le résultat essentiel est celui d'assurer la fidélisation, qui reste le moyen le plus efficace pour faire progresser son activité.

Diversifier ses sources

La multiplicité des campagnes de TFM lui permet justement de choisir le bon outil. Dans le secteur automobile, l'invitation au lancement d'un nouveau véhicule, la planification des essais, passe souvent par le papier. Mais quand il s'agit de mener, pour une enseigne majeure de la grande distribution, des enquêtes de satisfaction au niveau national, ou réaliser pour Pôle Emploi la très précieuse et informée enquête sur les besoins en main-d'œuvre, c'est au tour de la plate-forme téléphonique d'entrer en action. Comme il est important de proposer une offre complète, TFM sait aussi traiter l'aspect logistique, la gestion des stocks et des commandes inhérentes au e-commerce, ou

la création, l'impression et l'expédition de catalogues.

S'appuyant avec confiance sur son expérience et ses réussites, TFM veut maintenant relever le « défi du développement ». « Nous cherchons à être encore plus connus régionalement, avec comme objectif suivant d'attaquer le marché parisien », explique Thomas Tinard. La première étape pour remplir cette feuille de route est passée par le recrutement de deux personnes en 2016, et par l'arrivée d'un directeur commercial et associé, Gwenaël Boutin. « Il est important pour moi de pouvoir partager, de ne plus tout porter sur les épaules. C'est une vraie relation de confiance, cohérente par rapport à des ambitions qui sont désormais communes », déclare Thomas Tinard. Grandir et avancer, certes, mais « tout en restant une agence de taille humaine, organisée autour de certaines valeurs, et en capacité de prendre du temps pour ses clients ». ◀

CONTACT
www.tfm-marketing.com



Louviers

Coacher pour changer

Face aux mutations du monde du travail, l'apport d'un coach peut aider à mieux réaliser ses objectifs.

Puisque tout va désormais plus vite, même le coaching peut se décliner en une version accélérée. C'est le but des « flash coaching » qu'organise régulièrement Claudine Deslandres, présidente de l'antenne Normandie de la Fédération Internationale de Coaching (ICF). « Il ne s'agit que de donner une idée de ce que représente une séance », explique-t-elle. « On aborde toutefois un objectif professionnel, on permet à la personne de repartir avec des pistes de réflexion ».

Le coaching fait partie du paysage de l'entreprise. Il est apparu en France dans les années 1990, a pris ensuite un essor un peu désordonné, chacun pouvant s'improviser coach avec plus ou moins de réussite, ce qui a pu nuire à son image. Il semble désormais mieux encadré, « inscrit au répertoire des métiers, nécessitant d'adhérer à une fédération », précise Claudine Deslandres, qui a fait le choix d'ICF, présent dans 140 pays dans le monde, délivre des formations spécifiques, s'appuie sur un code déontologique et décline onze compétences essentielles.

Écouter les silences

« Les questions qui peuvent se poser dans le monde de l'entreprise sont multiples. L'évolution, la promotion, l'expatriation, les postures managériales, la gestion de temps, l'amélioration des compétences. Tout change, et le coaching permet aux collaborateurs de mieux se positionner, de grandir, d'être plus efficaces au sein de la structure », souligne Claudine Deslandres, qui travaille dans toute la Normandie. Pas de recette magique, mais une forte capacité d'écoute, de concentration, de capacité d'adaptation, de neutralité et de bienveillance, accompagnée par quelques savoir-faire techniques (« un silence efficace dans une conversation peut durer jusqu'à 8 secondes »).



Claudine Deslandres respecte les "onze compétences" du coaching.

Les séances, souvent au nombre d'une douzaine et qui durent de 90 minutes à deux heures cherchent à définir un objectif et à en explorer les réalités. Dans le langage du coach, on parle de « smartiser », en clair de rendre intelligible la démarche. « Il faut que les gens prennent conscience des blocages, en contrepoint de toutes leurs ressources pour tirer le meilleur parti d'eux-mêmes. Nous sommes là pour enclencher la mise en action, qui va permettre la réussite ». Un entretien de suivi, un mois après la fin des séances, permet de « vérifier que les démarches sont bien appropriées et engagées ». ◀

CONTACT

www.provalence.net

Préventica
CONGRÈS // SALONS

SANTÉ / SÉCURITÉ AU TRAVAIL **SÉCURITÉ / SÛRETÉ**

RENNES GRAND OUEST 2016
4,5,6 OCT

L'événement de référence Santé & Sécurité au service des décideurs en région

3 JOURS / 400 EXPOSANTS / 140 CONFÉRENCES / 9 000 VISITEURS

CONFÉRENCE B24
Comment gérer la **RECONNAISSANCE** au travail ? ▶ CINOV IT

Sous le Haut Patronage du Ministère du Travail, de l'Emploi, de la Formation Professionnelle et du Dialogue Social, du Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports et du Ministère de l'Intérieur

EXPOSER +33 (0)5 57 54 12 65 • DEVENIR PARTENAIRE +33 (0)5 57 54 38 26
INFORMATIONS & INSCRIPTION GRATUITE

www.preventica.com Code RM243J

“ Enclencher la mise en action ”

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Dives-sur-Mer

Capitaine crochet

Konexo est un nouveau crochet d'attelage pour véhicules industriels.

Le groupe Pommier, qui conçoit, fabrique et distribue des solutions d'attelage pour la carrosserie industrielle, avec un catalogue de près de 7 000 références, fait évoluer son offre avec un nouveau crochet d'attelage pour véhicules industriels produit à Dives-sur-Mer. Dans un secteur connu

pour être assez conservateur, Pommier a choisi d'innover pour faire la différence. Le « Konexo », qui a demandé quinze mois de développement, répond « aux attentes des carrossiers (facilité de montage), des transporteurs (efficacité, gain de temps), des chauffeurs (ergonomie, sécurité) et de la maintenance », détaille le directeur marketing du groupe, Jérôme Guillou. « C'est un système plus simple à manipuler ».

Doté d'une commande à distance par câble ou pneumatique et d'un contrôle du verrouillage, il permet de faciliter les opérations d'attelage ou de dételage, quelle que soit la charge, et, c'est une nouveauté, même sur des terrains irréguliers, ce qui le rend opérationnel pour les travaux publics. Plusieurs accessoires optimisent plus encore l'efficacité du système : une caméra pour l'assistance

à la conduite, un kit de visualisation, des capteurs pour informer sur l'état du crochet, ouvert ou fermé.

Simplicité et sécurité

« L'objectif est de 1 500 ventes par an », poursuit Jérôme Guillou. Konexo vient en complément du crochet Multis pour lequel Pommier a obtenu un prix de l'innovation au salon Solutrans 2013. Cela complète l'offre de l'usine de Dives qui fabrique 40 000 crochets, 5 000 traverses et 6 000 barres anti-écrasement. L'usine (40 collaborateurs, 9,2 M€ de chiffre d'affaires), fait partie de Pommier depuis les années 1980. Spécialisée dans les attelages, elle est l'un des quatre lieux de production du groupe avec celui de Neufmanil (Ardennes, forges), d'Izeron (Isère, injection plastique) et d'Italie (préparation de produit en inox). Site pilote du groupe sur la démarche qualité (elle a été certifiée Iso 9001 dès 1994) l'usine normande a augmenté ses capacités en usinage de précision par un récent investissement dans une cellule robotisée. ◀



La cellule robotisée, dernier investissement majeur de Pommier à Dives-sur-Mer.

CONTACT
www.pommier.eu

Neuville-Lès-Dieppe

Passage à la couleur

Toshiba peut désormais produire des encres couleurs depuis son usine normande.

L'usine Toshiba, implantée dans le parc Eurochannel et unique site industriel du groupe en Europe, est désormais dotée d'un pôle de toners couleurs. Jusqu'alors, ces encres étaient importées d'une usine américaine, le toner noir étant produit sur place depuis 1993. « Les toners couleurs représentent pour 2016 plus de 30 % des volumes que nous produisons et plus de 50 % des volumes destinés au marché européen. Cet investissement marque un nouveau challenge pour poursuivre notre virage industriel. Il permet une meilleure réponse à la demande des clients européens », se félicite Alain Verna, directeur du

site industriel de Dieppe. Lancé en octobre 2014, l'investissement s'élève à près de 3 M€ et s'est fait en 2 temps, avec la fabrication du toner Magenta (Rouge) à partir de juillet 2015, puis celles du Yellow (jaune) et du Cyan (bleu) depuis février dernier.

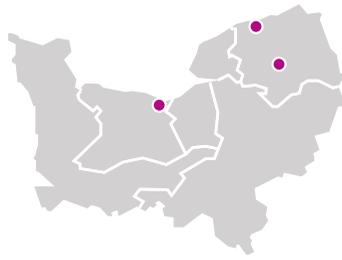
Virage industriel

L'architecture industrielle des équipements constituant la nouvelle ligne a été réalisée en CAO 3D. C'est aussi l'occasion pour Toshiba de fêter ses trente ans de présence en Normandie, pendant lesquels le site de Dieppe a fait évoluer son activité d'assemblage de produits multifonctions

vers des prestations de services à forte valeur ajoutée, telles que la configuration à la demande, la réparation.

SAV et la remise à neuf de tout ou partie d'équipements, en élargissant ses compétences vers la réparation des ordinateurs portables et des terminaux points de vente distribués par le groupe en France. Toshiba produit à Dieppe 1 100 tonnes de toner et un million de cartouches. ◀

CONTACT
www.toshibatec-teis.com



Une ambiance scandinave.

Barentin

L'appel du bois

Premier franchisé en Normandie, le BoConcept Rouen s'est ouvert à Barentin.

Magasin d'ambiance où règne l'identité scandinave - du bois clair, parfois du verre et du métal, des lignes fonctionnelles, des formes douces, des décors épurés - BoConcept propose des meubles design, customisables à volonté. « Pour certaines références, plus de 18 000 combinaisons sont possibles », certifie Alexandre Plumecoq qui vient d'ouvrir avec son épouse Marie, le 35^e magasin BoConcept en France (ZAC de la Carbonnière), le premier du réseau en Normandie.

L'enseigne compte trois collaborateurs, dont une conseillère de vente formée pour assurer des prestations déco personnalisées. Ce service, qui peut inclure des visites sur site, fait partie de l'offre globale BoConcept : « Chez nous, le client n'a que l'embarras du choix » résume Alexandre Plumecoq « du conseil jusqu'à la pose du meuble clés en main, nous nous chargeons du reste ». Les fabrications se font sur-mesure dans les usines du groupe, « les produits bois au Danemark, les capitonnages en Europe ». De plus, tout est prévu pour aider chacun à visualiser son projet : un logiciel 3D de configuration virtuelle permet les modélisations en volume, un mur d'inspiration de 120 échantillons tissus et cuirs est à disposition.

Les produits vedettes sont les canapés (modulables) et les compositions murales, les tables à allonges (hautes et basses), mais on y trouve aussi des chambres parentales, des bureaux avec baffles intégrées, un mobilier outdoor. Travaillant avec des designers du monde entier, le réseau a ses best-sellers, comme la chaise Adélaïde, édite deux collections par an et revisite ses classiques régulièrement. Au bout du compte, sans surprise, le BoConcept Rouen attire une clientèle CSP+ et le bouche-à-oreille commence à lui valoir des clients BtoB, puisqu'une gamme BoConcept, confidentielle et dédiée aux entreprises, est également disponible.

L'expérience shopping

Fort d'un parcours dans la grande distribution et passionné de déco, le créateur confie avoir monté son projet en un temps record « 18 mois, dont huit semaines de chantier », conquis par l'éthique BoConcept autour de l'expérience shopping « l'esthétique, la relation-clientèle, l'approche humaine, j'ai adhéré aussitôt ». ◀ I.P.

CONTACT

www.boconcept.com/fr-fr



ALTICAP

LA PRODUCTIVITÉ DONNE DES AILES

SOLUTIONS DE GESTION,
RÉSEAUX ET TÉLÉCOMS

Au travers de ses 3 pôles de compétence, **gestion, réseaux et télécoms**, Alticap offre aux PME du grand ouest une réponse inédite, à la fois globale et locale.

3 Agences en Normandie



Siège social
15 av. Pierre Mendès France
14000 CAEN

Tél : 0 800 200 890
info@alticap.com

WWW.ALTICAP.COM

Enjeux



Le réseau d'entreprises est un **espace de progrès** >>>

Portrait de groupes

Le chef d'entreprise est par essence un être solitaire. Quand il crée, il est seul, quand il développe, il se bat contre la concurrence, quand il cède, c'est à un de ses pairs. Il est seul à la barre, à affronter les tempêtes, à chercher le bon cap. Et il se méfie de son environnement, piégeant et complexe. Une fois que cette image, qui correspond à une certaine réalité, est énoncée, le chef d'entreprise ne doit pas perdre de vue que s'enfermer dans cette solitude constitue une erreur fondamentale. Il lui faut intégrer un contexte extrêmement concurrentiel et un monde toujours plus ouvert. Pour y parvenir, la meilleure solution est d'aller vers les autres, de rejoindre un réseau d'entreprises, quelle que soit sa forme (club, association, filière, grappe, cluster, pôle...). L'immense majorité de ceux qui ont choisi cette méthode le dit : le réseau d'entreprises est un espace de progrès, dans lequel on devient plus fort en élaborant un projet commun, une stratégie dynamique de conquête. Les sujets peuvent être traités de manière plus efficace collectivement, libérant des moyens et de l'énergie.

Le collectif prend toute son expression, en permettant de construire des offres globales, d'accéder à de nouveaux marchés. Pour trouver des ressources complémentaires, rien de tel que s'associer avec des partenaires ayant des problématiques identiques. Sans négliger l'aspect d'échanges d'expériences,

le fait de se rendre compte que d'autres personnes ont exactement les mêmes soucis, ainsi que la convivialité. Les CCI se sont emparées depuis longtemps de ce sujet, jouant le rôle de chef d'orchestre et de facilitateur. Elles savent ce qui fait fonctionner le business et mettent en œuvre les outils qui le favorisent.

Humain et virtuel

Les réseaux d'entreprises font partie de la stratégie économique des territoires. Ils en portent les spécificités et les talents. Chacun dans son domaine, et pour ne citer que ces exemples, le pôle Hippolia et la filière NAE disent toute la richesse, la diversité et les perspectives de l'économie normande.

Pour être complet, il reste désormais à franchir l'étape numérique. Car les réseaux sont aussi, et seront de plus en plus virtuels. Une étude Opinion Way pour l'agence Corpcom a démontré récemment que les dirigeants de TPE / PME ont des taux de non-utilisation relativement élevés : 44 % ne sont pas présents sur Facebook, 50 % sur LinkedIn, 68 % sur Google +, 82 % sur Twitter. Certes, l'utilisation de ces réseaux renvoie à la problématique initiale : la solitude, cette fois devant son écran. Mais corrigée par l'ouverture sur le monde et la possibilité de créer, une fois les contacts pris, de nouvelles relations. C'est un virage relationnel que les entrepreneurs n'ont pas le droit de manquer. ◀

+ Normandie

Club de champions

Pour vivre heureux, il peut être mieux de ne plus vivre cachés.



La Région Normandie se lance dans la promotion des clubs d'entreprises régionaux. Le premier du genre dénommé "Club des champions cachés normands" a été inauguré à Vire.

Il réunit à sa création huit entreprises, qualifiées d'innovantes, dynamiques et engagées dans la qualité des produits qu'elles proposent : Seprolec à Vire spécialisée dans la fabrication de cartes et ensembles électroniques, l'imprimerie Corlet Numérique à Condé-sur-Noireau, l'entreprise des arts de la table Guy Degrenne à Vire, Filix à Condé-sur-Noireau spécialisée dans les textiles innovants, Tecal Verbrugge à Vire spécialisée dans les traitements anticorrosion des surfaces en aluminium et La Normandie à Vire fabricant d'aliments pour chiens et chats. Deux entreprises nationales de premier plan ont également rejoint le club : Pmc Carrus leader mondial des terminaux de paris sur les courses et de gestion des paris en ligne et la start-up Devialet primée pour ses amplis et ses enceintes.

Visibilité

En rejoignant le Club, les nouvelles entreprises membres bénéficieront du dynamisme collectif et de l'accompagnement privilégié de la Région. Un spécialiste, du développement des entreprises régionales, animera le club des Champions cachés. Il sera leur interlocuteur unique et leur point de contact avec l'Agence de Développement de Normandie (ADN).

« Vous avez tous un point commun. Ce qui vous réunit, c'est la création, l'innovation, et la quête de l'excellence. Lorsque l'on parle de la Normandie, je voudrais que l'on cite des entreprises championnes comme celles que vous dirigez », a dit aux chefs d'entreprise du Club Hervé Morin, avant de répéter son souhait de « renforcer la visibilité nationale et internationale de la Normandie ». ◀



© DDPochester - Fotolia

Si toutes les filles du monde...

Une fondation pour soutenir les femmes. C'est aussi cela l'effet réseau.

Stéphanie Wismer Cassin est persuadée depuis longtemps que le réseau est un des moyens essentiels pour que les femmes puissent faire leur place dans le monde de l'entreprise. C'est pour cela qu'elle a lancé voilà trois ans Biilink, réseau social centré sur le business au féminin, qui les met en relation avec un réseau de partenaires professionnels aptes à les soutenir dans le développement de leur projet, et à interagir entre elles.

Le propre d'un réseau social est de grandir, de muer, de se modifier au gré des motivations de ses utilisateurs. C'est pour cela que Biilink s'est élargi l'an dernier pour devenir une plateforme collaborative totalement gratuite permettant aux startups du monde entier d'être conseillées, de se retrouver, se référencer et se faire connaître, s'évaluer mutuellement et être connectées avec l'ensemble de l'écosystème de la nouvelle économie grâce aux outils de géolocalisation, de réseau social, de crowdfunding, de concours... Le réseau regroupe désormais 5 000 start-up dans 80 pays

(dont Chine, Australie, États-Unis, Israël, Sénégal, Allemagne, etc.) et a accompagné concrètement 1 000 projets, de la création à la commercialisation des premiers produits.

L'union fait la force

La cheffe d'entreprise normande franchit un autre palier dans son esprit de partage. Elle vient de lancer « Wonder Women World », une fondation dédiée à la cause des femmes, « un projet humaniste et engagé, un réseau social en anglais et en français pour connecter les femmes à travers le monde », explique Stéphanie Wismer Cassin. « Nous agissons autour de thèmes fondamentaux comme le droit, l'éducation, la santé, le travail, l'entrepreneuriat, la famille, avec bien sûr le système de base d'un réseau, mais aussi une mise en avant de parcours exemplaires de femmes et une plateforme de dons pour venir en aide à toutes femmes et enfants dans le besoin ». « Plus que jamais, l'union fait la force », conclut-elle. ◀

CONTACTS

www.biilink.com
www.wonderwomenworld.com

Progresser ensemble

Accompagnant la dynamique manchoise, le club Manche Entreprises Services cultive l'originalité.

Concilier l'humain et les affaires, le club Manche Entreprises Services (MES) en a fait sa règle de conduite, co-impulsé par la CCI délégation Centre et Sud Manche avec un noyau dur d'entrepreneurs bénévoles en 1998. Rassemblant aujourd'hui près d'une vingtaine de membres, dont deux PME franco-anglaises, cette association de chefs d'entreprise cultive une approche conviviale, ouverte aux activités de service – domiciliées dans la Manche – désireuses d'échanger librement dans un cadre de proximité. Sa présidente, Anne Marie Lair, conseiller en gestion patrimoniale (créatrice d'AML Patrimoine Conseil), est le parfait exemple. Elle a rallié le Club MES il y a onze ans, séduite par un réseau d'entrepreneurs où rien n'est imposé « une respiration positive ». Le principe est de se

réunir « une fois par mois, en moyenne » en vue d'organiser l'événement annuel du Club, programmé en juin « une soirée VIP associant événementiel et cocktail-dîatoire, où chaque membre est libre d'inviter une dizaine de ses clients, partenaires ou prescripteurs ».

Respiration positive

Pour la mettre en œuvre dans les règles de l'art, chacun contribue selon sa spécialité, tels « l'informaticien pour la com' virtuelle, l'illustratrice pour les cartons d'invitations, l'expert d'effets spéciaux pour les scénographies ». Le choix du lieu d'accueil, la déco, la thématique d'ambiance, rien n'est laissé au hasard : en juin 2016, ce fut à l'aérodrome du Val Saint-Père et précédemment « au Casino de Saint-Pair-sur-

Mer, au Mont-Saint-Michel, dans un restaurant de plage, au Zoo de Champrepus ». Festives mais aussi lieux de contacts, les soirées du Club MES aident à briser la glace entre professionnels, fidèles à la devise originale, « se connaître, se faire connaître et progresser ensemble ». Outre le critère géographique, la seule règle consiste à éviter la concurrence directe « afin de préserver la qualité des échanges ». Quant à la présence consulaire, elle assure le lien avec les autres Clubs inter-décideurs. ◀

CONTACTS

Anne-Lise Fer
02 33 91 33 91
anne-lise.fer@normandie.cci.fr
www.clubmes.com



Question de confiance

La force des groupements d'entreprises est proportionnelle à la confiance que se témoignent leurs adhérents.

« On est plus efficaces ensemble ». Interroger les membres d'un groupement d'entreprises ou d'un cluster les conduit inmanquablement à prononcer cette phrase. « C'est une force supplémentaire, cela permet de toucher des clients que je n'aurais pas rencontrés. J'ai augmenté mon chiffre d'affaires grâce au GIE », confirme Éric Rouland, directeur d'Areelis (centre d'études et d'ingénierie), membre du GIE Everest Team. Ce groupement autour de l'automobile, créé il y a huit ans, permet « de challenger des grands projets, d'aller à l'export, de se retrouver pour avoir un regard financier et technique plus important ». Il permet aussi, par le rassemblement des compétences, de mieux sentir les évolutions : « En réfléchissant ensemble, nous avons pu plus rapidement nous positionner sur l'hybride ». Éric Rouland estime qu'il est important qu'un groupe puisse disposer d'un leader, d'un animateur. Everest Team s'est doté d'un chargé d'affaires, mais l'expérience n'a pas pu être prolongée. Aujourd'hui, c'est le pôle de compétitivité Mov'eo qui joue le rôle

de catalyseur. Une présence rassurante, qui permet d'aller encore plus loin dans l'indispensable travail de partage et de collaboration : « Un des éléments est la confiance entre les membres. Elle permet de définir une vraie stratégie commune, comme pour une entreprise ».

Savoir être patient

Le GIE n'est toutefois pas une formule magique. Il faut savoir être patient pour en percevoir les retombées. « Le retour sur investissement demande au moins deux ans », confie Gilbert Fournier, président de Synexport, qui regroupe des entreprises intervenant dans les domaines de la sécurité, et cherchant à se positionner à l'export. « C'est un domaine compliqué, qui coûte cher, mais où les marchés existent. Ce n'est pas pour rien que les Allemands ont adopté depuis longtemps cette méthode ». Il conseille de veiller attentivement au montage juridique, « qui va définir la bonne entente entre les membres ».

Un groupement n'est pas forcément ré-

servé à des entreprises qui évoluent dans le même secteur. C'est le cas du cluster Dieppe Meca Énergies. Concentré au départ sur la métallurgie, il s'est rapidement ouvert à d'autres métiers, « pour une offre globale », explique son président, Patrice Gault. « J'ai constaté qu'on recensait de nombreuses compétences éparpillées. J'ai expliqué qu'il fallait se regrouper ». Ce fut au démarrage pour s'inscrire dans le projet EPR, mais une fois celui-ci abandonné, Dieppe Meca Énergies a su rebondir sur le grand carénage et l'éolien offshore. « On a constaté que les donneurs d'ordre sont très intéressés par les clusters. C'est l'avenir », estime Patrice Gault, qui constate aussi que la synergie entre les adhérents leur permet de réaliser des affaires entre eux. ◀

CONTACTS

www.everest-team.fr
www.gie-synexport.com
www.dieppe-meca-energies.com



Luxe au carré

Au sein d'une filière en émergence autour de l'agencement de magasin, L'Edia se distingue par une clientèle prestigieuse.



L'agencement de magasins se structure autour de talents comme ceux de L'Edia.

Elle œuvre dans l'ombre du luxe, tendance cosmétiques et parfums de niche. Dans les grands magasins à Paris ou ailleurs, on va la croiser cent fois sans le savoir : spécialiste des agencements de prestige, L'Edia est invisible pour le public. Pourtant depuis douze ans, la PME normande réalise des corners personnalisés, des stands et des podiums promotionnels, des présentoirs maquillages et des gondoles au fini impeccable, pour les plus belles marques françaises et internationales. « Nous sommes très peu en France sur ce marché » assure Franck Hardy, co-dirigeant et co-fondateur avec Thierry Pecqueult de L'Edia (L'ébénisterie, Décoration Installation, Agencement), basée aux portes de Lisieux.

L'Edia a ajouté naturellement sa signature à celles de Shop Concept et Services, Sam Labigne, la SCAM, Sanchez ou Filmag. Car le bassin lexovien recèle des trésors d'expertises autour de l'agencement des magasins, qui remontent à l'après-guerre. Il en reste aujourd'hui une filière confidentielle, mais elle rayonne jusqu'à l'international, partagée entre des bureaux d'études concep-

teurs-aménageurs, « pour des points de ventes clés en main » et une quantité de PME artisanales spécialistes de menuiserie, métallerie, tôlerie fine, serrurerie, solutions de stockage et logistique, sérigraphie, PLV. Toutes clientèles confondues, cette chaîne de savoir-faire aménage, meuble et customise aussi bien les hypermarchés que les boutiques en retail (mode, téléphonie, culture, loisirs), les stations d'autoroutes et les « flagships » de marque. Certaines en font leur activité principale, d'autres sont plus généralistes et ne travaillent que sur plans, le tout pèse « une quinzaine d'entreprises, 300 emplois directs » estime Pascal Laporte, sans compter quelque 200 emplois connexes pour la déco design, la peinture, la miroiterie, les éclairages, l'impression numérique, etc.

Cependant, il serait dommage d'oublier que dans les années 1960, « 90 % des épiceries françaises s'équipaient à Lisieux » raconte Jean-Claude Soulbieu, qui connaît par cœur l'historique et les heures de gloire. On retiendra les entrepreneurs pionniers « Georges Tirlet, Jacques Labigne, Oscar Beretta » qui

ont dégagé les métiers majeurs - les fabrications bois, les architectures en fil métal soudé - et que sont partis d'ici, les 1^{ers} chariots consignés ou encore un conteneur spécial grandes surfaces, devenu un format standard national.

L'histoire de L'Edia est plus récente. Née dans l'Eure en 2005, après 20 ans d'ébénisterie pour boutiques haut de gamme, des créateurs s'orientaient vers la déco d'intérieurs chez les particuliers, mais à peine six mois plus tard, ils répondaient à des donneurs d'ordre de prestige. Alors Franck Hardy et Thierry Pecqueult ont révisé leur stratégie, déployant peu à peu des synergies complémentaires au travail du bois.

Maîtrisant aujourd'hui l'ensemble du processus, ils sont souvent force de propositions sur des projets « pour les solutions techniques », L'Edia pilotant les études, la conception, les fabrications jusqu'à la pose sur le lieu de vente, et a priori rien n'est impossible s'agissant de satisfaire les exigences marketing les plus élégantes.

Exigences marketing

Si les dirigeants ont investi en matériel au plus vite « un puis deux centres d'usinage, une scie à commande numérique, une cabine de peinture industrielle », L'Edia a pris sa dimension définitive lorsqu'il a fallu s'agrandir. C'est alors qu'ils ont choisi le Pays d'Auge, s'installant en juin 2012 dans un bâtiment neuf de 2 000 m² à Hermival-les-Vaux, le portage immobilier assuré par la CCI Seine Estuaire (PAC immo) avec des soutiens partenaires (Lintercom Lisieux Pays d'Auge Normandie, la Région, CARSAT Normandie).

◀ I.P.

CONTACTS

CCI Seine Estuaire
Délégation du Pays d'Auge
Pascal Laporte
Conseiller Entreprise
02 31 61 55 55
ledia-decor.fr



Le pouvoir

ne s'exerce plus comme avant.



Aujourd'hui, on ne choisit plus une banque privée pour qu'elle décide de tout à notre place. On la choisit **pour valoriser son patrimoine dans une relation de confiance et d'échange**. Avec Crédit Agricole Banque Privée, vous décidez, en fonction de vos attentes, du mode de relation que vous souhaitez entretenir avec votre banque privée : de la gestion la plus déléguée à la plus autonome.

Renseignez-vous auprès de votre Caisse régionale.

credit-agricole.fr/banque-privee

Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel de Normandie-Seine, société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit, dont le siège social est à la Cité de l'Agriculture, Chemin de la Bretèque, 76230 BOIS-GUILLAUME, inscrite au RCS de Rouen sous le n° 433 786 738. Société de courtage d'assurance immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance ORIAS sous le n° 07 025 320. Adresse postale : CS 70800 76238 BOIS-GUILLAUME CEDEX, Tél : 02.27.76.60.30.

Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel de Normandie, société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit – Siège social situé 15 esplanade Brillaud de Laujardière - CS 25014 - 14050 CAEN CEDEX 4 - Immatriculée au RCS de CAEN sous le n°478 834 930 - Société de courtage d'assurance immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance sous le n°07 022 868.

Toute une banque
pour vous





Entrez dans le mouvement

LA MUTUELLE D'ENTREPRISE À VOS CÔTÉS ET TOUT À CÔTÉ

Fanny   

**24 AGENCES, IL Y EN A FORCÉMENT
UNE À PROXIMITÉ POUR VOS SALARIÉS !**



02 35 15 66 20



mcommemutuelle.com

Vos projets, nos solutions CCI

NEWS DU RÉSEAU



Entreprises économes

Pour réduire l'impact environnemental et social de votre activité et créer de la valeur, CCI Normandie propose de réaliser dans votre entreprise divers états des lieux : environnement, sécurité, déchets, éco-conception, énergie, matières premières. Avec l'opération « Matières Premières : vers des entreprises économes », un expert intervient régulièrement au sein de l'entreprise (calendrier des interventions à définir entre l'entreprise et l'expert), pendant un an. Des réunions sont organisées pour permettre aux participants de mutualiser leur expérience.

Date limite de dépôt des dossiers :
14 novembre 2016

10 entreprises de Normandie
seront retenues.

Durée de l'opération :
1 an à compter de février 2017

Contacts :

Carole Remigereau : 02 31 54 40 48

Florence Vivier : 02 31 54 40 16

florence.vivier@normandie.cci.fr



Industrie 4.0

L'ISPA organise les 3 et 4 novembre prochains ses journées techniques, placées sous le signe de l'innovation. Ce sera également l'occasion d'inaugurer le nouvel atelier pédagogique. Les partenaires de l'école alterneront présentations et démonstrations en atelier, conférences et moments de convivialité. Un focus spécial sera porté sur l'Industrie 4.0 avec comme angle de réflexion les nouveaux leviers de l'innovation (approches humaines, organisationnelles, marketing, techniques).

www.ispa.fr



« Je vote l'action »

« Nous sommes toujours à la recherche d'idées nouvelles, de façons d'avancer, d'accompagner, de former. Pour cela, je sais que nous pouvons compter sur l'appui de la CCI. Les formations qui nous sont proposées sont effectuées par des intervenants très pointus. J'ai aussi assisté à des conférences qui m'ont permis de m'informer sur plusieurs points, comme par exemple les réseaux sociaux. Ce qui est aussi très positif, c'est le fait d'être régulièrement contacté, de sentir qu'il existe un lien réel, une réactivité dans le suivi.

Nous avons toujours un apprenti dans notre magasin, et nous avons pu nous former sur le rôle du tuteur. Pour nos objectifs futurs, comme l'agrandissement du magasin, les nouveaux rayons, la stratégie déchets, tous les projets que nous avons, nous savons que l'accompagnement sera présent et efficace. »

Anne et Gilles Valentin,

co-gérants, La Source Verte, Réseau Biocoop, Flers. www.lasourceverte.fr

Avez-vous

« Didactique et explicite »

Vous êtes un jeune créateur d'entreprise. Pouvez-vous nous parler de la nouvelle plateforme mise en ligne par les CCI, Business Builder, qui permet de gérer à distance les différentes étapes de lancement d'une entreprise ?

JEAN-BAPTISTE BODARD

Créateur d'entreprise (Caen)

« Cet outil offre de nombreux avantages : il donne toutes les informations utiles pour avancer dans son projet par exemple autour du business plan, de l'autodiagnostic, des ressources à connaître, de façon très didactique et explicite. Mais surtout, sa valeur ajoutée est d'être en lien permanent avec un conseiller, grâce à une interface spécifique. Ne pas être tout seul est tellement important ! J'ai pu le mesurer en écoutant un bon conseil qui m'a été donné, alors que je commençais à réfléchir à mon projet : « va voir la CCI », m'a-t-on dit. Je l'ai fait, et aujourd'hui, c'est moi qui passe le message ! Les réunions d'information, les 5 jours pour entreprendre, le suivi et l'écoute permanente, sont autant d'aspects essentiels pour soutenir les créateurs. Mon entreprise entre dans une phase test. Mon idée est de proposer aux PME une optimisation de leur business par une analyse approfondie, détaillée de leur base de données commerciale, afin de l'optimiser tout en simplifiant son accès. Deux entreprises ont accepté de procéder à des premiers essais. Je compte bien utiliser Business Builder pour approfondir ma réflexion quand le prototype aura été testé ».



AIDE AU FINANCEMENT

Parce que 40 % des dirigeants de PME reconnaissent qu'un manque de fonds propres constitue un frein à l'investissement et au développement et que 25 % de ces mêmes dirigeants se disent favorables à l'ouverture du capital de leur société, ISFEO (Investir, Souscrire en Faveur des Entreprises de l'Orne) a pour objectif de mettre en relation les entreprises ornaies qui ont besoin de renforcer leur fonds propres et les investisseurs potentiels. ISFEO présente aux investisseurs potentiels des dossiers d'entreprise et permet aux porteurs de projet de s'orienter vers le mode de financement le plus approprié. Un « speed meeting » permet ensuite de présenter le projet.

.....
www.portesdenormandie.cci.fr

LA NUIT DE L'ORIENTATION

S'orienter sans stress, c'est possible. Pour tous ceux (les jeunes, les familles) qui veulent choisir leur orientation et cerner les bonnes formations, et découvrir les métiers grâce aux témoignages de professionnels, les Nuits de l'Orientation sont l'endroit idéal. Elles sont organisées autour d'un schéma désormais bien établi, construit autour de plusieurs espaces : un espace « Métiers » (lieu d'échange où les entrepreneurs informent les visiteurs), un espace multimédia (le test en ligne « découvrir sa personnalité » est l'un des must), un espace-conseil (animé par des professionnels de l'orientation), des ateliers (rédiger un CV, connaître les codes de l'entreprise...) des conférences thématiques...
La nuit de l'orientation est organisée de janvier à mars, dans les CCI de Normandie.

.....

essayé ?



BAROMÈTRE DES AFFAIRES

Pour être informé régulièrement sur la santé économique du territoire, connaître les évolutions des différents secteurs de l'économie normande, découvrir l'opinion des dirigeants sur l'actualité conjoncturelle, le « baromètre des affaires » est le document idéal. Il met à disposition de ses lecteurs des indicateurs clés, compare les tendances, propose des focus spécifiques sur les territoires. Sa méthode se base sur une enquête auprès d'un échantillon représentatif d'entreprises sur le territoire régional, de sondages réguliers, de bilans d'activités semestriels et de comparaisons entre les prévisions des dirigeants et les résultats effectifs.

<http://www.sie-hn.fr/>

CCI PITCH DE L'IDÉE À LA CONQUÊTE DU MARCHÉ.



© Lestao - Fotalis

LE PUBLIC : Dirigeants de PME / PMI ou proches collaborateurs ou créateurs d'entreprise désireux de valider un projet auprès d'experts et de conseillers CCI.

LE PRINCIPE : Évaluer sur les capacités à communiquer et à convaincre, tester de manière interactive un produit, une prestation, mettre une stratégie à l'épreuve.

DES EXEMPLES : un groupe de professionnels (responsables d'entreprises, avocats, banquiers, investisseurs, comptables, agences de communication...) passe au crible, après une préparation en amont (et avant une restitution en face à face) les points forts et points faibles, en toute confidentialité.

J'AI TESTÉ POUR VOUS

Les journées de l'international



SÉBASTIEN MAREK

responsable export, société Henri Bal à Flers

Pourquoi j'y suis allé ?

Notre entreprise conçoit et distribue des sacs et cabas publicitaires pour les professionnels (métiers de bouche, pharmacies...), et nous avons la volonté de nous ouvrir sur le marché international. Venir à ces Journées a été l'occasion de tester les différents marchés, de savoir si notre concept pouvait s'implanter dans telle ou telle destination, de pouvoir mesurer en direct le ressenti de nos interlocuteurs étrangers.

Comment ça s'est passé ?

Je suis venu sur place avec des échantillons qui ont rencontré un fort succès. Tout le monde a voulu les regarder, les toucher. La législation interdisant les sacs plastiques ne s'applique pas qu'en France, mais dans toute l'Europe. Avec notre offre des sacs réutilisables en polypropylène, coton, toile de jute, PET, nous sommes en plein dans l'actualité.

Qu'est-ce que cela m'a apporté ?

Ironiquement, tout d'abord, j'ai signé des affaires en France avec des personnes que j'ai rencontrées aux JDI. Mais surtout, cela nous a permis de confirmer notre volonté d'aller à l'export. Nous suivons également le programme Envol Export. C'est une façon d'avoir toujours l'international à l'esprit, de faire preuve d'assiduité dans notre stratégie.

www.henri-bal.fr



90 MINUTES

LE PUBLIC : dirigeants d'entreprise cherchant à développer leur savoir-faire, à être à jour sur les nouvelles réglementations, à appréhender et s'approprier de nouvelles connaissances, à créer ou étoffer leur réseau.

LE PRINCIPE : Un sujet animé de façon interactive par un expert, un chef d'entreprise, avec autour de lui des responsables ayant les mêmes centres d'intérêt : pas de temps perdu, pas de prolongation, des thèmes qui changent, des réponses précises et documentées, et un temps pour mieux se connaître.

DES EXEMPLES : Du dessin au produit avec les nouvelles techniques de prototypage, 90 minutes pour comprendre comment utiliser au mieux l'impression 3D ; passez au XXI^e siècle, mettez un peu de science dans le business, ou comment utiliser les statistiques et les neurosciences cognitives pour vendre un produit, une solution, un service, un usage ; les bonnes pratiques pour accueillir la clientèle : attitude, culture, mots clés et expressions essentielles à connaître pour recevoir les touristes anglo-saxons.

Le sens de l'accueil

Avec « Bienvenue en Normandie » les entreprises affichent les couleurs de la Normandie et leur volonté de bien accueillir.

Donner l'envie de dire « Bienvenue en Normandie ». C'est la simple et belle idée de l'opération éponyme qui vise à promouvoir l'excellence du tourisme dans la région. La Normandie est terre de tourisme, avec ses 12 millions de séjours, ses 50 000 emplois en haute saison, son chiffre d'affaires annuel de 5 Mds€. Mais dans la compétition à laquelle se livrent tous les territoires à travers le monde pour attirer et séduire les visiteurs, il faut sans cesse faire preuve d'imagination et de professionnalisme. Un accueil souriant et efficace, un sens de la promotion touristique sont bien sûr la base, mais il faut aussi savoir y ajouter toutes les petites attentions qui font la différence. Autour des grands événements fédérateurs, ce sont des actions quotidiennes que remarquent les visiteurs et les encouragent à revenir.

Attractivité

C'est bel et bien d'attractivité qu'il s'agit, de Bienvenue en Normandie, portée par les CCI de Normandie, devient de fait le premier réseau au service de la toute nouvelle agence



Les plages du Débarquement, haut lieu du tourisme international normand.

d'attractivité de la Normandie. Et qui dit attractivité, dit croissance et développement. C'est un effort commun qui est recherché, que chacun puisse promouvoir l'autre, parler de la région, être des ambassadeurs de la Normandie.

Les outils mis à disposition des adhérents au sein du kit « Promotion Normandie » sont multiples. De quoi s'identifier (autocollant, badges, sacoche, drapeau Normand...), de

quoi travailler (guide des événements, lexique de traduction en quatre langues, livret d'accueil de la clientèle britannique...), de quoi progresser (auto-évaluation, fiches techniques...), de quoi s'engager (charte en 9 points décrivant le principe de l'action). Ce kit, vendu 40 €, a vocation à croître et embellir au fil des années, avec de nouveaux supports et initiatives. ◀

PLUS D'INFORMATIONS

www.normandie.cci.fr/bienvenue-en-normandie



Retours d'expérience

« La force d'un réseau »

Quand on vend depuis quelques décennies des robes de mariées, on sait qu'il faut s'adapter à chaque personne, à son style, à son budget, à sa façon de concevoir ce grand jour. On sait accueillir, en résumé. Agnès Hericher n'a donc pas hésité quand la CCI lui a proposé d'adhérer au réseau « Bienvenue en Normandie ». « J'ai dit oui tout de suite », confie-t-elle. « Je suis Normande, j'aime la Normandie, je suis passionnée par mon métier et par l'envie de satisfaire mes clients. La vente, l'accueil, c'est aussi une façon de promouvoir la région ». Un sens du service qu'elle

développe au quotidien et qu'il l'a conduit à employer une véritable couturière, qui lui permet de répondre exactement aux attentes de sa clientèle. Ce qu'elle appelle sa « positive attitude » se retrouve dans l'organisation, depuis plus de vingt ans, d'un salon du mariage dont la réputation ne cesse de grandir. Ce qui est vrai pour un commerce de Bolbec l'est tout autant pour le musée d'Arromanches. « La force du réseau est un élément important », constate son directeur, Frédéric Sommier. « C'est ce qui m'a conduit à rejoindre Bienvenue en Normandie. Disposer

d'un élément de visibilité supplémentaire n'est pas négligeable ». Habitué à promouvoir l'ensemble du territoire, à l'image du film diffusé dès l'accueil du musée, il reçoit une clientèle à 50 % étrangère, une autre façon de concevoir et de penser l'accueil. Mais au bout du compte, le principe reste le même, œuvrer au quotidien pour la satisfaction des visiteurs. ◀

CONTACTS

www.celinedal.com

www.musee-arromanches.fr

initiatives, **Innovations**, tendances

Normandie

Numérique : panique ou pratique ?

Le numérique dans l'entreprise doit permettre de mettre en œuvre de nouvelles pratiques et de nouvelles organisations.

Un flot quasi ininterrompu de mails, des alertes et des SMS qui tombent régulièrement, les groupes professionnels à suivre sur les réseaux sociaux, et aussi, de temps en temps, un petit coup d'œil à Facebook. Le numérique a totalement envahi l'espace de travail, créant de nouvelles pratiques et posant la question des conditions de travail.

Les dangers sont facilement identifiables, à commencer par l'émergence d'une culture de l'urgence et de l'immédiateté. Celui aussi de « l'infobésité », la surcharge informationnelle. « C'est un problème ancien, que chaque changement technologique a amplifié, mais qui explose à l'ère numérique », explique Fabrice Bourges, chef de projet de recherche à l'Orange Labs de Caen. « La quantité d'informations reçues augmente au détriment de la qualité, donne un sentiment d'accélération du rythme de travail et peut rapidement se heurter à un problème de capacité à traiter tous ces flux. Le danger est de passer à côté » d'informations importantes, et d'éparpillement de l'activité. Si on cherche à tout traiter, on perd son efficacité ». D'autant plus que les salariés ne sont pas égaux devant cet aspect « multitâches ». Pour



La transformation numérique de la vie professionnelle inquiète et rassure à la fois.

certain, c'est un épanouissement, pour les jeunes générations, c'est un comportement acquis. Pour d'autres, c'est un facteur de stress et de perte d'efficacité.

Perte d'efficacité

Se profilent alors les questions de suractivité et de burn out, que l'abolition des frontières entre la vie professionnelle et la vie privée rend plus prégnante encore. Le récent rapport Mettling « transformation numérique et vie au travail » a rappelé que « savoir se déconnecter au domicile est une compétence qui se construit également à un niveau individuel (des rapports au temps,

longs à construire et plutôt stables) mais qui a besoin d'être soutenue au niveau de l'entreprise (chartes, actions de sensibilisation). Le droit à la déconnexion est donc bien une co-responsabilité du salarié et de l'employeur qui implique également un devoir de déconnexion ».

Pour l'Agence Régionale pour l'Amélioration des Conditions de Travail, la vigilance doit être portée sur « les nouvelles relations entre les espaces et les temps sociaux qui se construisent autour de ces technologies, sans que ces modes de travail soient toujours bien compris, régulés et négociés », témoigne Joël Maline, directeur régional de l'ARACT Basse-Normandie. Il constate cependant que « le numérique permet d'envisager des modes d'organisation plus souples, propices à une meilleure qualité de vie des salariés », et qu'il peut « être l'occasion d'inventer de nouvelles formes de régulation, en concevant des organisations, des flux, des bâtis qui sont en adéquation avec des scénarios d'usages futurs ». Enfin, la formation ne doit surtout pas être négligée, car 23 % des actifs estiment avoir été « très bien préparés » à l'utilisation des outils numériques. ◀

À savoir

Une enquête réalisée par TNS Sofres pour l'Anact révèle que le mot « numérique » a une connotation positive pour 6 060 des salariés et 8 888 des chefs d'entreprise, 8 585 des salariés estiment que l'usage des technologies numériques a un impact positif sur leurs conditions de travail. Les points les plus équilibrés entre le positif et le négatif sont la capacité de concentration, l'ambiance dans l'équipe, l'équilibre vie privée / vie professionnelle et les horaires de travail. Le dialogue social, la charge de travail, la pression sur les délais et les niveaux de stress sont les aspects sur lesquels une dégradation est constatée.

Normandie

La galaxie French Tech

Un peu plus d'un an après sa création, la Normandy French Tech enregistre ses premiers résultats et confirme sa raison d'être.

Ce sont désormais une centaine d'entreprises (sans oublier les réseaux, associations et collectifs) qui adhèrent à la Normandy French Tech. Si la naissance fut compliquée, l'écosystème numérique normand est bien en place. « On sort de la phase de création, de statuts, de discussions. La gouvernance est en place, nous proposons des produits spécifiques », résume le délégué général, Pierre-André Martin. La volonté est d'être pragmatique, explique-t-il : « Il est important de déclencher des actions concrètes. Il faut être à la hauteur et ne pas décevoir. Le rapport au temps à cet égard est essentiel. Nous devons savoir aller très vite ».

Le concept de base reste clairement identifié : accélérer le développement des start-up. Et pour cela, la Normandy French Tech joue la carte de la main tendue. « Il faut se connaître avec les autres filières du territoire, dans un esprit de fertilisation croisée. Chacun doit s'enrichir des autres, et ceux qui ne sont pas encore pleinement dans le numérique doivent comprendre qu'il existe, à proximité, des entreprises qui peuvent les aider à passer à l'acte ».

Le premier produit made in NFT est le « Normandy Tech 40 » qui devrait permettre de construire des alliances opérationnelles entre les start-up régionales et les grands groupes, sous forme d'open innovation, de partage d'expérience ou de financement. Huit entreprises ont déjà adhéré, RATP Dev,



“ Déclencher des actions concrètes ”

Bouygues Énergies & Services, le Crédit Agricole Normandie-Seine, EDF, ENEDIS (ex-ERDF), ENGIE, La Poste et Renault.

Et puisqu'il faut répondre à tous les types de besoins, NFT va lancer une plateforme de crowdfunding, pour des petits montants, en phase de démarrage. « C'est un produit original et utile, qui vient en complément des aides qui existent déjà », souligne Pierre-André Martin. Dans le même temps, le projet des Ambassadeurs de la Diaspora normande se constitue. Un travail d'identification est en cours, afin de détecter les entrepreneurs normands présents dans le

monde entier, et disposer, d'une part à servir d'experts, de contacts, sur leur pays et d'autre part à accueillir, guider, appuyer une start-up désirant tâter de l'international.

Impulser, défricher

Retour en Normandie pour constater que les initiatives lancées dans le cadre de la dynamique NFT foisonnent. Ainsi Lhackadémie havraise, forte de 50 membres, et qui cherche, comme le revendique son président Benjamin Simon, « à être un émulateur de création d'activité économique ». Une quinzaine de micro-entreprises et de start-up sont nées de ce bouillonnement qui participe « à la transformation digitale de la société et aboutit à la création de valeur sur le territoire ».

Impulser, porter, défricher, ce sont les racines de cette économie numérique normande. On les retrouve dans tous les secteurs. Le centre CESI de Rouen devient ainsi pilote du volet « industrie du futur » du projet DEF&Co, qui, au niveau national, vise à créer des offres et formations en lien avec les problématiques de demain. Bélahçène

À savoir

CCI Normandie vient de publier la nouvelle édition de son Observatoire consacré au numérique. On y apprend notamment que la Normandie compte désormais, dans ce secteur, 4 000 établissements (+14 % en 2 ans), 20 650 emplois (+0,3 %). Cela complète l'offre CCI Business Numérique, démarche partenariale autour de NFT, qui permet d'informer des opportunités d'affaires et valoriser ses offres de service.

Contact : www.normandie.cci.fr



Mazari, directeur Recherche et Innovation du CESI, souligne qu'il ne faut pas « réduire l'usine du futur à une multiplication de gadgets électroniques sans projet derrière et donc sans formation. Le technicien, l'opérateur seront des éléments centraux de l'usine du futur ».

Cette multiplicité d'initiatives porte la richesse de la Normandy French Tech, comme l'analyse Pierre-André Martin : « C'est une occasion unique de jouer une

seule partition, avec des interlocuteurs différents, qui n'ont pas tous les mêmes attentes, les mêmes stades de maturité ». Mais qui sont disposés à avancer ensemble. Emmanuel Assié, dirigeant de Webaxys, l'a bien compris : « L'innovation se met en place et on n'a pas besoin de quitter la Normandie qui offre des potentialités et des visibilitées. Ne pas aller chercher très loin ce qu'on peut trouver très près avec des valeurs humaines. Beaucoup de choses se maillent,

se créent, c'est la preuve de l'émergence d'un écosystème digital et numérique, auquel plusieurs acteurs ont participé, dont le club TIC, au rôle essentiel ». ◀

CONTACTS

www.normandyfrenchtech.fr
www.nwx.fr

Porté en son temps par Le Havre Développement, le guichet unique de l'innovation de l'Estuaire, Inocéane, connaît sa version 2.0 avec la présence de la CCI Seine Estuaire, de la CODAH et de l'Université. « C'est une démarche partenariale déterminante pour parvenir à un accompagnement efficace pour l'entrepreneuriat innovant », résume le président de la CCI, Vianney de Chalus. Ce « territoire de créativité » que veut devenir l'estuaire va pouvoir stimuler et soutenir la création d'activités innovantes, dans tous les secteurs (économie

numérique, maritime, industrie du futur, transport de demain, territoire durable, tourisme 4.0). Porteurs de projets, chefs d'entreprise, étudiants, chercheurs, tous ceux qui pensent innovation y trouveront un accompagnement de proximité à chaque étape du développement de leur idée : des événements, des ressources, des compétences, de l'appui. « C'est un moment collaboratif », souligne Vianney de Chalus. ◀

CONTACT

www.inoceane.eu

AVEC MON EXPERT-COMPTABLE, J'EN AI PRIS PLEIN LA VUE !



OUTIL N°1 : LE PRÉVISIONNEL DE DÉVELOPPEMENT

« Pas facile de se projeter sur 3 ans quand on veut développer son activité ! Heureusement avec le prévisionnel de développement, je sais combien coûtent mes projets et j'anticipe les risques. Merci mon expert-comptable ! »

Sophie L., chef d'entreprise

Photos : Shutterstock © Accord



EXPERT-COMPTABLE, PARTENAIRE OFFICIEL DE LA RÉUSSITE.

RETROUVEZ LA LISTE DES EXPERTS-COMPTABLES NORMANDS SUR WWW.EXPERTS-COMPTABLES-NORMANDIE.FR

Cherbourg-en-Cotentin

Visites virtuelles

Une immersion 3D dans le réacteur de l'EPR 3 : c'est possible grâce au programme VISIT, mettant en valeur les talents de plusieurs partenaires.

Ce fut l'un des temps forts du World Nuclear Exhibition, le rendez-vous international du nucléaire. Le stand normand, piloté par Nucleopolis, a été le cadre d'une démonstration qui a attiré l'attention des visiteurs : le projet « VISIT », une solution innovante de formation qui repose sur la 3D et la réalité virtuelle. « Un beau travail collaboratif », remarque Fabrice Fléchet, le directeur de la Technopole Cherbourg Normandie. « Les établissements de formation et les entreprises se sont mobilisés, soutenus par des partenaires comme Nucleopolis, le CMQ de l'industrie des énergies et la Technopôle ».

De ces échanges est né un programme dont la première phase consiste en une intervention virtuelle dans la cuve du réacteur de l'EPR Flamanville 3. Pour y accéder, il est nécessaire de déconnecter 83 tubes de mesure, situés sur une passerelle. Cet exercice est désormais réalisable virtuellement, à échelle 1 et en 3D. Deux solutions existent. Il est possible pour un formateur de revêtir une combinaison de Motion Capture équipée de 23 capteurs, qui reproduit tous ses gestes, et de faire déplacer son avatar



Démonstration en salle stéréoscopique.

sur un écran pour effectuer l'intervention. L'association Novimage dispose d'une salle stéréoscopique d'une centaine de places qui permet de suivre la démonstration dans les meilleures conditions, mais il est tout à fait envisageable d'installer un système similaire de projection en entreprise. Oreka Ingénierie a pour sa part développé le VIVE, un casque de réalité virtuelle, où là aussi l'immersion est parfaite.

Nouveaux métiers

Si la prouesse technique est bluffante, ce sont surtout ses potentialités qui s'annoncent plus que prometteuses. La technique permet de dématérialiser des environnements difficiles d'accès, de préparer des opérations de maintenance, de s'approprier un bâtiment, de valider des procédures, de tester les capacités d'un opérateur, de montrer les bons ou mauvais gestes... D'autant plus qu'il sera possible à l'avenir de dérouler des scénarios pédagogiques dans lesquels des incidents, des événements pourront être rajoutés en cours d'intervention, pour mesurer les réactions dans un mode dégradé. « Ce sont des formes d'apprentissage concrètes, interactives », résume Lisa Le Roux, chargée de développement des projets numériques chez Novimage. « L'offre est adaptée aux besoins des industriels et permet aux établissements de formation de proposer des pédagogies attractives, d'assurer aussi une montée en compétences des jeunes ». Ce sont aussi de nouveaux métiers qui vont

apparaître : de la modélisation pour numériser l'environnement, de la conception de scénarios, de l'interfaçage avec les casques et les combinaisons...

Le succès rencontré à WNE marque en quelque sorte la fin de la 1^{re} phase du programme VISIT. « On est allé très vite, chacun a apporté son esprit créatif. Il convient désormais de passer à un autre niveau, de trouver les moyens techniques, humains et financiers », explique Fabrice Fléchet. Pour Oreka Ingénierie, c'est « tout un marché qui se crée », comme en témoignent « les nombreuses sollicitations de grands donneurs d'ordre que nous recevons », souligne Didier Duffuler, directeur de l'entreprise. « Nos niches technologiques nous permettent de nous positionner dans de nombreux secteurs », poursuit-il. ◀

Les partenaires du projet VISIT:

EDF – CNPE Flamanville 3, Oreka Ingénierie, Novimage, ESIX Normandie, IUT Cherbourg Manche, Lycée A. de Tocqueville, Nucleopolis, CMQ de l'Industrie des Énergies, Technopole Cherbourg Normandie.

CONTACTS

www.oreka-group.fr
www.novimage.org
www.technopole-cherbourg.com



Verson

Conditionner à la carte

Des machines de conditionnement haut de gamme pour l'agroalimentaire : c'est le savoir-faire d'Atia Industrie.

Depuis 1986, Atia Industrie conçoit et réalise des machines de conditionnement et de remplissage pour l'agroalimentaire. De la conception sur ordinateur à l'assemblage en atelier, des phases de test jusqu'à la mise en route sur site et aux ultimes réglages, l'entreprise s'appuie sur une volonté de travailler dans le « sur-mesure ». « Je crois pouvoir dire qu'en trente ans, nous n'avons jamais fabriqué de machine unique », commente le P-DG d'Atia Industrie, Frédéric de Sevin, qui fait de ce savoir-faire un élément différenciant par rapport à ses concurrents, notamment Allemands et Danois.

Spécialisée à l'origine dans les prestations pour l'industrie laitière, Atia Industrie a élargi son savoir-faire à une large gamme de produits alimentaires comme la crème

glacée, les plats cuisinés, les compotes et confitures, les produits de la mer, les viandes, salaisons et produits traiteur.

Nouveaux challenges

L'entreprise sait mettre en œuvre un haut niveau de sophistication technique, pour suivre les évolutions du marché. « Une tendance récente pourrait s'accroître, celle des produits alimentaires toujours plus sophistiqués comme les tartinales ou les mélanges d'olives, mini-brochettes, fromages en dés, souvent destinés au grignotage ou à l'apéritif », analyse Frédéric de Sevin. « Nous travaillons ainsi à la mise au point d'une machine de remplissage de seaux d'olives sous atmosphère modifiée sans saumure. Il y a aussi les produits mix-

tes, comme les produits laitiers bi-couches avec des purées de fruits par exemple. Ce sont de nouveaux challenges à relever en matière de conditionnement ».

Atia Industrie est également très en veille sur l'évolution des emballages et les questions de recyclage ainsi que sur l'élévation continue des exigences de sécurité sanitaire. Atia Industrie s'est lancée, en plus du plastique et du verre, dans une activité complémentaire de vente de consommables, comme les opercules en aluminium et les films plastiques. L'entreprise, forte d'une quarantaine de salariés, travaille dans toute la France ainsi qu'en Europe et en Afrique du Nord. ◀

CONTACT
www.atia.fr

AVEC MON EXPERT-COMPTABLE, J'EN AI PRIS PLEIN LA VUE !



**OUTIL N°2 :
LE TABLEAU DE BORD**

« Un bilan c'est bien gentil, mais c'est seulement une fois par an ! Avec le tableau de bord proposé par mon expert-comptable, pas besoin d'attendre : je suis l'évolution de mon activité tous les mois ! »

Julien B., chef d'entreprise

photos : Shutterstock © Goodluz



EXPERT-COMPTABLE, PARTENAIRE OFFICIEL DE LA RÉUSSITE.

RETROUVEZ LA LISTE DES EXPERTS-COMPTABLES NORMANDS SUR WWW.EXPERTS-COMPTABLES-NORMANDIE.FR

Domfront

L'horizon vertical

Fabricant leader des solutions verticales, Etna France ne s'est jamais aussi bien portée.

Numéro 1 Française des solutions de mobilité verticales, la société de Vincent Bronze a 30 ans en 2016, Etna Corp comptant 110 personnes entre le siège à Paris, les usines normandes (Domfront, La Chapelle-Gauthier), un réseau d'agences régionales et à l'international. Mais à lui seul, confirme Michel Jamet, directeur du développement commercial, le site ornaise fait l'actualité. Ici résident les études et la R&D, l'atelier d'assemblage, les fabrications de la Silver Économie favorisant le maintien à domicile, tout ce qui fait l'ADN d'Etna France. Et la PME enchaîne les succès sur le marché des ascenseurs privatifs, des monte-escaliers, des élévateurs pour personnes à mobilité réduite, et des monte-charge industriels.

Il y a un an, elle a fusionné ses sociétés (Etna Fapel, France Élévateurs, Etna France) au profit d'une identité unique, Etna France. Puis elle a lancé Etna Direct, premier concept de vente en ligne de monte-escaliers personnalisés à prix d'usine, et sorti deux innovations pionnières, dont « un boîtier communicant pour équiper les premiers monte-escaliers connectés », coproduit à



C'est un partenariat de compétences qu'Etna France a su mettre en place.

proximité (avec Heliosengi). L'autre, « Mariner Lift » est la première passerelle-cabine d'accessibilité portuaire, mise au point avec une société vendéenne (Métalu). Enfin, testant le dispositif avec Point P en Normandie, Etna France vise d'être le premier concepteur-fabricant visible en grande surface. Et puisque sa marque Etna Lift s'exporte bien, après les agences de Marrakech, Liège et Moscou, une 4^e ouverture est prévue « des bureaux à Munich ».

Logistique partagée

À Domfront, la priorité est une commande d'excellence, « 400 monte-charge en acier » destinés à l'un des pôles d'affaires en chantier à Tremblay-en-France, au pied de Roissy-Charles-de-Gaulle. Soit l'aboutissement d'un marché public européen ciblé par Etna France dès 2013 : « Notre capacité

de compétences globale a fait la différence » estime Michel Jamet. Résultat, sur place depuis 24 mois, on a mis les bouchées doubles pour redoubler de performance afin de répondre au modèle, mettant en œuvre une nouvelle ligne de process et d'assemblage, des recrutements, une chaîne de logistique partagée avec les sous-traitants (Normoutils Industrie, SHD, Heliosengi, Surirey-Jagou). En outre, une extension de 1 000 m² « réservée au stockage » est en cours. L'expérience a vocation d'être « un entraînement sur les fabrications en série » sachant que les 400 monte-charge doivent être livrés au plus tard fin janvier 2017. ◀ I.P.

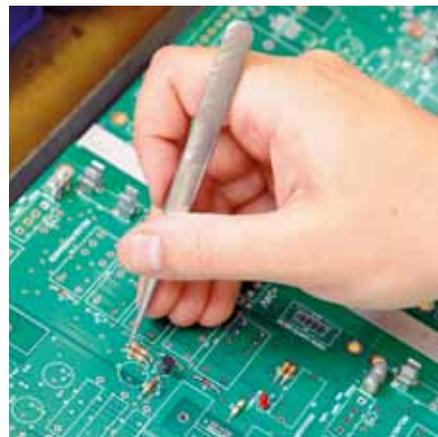
CONTACTS

www.etnafrance.com
www.normoutils.fr
www.heliosengi.com

Vincent Hélie, Heliosengi (Sainte-Opportune)

« Une vitrine de haut vol »

Parmi les autres partenaires fidèles, figure Heliosengi (5 personnes), jeune pousse ornaise spécialiste de cartes électroniques, fondée en 2010. Offrant des solutions clés en main, la PME de Vincent Hélie intègre les prestations d'un bureau d'études et d'un atelier de fabrication pour satisfaire des clients dans l'industrie, la santé, la navigation de plaisance, rayonnant jusqu'en Grèce et en Italie. Jusqu'alors, le bouche-à-oreille suffisait pour une activité partagée entre l'ingénierie (30 %), la production de 5 à 6 000 cartes par an, les projets R&D (tel le Boîtier Unique de Liaison avec Etna France, décliné à travers les monte-escaliers connectés). Mais le marché des 400 monte-charge promet d'accélérer les choses : « C'est une vitrine de haut vol, qui va nous légitimer davantage sur nos marchés ». Pour Héliosengi, il revient à produire « plus d'un millier de cartes » et s'y préparant, le créateur a saisi l'occasion d'optimiser son parc matériel : « En trois ans, nous avons doublé nos capacités de production ». Avec raison, puisque Heliosengi est agréée Crédit Impôt Innovation sur 2015-2019.





Adopte un Robot

Lancé sur la période mars 2013/mai 2016 au titre des Investissements d'Avenir, le programme Robot Start PME, conduit par le Symop, le Cetim et l'Institut CEA List, proposait un soutien technique et financier aux PMI-PME primo-accédantes à la robotisation. En relais, le régime d'amortissement exceptionnel pour les robots industriels des PME a été reconduit en 2016, ainsi que le sur-amortissement fiscal de 40 % sur les investissements productifs des entreprises, prolongé jusqu'au 14 avril 2017. ◀

Sébastien Tudoce, Normoutils Industrie (La Baroche-sous-Lucé) « Des longueurs d'avance »

S'agissant de fournir les structures métalliques des 400 monte-charge, Normoutils Industrie (30 personnes, un site de 3 600 m²) s'imposait naturellement. Sous-traitant historique d'Etna France « pour ses portes d'ascenseurs » (ensemble, ils ont co-créé SHD, filiale d'usinage des vérins hydrauliques), la PME, reprise en 2009 par Sébastien Tudoce, excelle dans les travaux à façon de métallerie industrielle, tôlerie fine et chaudronnerie, mécanique générale et de précision, ou encore la conception/fabrication de machines spéciales. Car le repreneur-dirigeant n'a cessé de monter en compétences, poussant les murs et misant sur les techniques de pointe. Or en surfant sur les exigences du nouveau marché Etna, Normoutils Industrie a de nouveau recruté (2 personnes), s'est encore agrandi (400 m² de stockage) et vient d'acquérir un robot de soudure 10 axes avec caméra intégrée, pensé et réalisé sur mesure. Déjà, une frange inédite de clientèle est intéressée. « Le fruit d'un travail étroit avec le CETIM », souligne Sébastien Tudoce, qui a bénéficié du dispositif Robot Start PME dédié aux projets de primo-robotisation. Il y voit le moyen de « prendre des longueurs d'avance » en s'ouvrant aux marchés de pièces plus complexes et plus volumineuses comme l'agriculture ou la carrosserie industrielle.

ANKAA ENGINEERING :

Un Business model atypique qui interpelle et intéresse.
Notre objectif : redonner du sens à la performance de votre système d'information.

Nos interventions portent sur le système d'information dans sa globalité

- Processus métier et organisation
- ERP et applications
- Infrastructure et télécoms
- Sécurité de l'information et du système d'information
- Formation sur mesure des équipes informatiques

Nos principaux atouts

- Aucun partenariat constructeur/éditeur, soit une réelle neutralité de conseil
- Une offre de service transversale
- Une équipe de consultants expérimentés, certifiés dans leur domaine d'expertise
- Une proximité géographique et un unique interlocuteur garant de l'atteinte des objectifs
- De nombreuses références client

Qui sommes-nous ?

Depuis 16 années, ANKAA ENGINEERING apporte aux PME-PMI, collectivités territoriales et grands comptes des réponses pertinentes et efficaces en terme de conseil en organisation et expertise dans les technologies de l'information. Initié dans les ALPES, en 2000, ce business model atypique a rapidement retenu l'attention des principaux donneurs d'ordre IT de la région. Encouragé par ce succès, depuis 2011, ANKAA ENGINEERING met en place un plan de développement au niveau national avec l'ouverture d'agences de proximité dans plusieurs régions ainsi qu'en Suisse.

Pourquoi sommes-nous différents ?

ANKAA ENGINEERING a fait le choix hautement qualitatif de s'entourer d'un



réseau de consultants externes. Cette organisation repose sur le principe de constituer et d'animer pour chaque projet ou mission, une "dream-team". Aujourd'hui, nous avons une base de plus de 6 500 consultants indépendants expérimentés. Nombre de ces consultants sont intervenus pour des missions de quelques jours à plusieurs mois pour des problématiques d'infrastructure, de sécurité de l'information, d'intégration ou de développement applicatif, d'organisation ou optimisation méthodologique de l'organisation existante, de formation des équipes informatiques, etc.



Goderville

Habiller les toits

Spécialiste des couvertures d'art, Demeilliers et Fils concilie patrimoine et technologies.



Un goût pour la beauté
doublé d'une solide technique.

Prouvant que la passion peut être héréditaire, chez les Demeilliers, on est couvreur ornementaliste de père en fils. Ainsi, Franck Demeilliers, qui dirige depuis 2002, l'activité fondée par son père (1977), a hérité d'un talent manuel doublé d'un sens artistique qui fait référence en Normandie, en même temps que le goût des maquettes patrimoniales. Toutefois, si Demeilliers et Fils, connue comme spécialiste des couvertures d'art auprès d'une clientèle BtoB et particulière, a gardé sa taille humaine (6 personnes), aujourd'hui elle crée, restaure ou habille les toitures avec les méthodes et les outils du XXI^e siècle. En 2016, 60 % des commandes concernent le résidentiel et le contemporain (pour 40 % d'appels d'offres publics Monuments Historiques), l'entreprise assurant les prestations RGE d'isola-

tion thermique. Ses toits de maison traditionnels sont en ardoises, en tuiles, en zinc, en cuivre, en plomb ou tuiles de bois, sauf qu'elle travaille « à joints debout », soit « un procédé plus simple, plus rapide, plus économique ». Mais il faut toujours « au moins dix ans pour être un bon couvreur », dont cinq ans d'apprentissage. Cela n'empêche pas la PME de Goderville, de briller sur les chantiers du patrimoine ancien (le château d'Ancretierville-Saint-Victor, les abbayes de Valmont, Saint-Wandrille, le Manoir du Fay), son expertise s'exprime à plein autour des tourelles, des couvertures d'églises et des décors, « les flèches, les frises, les épis de faitage, les lucarnes, les chimères ». Le fin du fin, ce sont les girouettes artisanales que Franck Demeilliers sait reproduire à l'identique ou concevoir en pièce unique. Les collectionneurs ne s'y trompent pas,

**AU MOINS DIX ANS POUR
ÊTRE UN BON COUVREUR**

même les amateurs étrangers s'y intéressent. Cependant, le métier d'ornemaniste maître d'art, ne se transmet plus que « de compagnon à compagnon » confirme-t-il.

De compagnon à compagnon

Désormais engagé au service de sa filière, (il préside la branche Couverture à la FFB-TP régionale du Havre Pointe de Caux), l'artisan novateur fonctionne régulièrement avec des architectes, il est souvent consulté pour chiffrer des projets, prête volontiers son concours lors d'événements thématiques. Et de la même façon qu'il participait, en mai, au congrès 2016 de l'Union Nationale Couverture Plomberie (UNCP) sur l'avenir de la profession, il tisse des passerelles entre les savoir-faire d'hier et les nouvelles technologies. Il vient de s'initier aux solutions BIM « pour des plans en 3D » et songe à utiliser un drone pour la prise de mesures ou de photos aériennes sur les toitures inaccessibles. L'initiative servirait autant « pour le diagnostic que l'inspection d'ouvrages » avec un rendu optimal et/ou des données d'une précision millimétrique, le tout à moindre risque.

Anticipant la reprise, Franck Demeilliers s'est formé en alternance à l'École supérieure des jeunes dirigeants du bâtiment. Auparavant, marchant dans les pas de son père, « deux fois médaillé au concours Meilleur Ouvrier de France », il s'était distingué finaliste du concours MOF en 2000. Lauréat d'un Trophée Aléonard Rénovation en 2012, il a reçu un an plus tard par la CMA 76, la mention Artisan d'art. ◀ I.P.

CONTACT
www.demeilliers-couverture.fr



Miserey

Dépister le cancer

**Start-up de biotechnologies,
OncoDiag rejoint la Biopépinière
du Grand Evreux Agglomération.**

Développant des solutions diagnostics préventives des cancers, OncoDiag a pris ses quartiers au BioNormandie Parc de Miserey, dans un labo flambant neuf (60 m²). Un seul projet est en phase-prototype, mais sa valeur ajoutée est révolutionnaire ! Née à Paris en 2013 d'une « belle rencontre entre des médecins urologues et des chercheurs », la biotech a mis au point (avec l'APHP) le kit Urotest, test moléculaire ciblant les risques de récurrence du cancer de la vessie. Premier dispositif non invasif du marché, ce test urinaire « simple, rapide, peu coûteux » promet de faciliter la détection, le dépistage précoce et la surveillance des récurrences du 5^e cancer en terme de fréquence. Conçu pour fournir aux médecins une aide décisionnelle, Urotest repose sur la double

analyse génétique et épigénétique, qui permet d'alléger la routine clinique au profit du confort des patients. Les résultats sont connus en 24 heures et là encore, le dispositif dépasse « tous les niveaux de performance », indique Jean-Pierre Roperch, co-fondateur avec Claude Hennion et directeur de la R&D d'OncoDiag.

À ce stade, Urotest est cliniquement validé, breveté à l'international et 2016 a démarré en fanfare : en janvier, OncoDiag était lauréate « en phase d'amorçage » du Concours Mondial d'Innovation 2030 de Bpifrance, la subvention ayant permis l'implantation en Normandie et « d'entreprendre le marquage CE de nos kits ». Un tremplin vers l'Amérique, à terme.

Le nerf de la recherche

Précédemment chez l'incubateur Agoraparisien, OncoDiag a conquis le Grand Evreux Agglomération jusqu'à décrocher

une bourse B2I, qui permet des loyers attractifs pour les 24 mois à venir. De quoi lui laisser la liberté, accompagnée par le réseau consulaire, de récolter des fonds, « le nerf de la recherche » et multiplier les avancées R&D autour d'autres cancers. ◀ I.P.

CONTACTS

CCI Portes de Normandie



Fabien Meniszez

Conseiller d'entreprise
Réfèrent Innovation, Intelligence
économique & Propriété Industrielle
fabien.meniszez@normandie.cci.fr

Géraldine Lecarpentier

Conseillère Développement International &
Enterprise Europe Network (EEN)
geraldine.lecarpentier@normandie.cci.fr

roperch@oncodiag.fr

**VOTRE SANTÉ
100 % MUTUELLE**

**ASP BTP
mutuelle
santé**

02 31 50 35 50 • www.aspbtp.fr
La mutuelle de tous les Normands

Normandie Région - Evreux - 02 31 41 80 41

initiatives, **Innovations**, tendances

Le Petit-Quevilly

Données accessibles

NoriPyt permet de gérer et exploiter des bases de données en toute simplicité.

Faire simple... Pas évident quand on parle de gestion de base de données. C'est pourtant le défi que relèvent Julie Graine et Bertrand Bordage, créateurs de la start-up NoriPyt, avec le lancement de l'outil Web NoriData. Il s'agit de structurer et saisir de grands volumes de données puis de les exploiter via des tableurs, des statistiques, des outils de visualisation. Les concepteurs ont privilégié la souplesse d'accessibilité (NoriData est adapté à tous les supports) et, donc, la simplicité : il est possible de travailler à partir d'une base de données préconçue ou de réaliser soi-même son propre modèle. Chaque base de données est collaborative et fonctionne selon le principe de l'open data. C'est dans cette innovation ouverte que

Bertrand Bordage s'est fait connaître de spécialistes de la question, non seulement en France, mais aussi en Amérique du Nord et en Grande-Bretagne. Pour se développer régionalement, Julie et Bertrand ont choisi de s'installer à Seine Innopolis. « C'est l'endroit où il faut être. Nos premiers clients s'y trouvent », racontent-ils. « On côtoie des compétences diverses, on s'entraide, on se regroupe pour aller sur des marchés plus importants, pour être plus complets dans nos réponses aux clients ».

Open data

NoriPyt (lire « no repeat », pour exprimer une façon de faire qui ne peut pas se répéter) est d'abord née pour répondre à des besoins du monde universitaire, qui traite

des volumes importants de données de façon qualitative. La solution développée est tout aussi utilisable par des particuliers, des entreprises, des collectivités. « Nous faisons du sur-mesure. L'important est d'être compréhensible et de mettre à disposition des utilisateurs, un outil efficace pour travailler ». C'est la même volonté qui se retrouve dans l'autre métier de NoriPyt, la création de sites internet, où là aussi la simplicité est privilégiée.

Convaincus que NoriData « répond aux problématiques actuelles », Julie et Bertrand espèrent « grandir harmonieusement, en gérant intelligemment la croissance ». ◀

CONTACT

www.noripytt.com

Parce que votre métier doit rester votre occupation principale, nous nous occupons du reste.

Investissement
Financement du cycle d'exploitation
Gestion des flux et de trésorerie
Ingénierie sociale et financière
International

1 entreprise sur 3 cliente du CIC dans votre région.

Conseil et Expertise

Proximité et Disponibilité

CIC Nord Ouest



Caen

Altitude de croisière

Alticap, par une stratégie audacieuse de croissance et des paris technologiques gagnants, figure parmi les leaders français des solutions de gestion, réseaux et télécoms.



Eric Le Goff a fait évoluer Alticap.

décisives, technologiquement parlant, fut en 2012 de prendre le virage du nuage, en lançant sa propre marque, OnlyCloud, pour héberger les données de ses clients, dans deux data centers caennais. Une offre maison, donc totalement maîtrisée, sécurisée, ce qui rassure les clients (la proximité n'est pas négligeable), et qui leur permet d'adapter le coût de leur informatique à l'évolution de leur activité. Le savoir-faire des équipes d'Alticap, et leur connaissance pointue des attentes de leurs clients, ont contribué à créer d'autres marques en interne, comme OnlyReport, un outil de reporting pour les chefs d'entreprises et OnlyCom, un package autour de solutions télécoms. Les « trois briques » d'Alticap, réseau, gestion et télécoms peuvent ainsi se co-construire. Alticap est également en mesure de développer des produits spécifiques pour ses clients, « en partant d'une page blanche », comme Arqana, application dédiée à la vente de pur-sang à Deauville.

A lti », pour l'altitude, « Cap », pour garder le cap. Quand il a cherché, en 2000, le nom de sa société, Éric Le Goff (avec ses associés Hubert Nolais et Gilles Brunel), a montré le chemin. Ce sera celui de l'ambition, dans un domaine en pleine explosion, celui des logiciels de comptabilité et de paie. Dans un premier temps, le développement de l'entreprise se centra sur Caen, puis il prit de l'ampleur, tant dans les métiers (ajoutant les réseaux et matériels, à la demande des clients) que géographiquement : entre croissance externe et création d'agences, Alticap s'implanta à Caen, Rouen, en Bretagne (Rennes, Laval), à Nantes, Angers, Limoges et Bordeaux. Aujourd'hui, le groupe pèse 150 personnes et 150 millions de chiffre d'affaires, tout en conservant ce qui fait son essence et son esprit, des valeurs qu'Éric Le Goff résume en trois mots : « écoute, engagement, évolution ». « Je suis très attaché à ce que les équipes travaillent bien ensemble, que la vision de l'entreprise soit la plus claire possible », explique-t-il. Au chapitre « évolution », l'une des plus

Le virage du nuage

Cette toute cette variété qui mobilise Éric Le Goff, lui qui n'aime rien tant que construire des projets ambitieux, et qui constate que ses équipes sont amenées à aller au-delà de la simple technique, devenant auprès des clients des acteurs du changement. « Dans ce cadre, il est essentiel de ne surtout pas négliger la montée en compétences. Nous nous sommes organisés pour cela », souligne le dirigeant. Pour que l'aventure continue, Alticap a ouvert son capital à NCI en 2015, et a accueilli de nouveaux actionnaires. Si l'heure est aujourd'hui à la stabilisation, à une consolidation de l'organisation, après une solide accélération, Éric Le Goff ne restera pas longtemps sans repartir de l'avant. Il vise un doublement du chiffre d'affaires d'ici 2023, et des implantations à Lyon et Paris. ◀

À savoir

Parce qu'il est « important de participer au développement local », Alticap est impliqué dans de nombreux partenariats, le plus connu étant celui avec le stade Malherbe de Caen. La société soutient aussi le handball à Elbeuf, et ne s'intéresse pas qu'au sport, puisqu'elle est présente auprès du festival Beaugard. Autre engagement pour Éric Le Goff, au sein du réseau PME+, « endroit idéal pour partager des idées ».

CONTACT
www.alticap.com

Rouen

Rester connecté

Une nouvelle enseigne rouennaise permet de découvrir et maîtriser l'univers des objets connectés.



On peut faire des rencontres surprenantes au milieu d'objets connectés.

Is sont partout. Les objets connectés font partie intégrante de la vie quotidienne. Un marché exponentiel, tant techniquement que statistiquement. Alors, quand deux jeunes étudiants, l'un diplômé d'une école de métiers de l'information, l'autre d'une école de management, ont réfléchi au créneau sur lequel lancer leur première entreprise, ils n'ont pas cherché bien longtemps l'idée. Elle était dans leur poche : un smartphone, des applications, des objets connectés... Et voilà comment deux passionnés (mais les nouvelles générations ne sont-elles pas toutes plus ou moins geeks ?) ont ouvert « Les

**" LE DERNIER CONCEPT
QUI VA FAIRE LE BUZZ "**

Toqués Connectés » dans le centre-ville rouennais, d'abord rue Grand-Pont, avant Noël, pour un démarrage sur les chapeaux de roue, puis depuis le mois de mai, rue du Bec, encore mieux intégré dans le circuit commerçant préférentiel rouennais.

« Il n'existait pas de boutique comme la nôtre. Cela correspond à un vrai besoin », estime Tom Laurent. « Nous avons choisi un positionnement plutôt haut de gamme, avec des marques jeunes, très avancées technologiquement et au design de qualité », appuie Matthieu Nollez. Ils sont en veille permanente pour trouver le dernier concept qui va faire le buzz, la nouvelle appli qui se rendra indispensable.

Parmi les 400 références, quelques « best-sellers », comme le « chipolo », qui permet de retrouver un objet égaré, les enceintes / kit mains libres, les luminaires connectés WiFi pour créer des ambiances contrôlées à distance, le « bluetens », un système de

kiné connecté, reconnu et utilisé par des professionnels, pour relaxer, soigner, renforcer. La domotique est très présente, « tout ce qui permet d'améliorer sa maison, son confort », explique Tom. Cela va du très utile, comme les caméras au très gadget comme cette balance qui non contente d'envoyer les données corporelles sur le smartphone, analyse également la qualité de l'air intérieur. On trouve aussi les indispensables drones et des trackers d'activités ainsi que des accessoires pour smartphone et tablette.

Installation sur place

Un des avantages majeurs des Toqués Connectés est d'installer les produits, de les tester, d'en expliquer les fonctionnalités. Voilà qui est parfait pour lever les freins à l'utilisation de ces objets. C'est réalisable en magasin comme à domicile.

Parmi les nouveautés présentes ou très prochainement à venir, un réveil connecté, commandé à la voix, qui se met en marche selon certains critères : par exemple, uniquement s'il fait beau, ou en fonction de la circulation si des rendez-vous sont inscrits dans l'agenda... On trouvera aussi des luminaires de plus en plus performants et de nouveaux scénarios d'aménagement de la maison, en suivant notamment les évolutions d'Apple iOS 10. Tom et Matthieu travaillent avec Arco'Home, entreprise normande spécialisée dans la domotique, pour proposer une offre commune, s'appuyant sur les savoir-faire de chacun. C'est autour des questions de santé, de maintien au domicile, de silver économie, que les Toqués Connectés, moins Toqués et plus sérieux que jamais, veulent être très présents. À moyen terme, c'est d'expansion qu'ils parlent, vers d'autres villes où ils dupliqueront le même modèle, en étant les premiers à se positionner sur le créneau, et en développant un système de franchise. Le e-commerce devrait assurer une part importante du chiffre d'affaires. ◀

CONTACT
lestoquesconnectes.fr



Caen

Roulez pour une campagne

Plate-forme de publicité collaborative, JeRouleFute.com s'est lancée à Caen.

Utiliser le pare-brise arrière des voitures comme support publicitaire ? L'idée a déjà séduit près de 600 inscrits, dont plusieurs professionnels prêts à parier sur ce canal original : « Une PME dans le recyclage des palettes, une agence organisatrice de mariages, une société de VTC... », liste Philippe Benoit, co-fondateur avec Tony Trento de JeRouleFute.com, nouveau portail communautaire. Conçu dans la mouvance des plates-formes d'échanges anti-crise, le concept propose de mettre en relation « des conducteurs particuliers avec des annonceurs locaux » pour développer des solutions de street marketing ultra-ciblées, à moindre coût. « C'est prouvé », affirme Philippe Benoit, « une publicité mobile en ville est mieux perçue et plus facilement mémorisable qu'un panneau statique ».

Fondée sur la proximité, l'approche JeRouleFute.com inspire confiance : « Le particulier est libre de refuser la publicité et l'annonceur a les commandes, il peut définir sa diffusion au km près ». L'inscription est gratuite et les règles d'accès simplissimes. Côté chauffeur « il suffit d'indiquer sa ville, son ou ses trajet(s) régulier(s), poster les photos requises (le conducteur, le véhicule) ». Sélectionné par une marque ou une entreprise, il recevra 80 € par campagne, sous réserve d'afficher le sticker dédié sur sa lunette arrière, sans aucun impact sur la vision. Côté annonceurs, chaque véhicule revient à 129 € par mois, sachant qu'en moyenne « cinq à dix voitures assurent une rentabilité optimale ». Ultime atout, puisque les créateurs ont tout prévu, ils offrent l'accompagnement et le conseil, s'il faut élaborer le visuel sur mesure. L'expertise

graphique fait partie des options payantes, et les stickers fabriqués par un imprimeur partenaire.

Il restait à tester le concept en direct, ainsi JeRouleFute.com a fait l'objet d'une animation à Caen au printemps dernier, attirant des artisans, des restaurateurs, des commerçants de quartier. Une page Facebook, un article dans la presse ont pris le relais. Résultat, dépassant les prévisions initiales, le portail couvre la Normandie, la Bretagne et la façade Ouest-Atlantique, de Rennes jusqu'à Bordeaux.

Mobile en ville

JeRouleFute.com a vu le jour à Paris, où sont basés Philippe Benoit et Tony Trento,

l'un créateur d'Ethic & Food, l'autre consultant en informatique (Web 2T). Choisisant l'agglomération caennaise comme ville-pilote, ils ont fait l'unanimité lors du concours HEC Entrepreneur à l'EM Normandie. Le courant est si bien passé qu'en cas de succès, le portail pourrait s'installer à Caen, passant par l'incubateur InsIDE, la CCI Caen Normandie est partenaire virtuelle du projet. ◀ I.P.

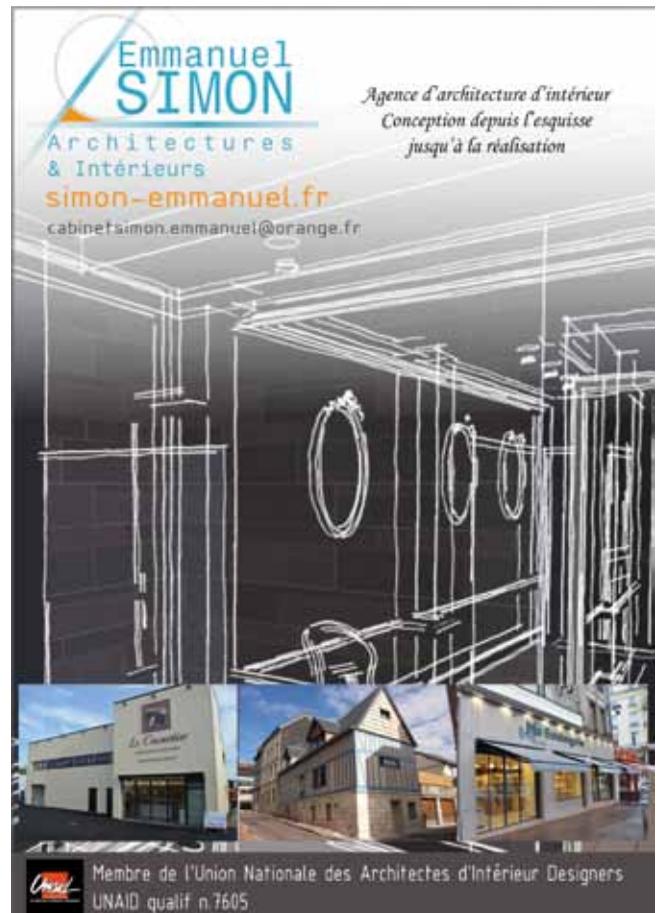
CONTACTS

Carole Connan



Pôle Entreprendre
Conseiller d'entreprise
02 31 54 54 54

www.jeroulefute.com



Membre de l'Union Nationale des Architectes d'Intérieur Designers
UNAIID qualif n.7605

Normandie

La parole à la Défense

14 entreprises soutenues par la filière NAE ont exposé, groupées, lors du dernier salon de la défense et de la sécurité.

C'est un « D » comme Défense que la filière NAE rajoute virtuellement à son sigle. Après avoir fait son chemin dans l'aéronautique et l'espace, elle se penche avec intérêt sur ce marché, qui a frôlé les 60 milliards d'euros en 2015, et qui devrait continuer de croître dans les prochaines années. La France est particulièrement bien positionnée dans ce secteur, et devrait même devenir à terme le deuxième plus grand exportateur mondial d'équipements de Défense (derrière les États-Unis), dépassant la Russie.

Comme au Bourget, il fallait donc être présent au « salon international de la défense et de la sécurité », Eurosatory. Selon un scénario désormais maîtrisé par les équipes de NAE, c'est un stand commun, bien placé et très visible, qui a permis à 14 entreprises normandes, certaines habituées, d'autres toutes nouvelles, de venir tester le marché. « Nous sommes des habitués de Satory », explique ainsi Alain Dulac, P-DG de Factem (Bayeux), « comme nous sommes présents au Bourget, pour le salon de l'aéronautique ou Euronaval, à Farnborough ou à Singapour, à Dubaï. Ici, avec NAE, l'union fait la force ».

Factem travaille dans le domaine de la détection et de l'acoustique. C'est sur ce dernier point qu'elle intéresse les marchés militaires, en fabriquant micros et casques



Alain Dulac est un fervent soutien de la filière NAE.

de très haute technologie. Une activité qu'Alain Dulac organise autour de trois sujets forts, la qualité (avec l'obtention des normes EN 9100 et PART 21G), la R&D (18 personnes) et le commercial.

Chercher le business

Également en plein développement, Seprolec (Vire) : « Nous avons investi 7 M€ ces six dernières années », confie le dirigeant Patrick Soghomonian. Il est essentiel en effet d'agrandir l'usine (de 5 800 à 9 000 m²) pour accueillir de nouvelles machines et espaces de travail. « L'activité est

énorme » pour cette entreprise spécialisée dans les systèmes électroniques, qui a triplé son chiffre d'affaires depuis 2010. « Nous avons su aller chercher le business et la valeur ajoutée industrielle ».

Electropoli (Isigny-le-Buat) est présent pour la première fois à Eurosatory. L'entreprise compte 4 sites en France, deux en République Tchèque, une – et bientôt deux – usine en Pologne. Leader européen du traitement des surfaces, elle souhaite poursuivre sa diversification en diminuant son activité dans l'automobile et en se positionnant dans l'aéronautique. « Nous avons investi pour cela avec une nouvelle ligne, un bâtiment spécifique », précise Edward Griffiths, chef de projet. Il reconnaît que « c'est compliqué de percer dans ce domaine », évoquant notamment les étapes à franchir pour obtenir les qualifications adéquates. C'est pour développer son réseau que l'entreprise s'est jointe à NAE, « un appui très positif, une structure reconnue et porteuse ». ◀

À savoir

NAE a été le premier cluster à signer son « contrat triennal » avec la Région.

« Je tenais à cette symbolique », sourit Philippe Eudeline, président de la filière.

« Nous avons bâti un document très ambitieux dans la formation, la recherche, le business, la communication », poursuit-il. « Nous sommes prêts à aller plus vite. Nous sommes dans une période porteuse, il faut savoir prendre des risques ».



Val-de-Reuil / Saint-Etienne-du-Rouvray

Haro sur la défaillance

C'est pour maximiser la fiabilité des process industriels que deux laboratoires normands mettent leurs compétences en commun.

La fiabilité est au cœur des préoccupations des industriels. Comment éviter la défaillance qui bloquera ou ralentira une ligne de production, qui freinera la sortie d'un produit ? Deux laboratoires normands se sont associés au sein d'une nouvelle structure, Keo6, pour apporter des réponses et des solutions.

Situé à Val-de-Reuil, Analyses et Surface est un centre technique qui permet d'évaluer la performance des produits, en couplant des outils de caractérisation des matériaux et des moyens de vieillissement environnementaux. Le CEVAA (Centre d'Études Vibro-Acoustique pour l'Automobile, Saint-

Etienne-du-Rouvray) se spécialise dans l'acoustique, la vibration et la fiabilité mécatronique.

Simulation et expérimentation

« Nous proposons un questionnement d'expert dans l'analyse des causes de défaillance, sur l'ensemble du cycle d'un produit, de son développement à sa fin de vie », explique Fabrice Fouquer, ingénieur au CEVAA. Cela passe par le « de-risking » à l'origine, la définition et le dimensionnement exact du produit, par l'apport de solutions correctives pendant la production puis par l'upgrade et le redesign. « Nos approches sont innovantes. Nous travaillons par la simulation, pour prédire de façon précise et fiable le comportement des produits dans leur environnement final, l'expérimentation par la mise en œuvre d'un ensemble

d'essais et par l'apport de solutions spécifiques », détaille Fabrice Fouquer.

Il est ainsi possible aux industriels d'avoir accès à des matériels de pointe. « Les entreprises ne disposent pas de tous les moyens d'expérimentation nécessaires. La mutualisation de nos savoir-faire et de nos parcs matériels leur permet de gagner du temps dans la recherche de leurs problèmes, de rendre les process plus efficaces, de réduire les coûts de R&D et d'améliorer la qualité des produits ».

Keo6 souhaite se tourner vers les industriels du nucléaire, des transports, de la défense, de l'aéronautique et de l'aérospatial, de l'énergie ou encore de la mécanique. ◀

CONTACTS

www.keo6.com

www.cevaa.com

www.analyses-surface.com

HAROPA

PREMIER SYSTÈME PORTUAIRE FRANÇAIS



LE HAVRE
ROUEN
PARIS

UNIS POUR UN MEILLEUR SERVICE

1^{er} Port du range nord-européen touché à l'import et dernier à l'export
600 ports connectés dans le monde
Connexions multimodales de premier plan
Procédures de dédouanement simplifiées
57 terminaux maritimes et fluviaux accessibles 24h/7j

HAROPA
Ports de Paris Seine Normandie

@Haropaports

www.haropa-solutions.com

Normandie

Des idées neuves

Les projets de création d'entreprises innovantes fourmillent en Normandie, portés par des concours et des opérations d'accompagnement.

Il fait bon être « start-uper » en Normandie. Les initiatives de détection, de soutien, d'appui se multiplient pour aider les plus talentueux, les plus imaginatifs, les plus prometteurs, à faire leurs premiers pas.

Synergia et Normandie Incubation ont ainsi mis sur pied « STERNE », programme de lancement de start-up, sous forme d'un concours de pitches. Les participants avaient cinq minutes pour séduire un jury de spécialistes. Avant cet examen final, les douze start-up ont eu l'opportunité de se former et d'approfondir leur projet, avec des ateliers thématiques, un séminaire de clôture, un test du pitch. « Il s'agit d'aider des porteurs de projets isolés dans leur démarche, de leur permettre d'acquérir des outils, des bonnes pratiques et une vision », explique Laurent Protin, directeur de Normandie Incubation. Trois lauréats ont été sélectionnés : « SWAD », de Claude Juminer, une version avancée et moderne du jet-ski, « Innovondes », d'Étienne Savary et Aurélie Ménard, qui développe les applications industrielles du chauffage par micro-ondes et « Equimov », qui crée le Airbnb pour loger les chevaux. « C'est une plateforme Web permettant la location et la réservation en ligne de boxes, prés et padocks », détaille son inventeur, Clémence Petit. « STERNE m'a mis dans les meilleures conditions pour créer mon activité et appréhender les problématiques à venir ».

Outils et vision

Du côté du « Carrefour des Possibles » (Co-organisé par la Métropole Rouen Normandie, Seinari, la CCI Normandie, NWX et la FING) a sélectionné dix projets numériques, qui ont bénéficié d'un « atelier

de communication » pour mettre en valeur leur innovation devant un public de décideurs normands. Parmi les vainqueurs de cette cinquième édition, Bipbipjob, qui, sur le principe des sites de rencontre par Smartphone, permet à un employeur et un demandeur d'emploi, sur une zone géographique restreinte et selon des critères d'affinités professionnelles, d'évaluer en quelques minutes leur inclinaison à travailler ensemble. Il y avait aussi un site de garde d'animaux de compagnie, un autre de réservation de consignes de bagages chez les commerçants, ou encore une recherche personnalisée d'application mobile, le tout démontrant la montée en puissance de l'économie collaborative dans les nouveaux projets entrepreneuriaux.

Dans le cadre du salon du crowdfunding et de la créativité logicielle de Caen, quinze groupes d'étudiants ont présenté le fruit de leur travail sur des applications mobiles en mode start-up à trente acheteurs fictifs, qui disposaient d'une enveloppe virtuelle de 15 000 € à répartir sur les idées les plus convaincantes. La CCI Caen Normandie et l'EM Normandie ont également constitué un jury pour remettre un prix conjoint. C'est le projet « Smart Meals », un planificateur de repas pour faciliter le quotidien (avec un premier positionnement orienté vers les intolérances et les allergies alimentaires) qui a été distingué, et bénéficiera d'un accompagnement complet au sein d'IDEAM et de l'incubateur InSIDE, pour une période de six mois. ◀



Bipbipjob, un exemple de start-up qui bénéficie de l'éco-système numérique normand.



Granville

Nurserie numérique

Granville veut faire éclore, et conserver, de jeunes talents numériques.

Les jeunes entreprises du numérique sont des pépites qui peuvent permettre aux territoires de gagner en attractivité et de se développer. Mais il faut savoir les détecter, les entourer, les conserver. C'est dans cet esprit que Granville accueille une nurserie d'entreprises numériques.

La réflexion a été portée par la CCI, La communauté de communes Granville Terre et Mer et des entreprises. De ces échanges est apparue la nécessité de dynamiser et promouvoir un écosystème numérique sur le territoire, de donner aux talents locaux l'occasion de se développer et d'exercer leur savoir-faire sur place. C'est ce que Frédéric Cosniam, conseiller d'entreprise Expert Numérique CCI Ouest Normandie, appelle

un « circuit court » numérique : « Il est important que les jeunes formés dans nos écoles, comme le groupe FIM et Manche Open School, puissent trouver des débouchés, et que les entreprises déjà établies bénéficient de leur savoir-faire ». Elles seront d'ailleurs très intégrées à la nurserie, jouant en quelque sorte le rôle de parrains, pour accompagner, encadrer, soutenir les porteurs de projet. Pour n'en citer qu'une, Factorfx, qui fête cette année ses 10 ans d'implantation granvillaise, sera partie prenante de la nurserie.

Circuit court

Ce « lieu de rencontre, d'échanges », aura vocation à organiser des événements, à

l'image du Hackathon qui sera organisé en octobre, marquant le coup d'envoi de la nurserie et permettant déjà de détecter de nouvelles idées.

C'est l'association Granville Digital qui gère l'établissement, un coordinateur devant être nommé pour animer le lieu et créer le lien avec les institutionnels et les entreprises. La nurserie granvillaise devrait être la première d'une série d'autres sites animés du même esprit, dans tout le département. ◀

CONTACT

frederic.cosniam@normandie.cci.fr



Lisieux

Travail collaboratif

« La Fabrique lexovienne » encourage le partage et la créativité.



Après la cantine numérique havraise, la CCI Seine Estuaire s'implique dans un nouvel établissement de travail collaboratif, « la Fabrique lexovienne », qui réunit les atouts d'un espace de co-working et d'un fab lab mis en place par l'AIFCC (organisme de formation des CCI du Calvados). Il dispose de deux imprimantes 3D, d'une table traçante laser, de matériel électronique de prototypage (pour ateliers/formations), d'ordinateur HP Sprout et scanner 3D, de machine à coudre à commande numérique et de petits outillages. Le Fab Lab est un lieu d'apprentissage pour les stagiaires de l'AIFCC en formation « Référent Numérique en Entreprise ».

Idées et compétences

Quant au co-working, comme le veut l'habitude de ce type d'espace, il permet de disposer d'un lieu de travail flexible favorisant le partage, la créativité, voire l'émergence de projets communs. Il s'inscrit dans la démarche de labellisation qui vise à intégrer La Fabrique dans le réseau des « Télécentre » du Pays d'Auge. « Cet espace installé au cœur même du quartier de Hauteville, à proximité de l'AIFCC et de la CCI mais aussi de Pôle emploi permettra aux différents utilisateurs d'échanger idées et compétences dans une véritable dynamique », commente Didier Maudelonde, président de l'AIFCC. ◀

CONTACT

0231 31 9750

Pomme Print
VOTRE
IMPRIMEUR NORMAND
en ligne

Brochures, Flyers, Cartes,
Dépliants, Sets de table...

cliquez ! Imprimez !

www.pommeprint.fr

Le site des acteurs économiques Normands
Rendez-vous sur : contact@pommeprint.fr

Caen

Au fond des yeux

C'est en misant sur une stratégie digitale, finement élaborée, que l'agence Nouveau Regard booste l'attractivité commerciale de ses clients.

On ne peut pas la manquer. C'est une grande toile de près de 50 m² qui est accrochée sur les murs de l'agence Nouveau Regard, qui attire inmanquablement... le regard. C'est peut-être son passé de photographe qui fait que Jean-Marie Joly est attaché au poids de l'image. Le décor de son agence de communication est tout aussi intelligemment conçu, des affiches, des messages, de l'humour et de la réflexion, on sent que l'atmosphère est à la créativité. Elle est aussi à la différenciation. On ne travaille pas depuis bientôt 35 ans dans la « com' » sans savoir saisir l'air du temps. Et c'est pour cela que Jean-Marie Joly a décidé de se recentrer autour du digital, avec un accent tout particulier mis sur le référencement. Il ne s'agit pas de jeter au panier les autres méthodes, et une campagne d'affiche, une identité visuelle, un flyer, une signalétique, auront toujours une utilité.

Mais la « googlisation » de la société ne peut être ignorée. Tout le monde se connecte sur le moteur de recherche, plusieurs fois par jour, pour dénicher de l'information. Et les statistiques sont impitoyables : 50 % des clics s'effectuent sur les trois premiers noms. Il faut donc être en haut de la liste. « À une entreprise qui veut être présente, qui veut communiquer, je conseille d'orienter son budget, son énergie, ses moyens, vers le digital en privilégiant le positionnement. C'est le meilleur moyen de cibler de façon précise et efficace sa clientèle », commente Jean-Marie Joly. Il ne parle ici que d'une simple tendance à suivre, d'un effet de mode, mais d'une stratégie payante. Il cite ainsi l'exemple d'un de ses



Jean-Marie Joly a foi dans le professionnalisme de ses équipes.

clients qui a pris cette orientation et vu passer en un an son chiffre d'affaires de 75 000 à 120 000 €.

C'est une démarche rigoureuse que l'agence met en œuvre : « Il est essentiel de savoir où l'entreprise veut aller, quelle est son offre, quelle cible atteindre, quelle est la concurrence. Nous travaillons aussi beaucoup sur la sémantique, car les mots font la différence sur le Web. C'est par eux que les moteurs de recherche font la distinction ».

Bonne dimension

Le Web pourrait faire peur à des TPE, craignant d'être noyées dans la masse. Jean-Marie Joly leur recommande bien au contraire de ne pas hésiter à y aller : « Même avec des petits budgets, il est possible d'obtenir des résultats très satisfaisants. Pour nous, cela nous oblige quelque part à être encore plus créatifs, c'est passionnant ».

L'équipe de Nouveau Regard est parfaitement rodée à ce type de mission. Développeurs, créatifs, rédacteurs, référenceurs, conseils en ergonomie de sites, les compétences se partagent dans un groupe de huit collaborateurs, avec lequel le dirigeant reconnaît se sentir « à l'aise ». « C'est une bonne dimension pour faire avancer les dossiers de façon réactive, d'avoir une vraie entente, de laisser l'expertise de chacun se développer ».

C'est d'autant plus exaltant qu'il reste beaucoup de territoires à défricher. La « nouvelle manière de vendre » qu'est devenu le Web n'est pas encore une seconde nature chez les entreprises. « Seules 50 % d'entre elles disposent d'un site qui contribue réellement à leur développement. À nous de bien expliquer et d'accompagner, démontrer tout ce que le numérique peut apporter commercialement », déclare Jean-Marie Joly. Internet n'ayant pas de frontière, son agence propose également des sites déclinés en anglais, une demande qui croît depuis quelques années. ◀

“ Les mots font la différence sur le web. ”

CONTACT

www.nouveau-regard.fr

Caen

Les jolis jours

Parce qu'il manquait une publication d'exception sur le mariage, le Wedding magazine est né en Normandie.

Plus luxueux qu'un tabloïd mais aussi vivant qu'un blog, le Wedding magazine a des allures d'objet d'art, collant à l'esprit des nouveaux formats de lecture, « entre livre et revue spécialisée ». Trois fois par an, on y propose conseils pratiques, bons plans, shootings d'ambiance et des reportages, des astuces, des témoignages « avant, pendant, après l'événement », tout ce qu'il faut savoir pour réussir « le mariage qui vous

ressemble », évoque Pôme Rouillier, rédactrice en chef et co-créatrice avec Bastien Ortéga. Le concept veut qu'à tout moment du Jour J, chacun(e) y pioche des idées, des sources d'inspiration, des adresses de confiance. « Les mariages d'aujourd'hui sont thématiques (urbain, vintage, bohème) et personnalisés à l'extrême », commente Pôme, « la perfection, c'est le faussement décontracté – réglé au détail près – et plus on s'y prend tôt, plus on a des chances de réunir la robe de créateur, le lieu idéal, les meilleurs prestataires ».

et collectionné par des lectrices de tous les âges, le projet caennais a évolué en un Wedding magazine édité à 15 000 exemplaires partout en France.

Se lançant dans l'aventure à peine diplômés, les créateurs du Wedding magazine avaient l'expérience de l'univers mariage et un réseau de contacts dédiés. Accompagnés par la CCI Caen Normandie pour monter leur maison d'édition, ils ont bénéficié au final, d'un financement Initiatives Calvados et du dispositif Nacre (prêt d'honneur, suivi sur 3 ans). ◀ I.P.



Le mariage qui vous ressemble

Complémentaire, un portail Web existe depuis l'origine, relayé sur Facebook, Instagram, Pinterest. Sorti en mars 2015, le n° 1 fut diffusé à 6 000 exemplaires entre la Normandie et l'Île-de-France. Après trois numéros, plébiscité par les professionnels

CONTACTS

Séverine Gervais
Pôle Entreprendre
Conseiller d'entreprise
02 31 54 54 54



www.leweddingmagazine.com

**DUPONT
NICOLAY
DNS** ARCHITECTES
+ INGENIERIE

**NORMANDIE
PARIS**

Plateforme logistique Agrial, Sarceaux

Usine ELba, Démouville

Siège Social Intersport France, Longjumeau

Bureaux La Métairie, Saint-Lô

www.dns-architectes.fr

Brécey

L'oreille musicale

Fabricante-experte de produits Hi-Fi, une PME manchoise fait le tour du monde.

Depuis bientôt 20 ans qu'ils ont investi le marché de « la Haute-Fidélité de salon », Emmanuel et Stéphane Dubreuil symbolisent l'excellence du son à la française. « L'acoustique made in France est recherchée jusqu'au Japon », rappellent les deux frères, qui réalisent désormais près de la moitié de leur chiffre d'affaires vers une trentaine de pays, en Europe, Amérique du Nord et Asie. Petit Poucet sur le marché mondial mais marque de haute musicalité, leur PME (12 personnes) conçoit et fabrique une gamme d'électroniques Hi-Fi ou home cinéma associant design et performance à des prix raisonnables, au total une cinquantaine de modèles dédiés à la pureté du son (« hors enceintes, nous avons plus de 1 400 déclinaisons en catalogue »), qui font le bonheur des audiophiles. Pour avoir capitalisé avant l'heure sur la musique dématérialisée, la marque explo-

rant en pionnière « le meilleur de la technologie numérique touchant le multicanal, l'écoute en streaming, la radio connectée », Atoll devance « même les géants » à ce niveau d'expertises.

Pourtant, rien n'était joué : démarré avec cinq produits « épurés au maximum », les dirigeants ont ciblé une clientèle à leur image, « le grand public mélomane », attentifs à garantir une fabrication artisanale, techniquement irréprochable, privilégiant « l'électronique de pointe, des schémas, des composants-clés », et la distribution en magasins spécialisés. Ce précepte du consommateur n'a fait que monter en puissance, au point qu'à présent, la sortie d'une nouveauté Atoll signifie « six mois de R&D et quatre mois de bancs d'essais ». Sur place, à Brécey, on assure 100 % des conceptions, le câblage des circuits imprimés, le montage final et les tests en série, le reste est confié à des sous-traitants « français à 95 % ».

“ Juste la qualité sonore originale. ”

Alors, si l'actualité concerne l'extension du site sur 600 m², faisant que d'ici peu « nous aurons triplé notre capacité de production », les créateurs songent à développer une nouvelle approche. A terme, la valeur ajoutée d'Atoll serait disponible dans une offre d'assemblages servant à des projets industriels.

Son original

Le secret, c'est sans doute la complémentarité des fondateurs – Stéphane ingénieur en électronique, Emmanuel spécialiste d'international – et une passion commune pour la musique qui les a poussé à se lancer, visant de restituer « juste la qualité sonore originale, sans ajouts ni fioritures ».

◀ I.P.

Deux frères au diapason.



CONTACT

www.atoll-electronique.com/fr



Emmanuel Assié,
un entrepreneur
aux vertes idées.

Saint-Romain-de-Colbosc

Data verte

Un système de gestion de l'énergie unique en Europe est développé dans les data centers de Webaxys.

C'est un pari audacieux qu'Emmanuel Assié a pris en 2010. Alors que les data centers géants semblaient être l'unique solution d'avenir, le créateur de Webaxys a préféré construire une entité de taille modeste, faisant le choix de la proximité et de la disponibilité. Une intuition qui allait rencontrer son public : savoir qu'un hébergement à taille humaine, totalement sécurisé, accessible facilement, identifiable sur le territoire, et de plus, éco-responsable, a séduit de nombreuses entreprises normandes.

Ce premier succès en a vite appelé un autre. Et puisque la proximité est essentielle, il fallait dupliquer le concept ailleurs en Normandie, afin de conserver cet atout. En 2015, après avoir mené à bien une levée de fonds de 1,3 M€ et obtenu le soutien du Havre Développement, c'est sur le Parc Eco Normandie de Saint-Romain-de-Colbosc qu'Emmanuel Assié choisit d'implanter son deuxième data center, en passant la vitesse supérieure.

Pour mesurer le rendement des technologies qui sont déployées par Webaxys, rien de tel que le PUE (Power Usage Effectiveness), l'indicateur d'efficacité énergétique. Les data centers français ont en moyenne un PUE allant de 2,5 à 3, ce qui signifie que pour un 1 kWh d'électricité consommé par l'informatique, l'énergie totale nécessaire est 2,5 à 3 fois supérieure. Le premier site

À savoir

Les data centers français consomment 8 % de l'électricité produite en France.

Envoyer un mail d'un mégaoctet équivaut à l'émission de 19 grammes de CO₂. Regarder une vidéo d'une heure sur internet représente la consommation d'un réfrigérateur pendant un an.

de Webaxys, à Sotteville-lès-Rouen atteignait un PUE de 1,3 à 1,6 selon les saisons. Celui du Havre vise le 1,1 voire moins.

L'idée batterie

Mais comment arriver à un tel résultat ? En innovant et en frappant à la porte des bons partenaires. Le premier fut Eaton, leader mondial dans la gestion de l'énergie et les automatismes industriels. « Ils m'ont reçu très vite dans leur siège en Suisse. J'ai eu trois heures pour les convaincre », raconte Emmanuel Assié. L'idée d'apporter une « révolution dans le monde des data centers » a agréablement résonné à l'oreille du vice-président marketing pour l'Europe, Cyril Brisson : « Innover peut prendre du temps. Il est passionnant de rencontrer des gens qui sont prêts à prendre des risques, à foncer ». La solution choisie est celle de panneaux photovoltaïques couplés à des batteries de voitures électriques. C'est là l'intuition géniale, celle qui fait du site normand un lieu unique en Europe. Pour les panneaux, ce sont les Normands de Gautier Entreprise qui ont rejoint le mouvement. Pour les batteries, c'est Nissan qui a adhéré. La problématique du stockage de l'énergie est ainsi résolue : l'énergie solaire est soit utilisée immédiatement, soit conservée dans les batteries.

C'est aussi un exemple parfait d'économie circulaire : « Les batteries des Nissan Leaf ont ainsi une deuxième vie d'une dizaine d'années supplémentaires avant leur recyclage ultime », précise Brice Fabry, directeur des véhicules électriques pour Nissan Ouest-Europe. Au-delà de l'avancée technologique, c'est une multitude de détails qui permettent de baisser la consommation du data center, du système de refroidissement air/air particulièrement optimisé jusqu'à l'utilisation de peinture blanche sur les baies informatiques, pour une moindre absorption de la lumière.

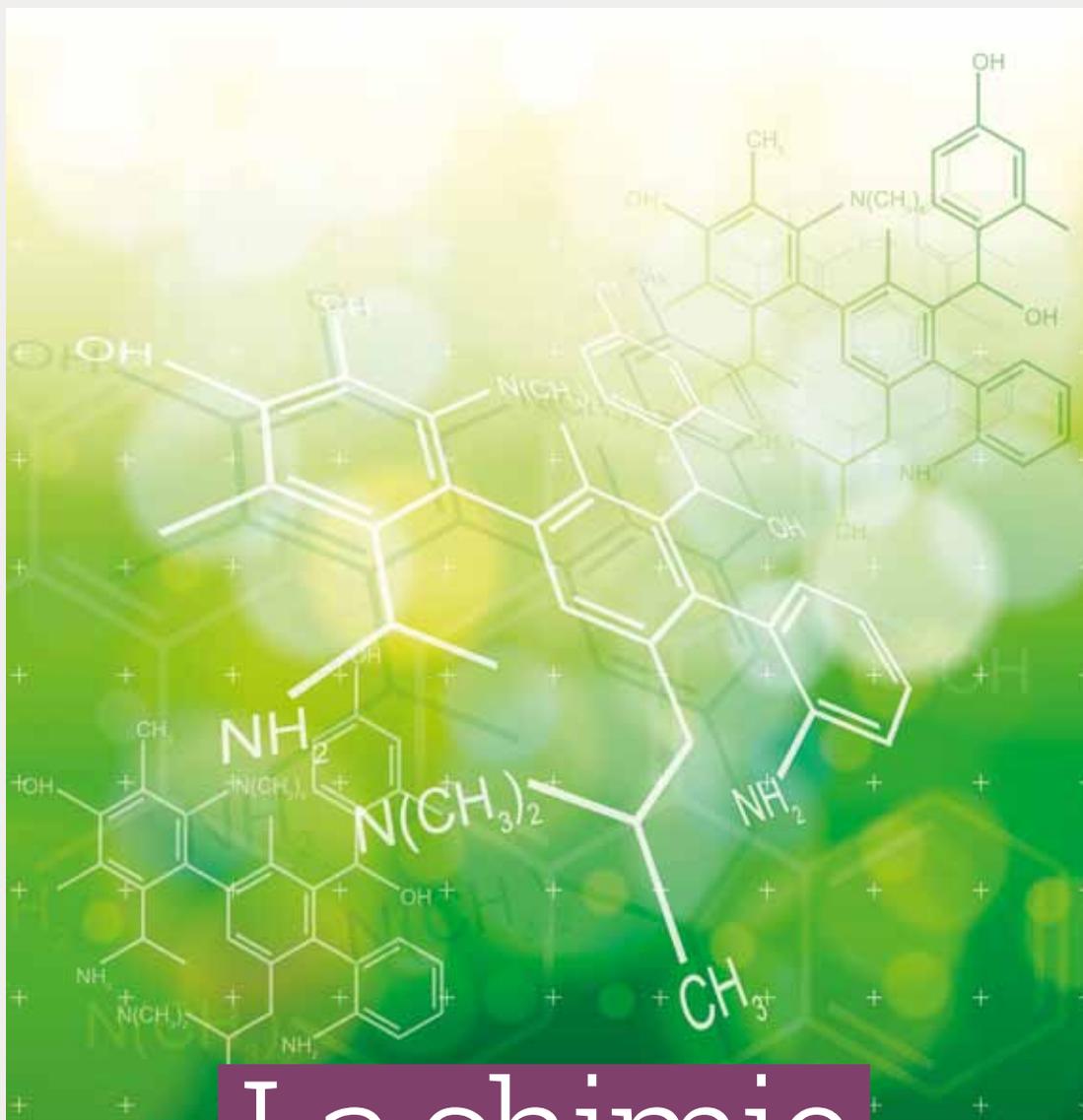
Fort du succès de ce chantier mené au pas de charge, et qui abrite déjà ses premiers clients, Emmanuel Assié va poursuivre sa stratégie normande, et travaille à son prochain data center, qui devrait être caennais. Avec encore d'autres avancées environnementales à prévoir. ◀

CONTACT

www.webaxys.net

en échos

Gérard Renoux, président de l'Union des Industries Chimiques de Normandie



© Uladimir Fofola

La chimie est partout

Repères

11 000

emplois directs, 140 établissements, dont 65 % ont moins de 50 salariés : le poids de l'industrie chimique en Normandie.

0,9 %

La croissance de l'industrie chimique (en volume) en 2015, après les progressions de 2013 et 2014 (+2,8 % pour chacune de ces années). La production est à présent supérieure de près de 6 % au niveau moyen d'avant crise en 2007.

Les industriels de la chimie ne cessent de le répéter : ils font partie de la vie quotidienne en intervenant dans la fabrication de très multiples produits, et répondent aussi aux besoins de nombreuses autres industries. Mais cette utilité se heurte à une image parfois dégradée, en tout cas souvent mal ressentie.

L'Union des Industries Chimiques de Normandie porte l'étendard d'une industrie innovante et moderne. Les exemples ne manquent pas comme en témoigne son président, Gérard Renoux.

> Interview

Quels sont les axes de progrès de l'Union des Industries Chimiques de Normandie ?

Gérard Renoux > Autour de notre feuille de route « Chimie Normandie 2020 », nous voulons développer une filière chimie attractive, performante et citoyenne. La force de notre secteur, c'est la capacité de nos entreprises à se transformer, sur des sujets essentiels comme les matières premières, les énergies renouvelables, l'éco conception, l'amélioration des performances, la gestion des compétences. La chimie est au cœur de tout, et nous continuerons à valoriser les contributions de l'industrie chimique normande dans le rayonnement de notre territoire. À ce titre, nous poursuivons l'objectif d'inscrire l'UIC dans une logique de filière de territoire avec un contrat stratégique régional (déclinaison de ce qui existe au niveau national) avec l'État et la Région. C'est un élément important et structurant. D'autre part, nous allons participer activement à la rédaction d'un cahier de priorité de l'UIC qui a pour but de faire entendre notre voix à l'occasion des prochaines élections présidentielles.

Comment se dessine la chimie de demain ?

G.R. > Un des axes majeurs de progrès est la chimie du végétal, c'est-à-dire l'utilisation des ressources issues de la biomasse en alternative totale ou partielle, alors que la chimie actuelle repose à 93 % sur le carbone fossile. Nous cherchons des solutions innovantes pour modifier cette tendance, en lien avec des partenaires. Une étude est en cours pour identifier la potentialité de cette filière dans la région et en favoriser l'émergence. C'est une de nos priorités. Cela s'inscrit dans un contexte général autour de la transition énergétique. Nous participons, avec le réseau GRANDDE comme animateur, au déploiement de la méthode PNSI (Programme na-



Gérard Renoux,
président de
l'UIC Normandie

tional de synergies inter-entreprises), qui permet aux entreprises d'améliorer leur compétitivité sur l'approvisionnement des matières premières, la transformation des déchets en ressources, la diminution des coûts par mutualisation de biens ou services. La Normandie est l'une des quatre régions françaises à expérimenter ce programme. Je peux citer aussi le partenariat avec l'association « Énergies Normandie » et son programme EPEE 2 000 qui vise à favoriser les actions d'efficacité énergétique.

Les entreprises normandes sont-elles innovantes sur ces questions ?

G.R. > Le passage à Caen et à Rouen en fin d'année dernière du Train du Climat fut l'occasion de mettre en avant des démarches exemplaires : la chaudière biomasse d'Eramet sur son site de Sandouville, le développement d'un additif pour protéger les moteurs tout en réduisant la consommation de carburant par Lubrizol, l'utilisation d'un nouveau fluide frigorigène par BASF Agri-Productions, les engagements de SCOTTS France pour diminuer ses impacts environnementaux, le projet d'économie de l'eau et de réduction des débits d'effluents de Total E4Water et la fabrication de biodiesel avancé par Estener.

Les difficultés de recrutement vous mobilisent-elles aussi ?

G.R. > Nous avons su garder un regard très attentif sur l'évolution des emplois et compétences dans notre région, des initiatives concrètes ont vu le jour au sein de nos entreprises, permettant d'avoir une vision plus fine et très constructive. Nous proposons des outils comme une candidathèque, un guide des bonnes pratiques sur le maintien dans l'emploi des seniors postés, ou des événements comme le passeport « jeunes chimie sécurité », « vers l'emploi dans l'industrie ». ◀

CONTACT

www.uicnormandie.fr

50 % de la production française de matières plastiques et d'élastomères, 25 % de la production française d'oléfines, 80 % de la production française d'additifs et d'huiles, 1^{er} producteur européen de fertilisants, 2^e région française en chimie médicinale.



CCI Seine Estuaire

Événement

Meet & Share des Business Angels et des entrepreneurs innovants

Les Business Angels normands et la CCI Seine Estuaire organisent un Meet & Share (rencontre et partage) le **10 octobre prochain de 14h à 20h au Havre**. L'objectif est de créer une dynamique autour du financement de projets innovants, en faisant se rencontrer des Business Angels normands et futurs investisseurs, avec des start-up et des entrepreneurs.

Entrepreneurs innovants :

En recherche de financement ?

Vous avez un projet innovant et vous êtes à la recherche de financement ?

La CCI Seine Estuaire, qui anime désormais le dispositif Inocéane®, guichet unique de l'innovation dans l'Estuaire, vous aide à trouver des solutions et à rencontrer des investisseurs potentiels.

Investisseurs :

Envie de devenir Business Angel ?

Vous souhaitez investir dans des entreprises innovantes à potentiel ou des jeunes pousses ?

Vous voulez échanger et partager avec d'autres investisseurs pour cibler au mieux vos investissements ?

Vous trouverez toutes les réponses à vos questions en participant à ce Meet & Share organisé par les trois associations de Business Angels normandes, regroupées sous l'appellation Normandie Business Angels.

Au programme :

- Pitch des start-up innovantes devant un jury - organisé et coaché par Inocéane
- Ateliers : pitcher son entreprise devant des investisseurs ; définir la valorisation financière de son entreprise ; la défiscalisation
- Village des Start-Up ayant bénéficié d'un investissement BA
- Conférence-débat de l'association des Business Angels normands : « Qu'est-ce qu'être un Business Angel aujourd'hui ? Business Angels et entrepreneurs, un duo gagnant pour la dynamique entrepreneuriale et l'économie locale »
- Remise du prix Inocéane à une start-up innovante
- Cocktail networking. ◀

En savoir plus 0235552610
inscription@seine-estuaire.cci.fr

 Retrouvez l'intégralité de nos rendez-vous sur notre site
www.seine-estuaire.cci.fr



CCI Ouest Normandie

Formation

Inauguration du Groupe FIM à Flers



Mardi 5 juillet, Marc Aguirregabiria, président de la Délégation Orne Sud Normandie, Loïc Houssard, président de la Délégation Centre et Sud Manche, Christian Boellinger, directeur du Groupe FIM et Sophie Lhermite, manager de la Délégation, ont inauguré le nouveau site Formation de la CCI Ouest Normandie.

Ce 5^e site à Flers permet au Groupe FIM d'être désormais présent sur l'ensemble du territoire Ouest Normandie, avec les sites de Cherbourg-en-Cotentin, Granville, Saint-Lô et Agneaux. Désormais, collégiens, lycéens, étudiants, apprentis et salariés disposent sur le bassin de Flers d'une équipe de proximité pour répondre à leurs problématiques de formation ou de reconversion professionnelle. Les entreprises ne sont pas en reste puisqu'un conseiller, en formation continue, a été recruté en septembre pour les accompagner dans leurs besoins de formation et leurs recrutements. À l'occasion de cette inauguration, les 5 alternants de la 1^{re} Promotion de Vendeur Conseiller Commercial ont reçu leurs diplômes de niveau IV (Baccalauréat), en présence des dirigeants de leur entreprise.

Ce diplôme sanctionne une année de formation en alternance (contrat de professionnalisation) et permet d'accéder aux métiers de commercial, vendeur conseiller et télévendeur.

La deuxième Promotion qui a commencé en février accueille 7 alternants. Une 3^e Promotion est prévue en octobre. Il est encore temps de vous inscrire !

Le Groupe FIM forme chaque année quelque 6 500 personnes et compte un taux de réussite aux examens de 85 %. 90 % des diplômés trouvent un emploi dans les six mois qui suivent l'obtention du diplôme ! ◀

En savoir plus Patricia Rohée
patricia.rohee@normandie.cci.fr
 0233 64 68 21

 Retrouvez l'intégralité de nos rendez-vous sur notre site
www.ouestnormandie.cci.fr



CCI Caen Normandie

Événement

Startup Weekend Caen 2016

Forts du succès des quatre éditions passées, la CCI Caen Normandie renouvelle, avec l'InsIDE de l'EM Normandie, cet événement les 14, 15 et 16 octobre prochains. Attendu par les adeptes du concept, le Startup Weekend caennais accueillera environ 80 participants – salariés, porteurs de projet, entrepreneurs, étudiants – tous animés par l'envie de vivre une expérience entrepreneuriale sortant des sentiers battus. Quoi de neuf pour cette 5^e édition ? Un Startup Weekend sera organisé en simultané au Havre pour plus d'émulation. Le territoire et les entreprises locales seront mis en avant à travers des animations et services innovants.



Pour rappel, ce concept américain est né à Seattle en 2007, porté par l'association « Startup Weekend » et soutenu par Google for Entrepreneurs. Durant 54 heures et sur un lieu unique, s'y rencontrent différents profils, tous entrepreneurs dans l'âme. Des séances de travail et d'échanges, des mini-conférences, une équipe de mentors (experts) aident les différentes équipes à consolider leur idée initiale. Un jury composé de professionnels désigne les trois équipes lauréates à l'issue du week-end.

Alors, que vous ayez une idée innovante, le souhait de partager vos compétences ou, tout simplement, l'envie de participer à la naissance d'une startup, rejoignez-nous les 14, 15 et 16 octobre prochains ! ◀

En savoir plus caen@startupweekend.org – 02 31 54 55 60 – bit.ly/swcaen2016

Twitter : @swcaen

Facebook : Startup Weekend Caen 2016



+ d'informations sur www.caen.cci.fr



CCI Portes de Normandie

Salon

10^e édition du salon Métier d'art, métier passion

Du vendredi 23 septembre au dimanche 25 septembre.

Organisé par la CCI Portes de Normandie, l'événement rassemblera 52 artisans d'arts à Alençon, dans un lieu d'exception : la Halle au Blé.



Pour célébrer son dixième anniversaire, les œuvres des 10 lauréats normands du concours Ateliers d'art de France, seront exposés tout le week-end. Comme chaque année, dans une ambiance d'atelier, les artisans d'art proposeront au public de découvrir leurs métiers : du créateur de bijoux, costumier, chapelier en passant par le fabricant de savons et l'horloger. Et, pour celles et ceux qui souhaitent se prêter au jeu... un questionnaire sera distribué à l'entrée pour gagner des lots uniques offerts par les artisans d'art ! ◀

En savoir plus Entrée libre

Vendredi 14h à 18h - Samedi et dimanche 10h à 13h et 14h à 19h



+ d'informations sur www.eure.cci.fr et www.alencon.cci.fr



CCI Seine Mer Normandie

Emploi

Rencontres de l'emploi

Mardi 18 octobre de 9h à 16h30 au Casino de Dieppe.

Des rendez-vous programmés de 30 minutes pour faciliter la relation entre les entreprises et les demandeurs d'emploi.

Cette manifestation est organisée par la CCI Seine Mer Normandie, à Dieppe, pour sensibiliser les entreprises, identifier celles qui recrutent, les accompagner dans la définition de leurs besoins.

Les entreprises souhaitant participer sont invitées à s'inscrire avant le 16 septembre.

Les demandeurs d'emploi peuvent consulter les offres en ligne sur le site de la CCI. ◀



En savoir plus 02 32 100 500



+ d'informations sur www.seinemernormandie.cci.fr

Événement

Silver Day

La Normandie, première Silver région, accueille le "Silver Day", pour découvrir les perspectives d'un secteur en plein développement.

CCI Normandie et AD Normandie organisent, en partenariat avec TECHSAP Ouest, une journée dédiée à la Silver économie en Normandie, le jeudi 13 octobre de 9 h 30 à 17 h 30 à l'hôtel-spa Du Béryl (Bagnoles-de-l'Orne).

Ce rendez-vous annuel favorise la mise en réseau de tous les partenaires de la Silver économie (entreprises de services à la personne, industriels...) et permet d'échanger sur les opportunités du secteur. Outre les services à la personne, sont aussi concernés les domaines de l'e-santé, de l'habitat, de l'agroalimentaire, de la mobilité et du tourisme.

La matinée d'étude sera consacrée aux impacts sur le marché de la loi ASV (Adaptation de la société au vieillissement), aux enjeux du design de service et marketing senior. Le cabinet Adjavance dressera les profils sociaux psychologiques des seniors.

L'après-midi sera dédié à la prise de rendez-vous BtoB personnalisés entre acteurs de la filière (entreprises, associations, acteurs du sanitaire, médico-social, collectivités locales) pour faciliter les synergies et faire émerger de nouveaux projets. En parallèle de ces rendez-vous BtoB, les dirigeants de la résidence seniors « les Jardins de Diane », présenteront leur propre approche qui place l'humain au cœur des préoccupations, un atout pour capter les clients. ◀

En savoir plus www.b2match.eu/silverdaynormandie

CCI Ouest Normandie : laetitia.dugard@normandie.cci.fr

AD Normandie : elisa.tofoni@adnormandie.fr



Création / Reprise

Planète à découvrir

Planète Créa encourage l'esprit d'entreprendre et soutient les porteurs de projet.

Le salon Planète Créa sensibilise, informe et accompagne tous les porteurs de projet de création et reprise d'entreprise, les jeunes entrepreneurs et favorise la mise en réseau de tous les acteurs. Il se déroulera les 7 et 8 décembre au parc des expositions de Caen, où sont attendus plus de 100 exposants et partenaires, professionnels et entrepreneuriat et 3 000 visiteurs.

Une nouvelle thématique forte, consacrée au développement, va être associée à cette 10^e édition. De nouveaux villages seront mis en place au cœur de l'exposition : business et développement, communication et numérique, financement, franchise et réseaux commerciaux, innovation et start-up, territoires.

La Ruche, espace non cloisonné partagé entre plusieurs entreprises est mis à la disposition des jeunes talents et un « Speed Meeting » sera organisé pour développer les réseaux professionnels. ◀

En savoir plus www.planetecrea.com



Archives 2015

International

Muscler l'export

Les journées de l'international sont l'occasion de faire le plein d'informations et de contacts.

CCI International Normandie organise la 8^e édition des Journées de l'international du 28 novembre au 2 décembre 2016, à Deauville (et en région pour des ateliers thématiques) conjointement avec les partenaires régionaux de l'Équipe normande de l'export.

Plus de 250 entreprises sont attendues pour faire le plein d'informations et d'échanges sur l'international. Ateliers thématiques, interventions d'experts, témoignages d'entreprises, soirée dédiée au management dans un contexte d'internationalisation, dîner carrousel...

Le programme 2016 sera une nouvelle fois dense et varié pour muscler les entreprises normandes à l'export. La journée du 29 novembre sera un des temps forts de cette édition 2016 puisque 45 experts pays venus du monde entier viendront à la rencontre des entrepreneurs normands sous forme d'entretiens individuels de 45 minutes. Plus de 350 rendez-vous personnalisés ont été organisés lors de l'édition précédente.

Impulsion export, incoterms, droits de douane, assurance-prospection, CREDOC, équipe normande de l'export, V.I.E... Des mots qui vous parlent peu ou nécessitent une mise à jour ?

Le réseau normand d'appui à l'internationalisation des entreprises sera spécialement réuni pour vous permettre d'y voir plus clair et vous conseiller. ◀

En savoir plus

www.journees-international.com

 Retrouvez l'intégralité de nos rendez-vous sur notre site www.normandie.cci.fr

NOUVEAU

Téléchargez l'appli

**Norman
dinamik**

GRATUITE



App Store



Google Play



Normand**in**amik

Le magazine qui en dit long sur l'économie normande

Avec le magazine des CCI de Normandie, repérez les tendances et partagez les réussites des entrepreneurs normands qui contribuent au quotidien au développement économique et l'attractivité de leur région.



Virtual cockpit. Réelles sensations.

Nouvelle Audi A4 avec Audi virtual cockpit*.
Le progrès. Intensément.



Plus d'informations sur Audi.fr/fleet

Audi Fleet Solutions. We delight your business.**

** Faire avancer votre entreprise.

* En option selon finitions. Publicité diffusée par le concessionnaire en qualité d'intermédiaire de crédit, à titre non-exclusif, de Volkswagen Bank, Volkswagen Group France S.A., au capital de 7 750 000 € - 11 avenue de Boursonne - Villers-Cotterêts - RCS Soissons B 602 025 538. Audi recommande **Castrol Edge Professional**. Vorsprung durch Technik - L'avance par la technologie.

Gamme Audi A4 : consommation en cycle mixte (l/100km) : 3,7 - 6,4.
Rejets de CO₂ mixte (g/km) : 95 - 147.

Audi 
Vorsprung durch Technik