



#20
Mai-juin 2017

Le Havre
L'été sera beau
p.14

Initiatives
Le nautisme lève
la grand-voile
p.38

Normandinamik

Le magazine d'information des CCI de Normandie

Caen Normandie | Ouest Normandie | Portes de Normandie | Seine Estuaire | Rouen Métropole



Enjeux

p.30

Créer l'événement

AÉROPORT Deauville Normandie

30 destinations vacances 2017

Sardaigne Baléares Corse Îles Grecques
Sicile Malte Maroc Canaries
Norvège Espagne Croatie Irlande
Grèce Italie Portugal République Tchèque
Cap Vert Monténégro Madère
Tunisie Crète



Aéroport
Deauville Normandie
un équipement pilot par



f Aéroport Deauville Normandie

twitter.com/AeroportDeauv



LES VACANCES DE CEUX
QUI SONT TOUJOURS SOUS L'EAU

DÉCOUVREZ TOUTES NOS DESTINATIONS AU DÉPART DE DEAUVILLE

Nouveautés : Cagliari en Sardaigne, île de Brac en Croatie, Corfou, Rhodes



Rendez-vous sur tui.fr ou en agence de voyages

Par **Marc Lafosse**, océanographe, président du Cabinet d'ingénierie Énergie de la Lune et organisateur de la Convention Seanergy



“ La France dispose, en matière d'Énergies Marines Renouvelables, d'un double potentiel géographique et industriel que peu de pays dans le monde peuvent revendiquer ”

Les technologies d'énergies marines se multiplient depuis quelques années, entraînant avec elles toute une filière industrielle innovante, qui arrive aujourd'hui dans une phase clé de sa structuration, avec l'aboutissement de ses premiers projets et l'éclosion de ses premiers champions.

Alors, quelle sera la place de la France sur ce nouveau marché ? Saurons-nous profiter de la manne annoncée, soit un marché mondial de plus de 53 milliards d'euros par an à horizon 2050 ? Une chose est sûre, nous avons aujourd'hui toutes les cartes en main pour prendre le large !

On ne le rappellera jamais assez : la France dispose, en matière d'Énergies Marines Renouvelables (EMR), d'un double potentiel géographique (deuxième domaine maritime au monde) et industriel que peu de pays dans le monde peuvent revendiquer. Ajoutez à cela que nous disposons de zones portuaires, particulièrement accueillantes et adaptées à l'implantation d'infrastructures industrielles de pointe, et vous comprendrez pourquoi il convient d'être optimiste sur la capacité de la France à tirer son épingle du jeu sur les énergies marines.

La France a su faire preuve d'une grande agilité, de sorte que nous bénéficions aujourd'hui d'un contexte institutionnel particulièrement favorable. La recherche et développement, soutenue par le programme des investissements d'avenir, a désormais trouvé sa stabilité au service des technologies innovantes et avec une visibilité pluriannuelle pour nos laboratoires de recherche.

Cette planification pluriannuelle, assortie d'une planification spatiale en préparation, est la clé de la visibilité sur les volumes et les calendriers tant attendus des industriels, qui demandent depuis de nombreuses années à l'État de progresser dans la méthode d'attribution des fermes commerciales. Dans cette même veine, la mise en œuvre du nouveau dispositif de « dialogue concurrentiel », assorti d'une phase préalable de « derisquage » des zones d'implantation, en cours d'expérimentation sur le 3^e appel d'offres éolien en mer, est regardé avec beaucoup d'attention. La stratégie, d'avoir soutenu les industriels et encouragé les technologies françaises, porte aujourd'hui ses fruits, et contribue à créer des champions des énergies de la mer qui gagnent dès maintenant des marchés à l'export.

Ainsi, et même si l'on ne peut ignorer le retard opérationnel pris en France métropolitaine pour l'installation de sites EMR, les technologies et savoir-faire français s'exportent dans tous les océans du monde : ingénierie, industrie, développement de projet, sous-ensembles stratégiques de la chaîne de valeur. La multiplication des fermes pilotes et projets concrets, au large de nos côtes dans les années à venir, devrait par ailleurs permettre de pérenniser ces développements, tout en créant les milliers d'emplois attendus ; soient 10 000 pour les seuls parcs éoliens offshore d'ici à 2020, selon le Syndicat des Énergies Renouvelables (SER).

l'actualité des Territoires

06 **Course.**
Figaro-ci, Figaro-là.



10 **CCI.**
Le baptême de Rouen
Métropole.

12 **Culture.**
Le programme
de la Merveille.

13 **Tourisme.**
L'importance d'être connecté.

14 **Événement.**
Le Havre fait la fête.

à la rencontre des Entrepreneurs

19 **Filière.**
Les espoirs de l'automobile
normande.

20 **Eiffage.**
Sur cette pierre.



21 **R2E.**
Si tous les réseaux
du monde...

23 **Créaline.**
Nouveaux locaux, nouvelle
gamme.

29 **Céline d'Al.**
La boutique du Jour J.

initiatives, Innovations, tendances

38 **Nautisme.**
La mutation d'une filière.

40 **CCI LinkHub.**
Accompagner les start-up.



44 **Tennis.**
Jouer sur herbe.

45 **Pallini.**
Pousser de la fonte.

46 **ABC Meubles.**
Le bois et le web.

en Focus

16 L'énergie électrique

Si la production d'énergie renouvelable monte doucement en puissance,
le nucléaire reste la source d'énergie la plus utilisée en France.



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

 **CCI NORMANDIE**
www.normandinamik.fr

 @normandinamik

Directeur de la publication : Vianney de Chalus • 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 Vespié - 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

48 Agroalimentaire.
Le modernisme du Calvados.

52 Tiny House.
Un petit chez soi.

56 Artmeta.
Le designer et le chaudronnier.

57 Nicolas & Nicolas.
L'ébéniste et l'artiste.



Enjeux

Pour que tout le monde en parle



Ce ne sont pas les événements majeurs qui manquent en Normandie. Mais face aux grandes têtes d'affiches, quelles sont les bonnes recettes pour qu'une entreprise se fasse connaître et reconnaître dans le monde complexe de la communication ?

région en Échos



58 Anne Zerkovitz,
secrétaire générale
du cluster Techsap
Ouest.

région en CCI

Agenda et actualités

**60 CCI SEINE
ESTUAIRE
CCI ROUEN
METROPOLE**

**61 CCI CAEN
NORMANDIE
CCI PORTES
DE NORMANDIE
CCI OUEST
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



+
Figaro DIEPPE

Les plaisirs de la Solitaire

L'arrivée de la 48^e édition de la Solitaire Urgo - Le Figaro sera l'occasion d'une semaine de festivités à Dieppe.



La flotte du Figaro aime à retrouver les côtes normandes.

Les Français aiment les courses à la voile. Et parmi les rendez-vous majeurs du calendrier, la Solitaire du Figaro fait remonter à la mémoire, depuis 1970, de fabuleuses batailles nautiques, des moments d'émotion, d'histoires humaines et d'aventures sportives. Dieppe fait partie de cette légende, en ayant déjà accueilli quatre fois la dernière étape de l'épreuve, celle qui fait la différence, celle dont on se souvient, la plus excitante, la plus importante. La Solitaire Urgo - Le Figaro aime Dieppe, et elle a décidé d'y revenir cette année.

Partie de Bordeaux le 4 juin, passée par Gijón et Concarneau, la flotte d'une quarantaine de voiliers partira le 19 juin de la ville Bretonne pour aller chercher la pointe occidentale de l'Angleterre, longer la côte

jusqu'à Owers et plonger vers Dieppe pour un parcours de 505 miles, un « ultime chapitre profondément ancré dans la tradition des grandes étapes de La Solitaire », selon les spécialistes. L'arrivée est prévue dans la soirée du mercredi 21 juin ou aux premières heures du jeudi 22. À elle seule, elle constitue un temps fort. Mais les collectivités locales (Région, Département 76, ville de Dieppe, Agglomération Dieppe Maritime, Syndicat mixte du Port, Communauté de Communes des Falaises du Talou) et la CCI Rouen Métropole ont décidé d'offrir bien plus aux Dieppois, aux Normands, aux 80 000 personnes attendues pour l'occasion.

C'est du 20 juin, avec l'ouverture du village et jusqu'au 25 juin, avec la splendide parade nautique, qui verra la flotte de la Solitaire

prendre le large, tout Spi dehors, encadrée par 100 à 150 plaisanciers, que Dieppe vibrera au rythme de la mer. Et ce d'autant plus que la fête de la Musique, le 21 juin, ajoutera sa joyeuse harmonie au souffle du grand large.

Le marin étant d'abord facile, contrairement à d'autres sportifs, il sera possible (le 23 juin) de rencontrer les skippers, de prendre des selfies, de faire autographier le programme, d'admirer au plus près leurs embarcations. Le « Journal de la solitaire », le 24 juin, permettra de les connaître encore mieux.

Splendide parade

Le village, situé sur le quai Henri-IV, sera sous le signe des produits de la mer. Les stands proposeront toutes sortes d'objets

reliés à la mer (blousons, livres, bateaux, pêche...) et différentes animations, dont des cours de cuisine. Sur le quai Duquesne prendront place des animations nautiques : bateaux télécommandés, initiations à la plongée ou à la voile, jeux, présence de centres de loisirs, etc. La grande scène verra se succéder de la zumba, du fitness, de la musique, du sport...

Tous les publics pourront trouver un intérêt à

cette manifestation en plein centre-ville, qui s'inscrit dans l'histoire portuaire et maritime de la ville. Les marins seront dans leur élément, les non-marins auront mille occasions de loisirs, de découvertes, de plaisir. D'autant plus que les bars et restaurants seront mobilisés et auront certainement à cœur de proposer des offres dédiées à la Solitaire. Pour ce secteur d'activité, la hausse du chiffre d'affaires attendue est de 10 %.

Les entreprises locales seront parties prenantes, grâce à un programme concocté par la CCI. Une soirée « performance au féminin » le jeudi 22, un déjeuner business le vendredi 23 seront des temps forts. S'ajoute la présence du vieux gréement l'Étoile du Roy, trois-mâts carré de 47 mètres, réplique d'une frégate corsaire du XVIII^e siècle. Quel meilleur endroit que son carré des officiers pour organiser une réunion, accueillir ses clients, remercier son personnel ? La CCI a mis en place plusieurs offres pour que les entreprises puissent optimiser leurs opérations de relations publiques.

Dieppe va vivre des instants inoubliables pendant toute une semaine, lançant idéalement sa saison estivale. ◀

À savoir

Le grand favori sera Yann Eliès (Quéguiner-Leucémie Espoir, cinquième du Vendée Globe, et qui rêve de devenir le premier marin à remporter quatre fois la course. Il aura face à lui le 3^e du Vendée Globe, Jérémie Beyou (Maître CoQ), lui aussi trois fois vainqueur. Parmi les favoris, Nicolas Lunven (Generali), qui a triomphé une fois, Erwan Tabarly (Armor Lux) le neveu du grand Éric, habitué aux places d'honneur ou encore le champion de France Élite de course au large en solitaire Charlie Dalin (Skipper Macif 2015). La Solitaire Urgo - Le Figaro ne serait pas ce qu'elle est sans ses « bleus », ces nouveaux venus qui font la richesse du plateau et assurent la relève, en premier lieu le Calvadosien Éric Delamare (Région Normandie), a remporté à l'unanimité le « Jeune Talent Normand ». Du haut de ses 18 ans seulement, il affiche déjà de fortes ambitions.

CONTACTS

maite.sommervogel@normandie.cci.fr

marie-helene.cappe@normandie.cci.fr

www.lasolitaire-urgo.com



Prêt Entreprises Innovantes
Remboursez plus tard pour laisser
à votre projet le temps de s'épanouir.



Construisons dans un monde qui bouge.

+
Normandie CRÉATION D'ENTREPRISE

Simplifier les démarches



Le parcours des créateurs d'entreprise est simplifié par le dispositif « ici je monte ma boîte ».

Le premier guichet unique « ici je monte ma boîte » a été installé dans les locaux de la CCI Rouen Métropole. Il sera suivi de beaucoup d'autres dans la région, cinquante sites dans les CCI ou les Chambres de métiers, pour recevoir les porteurs de projets et créateurs d'entreprise. Sa raison d'être est la simplification : les futurs entrepreneurs ne se perdront plus dans le dédale des aides et des organismes. Ils s'adresseront à un seul interlocuteur qui aura la mission de faire le lien avec tous les opérateurs susceptibles d'intervenir sur un projet, depuis l'idée de départ jusqu'à l'immatriculation effective

de l'entreprise (durée de deux ans maximum à compter de la date de signature du livret d'engagement). À cela, s'ajoutera le suivi de l'entreprise pendant ses trois premières années d'existence.

Intérêt général

S'il est unique, ce guichet est le fruit d'un travail collectif entre la Région, les CCI et les Chambres de Métiers et de l'Artisanat. « La création d'entreprise fait partie intégrante de notre cœur de métier », déclare le président de la CCI Normandie, Vianney de Chalus. Nous sommes pleinement conscients que la réussite de ce dispositif audacieux, novateur et même unique en France ne sera possible que dans le sens de l'intérêt général et dans un esprit de co-construction qui est pour moi fondamental dans cette démarche ».

Les structures en charge de l'accompagnement de projets ayant trait à l'économie sociale et solidaire sont associées. La complémentarité avec les autres opérateurs, ADIE, Réseau entreprendre sera renforcée. Les comités d'attribution décideront des financements adaptés. Ils seront constitués en lien avec les plates-formes d'initiatives locales, le réseau Normandie Active. « Une offre de services personnalisée et un accompagnement efficient permettent de dépasser la période cruciale des trois premières années d'existence des entreprises. La Région confie au réseau des chambres consulaires, acteurs de proximité reconnus, le soin de promouvoir un service de qualité identique partout en Normandie », précise Hervé Morin. ◀

CONTACT

www.normandie.fr/accompagner-les-entreprises



+
Législation NORMANDIE

Logiciels de caisse

La lutte contre la fraude à la TVA se renforce.

Pour lutter contre les risques de dissimulation de recettes, les commerçants et autres professionnels assujettis à la TVA devront, à compter du 1^{er} janvier 2018, utiliser uniquement des systèmes de caisse homologués et sécurisés, dont les données ne pourront pas être altérées, s'ils enregistrent déjà les règlements de leurs clients au moyen d'un logiciel de comptabilité ou de gestion ou d'un système de caisse (caisses enregistreuses autonomes, terminaux de points de vente, logiciels d'encaissement,

logiciels de comptabilité et de gestion). En revanche, les professionnels qui n'utilisent pas ce type d'appareils ne sont pas soumis à cette nouvelle obligation. Cette mesure, inscrite dans la loi de finances pour 2016, intervient dans le cadre de la lutte contre la fraude, notamment à la TVA.

Mise à jour

Les logiciels et systèmes devront répondre à des « conditions d'inaltérabilité, de sécurisation, de conservation et d'archivage des

données », attestées par un certificat. En cas de contrôle, les entreprises devront être en mesure de présenter une homologation délivrée par un organisme accrédité ou une attestation de l'éditeur du logiciel. À défaut, l'amende prévue s'élève à 7 500 euros, avec l'obligation de se mettre en conformité dans les 60 jours. L'achat d'un nouveau matériel n'est pas forcément obligatoire. Certains éditeurs de logiciel pourraient proposer une simple mise à jour, dans le cadre de contrats de maintenance. ◀

PLUS D'INFORMATIONS

<https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/actualites/A10279>

<http://www.economie.gouv.fr/vous-orienter/entreprise/commerce/commerçants-logiciel-caisse-certifie>

Data NORMANDIE

L'économie à la loupe

Une base de données pour tout connaître sur l'économie de la Normandie.

La plateforme régionale de données économiques et territoriales Baseco vient d'être mise en ligne. Elle constitue un véritable « entrepôt de données » qui croise et agglomère des sources d'informations très diverses (Pôle emploi, Insee, Urssaf, DGCIS, Douanes, INPI, Dares, DGFIP, DGCL, MESR...) et permet ainsi des analyses d'une incomparable finesse sur la Normandie et sur l'ensemble de la France. Le savoir-faire des CCI en matière d'observatoires économiques, de connaissance économique des entreprises et du territoire ou de zones d'activités contribue à enrichir la base et à lui permettre de proposer un regard complet, à 360°, sur l'économie régionale.

Techniquement, Baseco a été développée en partenariat avec les CCI de Bourgogne - Franche-Comté et Hauts-de-France, et mutualisée avec la CCI Paris - Ile-de-France, donnant ainsi à l'outil l'indispensable dimension « axe Seine ». La démarche est portée par toutes les CCI de Normandie, dans un

esprit d'écosystème numérique permettant à chacun de disposer de données communes sur l'ensemble de la région.

Trois niveaux

CCI Baseco permet d'accéder à une quantité de faits et chiffres et de construire des indicateurs pour tous les niveaux d'analyse économique, dans des domaines aussi variés que le commerce, l'international, l'emploi, l'énergie, les entreprises, les équipements, l'innovation, la population, le tourisme... Il ne s'agit pas pour autant de compiler des données brutes. Les statistiques sont mises en forme de façon qualitative, ergonomique et actualisées en continu.

Cette plateforme permet aux entreprises et aux collectivités d'appréhender finement leur territoire, leurs zones d'activités, les grandes filières, de disposer de fiches,

d'avoir accès à l'observatoire régional du commerce. Elle est accessible selon trois niveaux : un accès gratuit à la plateforme, des prestations complémentaires en abonnement, pour aller plus loin (études sectorielles, diagnostics sur mesure...) et enfin des études sur mesure, après devis. ◀

CONTACTS

www.ccibaseco-normandie.fr
peat@normandie.cci.fr



Deauville RAN

Apporteur d'affaires

Une nouvelle fois, et ce sera la quinzième, les rencontres d'affaires de Normandie vont faire le plein.

Ils ont quinze ans, ce qui constitue la démonstration de leur pertinence : les rendez-vous d'affaires de Normandie se dérouleront le 8 juin prochain au CID de Deauville. Le principe reste identique : faire se rencontrer des donneurs d'ordre et des sous-traitants pendant une journée, au cours de dix-huit tête-à-tête de vingt minutes chacun. « C'est encore plus efficace qu'un salon professionnel, car on constate que les retours peuvent être immédiats », constate le président de la CCI de Normandie, Vianney de Chalus.

Opportunité commerciale

Un avis que partagent les participants : « Je ne suis jamais reparti bredouille. Les rendez-vous d'affaires constituent une for-



midable opportunité commerciale », avoue Denis Rihal (DITEM). « C'est une occasion de rencontrer des entreprises, d'accéder à des dirigeants dans un temps limité », poursuit Christophe Bellanger (Axians). « C'est une journée pleine, intense », appuie Alain Verna (Toshiba Dieppe). « Faciliter la vie des entreprises et leur apporter du business, c'est

le rôle des CCI qui s'exprime ici », conclut Dominique Garçonnet, président de la délégation de Dieppe de la CCI Rouen Métropole. Accélérateur d'affaires, les RAN permettent de tisser un réseau relationnel de qualité, performant, générant des opportunités de business pour les entreprises des secteurs de l'industrie et des services à l'industrie. Cet événement est organisé par les Chambres de commerce et d'industrie de Normandie, en partenariat avec SIM Agences d'Emploi, Crédit Agricole Normandie, Crédit Agricole Normandie-Seine, Audera concession Audi à Saint-Contest, Dalkia et LSN. ◀

CONTACT

www.rendezvous-affaires-normandie.fr



Pour plus de synergies



Changement de nom et de locaux pour la CCI Rouen Métropole, à la fois pour le symbole et pour l'action.

Un baptême et un déménagement. Ce sont ces deux moments forts qu'a impulsé Vincent Laudat à la CCI Rouen Métropole depuis son arrivée à la présidence. Un changement de nom qui s'inscrit dans une logique nationale, puisque Rouen était jusqu'alors la seule CCI métropolitaine n'affichant pas cette qualité dans son titre. Une logique territoriale, aussi, dans la volonté de travailler très étroitement avec la collectivité locale, puisqu'aussi bien les CCI métropolitaines co-écrivent avec elle, avec la loi NOTRe, le schéma de déve-

loppement économique, et que des services de la Métropole viendront s'installer (avec ceux de l'ADN) dans les nouveaux bâtiments consulaires (dans les quartiers Ouest de Rouen), à l'été 2018. « Nous avons besoin de synergie, de mutualisation, de rationalisation pour accompagner les entreprises », revendique le président. « Nous devons quitter le Palais des Consuls, qui n'était plus adapté, à la fois fonctionnellement et symboliquement, à notre action ».

Investir l'axe Seine

Il ne s'agit pas pour Vincent Laudat de tout ramener à la ville centre. Il rappelle d'ailleurs qu'à quelques abstentions près, le change-

ment de nom a été voté à l'unanimité par l'assemblée. Par ailleurs, vingt délégués territoriaux ont ainsi été désignés pour « toujours plus de proximité ». « Nous sommes très concernés par le développement de tout notre territoire, à Dieppe, à Elbeuf, le Pays de Bray ou le Pays de Caux. Finalement, le nom n'est qu'un symbole. Ce qui m'importe, c'est que nous allons nous engager pour l'attractivité, la compétitivité et le développement économique ».

Et pour remplir cette mission, la montée en puissance du dossier axe Seine est prioritaire. Vincent Laudat souhaite que l'axe Seine soit approprié par l'ensemble du territoire Normand tout autant que par l'Île-de-France. Cela passera par des portages communs autour de l'identité, de l'offre business, de la communication, du marketing. Il souhaite aussi convaincre l'État d'investir plus sérieusement dans ce projet. « On a mis 5 milliards € sur le Canal Seine Nord, on est loin d'avoir des investissements d'un tel niveau sur l'axe Seine. Or, toute grande capitale mondiale se doit d'avoir un outland maritime. Et en France, pour Paris ; c'est la Seine, c'est Rouen, c'est Le Havre, c'est la Normandie ». ◀

CONTACT

www.rouen-metropole.cci.fr



L'intelligence et la volonté

Le nouveau président de CCI France définit les grandes lignes de son mandat.

Pierre Goguet, président de la CCI Bordeaux Gironde, a été élu président de CCI France. Il a réaffirmé sa volonté de construire un réseau renforcé et reconnu pour ses actions efficaces au service du développement économique. « C'est l'entreprise qui est au cœur de nos missions » a-t-il déclaré.

Il a rappelé la nécessité de donner un nouvel élan au réseau pour accompagner les entreprises et développer les territoires à l'heure de la transition numérique.

Dans une économie de plus en plus dématérialisée, les CCI veulent être présentes aux côtés des nouveaux acteurs du digital, notamment les start-up, en participant à la création d'écosystèmes dans de multi-

ples domaines (e-santé, e-sécurité...). « Le réseau doit s'associer à cette dynamique en poursuivant la digitalisation de son offre de services » a encouragé le nouveau président de CCI France, réaffirmant la portée stratégique de la démarche de la « CCI de demain ».

Un réseau fort

Enfin, il entend faire de la tête de réseau CCI France un animateur du collectif, mettant en valeur les pépites du territoire grâce aux outils digitaux et collaboratifs, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance des CCI à un réseau fort, solidaire et ouvert sur l'Europe et le monde. Dans un partenariat actif avec



les organisations patronales, il a revendiqué « un devoir d'interpellation constructif des pouvoirs publics ».

« N'ayons pas peur de l'avenir, construisons notre destin, mobilisons notre énergie ; nous, CCI, nous en avons l'intelligence, j'en ai la volonté » a exhorté le nouveau président de CCI France. ◀

CONTACT

www.cciFrance.fr



Monumentale programmation

La programmation culturelle et événementielle du Mont-Saint-Michel permet de redécouvrir la destination sous ses multiples facettes.

Le Mont-Saint-Michel a vécu depuis trois ans sous une exposition médiatique de grande ampleur, entre le rétablissement du caractère maritime, la restauration de l'archange, les travaux du cloître (clôture d'un programme global de travaux lancé en 2007 et d'un montant de 20 M€), sans oublier le départ du Tour de France. « Nous sommes fiers de notre actualité », commente Xavier Bailly, administrateur de l'abbaye du Mont-Saint-Michel, qui n'entend pas pour autant se laisser bercer par le succès populaire de la destination et de ses 2,5 millions de visiteurs. C'est le sens de la programmation culturelle qui est toujours plus riche chaque année,

et qui cherche à renouveler l'intérêt porté à la Merveille. « Nous avons beaucoup de choses à montrer et à dire, faire découvrir le Mont-Saint-Michel dans toute son épaisseur, sa variété », revendique-t-il, en déclinant une liste « ambitieuse » d'événements, dont il ne faut pas négliger la complexité logistique, à la hauteur du lieu : monumentale. Les équipements scéniques et les loges n'existent pas, l'hélicoptère est une nécessité pour faire entrer des statues ou des orgues, mais au bout du compte les artistes se pressent, car « faire résonner un Oud dans le réfectoire des moines », reste un moment magique. La volonté globale est de faire dialoguer un site du patrimoine mondial avec d'autres

cultures du monde, de proposer des spectacles adaptés à l'Abbaye dans le respect du lieu d'offrir un foisonnement culturel à destination du plus grand nombre, tout en affirmant un rôle de mission culturelle prioritaire vis-à-vis du territoire. « Notre priorité, c'est l'ancrage territorial, le voisinage immédiat », explique Xavier Bailly. Les partenariats de billetterie avec le scriptorial d'Avranches, la Cité de la Mer de Cherbourg, et d'autres structures demain, en portent témoignage. Les familles font aussi partie de la cible majeure, avec de nombreuses animations qui leur sont particulièrement destinées : « On peut s'amuser à l'Abbaye », poursuit l'administrateur.

Le Mont-Saint-Michel veut être un acteur culturel à part entière de son territoire.



Moment magique

Le festival Spring (avec le pôle national des arts du cirque de Cherbourg) a donné le coup d'envoi de la saison culturelle. La musique trouvera son compte avec le harpiste Xavier de Maistre (10 juin), les concertos Brandebourgeois de Bach par l'orchestre de l'opéra de Rouen Normandie (24 juin), le récital d'orgue de Didier Hennuyer (9 septembre) et le récital d'Oud d'Omar Bashir (7 octobre). Le Mont sera aussi le cœur d'un festival de musique sacrée qui se déploiera dans toute la baie du 21 au 24 septembre. Parmi les expositions, à noter celle qui, du 1^{er} juillet au 12 septembre, placera sept sculptures monumentales de Germaine Richier, dans les salles des Hôtes, première fois investie. Conférences et visites thématiques se poursuivent, comme l'itinéraire poétique nocturne, pour une troisième et dernière année, avant une nouvelle scénographie. Sans oublier un rendez-vous immémorial, privilégié, celui des grandes marées, où la nature devient spectacle. ◀

PROGRAMMATION

www.abbaye-mont-saint-michel.fr

+
Normandie TOURISME

Les nouveaux clients

Face aux comportements mouvants de touristes, les professionnels n'ont d'autre choix que d'adapter leur offre en jouant la carte numérique.

Les carrés de chocolat de Sébastien Rousselin ont un double effet : ils sont délicieux à manger, mais avant la dégustation, ils offrent une autre expérience : un QR-Code, dessiné sur l'une de leurs faces, permet de se connecter au site internet de la chocolaterie Glatigny (Alençon). Voilà tout l'art de joindre le numérique au tourisme, deux domaines dont les imbrications sont essentielles à qui veut se faire une place dans le cœur des consommateurs.

Le mouvement n'est pas simple à suivre, car il a remis en question bien des habitudes. Thomas Yung, expert du sujet et invité par les CCI Portes de Normandie et Ouest Normandie à l'occasion d'un salon du tourisme, organisé aux Haras du Pin, l'a parfaitement expliqué : « Le numérique a inventé un marketing géré par le client. Le voyageur est devenu sa propre agence de voyage, tandis que les nouvelles générations qui voyagent plus souvent et moins longtemps, attendent de vivre des expériences, de ne plus tout consacrer au transport et à l'hébergement ». Autre tendance, le voyageur prend le pouvoir, en s'exprimant sur les sites, au premier rang desquels figure Tripadvisor. Le Baromètre Pages Jaunes sur les avis en ligne, réalisé avec Opinion Way, démontre que 71 % des Français consultent des avis sur les professionnels et 55 % en déposent. 83 % des consommateurs déclarent que les avis permettent de les aider dans leur choix, alors que seulement 55 % des professionnels sont convaincus de l'importance du suivi des avis et que 33 % estiment que la gestion de leur réputation en ligne demeure primordiale.

Vague de fond

Que doivent faire les professionnels face à cette vague de fond ? « Repenser leur produit, en faire un lieu de vie agréable, fun », c'est une évidence. Mais aussi ne pas tourner le dos aux nouveaux acteurs, ne pas les voir uniquement comme des empiécheurs



Le Moulin de Connelles, premier hôtel de l'Eure labellisé Normandie Qualité Tourisme.

de tourner en rond. Après tout, Airbnb permet de se faire se déplacer un public nouveau, qu'il est tout à fait possible d'essayer de conquérir une fois sur place. « Il faut être en mesure de proposer des offres différentes des plates-formes, en mettant par exemple son hôtel sur Airbnb ou son restaurant sur Vizeat », préconise Thomas Yung. Changer sa façon de travailler, c'est aussi faire évoluer son site internet pour sortir des sentiers battus, savoir se faire entendre dans le concert parfois cacophonique des réseaux sociaux, en faire « un outil de conversation pour que le client et l'entreprise se connaissent mieux », souligne Solenn Nigen, conseiller entreprise à la CCI Caen. « Avant de se lancer, il est essentiel de définir son web-marketing, choisir le bon réseau selon la cible, savoir quelle animation mettre en place et quel type de discussion mener avec les clients, afin que ceux-ci deviennent les ambassadeurs de la marque ». Les solutions et les acteurs sont nombreux pour aider les entreprises, qui disposent peut-être au sein de leurs employés de « digital natives » dont les compétences gagneraient à être exploitées. ◀

Le savoir accueillir

Si le numérique est essentiel, les fondamentaux de l'accueil touristique restent incontournables.

Les 554 établissements labellisés Normandie Qualité Tourisme portent en eux ces valeurs, comme le millier qui adhère au réseau Bienvenue en Normandie. « C'est une volonté de promouvoir la Normandie, ma Normandie », explique Sophie Brard, qui gère le Home Saint Jacques à Conches-en-Ouche. Si elle se sert beaucoup des réseaux sociaux, « plus on est liké, plus on partage, plus on est vu », elle mise aussi sur le fait « d'accueillir le client avec un beau sourire, et de prendre le temps de lui parler, de l'écouter ».

CONTACTS

www.normandie-qualite-tourisme.com

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





© Karol Mantoux

Les nouvelles couleurs
des célèbres cabanes.

+ Anniversaire LE HAVRE

L'été sera beau

Pour fêter ses 500 ans, Le Havre s'offre un été de fête, d'art, de culture, de passion partagée.

Qu'a-t-on retenu de François 1^{er} ? Marignan, les guerres d'Italie, la Joconde, les châteaux de la Loire, l'édit de Villers-Cotterêts, la route du Canada ? Des dates et des actes inscrits dans le roman national et dans les livres d'Histoire. Mais après l'été que Le Havre s'apprête à vivre, la mémoire collective inscrira la fondation de la ville aux grands moments du règne. C'était il y a 500 ans, et comme on n'a pas tous les jours 500 ans, il fallait saisir « l'occasion irremplaçable de montrer la réalité d'une ville surprenante, la chance de poser un regard neuf, et peut-être un regard étonné, sur notre ville. La chance de dire au monde ce que nous sommes et ce que nous savons faire », comme l'a déclaré le maire Édouard Philippe.

Ce 500^e anniversaire, fait d'art, d'émotion, de couleurs est comme l'ultime étape de la mue havraise. Celle qui aura fait passer la ville en quelques décennies d'une image quelque peu racornie à celle d'une cité jeune, fière, conquérante et séduisante.

Jean Blaise, directeur artistique d'un Été au Havre, a réussi le pari de décliner une programmation exigeante et populaire, qui sublimera tous les endroits de la ville et la rendra encore plus belle. « Le Havre est remplie d'images étranges. Cette ville photogénique séduit les artistes, dès leur arrivée, par sa lumière – c'est devenu un cliché –, mais surtout par son ambiance que les œuvres proposées devront révéler. Reste à comprendre cette ville, à l'aimer, à la mettre en scène, à repérer celles et ceux qui lui inoculent leur énergie et leur talent, à être avec elle audacieux, mais juste, à faire sourdre son étrangeté et son évidente poésie », commente-t-il.

Plusieurs dates majuscules sont à cocher dans les agendas. Le **27 mai**, la « Magnifik

Parade ! » de Fanny Bouyagui et Art Point M fera évoluer plus de 200 personnages hypergraphiques et démesurés sur une immense scène installée devant l'Hôtel de Ville, puis se renforcera de centaines de Havrais et Havraises de tous âges pour rejoindre la plage, cernée de milliers de drapeaux le long de l'avenue Foch. Un concert finira la soirée. Du **7 au 9 juillet**, ce sont les Géants de Royal de Luxe qui reviendront là où ils sont nés, en 1993. Le **8 octobre**, le jour officiel de l'anniversaire, sera l'occasion de découvrir « Le Temps suspendu », une installation pérenne en forme de trombinoscope interactif, installé dans une des poudrières des jardins suspendus. Une œuvre de rassemblement, un portrait collectif et numérique qui met à l'honneur les Havrais via des selfies, des photomatons, des prises de vue d'un photographe.

Révéler la ville

Il y aura des expositions prestigieuses, avec en point d'orgue, le retour, du **9 septembre**

Les entreprises dans le mouvement

La CCI Seine Estuaire ne pouvait pas manquer de s'associer à l'événement et surtout de contribuer à y impliquer les entreprises du territoire, en une valse à trois temps qui permet le plus vaste rassemblement. Première mesure, celle des grands noms de l'économie locale, regroupés au sein du LH Club 2017. La quarantaine de membre a tellement bien été mobilisée par Vianney de Chalus, qu'ils sont devenus le premier financeur privé d'Un Été au Havre. Ils soutiennent « Impact », la création de Stéphane Thidet dans le Bassin du Commerce, que l'artiste décrit en ces mots : « Il s'agit de deux flux qui défient la gravité, l'équilibre d'un geste simple, brut, jouant avec les éléments naturels ». De deux tétraèdres blancs, distants d'une soixantaine de mètres, jailliront deux jets à la rencontre desquels se créeront un nuage, « une forme, une image qui ne sera jamais la même, une rencontre laissant naître le dessin d'une arche éphémère ».

Deuxième temps, l'association les Ambassadeurs du Commerce et la CCI ont souhaité fédérer « 500 commerçants pour les 500 ans du Havre ». Ils sont aujourd'hui plus de 700. Offrant plusieurs niveaux d'implications,

l'association favorise les projets des commerçants (« À vos marques, Prêts, Commercez »), là pour un accompagnement dédié auprès des volontaires, ici pour des outils marketing (kit de communication visuelle, solution numérique). Valeurs en vigueur : « Écoute, échanges d'idées et bonne humeur ». Une mosaïque photo des commerçants, intégrée à une mosaïque géante exposée dans plusieurs endroits de la ville, portera témoignage de cet engouement. Troisième mouvement, la création du « Club TPE-PME ». « La demande était réelle de s'associer. On ne pouvait pas les laisser de côté », témoigne la présidente de la CCI Seine Estuaire, Léa Lassarat. Elles seront au final 100 à 150 à s'impliquer financièrement, pour soutenir le projet de Karel Martens « couleurs sur la plage ». L'artiste néerlandais a pensé une création sur mesure pour les 713 cabines, consistant en une mise en couleur extérieure selon six bandes de largeurs différentes et dix couleurs prédéfinies. Une véritable chorégraphie qui offrira un nouveau panorama à ces bâtiments hautement symboliques pour l'ensemble des Havrais. Des étudiants de l'université du Havre ont été mobilisés pour calculer

l'algorithme des couleurs et les lycées professionnels pour réaliser les peintures, accompagnés par un chantier d'insertion. « C'est important de tirer une passerelle entre la société civile, l'entreprise, la culture. Nous avons envie de nous saisir de cela, d'être partie prenante d'une manifestation qui va tellement porter haut l'attractivité de notre ville », s'enthousiasme Fabienne Delafosse (gérante de Jeux d'Enfants), qui préside l'association. Une « cabane des entrepreneurs » sera installée sur la plage, et permettra d'accueillir des visiteurs pour parler d'entreprise, de création, d'économie... Ce club pourrait poursuivre ses activités après le 500^e. Une Fondation n'est pas à exclure. « Il était indispensable que les entreprises, quelle que soit leur taille, leur métier, participent à la fête, fassent partie de ce grand moment de fierté collective », résume Léa Lassarat. ◀

CONTACTS

LH Club 2017

Club TPE-PME

gfiguet@seine-estuaire.cci.fr

Ambassadeurs du commerce
lesambassadeursducommerce.fr

louise.lemelle@seine-estuaire.cci.fr



au 8 octobre, d'« Impression, soleil levant », prêté par le musée Marmottan – Monet de Paris. Autour de la toile, plus de 30 œuvres prenant comme cadre la ville au moment de l'aurore et du crépuscule. Comme pour symboliser l'équilibre et la variété du 500^e, au Tetris, l'exposition Smart Factory abordera l'histoire de l'art et l'évolution des technologies, l'arrivée de l'intelligence artificielle et des algorithmes dans les outils de création. Pour les marcheurs, des parcours de visites vont « révéler la ville » Perret, le port, les escaliers, les bassins.

Et si vous croisez un « altoviseur » sur le toit de la gare, pour une étonnante vue aérienne sur la ville, un bateau en cours de naufrage dans le bassin Vauban, des improbables empilages de containers quai de Southampton, des lingots d'or cachés dans des cubes de béton, rue de Paris ou des pignons d'immeubles redécouverts, ne vous étonnez pas. Vous êtes au Havre. ◀

TOUT LE PROGRAMME

www.uneteauhavre2017.fr



Havre et bien d'autres vieux gréements qui en auront terminé avec la Tall Ships Regatta. Des concerts, un feu d'artifice, un défilé des équipages et la parade sous voiles au Cap de la Hève seront les temps forts de ces jours de fêtes.

Ces « Grandes voiles du Havre » donneront l'occasion aux entreprises d'organiser des événements privilégiés à bord des navires : un cocktail dinatoire, un déjeuner en musique, une découverte de l'estuaire.

Plusieurs formules pour vivre des moments exceptionnels de relation publique dans un cadre inoubliable. ◀

À bord des grands voiliers

Trente grands voiliers viendront s'amarrer aux Bassins Paul Vatin et de l'Eure du 31 août au 3 septembre. Le géant russe, le Mir, le vénérable Belem, le cygne blanc brésilien Cisne Branco, l'élégante goélette hollandaise Gulden Leeuw, l'anglais Jolie Brise, construit en 1914 au

CONTACT

lesgrandesvoiles@lehavre.fr

02 35 41 41 94

en Focus

L'énergie électrique

Toujours portée par le nucléaire (avec la Normandie comme région-phare), la production d'énergie en France a entamé sa lente mutation vers plus de renouvelable. ◀



L'énergie renouvelable représente 19,6 % de la consommation française.

Objectif 2030 : **40 %**



Les échanges d'électricité

Import **71,7 TWh**
Export **32,6 TWh**



Réseau de transport

105 500 km

Dont 100 500 km aériens



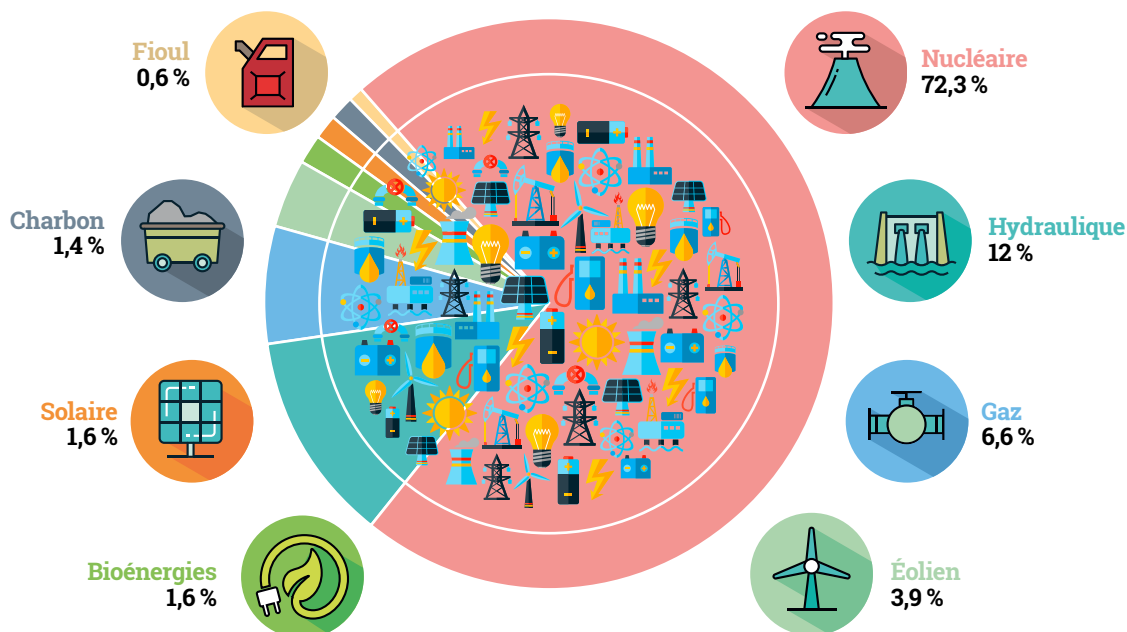
Répartition de la consommation

Professionnels et particuliers : **45 %**

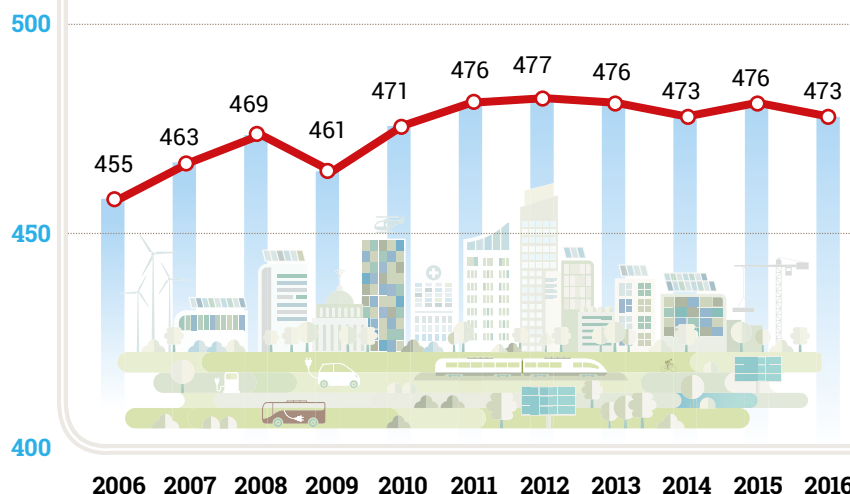
PME-PMI : **38 %**

Grande industrie **16 %**

> Production totale d'électricité **531,3 TWh**



> La consommation d'électricité (en TWh)





> La production d'énergie renouvelable en régions (en GWh)



ÉOLIENNE



SOLAIRE



HYDRAULIQUE



BIOÉNERGIES

	ÉOLIENNE	SOLAIRE	HYDRAULIQUE	BIOÉNERGIES
Auvergne-Rhône-Alpes	854	811	25 720	679
Bourgogne-Franche-Comté	779	217	937	126
Bretagne	1 477	198	547	245
Centre-Val de Loire	1 623	244	128	325
Corse	33	57	471	9
Grand Est	4 923	468	8 163	529
Hauts-de-France	4 858	129	16	749
Île-de-France	61	70	58	795
Normandie	1 186	127	130	304
Nouvelle-Aquitaine	920	2 220	3 940	1 341
Occitanie	2 641	1 834	9 949	560
Pays de la Loire	1 261	443	19	278
PACA	109	1 355	9 131	562



Les grands projets RTE en Normandie

2018

Fiabilisation de l'alimentation électrique de Caen et de Rouen ;

Augmentation du service rendu par la ligne aérienne Le Havre-Rougemontier

2020

Interconnexion France-Angleterre (IFA2)

2021-2022

Raccordement de la production éolienne de Courseulles-sur-Mer (450 MW), Fécamp (498 MW) et Dieppe-Le Tréport (496 MW)

2022

Interconnexion France-Alderney-Britain (FAB)

> La consommation par région (en GWh)

Auvergne-Rhône-Alpes	67,5
Bourgogne-Franche-Comté	21,9
Bretagne	22,5
Centre-Val de Loire	18,8
Corse	2,2
Grand Est	46,4
Hauts-de-France	51,3
Île-de-France	73
Normandie	28,6
Nouvelle-Aquitaine	43,8
Occitanie	37,6
Pays de la Loire	27,6
PACA	41,9

> L'énergie en Normandie

• **25 300**

emplois salariés,

• **1 700** établissements,

• **71 M€** investissements,

• **13 %** de la production nationale d'électricité (15,5 % de la production d'origine nucléaire)



Sources : RTE, Syndicat des Énergies Renouvelables, ENERDIS, ADEEF, Panorama Économique CCI Normandie

Industrie

Les Rendez-vous d'Affaires de Normandie



**Jeudi 8 juin 2017
à Deauville**

**Vous cherchez
de nouveaux
partenaires ?**

Optimisez
vos contacts avec les
**Rendez-vous d'Affaires
de Normandie.**

En une journée :
300 entreprises,
3 000 rendez-vous cibles

www.rendezvous-affaires-normandie.fr

Audera

Audi-Cash

Versprung durch Technik

Audi



dalkia
GRUPE EOR

LSI
LOGISTIQUE
SEINE-NORMANDIE

STM

CA
NORMANDIE

CA
NORMANDIE-SEINE



CCI NORMANDIE



Normandie

Réinventer l'automobile

Leader de l'industrie régionale, l'automobile doit se renouveler pour accompagner le train de mutations qu'elle va connaître dans les prochaines années. Un rapport du CESER décrit les principales évolutions à ne pas manquer.



La dernière-née d'Alpine à Dieppe, preuve du savoir-faire de l'automobile normande.

Pour paraphraser une citation du président américain John F. Kennedy, on pourrait dire que ce qui est bon pour l'industrie automobile est bon pour la Normandie. Le secteur pèse 25 % des emplois industriels régionaux (45 000 salariés) et représente un impressionnant patchwork d'activités, entre les grandes usines et les start-up, les équipementiers de premier rang et les PME, un pôle de compétitivité et une vaste palette de formations, dont un campus des métiers et des qualifications « propulsion, matériaux, systèmes embarqués ». De nombreux laboratoires s'ajoutent à cela, travaillant sur la propulsion, les matériaux, l'électromécanique, les systèmes d'informations, la fiabilité.

Une industrie qui se réinvente (électricité, hybridité...) tout en conservant ses fondamentaux (la dernière goutte de pétrole est loin d'avoir été consommée) sur laquelle le CESER de Normandie s'est penché, sur saisine de la Région, et a publié un rapport qui préconise « des investissements, un regain d'attractivité et une meilleure structuration

des acteurs » pour assurer le développement de la filière.

Terre d'expérimentation

Premier domaine étudié, celui de la formation. « Les besoins augmentent en qualité et en quantité. Le secteur est de plus en plus compétitif », déclare Marc Granier, rapporteur du document. Certaines compétences devront immanquablement être adaptées aux évolutions vers le numérique, les nouveaux types de motorisation et les nouveaux usages du véhicule. C'est une démarche complexe, mais qui peut s'avérer profitable : « Il doit apparaître une prise de conscience de la modernité de l'automobile, de sa pleine appropriation de l'industrie du futur, qui donnera une image plus positive des métiers », espère Marc Granier. L'apprentissage et la féminisation du secteur (« là, on est loin du compte »), sont d'autres pistes à privilégier.

Directement liées à cette attractivité à construire, la compétitivité et la modernité de l'automobile normande sont à améliorer. « Il faut anticiper la robotisation, l'automatisation.

Dans ce secteur, l'innovation fait la différence. Tout en conservant et consolidant le socle existant, nous devons pouvoir attirer de nouveaux talents, créer de nouvelles activités », estime le rapporteur. « L'opportunité de faire de la Normandie une terre d'expérimentation sur les véhicules innovants doit être saisie ». Mais tout cela ne se fera pas sans une absolue vigilance autour du dialogue social : « Les aspects techniques et financiers ne doivent pas être les seuls pris en compte ».

Sur la question de la structuration de la filière, le CESER souhaiterait que les deux grands acteurs, le pôle Mov'eo, axé sur la recherche et l'innovation et l'Aria, orienté vers la performance industrielle, puissent « se rapprocher pour mieux cerner les besoins de la branche, simplifier les démarches des entreprises, renforcer les possibilités d'actions », en liaison étroite avec l'AD Normandie. La montée en puissance des nouveaux carburants et de nouvelles sources de propulsion doit également permettre des synergies entre les filières « énergie » et « automobile ».

« La prise en compte de ces différents moyens d'action donnera une impulsion au secteur », estime Marc Granier, qui rappelle avec force que l'industrie automobile demeure l'un des atouts de la Normandie. ◀

“ Nous devons pouvoir attirer de nouveaux talents, créer de nouvelles activités ”

CONTACT

www.ceser.normandie.fr

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Fresney-le-Puceux

Sur cette pierre...

Dans le monde des carrières, l'économie circulaire devient une priorité.

Les immenses engins de chantier paraissent minuscules au regard des neuf paliers qui dessinent cette excavation. Inlassablement, ils gravissent les pentes, puis viennent déposer leur récolte sur les tapis qui vont la trier pour qu'elle soit expédiée dans des chantiers partout en Normandie.

Les carrières de La Roche Blain font partie de celles exploitées par Eiffage Route dans la grande région ouest. On retrouve également celle de la Troche, aux granulats rouges très ornementaux, celle de Boitron, dont le matériau est spécifique pour sa fluorescence (grâce à ses propriétés réfléchissantes à la lumière qui réduisent l'éclairage de nuit) des 3 vallées, déployées sur neuf communes. S'ajoute, pour La Roche Blain, une structure à Blainville-sur-Orne, une plateforme de négoce de matériaux et de recyclage. Le site de Fresney-le-Puceux est en service depuis 1959, et son autorisation d'exploitation devrait être renouvelée jusqu'en 2054. Sur plus d'une centaine d'hectares, il permet d'extraire 1,3 million de tonnes de matériau par an, une roche magmatique assez difficile à exploiter, mais qui s'avère « un granulat aux propriétés techniques tout à fait médianes, adapté à de nombreuses utilisations, idéal pour les cantals à béton ou le terrassement », relève Alexandre Clément, directeur d'exploitation de carrières chez Eiffage Route.

L'option recyclage

Le métier de carrier n'est pas aussi simple qu'on pourrait le penser à première vue. Ce n'est pas que casser des cailloux. « Il y a un

vrai savoir-faire, de la très haute technologie, de la recherche et développement, un souci permanent du respect de la qualité, de la réglementation », souffle Alexandre Clément. L'environnement, par exemple, est au cœur des priorités, avec une charte de 100 critères à respecter et les contrôles réguliers des services de l'État. Le développement durable c'est aussi l'économie circulaire, qui devient une préoccupation obligatoire pour les carriers. « La plupart des marchés oblige à prévoir une solution de recyclage des matériaux », résume Alexandre Clément. Avant, quelque part, on faisait comme le sapeur Camember, en creusant un trou pour en boucher un autre. Désormais, ce qui était enfoui doit être recyclé, valorisé. Eiffage Route s'est sérieusement penché sur la question à l'occasion du chantier de la ligne LGV Le Mans – Rennes. « Nous avons utilisé des machines mobiles de concassage et de criblage. Cela nous a donné l'idée de nous lancer dans la

prestation de service. Nous sommes en mesure de recycler les bétons, les enrobés, de les transformer en matériaux propices à des fins de valorisation ».

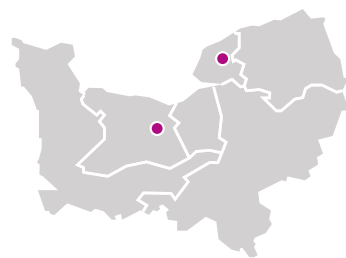
Il s'agit de casser les matériaux, de les trier et ainsi de donner une nouvelle vie à la pierre. L'enrobé accepte jusqu'à 50 % de produit recyclé, un taux très intéressant. « Les pistes sont nombreuses pour l'utilisation du recyclage. Et nous ne sommes qu'au début de l'aventure, d'autant plus que le concassage n'est pas donné à tout le monde. Cela nous permet d'élargir notre spectre, tout en restant finalement dans nos fondamentaux : le caillou, c'est ce qu'on sait faire ! » Eiffage sait aussi le faire pour le particulier, en proposant des big bag ou des matériaux en remorque, ainsi que des conseils techniques adaptés. ◀

CONTACT

www.eiffage.com

Un mouvement incessant à l'assaut de la roche.





Bréauté

Si tous les réseaux du monde

Spécialistes d'une offre clés en main, Réseaux Environnement et R2E font la paire.

Réseaux fluides, gaz, eau potable, traitement des eaux usées, chauffage urbain, signalisation tricolore, éclairage public, telecoms et câbles, fibre optique, courants faibles, plateforme VRD, etc. Difficile de faire l'inventaire des marchés d'Antoine Bouguet, fondateur de Réseaux Environnement et Réseaux Environnement Électricité (R2E), mais le mot-clé suffit. Complémentaires de A à Z sur les chantiers, ses entreprises assurent « la réalisation de tous les réseaux possibles », souterrains ou aériens, secs et humides, on peut leur donner carte blanche.

Entrepreneur atypique, il s'est lancé après 17 ans de carrière chez Bouygues, conscient qu'une place était libre pour une offre de proximité autour des réseaux BTP, flexible, réactive, capable de prestations globales. « J'avais la chance d'une culture multi-réseaux » souligne le dirigeant, spécialiste de génie civil. Son autre richesse était de bien connaître le territoire et de côtoyer tous les donneurs d'ordre qui comptent en Normandie. Grâce à quoi, Antoine Bouguet s'est placé sous bonne étoile : démarrant en janvier 2006 avec « une secrétaire, cinq collaborateurs » et « le coup de pouce » de fournisseurs et loueurs de matériel qui ont facilité ses premiers pas, aujourd'hui il rassemble « plus de 70 CDI, une vingtaine d'intérimaires ». Or le succès est venu si vite qu'au terme du premier exercice, la PME comptait treize personnes. Si bien qu'au printemps 2013, le créateur avait monté une filiale R2E à Saint-Martin-de-la-Lieue, dédiée aux installations d'électricité,



Antoine Bouguet et Philippe Durand, une culture multi-réseaux.

« jusqu'ici, nos interventions s'arrêtaient à l'extérieur des bâtiments, maintenant nous couvrons l'ensemble des réseaux hors et dans l'habitat ».

Toutefois, l'essentiel des équipes se retrouve au siège, à Bréauté, dans un site flambant neuf aux équipements de nouvelle génération, à l'image d'une nacelle électrique écologique, servant à l'entretien des lampadaires, aux mises en lumière des façades et monuments. « Nous avons la maintenance de 12 000 points de lumière sur la Seine-Maritime, le Calvados, l'Eure et l'Orne ». Sa dernière acquisition, « une trancheuse, qui va optimiser la pose mécanisée en tranchées ».

À l'arrivée, ses clients sont à 70 % les collectivités pour des réseaux d'initiative publique, « sur appels d'offres », mais à présent, le créateur entend cibler les clients BtoB du privé, porté par une veine de croissance et un potentiel touchant les déploiements smart grids et très haut débit. Déjà, Antoine Bouguet a dépassé son prévisionnel 2017, alors « j'apprends à déléguer » confie-t-il. Ainsi, il a ouvert le capital à son directeur d'exploitation, Philippe Durand, soucieux d'avancer plus sereinement en tandem. Au-delà, il a embauché une responsable QHSE, planifiant une démarche Qualité de

certification MASE qui le positionnerait auprès des grands comptes de la pétrochimie, des centrales nucléaires, etc. Programmé aussi, un site Internet « opérationnel en juin prochain ».

Veine de croissance

Manager lauréat du trophée de la CCI Seine Estuaire d'entrepreneur de l'année, Antoine Bouguet a basé l'éthique interne sur l'écoute et la reconnaissance individuelle. Consécutivement, sa réussite est « naturellement collective » et à terme, il envisage des développements partenaires à l'export. Un premier projet a failli voir le jour au Sénégal, « ce n'est que partie remise » promet ce familier de la CCI et du réseau Entreprendre Seine Estuaire qui l'accompagne depuis l'origine. Engagé à son tour au sein de la Commission Entreprendre, le créateur est également membre du Club Afrique CCI International et du Club des Dirigeants de l'Estuaire (CDES). ◀ I.P.

Le chiffre

2,2 MILLIONS

d'abonnés Internet via la fibre optique jusqu'au domicile (FttH) en France fin 2016 : +51,4 % de croissance/an pour 7,7 millions de foyers éligibles (source Arcep 2016).

CONTACTS

CCI Seine Estuaire - Club CDES
www.club-dirigeants-estuaire.fr
Réseaux Environnement
 02 35 38 26 19



La Lande-Patry

Classé confidentiel

Leader des collectes papier auprès des banques, Halbout Service sort de l'ombre.

Jusqu'à l'automne 2016, même ses voisins à La Lande-Patry ignoraient tout d'Halbout Service, spécialiste de la collecte de papiers et du recyclage. Mais en octobre, la PME dirigée par Jean-Michel Desdoits a levé le voile sur sa dernière acquisition, un broyeur semi-industriel de nouvelle génération. Capable de rendre illisibles « jusqu'aux CD », ce matériel classé DIN-3 lui permet de développer ses prestations par une offre de « destruction des données confidentielles », conforme aux exigences les plus pointues. « Nous réalisons déjà en direct des pilons d'archives papier », indique son président, Olivier Halbout, qui a pris en main l'activité familiale à partir de 1996.

Deux décennies plus tard, Halbout Service (48 personnes) couvre 80 % de l'Hexagone entre le siège et 14 antennes en régions. Son cœur de métier, « la collecte des papiers de bureaux » reste son capital, assorti d'un dépôt sur site « garanti le jour même », avant d'être triés, recyclés ou détruits. À ce niveau, la pépète normande s'appuie sur des partenaires français experts du recyclage (Paprec), intégrant peu à peu des solutions RSE de tri sélectif, la valorisation des déchets papier/carton, des plastiques, des équipements électriques et électroniques (DEEE), ou encore l'enlèvement des cartouches d'encre, les transferts et stockages de mobilier.

Des prestations épousant ses flux clients du tertiaire, « les administrations, les tribunaux, les assurances, les agences d'in-



Une équipe qui valorise un protocole rapide, efficace, discret.

térisme » et avant tout les banques (90 % du chiffre d'affaires). En 2017, ses chauffeurs rayonnent auprès de plus de 8 000 agences bancaires, « localement, ils sont nos meilleurs ambassadeurs », affirme Karine Sage-Harel, directrice commerciale d'une PME connue pour son protocole « rapide, efficace, discret ». En interne, elle possède des atouts exclusifs : ses corbeilles croc-feuilles qu'elle propose afin de faciliter le tri à la source, son outil innovant de

planification journalière (signé Actimac à Caen) « un logiciel d'optimisation des tournées, actualisé en temps réel » détaille Christelle Gérard, responsable organisation et logistique.

Protocole discret

Ouverte à tous les professionnels et mise à disposition de l'ESAT de Flers, la nouvelle machine d'Halbout Service a été choisie avec les techniciens de Paprec, « n° 1 du recyclage papier et plastique » qui, depuis 18 mois, lui donne accès à son réseau d'unités territoriales. « Aujourd'hui, nous avons des conventions de proximité avec plus de 10 000 points de collecte en France ». Son arrivée au siège a débouché sur l'aménagement d'une unité sécurisée de destruction d'archives. Objectif : capter d'autres clientèles « les avocats, les notaires, les experts-comptables, les labos d'imagerie médicale, etc. ». ◀ I.P.

Verte collecte

Prestataire des banques de détail, souvent favorisant les filières vertueuses, la PME d'Olivier Halbout et Jean-Michel Desdoits participe notamment à la démarche du groupe Société Générale qui vise la maîtrise du papier consommé dans ses agences et la mise en place d'un recyclage des cartes bancaires. « Désormais, la plupart des banques comme les grands donneurs d'ordre, intègrent les critères Environnement, Social et Gouvernance (ESG) dans leurs appels d'offres » confirment les dirigeants.

CONTACT

halbout.service@wanadoo.fr

Lessay

Le pouvoir des légumes

Créaline accroît ses capacités de production et mise sur l'innovation.

Les légumes ont de l'avenir. C'est en tout cas ce qu'il ressort des investissements réalisés sur le site de l'usine Créaline, qui, en septembre prochain, ouvrira une extension de 10 000 m² destinée à tripler sa production (aujourd'hui de 6 300 tonnes par an) et doubler son personnel (110 salariés) dans les trois à cinq ans à venir. 10 millions € seront au total consacrés aux nouveaux équipements. « Nous étions arrivés au maximum de nos capacités dans nos locaux actuels, qui dataient de 2010 », souligne Jean-Michel Lecarpentier, directeur général de Créaline. Les soupes et purées fraîches à base de légumes, prêtes à l'emploi, connaissent en effet un fort succès auprès du public, comme en témoignent les taux de rachat. Mais face aux géants mondiaux de l'agroalimentaire, tous présents dans ce secteur, « l'investissement est nécessaire ». Il a été important dans l'usine actuelle, à

l'image de cette salle de refroidissement qui permet de faire baisser les produits en température (-70° en 1 h 30), afin que leur durée de vie soit garantie. Il le sera encore plus dans le nouveau site, avec la création d'un centre d'innovation, « dans lequel seront conçus les produits de demain, mais aussi les nouveautés en emballage et marketing », explique le directeur général.

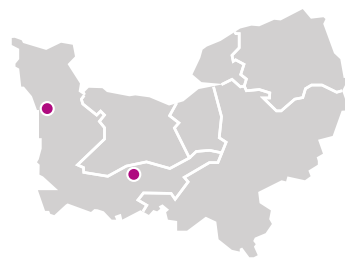
Centre d'innovation

Le travail sans conservateurs, additifs ou colorants restera la marque de fabrique de Créaline, qui cherchera plus encore à « surprendre et séduire en permanence le consommateur ». La dernière gamme de jus de fruits et légumes « les Pressés de Nature », qui mélange concombre / pomme / épinard ; carotte / orange / gingembre ; tomate / betterave / framboise témoignent de cette volonté. L'international est égale-

ment dans les cibles de Créaline, qui veut « faire goûter à l'Europe de nouveaux produits ». C'est vers l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie et la Grande-Bretagne que se tourne l'entreprise normande, qui ne négligera pas pour autant sa présence dans les grandes enseignes françaises. Un autre challenge à relever pour Créaline sera celui de la formation, notamment autour du pilotage de machines automatisées. « Nous collaborons avec Pôle Emploi, la Région et le groupe FIM », remarque Jean-Michel Lecarpentier. Créaline fait partie de la branche légumes du groupe Agrial, aux côtés de Florette et Priméal. Un domaine qui pèse pour près de 1,1 milliard € de chiffre d'affaires (soit environ 25 % de l'activité d'Agrial) pour 920 000 tonnes de légumes frais commercialisés. ◀

CONTACT

www.crealine.fr





CONCEPTION - REALISATION SUR-MESURE

La construction clé en mains, plus rapide et plus économique.



Rapide - Economique - Clé en mains

Parce que les constructions industrielles et tertiaires de LEGOUPIL Industrie, disponibles à la LOCATION et à la Vente, sont conçues à votre mesure avec des délais ultra-rapides et un budget toujours maîtrisé : vos projets se développent sans obstacle.



Industriel Modulaire Sur mesure

Tél. 02 31 68 16 16

www.legoupil-industrie.com

Saint-Romain-de-Colbosc

Couturier des carrossiers

Experte en son métier, la Carrosserie Preudhomme havraise fait référence.



Max Preudhomme et son adjoint Jean-Marie Noël, des carrossiers sur mesure.

rayonnant sur le grand ouest et Paris, avec « des grands donneurs d'ordre à Avignon, Bordeaux ». Reste qu'en 2017, Max Preudhomme prévoit de s'agrandir, « un bâtiment neuf de 2 000 m² » propice à des prestations nouvelles, pressé de s'approprier – dans son domaine carrossier – ce qui relève des voitures hybrides, électriques, connectées, « l'automobile de demain ».

Cohésion d'équipes

S'il a toujours travaillé en famille, « ma fille, ma sœur, mon beau-frère..., nous sommes sept », Max Preudhomme interpelle également s'agissant de politique sociale. S'inspirant de l'esprit Compagnons, il a mis en œuvre « des CDI de 3 ans renouvelables, assortis d'un mois de formation continue » encourageant les plans de carrière, la professionnalisation des personnes « nous formons en interne », complétés d'un système de notation et primes individuelles qui renforce la cohésion d'équipes. Et cette année, le manager a repris un apprenti, soucieux de faire revenir les jeunes dans sa branche « où les salaires n'ont rien à envier à ceux des cadres supérieurs ». **◀ I.P.**

CONTACT

02 35 20 51 57

S'affichant « haute couture du poids lourd », la carrosserie de Max Preudhomme n'a pas menti ! Aujourd'hui PME hyper-polyvalente de 45 personnes, « des tôliers-carrossiers, des mécaniciens, des soudeurs, des peintres, des menuisiers, et trois commerciaux à travers la France », l'entreprise normande n'a plus rien à prouver en matière de carrosserie sur mesure, L'expertise historique concerne les carrosseries Poids lourds (PL), cependant lorsqu'il a racheté l'activité paternelle (1985), le jeune entrepreneur n'avait qu'une envie, « mettre les compteurs à zéro et repartir d'une page blanche », ayant appris le métier chez les Compagnons.

Trois décennies plus tard, impossible de prendre en défaut ses ateliers, qui prennent en charge tous les projets BtoB : carrosserie industrielle (standard ou à la carte), aménagement des utilitaires, maintenance des flottes d'entreprise, réparation multimarques, traitant les PL « jusqu'à 3,5 tonnes », les engins de chantier, les VU, les VUL et les

berlines des sociétés, les ambulances, les caravanes, jusqu'aux voitures de collection. Stratégiquement, le dirigeant n'a jamais lésiné sur les moyens pour « disposer du meilleur matériel, être plus performant, plus productif et se diversifier ». Souvent précurseur, Max Preudhomme a perfectionné ses équipements régulièrement, comme il a su convaincre des partenaires de renom. En retour, dès 2012, la carrosserie havraise faisait une percée dans le créneau véhicules de loisirs, grâce notamment à ses cabines de peinture-sablage de 28 mètres de longueur. « Nous sommes très peu à assurer la remise en état clés en main d'un camping-car ». Concessionnaire des remorques Chéreau, ou encore des grues Palfinger, marque autrichienne leader mondiale, elle est aussi distributeur des marques Renault (utilitaires et VL), Gruau « pour l'Eure et la Seine-Maritime ». Et quand la construction d'une carrosserie réclame « de 100 à 700 heures par véhicule » (55 % du chiffre d'affaires), on ne s'étonne plus d'une clientèle

Bénévole engagé

Élu en janvier à la présidence du CNPA Normandie, Max Preudhomme y voit récompensés « 36 ans d'engagement bénévole » à défendre, promouvoir et représenter sa profession. Ce passionné du bel ouvrage « produit dans le respect des hommes » racontant qu'à dix ans, il avait décidé d'être « carrossier comme mon père » pour devenir numéro un. **◀**

Marigny

Copinew en tête

Copinew est une société spécialisée dans le textile et l'objet personnalisé, accompagne la croissance de son chiffre d'affaires par un développement humain (des embauches à la production et au pôle commercial) et par un investissement dans son parc machines. L'acquisition d'une brodeuse 6 têtes, qui permet de faire grimper le nombre total de têtes à 22, permet de traiter des gros volumes, jusqu'à 5 000 pièces, ainsi que des réassorts de quelques pièces. Les ateliers de marquage (broderie, flocage, impression directe...) peuvent produire plus de 1000 pièces par jour, dont environ 30% sont liés à la sous-traitance. ◀

CONTACT

www.copibrod.com

Alençon

starTech Normandy se distingue

La formation Communication Web dispensée par le centre de formation starTech Normandy vient de recevoir le label « Grande Ecole du Numérique » délivré par le ministère de la modernisation de l'Etat. Le label récompense une formation numérique innovante, à la fois sur la manière dont elle est dispensée mais aussi sur la qualité et la pertinence de son contenu. La formation communication web dispensée par starTech Normandy répond parfaitement à tous ces critères. Elle s'adresse aux jeunes éloignés de l'emploi, âgés de moins de 26 ans et motivés par le numérique. ◀

CONTACTS

info@startechnormandy.com
02 33 80 87 50

Le Havre

Faciliter le commerce

La fluidité et la compétitivité dans le passage de la marchandise est la clé du commerce international. Permettre aux places portuaires et aéroportuaires ou aux chargeurs d'accroître leur performance, leur sécurité, leur capacité d'import et d'export de trafics, est un défi essentiel à relever. C'est pour y parvenir que la Douane, HAROPA, SOGET et l'ISEL ont décidé de créer TraFIS Lab, laboratoire de recherche appliquée pour la facilitation des échanges et le développement de la logistique numérique, qui vise à constituer la solution française de niveau international de la « trade facilitation 4.0 ». Plusieurs sujets seront abordés : la sécurisation des données, le big data, l'intelligence artificielle (notamment dans le cadre du Port Community System), les indicateurs de performance dynamique. TraFIS réfléchira également sur l'opportunité de créer un laboratoire consacré au conteneur et permettant de concevoir les scénarios de manutention, d'intelligence artificielle, de sûreté – sécurité, de traçabilité. ◀

CONTACTS

www.haropaports.com
www.douanes.gouv.fr
www.univ-lehavre.fr
www.soget.fr



Élargissez votre horizon !



Pour donner une nouvelle orientation à votre carrière ou à celle de vos collaborateurs, évoluer vers des fonctions d'encadrement, ou créer votre entreprise, TEM NORMANDIE vous propose des formations, en présentiel ou en e-learning, compatibles avec une activité professionnelle.

FORMATIONS DIPLOMANTES ET VAE*

EXECUTIVE MBA / RESPONSABLE MANAGEMENT OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE / MAÎTRES SPÉCIALISÉS - MSc / BACHELOR

* Formations reconnues au CPF

FORMATIONS CERTIFIANTES*

PASS' MANAGER / PASS' PILOTER UN CENTRE DE PROFIT / PASS' DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL / PASS' GESTIONNAIRE

FORMATIONS SUR MESURE

MANAGEMENT, GRH ET DÉVELOPPEMENT PERSONNEL / MARKETING, COMMUNICATION ET VENTE / GESTION, FINANCES ET COMPTABILITÉ / TOURISME, LOISIRS ET ÉVÉNEMENTIEL / SYSTÈMES D'INFORMATION

CONTACT

Marion ROUSSEL
Chargée de mission Formation Continue
rousseau@em-normandie.fr

em-normandie.fr



à la rencontre des **Entrepreneurs**

La Chapelle-Montligeon

Cuir en tête

Converti à l'artisanat du cuir, l'atelier d'Odile Bouet ramène aux gestes d'autrefois.



Le cuir est roi chez Odile Bouet.

Valeurs villageoises

« Une Basilique au milieu des champs » selon Odile Bouet quand elle en parle, rappelant les valeurs d'entraide mutua-listes et solidaires du Pôle original – mi-village d'artisans, mi-pépinière d'entreprises – fidèle à l'abbé Buguet. Projet porté par le Sanctuaire Notre-Dame de Montligeon depuis 2012 sur la friche industrielle de l'ex-imprimerie éponyme (10 000 m²), les Ateliers Buguet réunissent en 2017 une dizaine d'activités (menuiserie, blanchisserie, restauration, Web-infographie, une photographe, un brocanteur, une brasserie bientôt). Soutenus localement (la CCI Délégation Alençon, la CMA, Orne Développement), en 2014, les Ateliers étaient lauréats du Concours régional de l'Innovation, catégorie Innovation et Société. ◀

Aux professionnels, elle offre son profil d'artisan sellier, mais son savoir-faire le plus accessible couvre la maroquinerie, les accessoires mode, les bijoux en cuir. Dans son Atelier B'O Cuir au Village des Buguet, Odile Bouet conçoit, répare, recoud les bridons, les licols, les harnais, les bottes d'équitation, tout ce qui habille les chevaux et leurs cavalier(e)s « sauf les selles sur mesure ». Elle confectionne aussi des sacs à main, pochettes, portefeuilles, étuis et porte-clefs, customise à la carte les ceintures et ceinturons, « on choisit le cuir, la bouclerie, les finitions », crée et décline en couleur des bijoux en cuir de buffle ou taurillon, s'inspirant souvent du monde équestre comme une sacoche à rabat façon selle ou ce bracelet mors miniature. Et puis il y a les demandes insolites touchant la remise à neuf d'objets en cuir, une valise ancienne, un coussin de banquette, une boîte à chapeaux, le volant d'une voiture de collection. Ses matières premières sont à la hauteur, la créatrice se fournit chez des tanneries françaises de référence, « la première spécialiste de tannage végétal pour la sellerie, la deuxième dédiée aux cuirs haut de gamme ».

À savoir

Les 14-15-16 juillet prochains, l'atelier B'O Cuir sera sur le 1^{er} Festival des Métiers d'Art de Deauville, co-organisé par l'association Art et Verre et le Centre international de Deauville (CID).

Vingt ans en région parisienne comme secrétaire, une maison de vacances dans le Perche, puis l'envie de « vivre en Normandie, apprendre un autre métier » qui l'a fait s'installer à Corbon (2003). Une rencontre a déclenché la suite, « une ex-collègue sellière à domicile » découvrant ses réalisations, ce fut « une révélation ». Une semaine d'initiation au Haras du Pin ayant achevé de la convaincre, Odile Bouet n'a rien lâché pour concrétiser son projet. S'autofinanciant pendant 18 mois, elle a suivi un CAP sellier-harnacheur au Haras de La Roche-sur-Yon, s'est formée à la maroquinerie via l'AFPA, enchaînant avec un stage d'aide aux porteurs de projet grâce à Pôle Emploi. De là, plus tard, elle a bénéficié du Fonds de Garantie à l'initiative des Femmes (FGIF) et d'un prêt Initiative Orne, qui ont financé son aménagement au Village des Buguet.

L'esthétique du métier

Dès 2013, la créatrice s'était lancée comme auto-entrepreneuse, s'équipant « deux machines à coudre, des outils à main », exposant sur les salons régionaux, jusqu'à la proposition d'intégrer le Pôle artisanal de La Chapelle-Montligeon. Arrivée en mai 2014, elle a trouvé « le point de chute parfait » dans un environnement communautaire (son établi vient du menuisier voisin) à la croisée de Mortagne-au-Perche, Bellême, Nogent-le-Rotrou. ◀ I.P.

CONTACT

<https://m.facebook.com/ateliers.buguet>



Tourny

Simplement convivial

Un restaurant ouvre à Tourny et c'est le cœur d'un village du Vexin normand qui revit.

Le dimanche 16 octobre, le restaurant Le Lion d'Or ouvrait ses portes au centre de Tourny (922 habitants), aujourd'hui commune déléguée de Vexin-sur-Epte aux environs de Giverny. Une journée à marquer d'une pierre blanche puisqu'il s'agissait d'inaugurer un bâtiment hôtel-auberge entièrement rénové, après avoir été longtemps délaissé. « Le restaurant avait fermé en 2005 » précisent les nouveaux gérants, Sophie et Pierre Pin, qui se sont lancés dans l'aventure avec l'envie de rebondir ensemble en proposant « une cuisine simplement conviviale », guidés par la passion de Pierre pour les recettes de terroir.

Pari tenu ! Les fidèles ont vite afflué, qui viennent en famille déguster des plats « comme à la maison », assurés d'une carte « 100 % frais de saison ». Les portions sont généreuses, il y a des formules et des plats à l'ardoise qui changent selon les arrivages. Pierre aux fourneaux, Sophie assurant le service et le relayant dans le sucré-salé « fait maison », dressant les cafés gourmands, leur record est une tablée de 54 couverts. Depuis, le couple a embauché « deux jeunes de Tourny », et quand il repart dans le Sud lors d'un week-end, se retrouve au menu « gardienne de taureau, saumon à l'aïoli, soupe au pistou », le cuisinier maîtrisant aussi bien le bœuf cidré, feuilletés de pomme et camembert, « chez nous, le voyage est dans l'assiette ».

Cœur de village

Le renouveau du Lion d'Or a réinventé un lieu de vie au cœur du village, le projet glo-

bal de requalification comprenant une halle publique multi-usages, un lieu d'exposition, pour un marché fermier, les événements festifs, une maison médicale et son jardin-square. Un chantier BBC/HQE conduit par l'agence d'architecture MWAH (Vernon), « une réussite » s'enthousiasme Thomas Durand, maire délégué de Tourny, qui avait entamé la réflexion dès 2014. En amont, il a travaillé avec la CCI Portes de Normandie et Gîtes de France s'agissant des études de marché, d'où la transformation de l'hôtel en gîte touristique (15 lits). Déjà le couple repreneur s'était manifesté, séduit par la dy-

namique « Nous avons eu un coup de cœur à la première visite » raconte Sophie Pin. Mais ils ont attendu plus de deux ans avant d'entrer dans les murs, la reprise accompagnée par CCI Entreprendre. ◀ I.P.

CONTACTS

CCI Portes de Normandie

François Lambert

Conseiller aux entreprises du Tourisme
francois.lambert@normandie.cci.fr

<https://m.facebook.com/leliondortourny/>



50 ANS
Maison
Bonnaire

ÉVÉNEMENTIEL FOODTRUCK MICE MARIAGE

TRAITEUR – RÉCEPTIONS
ROUEN - PARIS - LE HAVRE - AMIENS
Avec vous, nous créons l'événement.

02 35 72 51 01
contact@bonnaire.fr
www.bonnaire.fr

Bonnaire
TRAITEUR

Cas d'école

En pratique, l'Établissement foncier de Normandie (EPF) a racheté les murs du Lion d'Or, le restaurant proposé en gérance et la partie gîte de groupe (« 15 lits en cours d'ameublement, opérationnels à la mi-avril ») laissée à la gestion de la mairie. Le chantier global (plus d'1 million d'euros) co-financé par l'État, la Région, le Département, Vexin-sur-Epte. Une boucherie est venue s'installer, il ne manque plus qu'un médecin à Tourny. ◀

Vernon

Il était trois fois

Créatrice pionnière, Delphine Dolidier a ouvert les premières micro-crèches euroises.

Comme dans les contes, elles vont par trois : depuis bientôt cinq ans, les micro-crèches Amstramgram/Les Collegram font le bonheur des plus petits (2 mois ½ jusqu'à 6 ans) et de leurs parents, accueillant « trois fois dix enfants par jour et simultanément ». Deux sont vernonnaises (les Amstramgram), la troisième est à Saint-Marcel (Les Collegram), chacune répondant à une quinzaine d'inscriptions. Un joli succès né « du bouche à oreille », évoque Delphine Dolidier, rappelant qu'en 2012, lorsqu'elle a ouvert Amstramgram à Vernon, route de Chambray,

« c'était la première micro-crèche privée euroise ». Elle en garde la fierté d'avoir satisfait « une offre non pourvue dans la ville où j'ai grandi », travaillant aujourd'hui en binôme avec sa directrice, Mathilde Corvaisier, éducatrice jeunes enfants diplômée d'État. « Nous avons la même sensibilité et la même énergie » définit la créatrice.

L'ensemble mobilise une équipe de trois fois trois professionnels agréés de la petite enfance, proposant un environnement tout confort, ludique et stimulant, 100 % sécurisé, et une approche d'éveil qui favorise l'au-

to-découverte, le bien-être individuel, où le dialogue avec la famille est privilégié.

Ici, pas de sieste à heure fixe ni de jeux imposés, « que l'enfant s'épanouisse à son rythme », on s'attachera sur-mesure à lui donner confiance en soi. Or les retours sont si positifs que de plus en plus, on choisit le réseau de Delphine Dolidier pour sa pédagogie originale, fondée sur les méthodes d'Emmi Pikler, célèbre pédiatre hongroise préconisant entre autres « la motricité libre, la verbalisation, la liberté d'activités ». Toutefois, le projet pédagogique est évolutif, faisant que la créatrice et sa directrice se forment régulièrement.

En complément, Delphine Dolidier a lancé il y a trois ans, à Vernon, à deux pas de l'école Maxime Marchand, une offre « Les Ateliers des Bastides » pour l'aide aux devoirs, des ateliers d'anglais pour les 3 à 10 ans, une chorale. Là encore, les demandes d'inscriptions montent en flèche, si bien que la créatrice est en recherche de locaux plus grands, visant de pouvoir accueillir et développer de nouvelles activités périscolaires. Enfin, un projet « Les Compétences d'Amstramgram » sur le Plateau de l'Espace, est programmé à l'horizon 2018.

Confiance en soi

Ex-juriste, Delphine Dolidier a mûri longtemps son projet d'entreprise, « un choix professionnel » affirme la créatrice, confiant sa sensibilité naturelle pour l'univers de la petite enfance. Travaillant avec la CAF, la Protection Maternelle Infantile (PMI) départementale, la Communauté d'Agglomération Seine Eure, la Ville de Vernon, elle avait finalement investi dans une maison avec jardin. Et dès la rentrée suivante, une 2^e structure Amstramgram avait vu le jour, Sente des Châteaux, puis de fil en aiguille, la proximité de l'école lui inspirait « Les Ateliers des Bastides ». Quant aux Collegram, sa 3^e micro-crèche à Saint-Marcel, elle l'a inaugurée en septembre 2016. **◀ I.P.**



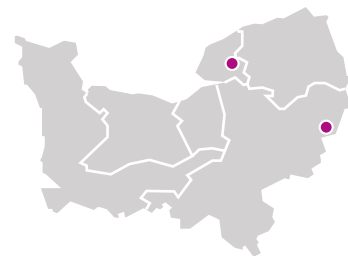
Un univers tout en douceur.

Paroles d'expériences

Soucieuse de bouger les lignes du métier, Delphine Dolidier vient de monter l'association « Petite enfance, des mots pour le dire » ouverte à tous les professionnels concernés par le « bien grandir en crèche ». Objectif : encourager les échanges et le partage d'expériences dans des rencontres aidant à « communiquer, transmettre, sensibiliser ». **◀**

CONTACT

<http://amstramgram190.vpweb.fr>



Bolbec

La Boutique du Jour J

Parce que le mariage est affaire de passion, il y a des boutiques comme Céline D'Al à Bolbec.

« **L**e mariage commence aux essayages », affirme celle qui, depuis quarante ans, habille de pied en cap, accessoirise et conseille les futurs mariés en Normandie, souvent prenant en charge une famille entière. Car dans la boutique Céline D'Al à Bolbec, on a « toujours vendu des robes de mariées », confirme Agnès Héricher. Elle y a débuté, « vendeuse en 1976 », avant de racheter le magasin (1990) pour en faire le « spécialiste régional des mariages, baptêmes et cérémonies ». Sa passion l'a si bien inspirée, qu'aujourd'hui, dans ce joyeux espace de 180 m², on trouve une mode « au quotidien » mais surtout des robes, des fracs et costumes de marié(e)s, des tenues de cortèges, le prêt-à-porter des cocktails et soirées, toute la gamme des accessoires. Voiles, jupons, chaussures, étoiles, du collier de perles au boléro en plumes de cygne, tout n'est que soie, satin, mousseline, dentelles, taffetas, organza. « Nous couvrons du 3 mois à la taille 60 » précise la propriétaire, entourée de trois vendeuses, une couturière, prouvant qu'ici, on maîtrise en virtuoses, l'univers du mariage.

Ainsi, en un clin d'œil, Agnès Héricher aura visualisé « la robe idéale » pour chaque fiancée franchissant son seuil. « Je fonctionne au coup de cœur », confie-t-elle, et sur place, de la coupe princesse au modèle vintage « bohème chic » en passant par une offre « outlet », il y en a pour toutes les envies à tous les budgets. De plus, elle a misé

sur l'écoute, la « vraie gentillesse » et le service individuel. Exemple, les essayages (illimités) et retouches sont gratuits, et s'il faut ajouter des broderies, des strass, des perles sur mesure, « chaque robe sortie de l'atelier est une pièce unique ». Les prestations possibles vont jusqu'à l'habillage en boutique, le Jour J. « Nous sommes ouverts 6 jours sur 7 » note Agnès Héricher, qui s'autorise à peine « quinze jours de vacances par an » et une escapade annuelle au salon Paris Bridal Fair, où elle sélectionne avec ses vendeuses les soixante robes de sa prochaine collection. Voilà pourquoi les marques se renouvellent au fil des saisons, tendances étrangères (Mori Lee, White One, MS Moda) ou haut-de-gamme français (Lambert Créations), certaines en exclusivité.

Bonnes adresses

Cela sans compter les bonnes adresses qui s'échangent, car au chapitre du dynamisme commercial, Agnès Héricher cumule les rôles. Présidente de l'Association du Mariage Bolbécais (AMB), elle organise - entre autres - un Salon du Mariage à



Le regard de la spécialiste
sur la robe de mariée.

Bolbec (soutenue par 50 prestataires et la Ville, la CCI Seine Estuaire délégation Fécamp-Bolbec partenaires), qui fêtera sa 27^e édition en 2017. Alors chez Céline D'Al, on sait recommander un réseau spécialiste du mariage « traiteur, DJ, fleuriste, photographe », l'équipe prête à planifier les rendez-vous chez le coiffeur, la manucure, etc. Résultat, chaque année, 200 mariages passent entre ses mains. ◀ I.P.

Défilés Show-Rooms

Pour en être co-organisatrice depuis l'origine (2012), Agnès Héricher et ses collections Céline D'Al sont également visibles lors du Salon du Mariage romain initié par la photographe Laëtitia Limare au Château de Gromesnil (défilés prêt-à-porter, lingerie, robes de mariées), à Saint-Romain-de-Colbosc. ◀

CONTACTS

CCI Seine Estuaire - Délégation Fécamp-Bolbec

Élise Lemarchand
Coordinatrice de l'animation commerciale Bolbec
et Gruchet-le-Valasse
02 32 84 47 56

elemarchand@seine-estuaire.cci.fr





« L'idée est de **créer le plus de visibilité possible** » >>>



Pour que tout le monde en parle

Un événement peut-il se suffire à lui-même ? Quand la Normandie célèbre le 70^e anniversaire du Débarquement, quand Rouen accueille l'Armada, quand Le Havre fête son demi-millénaire, le contenu est d'une telle ampleur et le théâtre d'une telle majesté qu'il n'est pas forcément besoin d'en rajouter pour que le succès soit au rendez-vous. Mais tout peut être sublimé par une intelligente utilisation des moyens numériques, qui permet un partage, une appropriation, qui font que ce qui se passe n'est pas réservé à quelques privilégiés. Et ce qui est vrai pour ces moments majeurs l'est encore plus pour un salon, une conférence, un séminaire, un gala.

Avant, pendant, après

Évidemment les réseaux sociaux s'invitent en force. L'interactivité est la règle d'or, chaque participant étant convié à s'exprimer sur Twitter ou à poster des photos sur Instagram. La présence de bornes interactives, d'applications mobiles spécifiques, de géolocalisation intérieure, voire de robots d'accueil, appuie cette digitalisation grimpante. L'idée est de créer le plus de visibilité possible, ce qui est renforcé par l'usage de la vidéo et plus particulièrement du streaming : Facebook live, Périscope ou Snapchat deviennent incontournables, et c'est encore mieux si l'image provient de drones. Et il n'est pas complètement chimérique d'imaginer une convention durant laquelle tout le monde sera équipé de casque de réalité virtuelle ou

augmentée, pour avoir accès à ses propres contenus. Dans ces évolutions du secteur de l'événementiel, la notion-clé, mise en avant par tous les spécialistes de l'événementiel, c'est faire vivre une expérience. Et rien de telle que l'immersion dans ces réalités, avec toute la nouveauté qu'elles représentent encore, pour marquer les esprits.

Un usage bien cadré des technologies permet d'atteindre le Graal de l'événement, le « avant, pendant et après », et de bien gérer ensuite l'utilisation des données recueillies, qui ne peut être négligée. Le lieu joue un rôle. On parle de plus en plus de lieux éphémères, agencés spécialement pour une occasion, qui renforcent le sentiment de l'appartenance unique à un moment privilégié, qui laisseront une trace dans l'imaginaire des visiteurs.

La campagne présidentielle a aussi démontré que l'usage de l'hologramme était désormais acquis. Ce qu'un meeting politique a pu mettre en place, un organisateur d'événement peut tout à fait le dupliquer. Ira-t-on jusqu'à des événements totalement virtuels, qui pourront être vécus à distance ? Pas forcément, car parmi les tendances fortes qui se dégagent pour les prochaines années, celle de la pause prend de l'ampleur : des instants de repos, de méditation, même de sieste, qui sont offerts pendant les événements, pour permettre à chacun de décrocher un peu, d'oublier les écrans, les datas, pour se ressourcer. L'important restant, finalement, que tout le monde en parle. ◀



“
Les gens
ont besoin
de se
rassembler
”

Interview

L'écran et l'humain

Raphaël de Léonardis, MTCA, spécialisé dans la communication audiovisuelle, évoque les grandes tendances du secteur.

Comment se porte MTCA ?

C'est très positif en termes d'activité, ce qui prouve que l'événementiel continue à bien fonctionner. Nous avons embauché, nous sommes présents physiquement à Caen (où nous venons de nous installer dans de nouveaux locaux), Le Havre et Rouen. Nous sommes dans une optique d'intégration des jeunes avec l'alternance, il y a des passionnés et des talents. C'est un métier qui fait vibrer les gens, même si les conditions pour l'exercer sont parfois exigeantes. Nous effectuons de plus en plus d'interventions à Paris, par exemple à la salle Pleyel, une belle référence. Par exemple en fin d'année dernière nous y avons réalisé la captation et la diffusion vidéo du sommet de l'Open Government Partnership, auquel une trentaine de chefs d'État ont participé.

Quelles sont les grandes tendances technologiques que vous voyez monter en puissance ?

Tout d'abord, il faut savoir que notre métier est très consommateur en investissement. Il faut disposer de la capacité technique et matérielle nécessaire pour être en mesure de répondre à la demande, ne pas être dans l'improvisation, jouer notre rôle d'architectes de l'événementiel. Cela ne veut pas dire que nous sautons les yeux fermés sur les nouveautés. Il est essentiel pour nous de tester, de maîtriser, de connaître la technologie avant d'investir, tout en gardant une cohérence dans notre parc machine. Ce qui fonctionne en ce moment, c'est la projection laser. Cela offre plus d'efficacité, plus de possibilités de positionner l'appareil



Affaires communes

Le bureau des congrès de Caen mise sur le collectif pour valoriser l'offre événementielle.

Rattaché à l'Office de Tourisme Communautaire de Caen la mer, le Bureau des Congrès Caen Normandie compte à ce jour plus de 70 partenaires (sites d'accueil, prestataires techniques, traiteurs, transporteurs, agences événementielles...). En fédérant ce réseau d'acteurs de l'offre événementielle à Caen et ses environs, il a pour rôle de valoriser « une destination encore trop peu connue dans sa diversité et la qualité de son offre et développer la destination affaires sur le territoire », précise sa présidente, Catherine Pradal-Chazarenc. Ainsi, une vidéo sur le Tourisme d'Affaires, conçue avec les partenaires, a été mise en ligne en novembre 2016.

Le bureau conseille et assiste les organisateurs, à titre gracieux, sur le choix des infrastructures disponibles et propose un large éventail de services et apporte des solutions

aux organisateurs d'événements. « Nous devons continuer à structurer l'offre pour aller chercher de nouveaux clients et faire connaître la destination, par exemple en listant et regroupant par thématiques toutes les activités que l'on peut proposer, afin d'offrir une réponse exhaustive et objective quels que soient les besoins », précise Catherine Pradal-Chazarenc. « Les partenaires ont vraiment envie de contribuer à développer l'attractivité du territoire, à promouvoir la destination et à structurer leur offre pour développer leur activité. Ils travaillent de plus en plus en réseau, développent des offres communes ». ◀

CONTACT

www.caen-normandie-congres.fr

dans toutes les directions, avec moins de puissance consommée. C'est une évolution technique qui s'inscrit dans une démarche d'économie d'énergie qui est de plus en plus recherchée dans les marchés de l'événementiel. L'empreinte carbone d'une manifestation est à prendre en compte. Par exemple, avoir des camions aux dernières normes est quelque chose d'indispensable. On nous demande aussi tout ce qui fonctionne à partir de batterie, de mats design, de technologies leds, d'appareils qui communiquent entre eux. Un éclairage bien conçu, qui dessine des ambiances, est un élément à ne surtout pas négliger.

Les écrans sont-ils partout ?

L'interactivité est très demandée. L'intervenant qui communique avec la salle, même si l'assistance est nombreuse, avec des questions – réponses, des quizz, cela permet de maintenir l'attention, de dynamiser les réunions. En règle générale, tout ce qui est digital est évidemment recherché, mais

les écrans ne font pas tout. Par exemple, la 3D qui avait fait une très forte percée il y a 4 ou 5 ans n'est plus vraiment en demande. Les drones font leur apparition, pour des nouvelles façons de filmer ou de photographier, dans des conditions assez strictes au niveau de la sécurité. On constate par contre qu'une attention particulière est de nouveau portée à la décoration, il faut des couleurs chaudes.

La technologie est-elle l'unique façon de réussir un événement ?

Tous les clients souhaitent la belle image, que le dirigeant soit bien entendu, bien éclairé, bien enregistré. Mais au-delà, les gens ont besoin de rassembler. Quand on monte un événement, c'est pour apporter un aspect humain, créer du lien entre les gens. Pour la convention d'une grande banque régionale à Rouen, nous avons proposé des projections sur 38 mètres avec 8 vidéoprojecteurs, puis la scène s'est levée et transformée en salle de cocktail et de soirée

dansante. C'est symptomatique du besoin d'avoir du festif (avec des chanteurs, des humoristes...) après les séances de travail.

Ce sont les gros événements qui sont les seuls qui vous motivent ?

C'est tout aussi intéressant de travailler sur des manifestations de moindre ampleur, dans l'associatif par exemple. Cela oblige à trouver d'autres solutions, c'est une façon de se remettre en question et de conserver l'esprit ouvert.

L'événementiel, c'est toute l'année ?

La saisonnalité reste classique : mars, juin, septembre-octobre, novembre-décembre sont les mois les plus actifs. Ce qui a beaucoup changé, ce sont les jours où se tiennent les événements : ils sont tous concentrés le mardi et le jeudi. Cela ne nous facilite pas la tâche, il faut être partout au même moment ! ◀

CONTACT
www.mtca.fr



Ensemble, réalisons votre événement professionnel au Kindarena.

PLUS DE 2000M² D'ESPACES RECEPTIFS

Salons modulables de 80 à 900 m²

pour vos cocktails, réunions, lancements de produits, séminaires, incentives, arbres de Noël, soirées VIP...








40 rue de Lillebonne 76000 Rouen
Charlotte GEORGET - commercial@kindarena.fr
Tel : 02 32 10 26 76 - Mob : 06 73 26 93 86
www.kindarena.fr



Enjeux



Un moment magique sur un ponton à Trouville, pour une grande société de cosmétique. L'art de rendre l'évènement différent.

Trouville

Savoir se détendre

Une bonne séance de travail et un bon moment de plaisir, c'est la recette pour un évènement d'entreprise réussi.

Connaissiez-vous le « bleisure » ? Cet affreux néologisme anglophone, mais il se veut l'expression d'une tendance forte, l'association entre le travail et les loisirs (business and pleasure). Autrement dit, donner à ses réunions, ses conventions, ses séminaires, ses évènements une nouvelle dimension en faisant sortir les participants du cadre habituel.

Flers

Tête d'affiche

Guérin Publicité sait varier les angles pour une communication audacieuse et souriante.

C'est ce qui s'appelle de la tradition familiale, ou alors le poids de la génétique... En 1794, on trouve trace à Flers d'Eugène Guérin, tambour et afficheur de la ville à la suite de son père. 223 ans plus tard, Olivier Guérin est à la tête de Guérin Publicité, avec son épouse Céline, après avoir repris l'entreprise familiale, et le métier d'afficheur est toujours le cœur d'activité. Les problématiques se sont modifiées au fil du temps. Aujourd'hui, afficher n'est pas si simple, la loi a sérieusement durci les conditions de pose, et il faut toutes les connaissances d'un spécialiste pour poser la bonne affiche au bon endroit. « Le 4x3 reste le média universel, accessible à tous », commente Olivier Guérin. « Nous avons créé une centrale d'achat, nous menons des campagnes pour nos clients, nous travaillons avec des agences, nous mettons tout cela en musique ». Le dynamisme commercial et économique de Flers permet aux couleurs noires et vertes de Guérin d'être bien positionnées, tout autant qu'à Condé-sur-Noireau ou La Ferté-Macé,

et partout en Normandie, notamment pour des festivals, des moments culturels comme ceux de Beauregard, Briouze ou Saint-Lô. Guérin a su se diversifier sur le panneau vidéo, « qui apporte beaucoup de souplesse et de modernisme aux communications ».

Savoir bousculer

« Ce socle nous permet de développer d'autres activités », souligne Céline. Dans toutes les interventions de Guérin Publicité dans l'évènement, un principe est mis en avant : savoir s'amuser. Qu'il s'agisse de résoudre des problématiques techniques pour monter un stand, de trouver le moyen d'animer une convention, de repenser l'agencement d'un site, « nous aimons bien provoquer et bousculer ». Pour l'inauguration des Bains Douches Numériques de Flers, leur installation d'un surf avec un masque de réalité virtuelle et un ventilateur propulsant des embruns, ont constitué un moment fort et festif. « Les gens aiment les choses simples, finalement », commente Olivier, qui se souvient du jeu de l'oie au Mémorial de

Caen ou du puzzle géant pour une soirée EDF. « Nous sommes sollicités sur plusieurs domaines, et nous aimons travailler avec des agences de communication et des artisans locaux », souligne-t-il.

On retrouve ce côté simple et souriant dans ce triporteur Lambretta des années 1950 qu'ils ont mis à disposition de Flers Agglo, avec un petit stand de 12 m² qui se déploie en quelques minutes, une façon très efficace et sans complexification de se lancer dans le street marketing.

La prochaine étape de la longue aventure de la famille Guérin sera un nouvel emplacement dans les anciens Restos du Cœur, à côté du futur pôle de musiques actuelles du Pays du Bocage. Olivier et Céline voudront lui donner un style Brooklyn, eux qui sont amoureux de New York. Une chose est sûre, l'inauguration vaudra le coup d'être vécue. ◀

CONTACT

www.guerin-publicite.com

C'est la spécialité de Cathie Anne Deshayes et Stéphanie Fournier, au sein de leur agence « Normandy DMC / Recevoir en Normandie ». « Nous accompagnons les entreprises en leur proposant des programmes d'activité, d'animation », résumant-elles. Leur rôle, trouver les idées, les adapter à leur public, et les mettre en œuvre. « Nous faisons plusieurs propositions selon les participants, les secteurs d'activité, les objectifs. Certains veulent bouger, d'autres qui privilégient les visites culturelles ou préfèrent s'amuser simplement. Et s'il y en a qui ne veulent que travailler, on leur trouve les bons endroits pour le faire ».

Appuyée sur un réseau complet de partenaires (en premier lieu toute la gamme des hôtels) et de prestataires, connaissant parfaitement la Normandie (mais en étant tout aussi capables de délocaliser leurs prestations), à l'affût des idées nouvelles et des

tendances à la mode, elles se sont constituées au fil des années un impressionnant catalogue d'activités. « Les entreprises sont surprises, interpellées. On leur apporte des moments privilégiés. Nous sommes des marchands de bonheur », sourit Cathie Anne.

Régler les problèmes

Parmi les produits qui marchent, les « Escape Rooms », qui constituent en fait un vrai travail de cohésion d'équipe, où la solution ne sera pas apportée par une seule personne, mais par tout le monde. La marque normande étant très appréciée de la nombreuse clientèle parisienne de l'agence, un moment de traite de vache et de dégustation de fromages à l'aveugle rencontre un vif succès. Et puis il peut y avoir des demandes plus surprenantes comme ce séminaire sous la tente, à la mode hippie, ou encore cette problématique généra-

tionnelle dans une entreprise, abordée via « la parenthèse enchantée ». Et pour que tout se passe bien, les équipes de Normandy DMC se mettent en quatre : « il n'y a pas de place à l'improvisation. Nous sommes sur place, on encadre, on règle les problèmes. Un événement réussi est constitué de nombreux rouages qui peuvent à tout moment se bloquer, mais nous savons faire face en privilégiant le sourire, les échanges, les relations humaines ».

Ce que Recevoir en Normandie souhaiterait désormais, c'est travailler plus souvent avec des entreprises régionales, car « le besoin de se retrouver, de se ressourcer est le même pour tout le monde ». ◀

CONTACT

<http://www.normandydmc.com>

DEAUVILLE
43^e FESTIVAL DU CINÉMA AMÉRICAIN
DU 1^{er} AU 10 SEPTEMBRE 2017

Pass Vip À PARTIR DE 159€*

Rassemblez et valorisez vos clients prospects....
Récompensez et fédérez vos collaborateurs....
Vivez une expérience unique en participant à la
43^e Édition du Festival du Cinéma Américain.

➤ PRECIOUS MOMENT
FOR ALL CINEMA LOVERS

Centre International Deauville - Les Planches - 14 800 Deauville
commercial@deauville-cogres.com - 02 31 14 14 13
www.festival-deauville.com

*Prix indicatif, hors taxes, selon catégorie de pass et selon le nombre de personnes. Les prix sont susceptibles d'être modifiés sans préavis. Les places sont limitées et peuvent être vendues séparément.



initiatives, **Innovations**, tendances

Granville

Une saine agitation



Magalie et Bérangère veulent faire rayonner les entreprises.

« CASSER LES CLICHÉS »

de talent », c'est la base de ce que les deux amies font, chacune dans son domaine : « On s'enrichit l'une de l'autre, chacune sait ce qu'elle a à faire, et on fonctionne dans la critique constructive ». Magalie, tournée vers la stratégie de communication, les relations presse, la production, Bérangère naviguant dans les eaux du marketing et de la stratégie commerciale. Des grandes notions qui, sur le papier, peuvent refroidir, voire inquiéter.

« Pas du tout », répondent-elles. « Nous voulons casser les clichés sur ces activités. Bien calibrées, bien adaptées, bien pensées, elles sont à la portée de tous et s'avèrent toujours pertinentes ». Surtout quand les Agitées apportent leur touche, faite d'un professionnalisme certain, construit au travers d'expériences passées, de réactivité, d'empathie, de sympathie. D'une création graphique à la création d'un événement, du site internet à une stratégie marketing complète, elles entendent démontrer par l'exemple que la comm', c'est utile, et qu'il n'y a pas de petit sujet. Elles apportent un côté design qui manque souvent, l'aspect intelligemment décalé qui est au cœur de leur personnalité, dont on peut percevoir la réalité sur leurs comptes Facebook et Twitter. Elles savent où elles veulent aller, prévoyant pour cette première année d'exercice de développer « un pas après l'autre », leur portefeuille, histoire de « se faire connaître, mettre nos idées en application, s'installer dans le paysage ». Elles iront ensuite un peu plus loin dans l'accompagnement des entreprises, avant, d'ici deux ans de recruter en contrat pro. Agitées, sûrement. Raisonables et passionnées, aussi. ◀

Comment renouveler la communication des PME et TPE normandes ? Les Agitées du Bocage ont des idées claires sur le sujet.

Si un nom peut définir un succès, Magalie Lelièvre et Bérangère Leroux ont frappé fort. « Agitées du Bocage », voilà qui constitue au moins le témoignage d'une authentique créativité, avec ce qu'il faut de subtilité entre humour et référence normande. La façon dont elles l'ont trouvé en dit tout aussi long sur la solidité de leur démarche. Elles ont consulté leurs relations Facebook pour définir des images de la Normandie, elles ont consulté des entreprises, et une fois les clichés sur le fromage, la pluie et les vaches éliminés, elles ont trouvé la notion de bocage. Le jeu de mot s'est ensuite imposé. « Nous voulions que le nom interpelle », commentent les « bérangalie », puisqu'elles sont ainsi parfois surnommées. Pari réussi,

la jeune agence de communication pouvait ensuite se parer de jaune – orangé et se lancer dans l'aventure.

Cette démarche collaborative fut expérimentée avec la création. « Nous avons rencontré une dizaine d'entreprises locales pour savoir ce dont elles ont besoin ». Ce fut appuyé par un questionnaire internet, par lequel elles ont pu constater notamment que les dirigeants ne font pas appel aux compétences locales. Pour compléter la mise à feu, le soutien de la CCI et de ses formations « fut d'un excellent apport ».

Casser les clichés

Communiquer, donc, porté par « la passion de travailler pour les TPE et PME d'ici, de mettre en valeur cette étonnante somme

CONTACTS

eric.bouzenard@normandie.cci.fr

www.agiteesdubocage.com



PARC DES EXPOSITIONS DE ROUEN



1^{er} Pôle événementiel de Normandie

22 000 m²
couverts et entièrement
modulables, répartis
sur **7 halls** et **3 entrées**

1 espace conférences
de **1 000 m²**
(350 places en gradin
pouvant être complétées
par un parterre de chaises,
soit 700 places possibles)

2 salles
de conférences
4 salles
de réunion

20 000 m²
d'espaces extérieurs
situés au centre
du parc

4 000 places
de parking
gratuit

LES SERVICES DE ROUEN EXPO ÉVÉNEMENTS

- Conseil en organisation
- Gestion de votre manifestation
- Régie technique de votre événement
- Communication
- Gestion de l'hébergement
- Restauration
- Calcul de performances



Demandez notre plaquette complète
auprès de Stéphanie CHARNY
Tél. : 33 (0) 2 35 18 28 39
stephanie.charny@rouen-expo.com

Visitez le Parc en vision panoramique
www.parcexporouen.com



Normandie

Le nautisme hisse la grand-voile

La Filière Nautique Normande repense une discipline en pleine mutation.

C'est un peu un paradoxe. À Düsseldorf, dans l'industrielle Ruhr, loin de toute mer, se tient le plus grand salon nautique européen qui s'est déroulé en début d'année. Pour la première fois, la Filière Nautique Normande (F2N) a organisé une mission collective. Six entreprises exposantes, huit autres en phase de découverte et deux ports de plaisance (Port Chanterey et Dielette) étaient présents au sein d'un espace régional pour présenter leur offre aux 230 000 visiteurs venus du monde entier. Un coup d'essai qui fut une réussite, qui a permis de montrer le sérieux et le professionnalisme des membres de la F2N auprès de leurs clients actuels, mais aussi de se faire connaître auprès de nouveaux, par exemple les Russes, Tchèques ou Polonais, très présents en Allemagne.

Ce type d'initiative fait partie des axes de travail de la filière, créé en 2008 par un groupe d'entreprises cherbourgeoises, qui compte désormais une centaine d'adhérents, représentant 1 200 emplois et 110 M€ de chiffre d'affaires, et qui parle export et innovation au quotidien. Si le « Boot Düsseldorf » est une référence,

la Normandie ne veut pas être en reste. Promouvoir l'image maritime de la région, F2N prévoit d'organiser en 2018 un « salon de la mer » qui regroupera toutes les composantes du secteur, le nautisme bien sûr, mais aussi la pêche, l'énergie, la gastronomie, l'écologie, etc. « Un événement de cette ampleur n'existe pas en France », rappelle Laurent Gaudet, secrétaire général de la filière.

Répondre par l'usage

Cette volonté de bouger, de faire en sorte que la Normandie s'approprie plus et mieux son littoral, se retrouve dans les réflexions menées autour des nouveaux usages du nautisme. Le premier degré d'action est celui d'une « stratégie d'influence » pour obtenir plus d'aménagements dans les ports, accueillir plus de bateaux. « Toutes les régions littorales ont fait de considérables efforts en la matière », constate Laurent Gaudet, citant les 2 250 anneaux bretons ajoutés depuis trois ans, les 1 300 à La Rochelle l'an dernier, comparativement aux 600 cumulés en Normandie depuis une quinzaine d'années. « Nous perdons du business. Il faut veiller à ne pas accumuler encore plus de retard », avertit-il. Pour



© Orléa Ingénierie

Le chiffre

5,5 %

Avec plus de 11 600 places à flot dans ses 23 ports de plaisance, la Normandie représente 5,5 % de la capacité nationale.

compenser, la Normandie doit miser sur ce qu'elle sait faire de mieux : innover. « La réponse, c'est l'usage », explique Vincent Lebailly, l'un des vice-présidents de F2N. Comme d'autres, le nautisme est lui aussi confronté à l'uberisation ou au « batolib ».

Cap sur l'innovation

Pour se convaincre de l'esprit innovant qui règne chez les professionnels du nautisme normand, il suffit d'évoquer le travail du président de la filière, Antoine Brugidou (Iguana Yachts, Bréhal) qui a mis au point un bateau amphibie, qui peut évoluer sur terre grâce à une paire de chenilles, et qui connaît un fort retentissement au Moyen-Orient et en Amérique du Nord, à tel point qu'il planche déjà sur des modèles encore plus spacieux et luxueux. En parcourant le littoral normand, on tombe sur de véritables champions, comme ACG (Tinchebray), dont le système automatisé de mise à l'eau de bateau implanté à Lorient est unique au monde, et qui a également imaginé un

ascenseur très innovant dans le port de Dieppe. La poulie communicante de Karver (Honfleur) équipe la crème de la crème de la voile internationale, les bateaux de la coupe de l'America. On peut citer encore Oleosystem (Caen) et sa double quille pendulaire ou le logiciel « Dessine-moi un bateau », développé par Vincent Lebailly Yacht Design, en collaboration avec Plug N'Work, qui permet de configurer entièrement son navire. L'avenir étant au bateau connecté, Grand Large Yachting présentera un modèle le 11 mai, à l'occasion d'une rencontre autour de l'économie nautique et de l'économie numérique organisée par F2N. ◀



Une vue d'artiste de la future base mer, qui pourrait révolutionner le nautisme.

Il convient de penser une nouvelle pratique. La demande est celle de bateaux faciles à piloter, « prêts à naviguer », ne nécessitant pas d'entretien, avec beaucoup d'automatisme, interconnectés, disposant d'espaces, des volumes, et de procédures de prises en charge très simplifiées, pouvant bénéficier d'un système de location.

Mais les Normands veulent aller plus loin que ces nouveaux modèles. Pour l'expliquer, Vincent Lebailly invite à chausser des lunettes de réalité virtuelle. Apparaît alors un bâtiment posé sur l'eau, des pontons où sont amarrés des voiliers, ce qu'il appelle une « base mer ». « C'est un projet d'îles artificielles installées à 3 kilomètres des plages, donc facilement atteignables avec un petit catamaran, qui disposent d'équipements de loisirs, de restauration, d'hôtellerie, des services pour y passer quelques heures. Cela permet de créer un

objectif à la promenade, ce que les plaisanciers recherchent. On pourrait imaginer des bateaux-taxis pour encore plus de circulation. Le projet n'est certes que virtuel, mais un gros travail d'études techniques, juridiques, commerciales, financières est en cours. On sait déjà qu'elles ne subiront pas l'effet de la houle, ou qu'elles seront exemplaires dans leur consommation d'énergie (éoliennes, panneaux solaires) et d'eau. Le projet pourrait voir le jour dans les deux ou trois prochaines années. « Nous avons tout pour monter un prototype dans la région », estime Vincent Lebailly, qui imagine pouvoir ensuite le dupliquer en France et dans le monde, parce qu'il permet tout simplement de « retrouver le plaisir d'être en mer » et de « renouveler l'attractivité littorale ». ◀

CONTACT
www.f2n.fr

NOUVELLE GAMME FIAT PROFESSIONAL.

LE TRAVAIL NE S'ARRÊTE JAMAIS.

A PARTIR DE SEULEMENT
125€ HT/MOIS⁽¹⁾
ENTRETIEN, GARANTIE,
VÉHICULE DE REMPLACEMENT
ET ASSISTANCE INCLUS.

FIATPROFESSIONAL.FR

JUSQU'À
5 ANS
DE GARANTIE

SURÉQUIPÉE AVEC 3 ANS D'ENTRETIEN, VÉHICULE DE REMPLACEMENT ET ASSISTANCE 24/24 INCLUS
CLIMATISATION - RÉGULATEUR DE VITESSE⁽²⁾ - TÉLÉPHONIE MAINS-LIBRES BLUETOOTH® - RADAR DE RECU
L - RADIO MP3 AVEC PORT USB ET COMMANDES AU VOLANT

(1) Détails et conditions disponibles sur www.fiatprofessional.fr. Offre non cumulable réservée aux professionnels (travaux, administrations et clients Grands Comptes) pour toute commande d'un Fiorino, Fourgon, Talisman passée jusqu'au 31/04/2017 auprès de votre distributeur agréé Fiat Professional participant. Dans la limite des stocks disponibles. Sous réserve d'acceptation de votre dossier par FCA Leasing France - 347 499 126 RCS Versailles. (2) Sur motorisations 1.3 Multijet. **PROFESSIONNELS COMME VOUS**

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 25 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

GRUPE MARZENAT

Évreux

Porteur d'émulation

Unique en France, CCI LinkHub Normandie permet aux grandes entreprises d'accueillir des start-up dans leurs locaux.

« **L**es grandes entreprises et les start-up évoluent dans des univers parallèles. Il est nécessaire de créer des ponts pour les rapprocher ». Michael Baillie, responsable atelier prototype d'Aptar a parfaitement défini toute l'utilité de CCI LinkHub, lancé par la CCI Portes de Normandie. Il s'agit de créer, dans les entreprises, des pépinières accueillant des start-up. « C'est en constatant le succès de Smart'Up au sein de la Base aérienne 105 que mon prédécesseur, Gilles Treuil, a eu l'idée de prolonger l'expérience. Ce concept unique en France va permettre de construire ensemble des projets, du business, de l'emploi, de favoriser la création et le développement, de repérer des talents », relève le président de la CCI Portes de Normandie, Éric Rouet. CCI LinkHub, qui sera animé par les experts de la CCI, sera la preuve par l'exemple de la fertilisation croisée. Les start-up bénéficieront de soutien technique, des moyens, du savoir-faire de leurs hôtes, qui pourront s'inspirer de leur créativité et leur agilité. « Cela va créer une mixité, une émulation, nous permettront de voir les sujets selon un nouveau prisme », prévoit Michael Baillie. « C'est l'opportunité de repousser les limites de l'innovation », remarque Fabien Debaud, directeur du centre de recherche Cerdato d'Arkema. « On a besoin de regards extérieurs », confirme



Les partenaires à l'initiative de CCI LinkHub.

Pierre-Jean Leduc, président de Dedienne Multiplasturgy group.

« Il a fallu convaincre », reconnaît Éric Rouet. Le témoignage de Fabien Debaud, l'atteste : « J'étais réticent au début. On manque de place, mais surtout je m'interrogeais sur les questions de sûreté et de confidentialité. Mais quand on m'a expliqué que l'armée accueillait des start-up, j'ai vite été convaincu que ces points étaient tout à fait gérables ! ».

Un enjeu majeur

Et si des questionnements surviennent encore, la BA 105 peut confirmer que le concept fonctionne. « En hébergeant des start-up, nous avons développé les échan-

« REPOUSSER LES LIMITES DE L'INNOVATION »

ges de cultures, de connaissances, d'expérience », confie le colonel Vincent Breton, commandant de la base. La prochaine étape qu'il imagine sera de confier aux jeunes pousses des marchés, des projets concrets, des prototypes, des développements d'applications.

Le concept est appelé à se développer dans toute la France. L'armée s'en est emparée, ouvrant un campus d'expertise au sein du site de la direction du renseignement militaire à Creil. Le président de la CCI Normandie, Vianney de Chalus, veut que l'exemple se propage en Normandie et en France : c'est un enjeu majeur que celui de faire pénétrer le monde de l'économie collaborative et connectée de demain aux entreprises classiques. CCI LinkHub est un outil idéal pour relever des défis ».

Les partenaires sont désormais à la recherche des start-up désirant vivre cette expérience unique qui ne peut être que bénéfique à leur évolution. ◀

Les premières entreprises adhérentes à la communauté CCI LinkHub :

Adiamix – Diam Group (découpe et emboutissage de pièces techniques industrielles); Alpha Direct Services – Rakuten (logistique de la vente par correspondance); Aptar (systèmes de distribution); Arkema (chimie); la Base aérienne 105; Bernay Automation (distribution de composants); CNPP (prévention et maîtrise des risques), Data One (édition de documents transactionnels); Groupe Dedienne (conception et fabrication de pièces et sous-ensemble plastiques et composites); Duhamel Logistique (logistique); GSK (pharmacie); Groupe Treuil (menuiserie – agencement).

Les partenaires publics : Département de l'Eure, Département de l'Orne, Communauté Urbaine d'Alençon, Evreux Portes de Normandie, Seine Normandie Agglomération, Agglomération Seine-Eure, Medef Eure, FFB, UIMM Eure, Bpifrance, Région Normandie. ◀

CONTACTS

Morgane Le Goff : 06 81 77 56 92

Fabien Meniszez : 06 37 87 50 23

ccilinkhub@normandie.cci.fr

www.ccilinkhub.com



Deauville

Le sens du partage

La start-up Wombee se sent pousser des ailes avec un nouveau visage, des nouveaux partenaires et de nouvelles ambitions.

Un salon d'un grand hôtel de luxe parisien, entre tour Eiffel et Arc de Triomphe. Dans cette ambiance feutrée et prestigieuse, les murs portent des messages détonants comme « boire un bon café seul rend con » ou « faire du sport seul fait grossir ». C'est que les équipes de Wombee ont investi les lieux pour présenter leur nouvelle application et la campagne de communication qui l'accompagne. Ces affiches se retrouveront dans l'ensemble des hôtels partenaires de l'application qui permet aux personnes fréquentant un même établissement de se rencontrer, autour de centres d'intérêts communs, de partage d'activités, de bons plans... « La convivialité est une valeur en hausse », assure Hélène Bégard, co-fondatrice de la start-up, forte désormais de sept salariés. « C'est le moment pour nous d'aller plus loin, après deux années de travail qui ont prouvé la validité de notre idée de départ », appuie l'autre fondateur, Rodolphe

Bégard. Le Wombee 2.0, qui lorgne déjà vers l'international, apporte de nouvelles fonctionnalités comme la géolocalisation ou la messagerie privée ou générale, dans une navigation plus ergonomique et des finitions plus souriantes.

Tour de France

Pour populariser cette nouvelle offre auprès des professionnels, Rodolphe a parcouru 7 300 km et rencontré 120 hôteliers dans 30 villes.

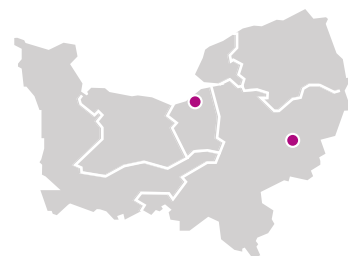
Tout bon Tour de France doit s'achever à Paris, pour toucher une cible renouvelée et plus vaste. Un travail qui a commencé au salon Equiphôtel. Wombee y a attiré l'attention de plusieurs groupes, dont Odalys, qui lui ouvrira ses appart'hôtels et ses résidences étudiantes, ou encore Privilodges, lui aussi spécialisé dans l'hébergement étudiant. « Ce sont ces marchés sur lesquels nous voulons être positionnés, pour déve-

lopper notre communauté », confie Hélène Bégard.

Wombee a également réussi à séduire un grand nom de l'hôtellerie, Pierre Esnée, dont le groupe SD2P gère une centaine d'hôtels du 2 aux 5 étoiles, en France et à l'étranger. Ce professionnel averti, originaire de Bayeux, a choisi d'investir dans la start-up : « L'idée est séduisante. J'aime le développement. Nos métiers doivent évoluer avec le digital. L'offre de Wombee n'existait pas, elle correspond aux attentes d'une certaine catégorie de clientèle ». Outre son apport financier, Pierre Esnée apporte aussi sa vision des choses : « On échange, je donne mon expertise. Nous avons mis l'application en test dans certains de nos hôtels ». Un soutien de haut niveau qui conforte Rodolphe et Hélène dans leur stratégie. ◀

CONTACT

www.wombee.com



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



EXPERT-COMPTABLE, PARTENAIRE OFFICIEL DE LA RÉUSSITE.

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

initiatives, **Innovations**, tendances

Caen / Saint-Georges-du-Vièvre

L'excellence logistique

La maîtrise de la chaîne logistique est un élément stratégique majeur. BDM Conseil aide les entreprises à fixer le bon cap.



Une équipe au service de la logistique.

La Normandie s'est emparée depuis longtemps de la question logistique. Elle a su en faire un atout de développement et de compétitivité. Il reste toutefois encore du chemin à accomplir pour qu'elle soit pleinement comprise et utilisée, notamment chez les PME. « On a beaucoup avancé sur la production et la fabrication, moins sur la gestion des flux, la chasse aux blocages. Or, savoir distribuer, c'est ce qui fait la différence, c'est le levier de l'excellence opérationnelle ». Si Julien Mahieu peut porter ce jugement, c'est qu'il connaît parfaitement les rouages de la logistique. Il a créé en 2014 avec Anthony Dumaine et Tony Bansard BDM Conseil, expert en « supply chain ». Les trois fondateurs avaient eu l'occasion d'exercer leurs talents au sein du service

logistique de Renault Trucks. « On sentait qu'il existait dans de nombreux secteurs un vrai besoin de compétences métiers dans ce domaine, que les entreprises cherchent les bons outils, les bonnes stratégies », racontent-ils. Il n'en fallait pas plus pour se lancer, avec d'entrée un gros marché de gestion logistique chez PSA, pour les projets 3008 et 5008. Ce fut une excellente façon de tester leur savoir-faire, leur approche (« l'implication, la proximité, la disponibilité ») et de se faire connaître. Depuis, le carnet de commandes s'est bien rempli, avec des contrats auprès d'Axione (filiale de Bouygues Énergies et Services), PSA, Renault, ou encore des interventions autour du LEAN Management chez Linvest (Orne) et Duhamel Logistique (Eure). « Quand nous arrivons chez un client, notre

« UN VRAI BESOIN DE
COMPÉTENCES MÉTIERS »

objectif est d'apporter de l'optimisation. », explique Julien Mahieu.

La force des réseaux

L'offre de service s'est bâtie autour de trois domaines : la logistique stratégique, la logistique opérationnelle, le packaging et l'équipement logistique. Elle permet d'aborder le spectre complet de la question, de la conception de schémas au pilotage de projets industriels.

La réussite venant, ils se sont adjoint les services d'un apprenti, et développé une partie formation en entreprise, très axée sur les jeux pédagogiques, moyen idéal de faire comprendre les enjeux d'un sujet qui peut s'avérer assez complexe. Souhaitant poursuivre leur évolution, ils cherchent à se positionner dans de nouveaux secteurs d'activité, comme l'agroalimentaire.

Pour porter leur croissance, les dirigeants de BDM Conseil ont choisi de miser sur les réseaux d'entreprises. Ils sont membres, en toute logique, de la filière LSN, du pôle de compétitivité Nov@log, du Club logistique achats et packaging d'Évreux, rejoindront bientôt l'AREA. Ils ont adhéré à ProdUteam, l'association d'entreprises de la pépinière Plug N'Work et du territoire caennais, où s'échangent les bons conseils et les contacts efficaces. ◀

CONTACTS

francois-xavier.guene@normandie.cci.fr

www.bdm-conseil.fr





Rouen

Les bons contes

Avec « Les contes de la clairière », Valérie Adler donne des clés pour mieux aborder le développement personnel.

personnel. Mais, portée par son imagination et son goût de l'écriture, elle a voulu emprunter un sentier novateur, proposer une autre vision pour être mieux entendue. Et c'est vers le conte qu'elle s'est tournée. « Il permet d'utiliser la symbolique pour faire passer les messages », explique-t-elle.

Amusant bestiaire

C'est ainsi que sont nés « Les contes de la clairière » (les éditions Zigzag), huit petites histoires qui mettent en scène trois enfants, Claire, Archibald et Constance, qui au fil de leurs pérégrinations dans une forêt, se trouvent confrontés à toutes sortes de rencontres insolites avec des animaux et des végétaux qui parlent. Des fleurs qui se disputent, une grenouille qui regrette l'image

qu'on a d'elle, un chat médiateur, un castor bien hargneux, c'est tout un amusant bestiaire qui défile.

L'idée est bien sûr, à travers l'imaginaire, de tirer des conclusions pouvant s'adapter à la vie des êtres humains et de leurs sociétés. Le conte, faussement naïf, se fait déclencheur de problématiques et apporteur de solutions. Un épilogue de quelques lignes permet ainsi d'apporter un éclairage aux histoires. Elles sont illustrées par le crayon de l'illustrateur rouennais Éric Hélot, dont le dessin donne encore plus de plaisir à la lecture. ◀

CONTACTS

www.agencezigzag.fr
www.evolaction.com



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

 **EXPERT-COMPTABLE, PARTENAIRE OFFICIEL DE LA RÉUSSITE.**

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

photos : Shutterstock © Goodiuz

Touques

Passion verte

Unique en France, le Lawn Tennis Club de Deauville s'ouvre aux sportifs et aux entreprises.

Faire pousser du gazon en Normandie n'a rien d'exceptionnel. Mais en faire un club de tennis relève de l'inédit. Grégory Brussot et Martin Besançon y sont parvenus, réalisant ainsi un vieux rêve.

Les deux amis aujourd'hui solidement classés à 15/1 – 15/2, tapent la balle depuis l'âge de six ans, et, en grandissant sur les courts, ont voulu jouer sur l'herbe anglaise. « Le gazon, c'est la surface historique du tennis, celle du plus grand tournoi du monde... C'est une expérience sensorielle, la technique, l'odeur, le son, la vue... », déclame Grégory Brussot, qui se souvient des étoiles qu'il avait dans les yeux en suivant le mythique Borg – McEnroe de 1980. Mais du tennis sur gazon, en France, cela n'existe pas. Et pour jouer en Angleterre, il faut être membre d'un club, ce qui relève de la mission impossible. L'envie aurait pu se transformer en frustration. Elle devint une entreprise. Grégory et

Martin avaient chacun de leur côté monté leur société, l'un dans le marketing sportif, l'autre dans la communication. Il a toutefois fallu 10 ans pour arriver à ses fins : pour commencer, vaincre une certaine défiance des Britanniques, pas forcément enclins à délivrer leurs secrets. Effectuer les études techniques sur les sols. Trouver l'emplacement. Financer le tout, à hauteur de 4,5 M€, avec l'appui de l'ensemble des collectivités (mairies de Deauville et Trouville, Intercommunalité, Département, Région, CCI) et six investisseurs privés pour boucler le tour de table.

Séduire les entreprises

Une fois le projet lancé (onze courts sont disponibles, trois restent à construire), les deux partenaires ont communiqué auprès du grand monde du tennis français. La Fédération s'est aussitôt montrée intéressée, envoyant ses espoirs préparer la saison sur gazon, et gardant dans un coin de sa

tête l'idée de faire jouer un jour un tour de Coupe Davis sur cette surface qui limite la puissance des joueurs de terre battue. Les licenciés ont été approchés : 2 000 d'entre eux sont venus découvrir l'herbe normande l'an passé, de Pâques à la Toussaint, un chiffre un peu en deçà des prévisions. « Nous avons retravaillé notre offre, nos prix, notre communication. Le produit est bon, et attirer à l'année 10 000 joueurs, soit 0,35 % des pratiquants en France, ce n'est pas un objectif déraisonnable ». La tenue de cinq tournois cette année, dont un calibré de haut niveau (avec l'ambition à terme de s'inscrire dans le circuit ATP), devrait contribuer à placer Deauville sur la carte du tennis français.

« LA SURFACE HISTORIQUE DU TENNIS »

Pour faire vivre la structure (qui comprend huit personnes, dont deux jardiniers), le tennis ne sera pas le seul angle d'attaque. L'autre, c'est le club-house, parfait pour l'événement professionnel. Lancer des produits, organiser des séminaires, monter des réunions, le site est idéal pour « passer une journée au vert » et profiter de la qualité du restaurant. Leur expérience donne à Grégory et Martin de multiples idées pour séduire les entreprises. Ils ont proposé des challenges tennis, adaptés à tous les niveaux, ainsi que des retransmissions de grands matches sur écran géant, des soirées œnologiques. Ils prévoient de créer un club destiné aux dirigeants cherchant à faire du sport : un peu de préparation physique le vendredi et du tennis le samedi. « Nous voulons développer une multitude d'offres », explique Grégory Brussot, citant les soirées en anglais (Wimbledon oblige) ou les synergies avec les clubs voisins. ◀



Deux partenaires qui montent au filet.

CONTACT

www.ltcn.fr



Le Trait

Épreuve de force

Les barres et poids Pallini font le bonheur des sportifs en quête de performances.



© Sylvain Néon

Franck Collinot (au centre) donne ses conseils techniques.

Franck Collinot sait de quoi il parle. Il a remporté sept titres de champion de France d'haltérophilie et a fait partie de l'équipe nationale. Il a ensuite entraîné en club, puis a rejoint l'encadrement de l'équipe de France junior, puis olympique. Sous son autorité, les haltérophiles français ont récolté 23 médailles internationales, dont la plus prestigieuse est une médaille d'argent aux JO de 2008. Après les Jeux de Pékin, Franck Collinot a décidé de donner une autre direction à sa carrière. Ces compétences accumulées au fil des années, il a choisi de les transposer au monde de l'entreprise, en reprenant la société Pallini, aux côtés d'Adeline Lucas, fille du fondateur. « Mon père l'a créée en avril 1992. Il entraînait l'équipe d'haltérophilie du Trait, et était déçu de travailler avec un matériel dont il jugeait les qualités et les performances insatisfaisantes. Il a décidé de fabriquer ses propres poids et barres, et les a utilisés en compétition, dans toute la France. Cela a attiré l'attention des autres clubs, et le bouche-à-oreille a été rapidement très positif », décrit Adeline Lucas. Pallini crée aujourd'hui du matériel dans

l'haltérophilie, la force athlétique, le culturisme et a rajouté à sa palette le cross-training, très à la mode dans les clubs de sport. Sa particularité, c'est le fait maison et le sur-mesure. Son catalogue, très complet, couvre l'ensemble des besoins, des poids et des barres, bien évidemment, mais aussi les bancs de musculations, les machines spécifiques pour travailler chaque groupe musculaire, des appareils de rangement. On trouve également des barres pour les enfants, ou des engins étudiés pour la pratique du handisport. « Nous pouvons créer des prototypes de barre en misant sur le made in France. Nous sommes les seuls à fabriquer en France, face à des géants internationaux », commente Adeline Lucas. Outre les outils de musculation, Pallini équipe les athlètes de la tête au pied, avec des chaussures spécifiques, des ceintures de forces, de genouillères, l'indispensable magnésie, etc.

Teintes normandes

Le made in France de Pallini prend souvent des teintes normandes. La peinture des disques est effectuée chez TRS Normandie,

à La Maine. Les poids en plastiques sont réalisés par une entreprise de Saint-Lô. Des partenariats ont été noués avec le lycée Palissy. Certains équipements spécifiques comme les tapis ou dalles de sol sont toutefois achetés à l'étranger.

Les clubs sont les premiers intéressés par Pallini, mais bien d'autres structures utilisent le matériel Pallini « Nous vendons beaucoup à l'INSEP. Nous leur faisons d'ailleurs tester une nouvelle barre. Le CREPS d'Houlgate est aussi un très gros marché. Nous équipons aussi des salles de sport en entreprise », détaille Adeline Lucas. Le ministère de la Défense fait appel à eux pour l'entraînement des troupes. Le sport de haut niveau tout aussi, et Pallini a créé une presse à mêlée pour les avants du Racing Métro, qui a abouti à d'autres commandes. « Il est indispensable de se diversifier », commente Adeline Lucas. ◀

CONTACTS

sophie.messelier@normandie.cci.fr

www.pallini-sport.fr/site/fr





La Lande-Patry

Design en kit

Dédiée aux petits espaces, ABC Meubles concilie bois massif, écologie et mobilier en kit.

Ses tabourets à vis (un concours de peintres), ses mezzanines en pin des Landes (jeu, tuto déco), par trois fois déjà, ABC Meubles a prêté ses produits à des émissions TV. « Les producteurs nous découvrent à travers l'e-boutique », détaille Alban Gérard, dirigeant d'une offre de mobilier en kits originale « des meubles en bois massif écologiques, authentiquement made in France, faciles à monter ». Une preuve de plus que la PME ornaise a eu cent fois raison de se lancer, il y a dix ans, dans la vente directe en ligne, capitalisant sur son savoir-faire menuisier.

Dédiée au gain de place, sa spécialité sont les couchages en kit transformables, la literie, les cubes de rangements modulaires. Son catalogue fait le tour des pièces à vivre, alignant berceau, commodes et consoles, buffets, bureaux, bibliothèques et

accessoires. Les fabrications sont en bois massif (95 % en pin ou hêtre issus de forêts du Sud-Ouest certifiées PEFC), « 100 % des vernis sont à l'eau, même nos visseries sont françaises ». Plus de 25 couleurs en finitions sont disponibles et si l'on craque pour une mezzanine, on choisit les dimensions, la hauteur, son échelle. L'essentiel est réalisé sur place, à La Lande-Patry et l'ambition vise de recentrer principalement « la production dans nos ateliers ». Car ABC Meubles fait partie de la holding familiale – à présent gérée par Alban Gérard avec ses frères, Damien et David – réunissant les sociétés ABC Meubles SARL et Gerault Menuiserie (30 personnes au complet).

Chaîne globale

Or le succès ne se dément pas, ABC Meubles attirant les amateurs de meubles robustes et durables, célébrant le travail du bois, le

Garder le cap

Accompagnée par la CCI Ouest Normandie dans sa trajectoire, la PME ornaise a su garder le cap, soutenue lorsqu'il a fallu trouver une solution post-incendie (son site historique à Tinchebray), concrétiser le projet pionnier d'e-commerce pour fabriquer en marque propre ou financer ses innovations. Une proximité facilitée par celui qui l'a longtemps dirigée, Marc Gérard (l'aîné de la fratrie, disparu en août 2016), membre associé à la CCI délégation Flers Argentan. Initiant le virage sur Internet, inventeur d'un brevet d'assemblage « sans outils » d'une gamme de produits ABC Meubles, en 2007, il avait également engagé la démarche éco-conception, qui constitue toujours une base des productions. ◀

design à angles droits. En 2016, le portail a livré plus de 3 000 clients entre la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne, l'Autriche, la Belgique, la Suisse. En vedette figurent les mezzanines, les lits bicolore, les sommiers à latte multiplis, sans compter 40 nouveautés dont les lits d'enfants personnalisables, une ligne de meubles Viking épousant l'art de vivre à la danoise (Hygge) ou des lits tout confort XXL. De fait en interne, on a appris à utiliser l'approche digitale. Exemple, un studio photos suffit, l'équipe teste ses idées et prototypes auprès de sa communauté « on conçoit, on propose et si ça plaît, on adapte au format standard ». Forte de maîtriser la chaîne globale, intégrant prise de commandes et logistique, elle vient de former deux personnes au montage sur site « service possible en Normandie et région parisienne ». Un show-room accessible au public (100 m²) a été aménagé et « neuf fois sur dix, les visiteurs passent commande ensuite » précise Tiphaine Desmasures, directrice e-commerce et community manager d'une marque visible sur Facebook, YouTube, etc. ◀ I.P.

CONTACTS

CCI Ouest Normandie Délégation Flers Argentan

Tony Machado - Conseiller d'Entreprises
tony.machado@normandie.cci.fr

www.abc-meubles.com



VIVEZ (R)ASSURÉS :
L'ASSURANCE PRO
POUR LES PROS.



Votre agence à Rouen

02 35 15 66 20



mcommemutuelle.com

SANTÉ • PRÉVOYANCE • ASSURANCES • PRÉVENTION

Normandie

Toutes les facettes du Calvados

Le Calvados s'est offert un happening particulièrement réussi avec ses trophées internationaux. L'occasion de redécouvrir toute la richesse d'un produit qui veut faire parler de lui.

Ne prononcez pas le diminutif « Calva » devant Didier Bédou. Le président de l'IDAC (Interprofession des appellations cidricoles) lui trouve des connotations trop négatives, bien éloignées de la réalité du Calvados d'aujourd'hui, dans toute sa noblesse, dans toute sa diversité. « Nous travaillons à changer la perception du Calvados, et nous y parvenons », explique-t-il. Un des meilleurs exemples de cette mutation sont les « trophées internationaux des Calvados ». La 21^e édition de ce concours vient de se dérouler à Granville. Elle a rassemblé 200 barmen venus de 14 pays pour imaginer et composer les meilleurs cocktails possibles. C'est un moment important pour la filière, l'aboutissement d'un processus de sélection rigoureux, l'occasion de faire découvrir le produit à des professionnels, mais aussi des élèves d'écoles hôtelières qui s'en souviendront tout au long de leur carrière. « Nous bénéficions de la créativité



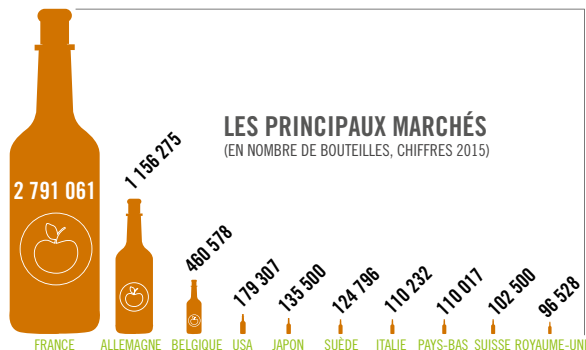
des meilleurs barmen en Europe. Ils nous surprennent à chaque fois », commente Didier Bédou, qui a pour favoris les Estoniens, dont l'esprit innovant « sublime le Calvados ». « Ils ont mis la barre très haut en matière de composition de cocktails ».

Car si le Calvados reste un éminent digestif, comme les Français aiment à le déguster, il s'exprime tout aussi bien en cocktail de toutes formes, une manière de le consommer très prisée par les Américains, qui a gagné une dénomination, le « Calvados nouvelle vogue ». Et il se sublime tout autant dans les recettes de cuisine, les chefs régionaux n'hésitant pas à l'utiliser. « Beaucoup de Normands n'ont pas encore saisi toute la richesse de notre produit », regrette Didier Bédou, qui sait le long chemin à parcourir pour toucher les relais d'opi-

nion ou les jeunes générations. La bataille de la communication n'est pas simple à gagner face à une concurrence qui occupe le terrain depuis très longtemps, et face à des géants des vins et spiritueux. « Nous sommes un réseau de PME, nous n'avons pas les mêmes moyens. Cela dit, il ne s'agit pas de devenir des mastodontes, mais juste de continuer à bien grandir », analyse Didier Bédou.

L'expression d'une culture

C'est aussi par la qualité que le Calvados gagnera plus encore ses lettres de noblesse. C'est pour cela qu'il ne faut plus l'appeler Calva, comme on ne parle pas de « pinard », mais de vin. « Nous travaillons pour améliorer la qualité, donner de la personnalité, augmenter le fruité. Nous progressons, nous pouvons être fiers », confirme le président, qui règne sur une armée de 7 millions de pommiers normands. Pour lui, pas de doute, le Calvados, « c'est du bonheur





en bouteille, l'expression d'une tradition, d'un terroir, d'une culture ». Il demande un immense savoir-faire, un travail énorme, un processus qui ne laisse pas sa place à l'improvisation et dans lequel il ne faut rater aucune étape. « C'est compliqué, et c'est tant mieux », assène-t-il, animé d'une vigilance permanente qui conduit l'IDAC à traquer les contrefaçons de plus en plus nombreuses (le « Ålvados » finlandais a perdu devant le tribunal) et à revendiquer de faire du Calvados l'un des emblèmes de la Normandie. « On doit servir des produits normands dans les réceptions, les cocktails donnés par les collectivités », réclame Didier Bédou. Le Calvados joue aussi un rôle dans l'attractivité régionale, puisque chaque année 150 000 touristes, dont un tiers d'étrangers, viennent visiter les distilleries normandes. Si comme tous les alcools, le Calvados doit être consommé avec modération, la passion de ceux qui le font naître n'en connaît pas. ◀

À savoir

L'IDAC regroupe les producteurs des trois AOC Calvados (Calvados, Domfrontais, Pays d'Auge), des trois AOC Pommeau (Normandie, Maine, Bretagne), des trois AOP de cidre (Pays d'Auge, Cornouaille, Cotentin) et le Poiré de Domfront. Parmi ses missions, celle de contrôler les âges des Calvados, de promouvoir les produits en France et dans le monde, de mener des études et recherches sur la qualité des produits.

CONTACTS

www.idac-aoc.fr

www.calvadosnouvellevogue.fr

www.assurance-chomage-dirigeant.fr

BIEN PLUS QUE DE L'ASSURANCE...

LA PERTE D'EMPLOI N'ARRIVE PAS QU'AUX AUTRES !

Simulez en moins de 2 minutes votre cotisation d'assurance chômage

www.assurance-chomage-dirigeant.fr

VOUS ÊTES :

- Artisan,
- Commerçant,
- Dirigeant d'entreprise salarié, non salarié,
- Dirigeant d'association salarié,
- Exploitant agricole,
- Mandataire social salarié, non salarié,
- Profession libérale en société...

... vous n'êtes pas couverts par l'assurance chômage du Pôle Emploi !

LOGO SOCIAL

ROUEN
33 rue Georges Charpak
76130 Mont-Saint-Aignan
02 35 12 35 90

**RENNES
LYON
DEAUVILLE
BORDEAUX**

OFRACAR
Courtiers en Assurances

N° 55866 - 02 35 12 35 90 - www.ofracar.fr - Courtiers en assurances et courtiers de banque et services de paiement

Cerisé

Apprendre sur soi

L'École des Managers de Normandie forme les nouveaux dirigeants d'entreprises à leur métier. Avec professionnalisme et bonne humeur.

ICD Collections n'est pas connu du grand public, et pourtant, de très nombreuses personnes possèdent chez elles un produit qu'elle a commercialisé. En effet, elle fournit des cadeaux aux boutiques de souvenirs qu'on voit fleurir dans les lieux touristiques (musées, châteaux, parc d'attractions, concepts stores...). Son catalogue, fort de 6 800 références, regorge de mugs, figurines, maquettes, magnets, porte-clés et autres, et ne cesse de se remodeler au fil des modes et tendances, des attentes des clients. Il s'est aussi doté d'une nouvelle collection de bougies américaines parfumées, qui connaît un très fort succès. « Nous allons faire nos courses partout dans le monde, toujours à l'affût des nouveautés, car notre clientèle est très variée, leurs univers sont différents. Au niveau exportation, nous avons des clients en Europe de l'Est, au Canada, en Turquie, en Italie... », remarque Isabelle Raimbault, qui a repris l'entreprise en 2014 avec deux autres partenaires, après y avoir travaillé pendant vingt ans. « Nous avons conscience de la qualité des équipes, de la possibilité de se développer. Il fallait saisir l'opportunité », explique-t-elle. La tâche n'a pas manqué aux nouveaux dirigeants, entre un déménagement et une refonte du système informatique et du site internet, « nous avons accompli beaucoup de choses en peu de temps ! », déclare Isabelle Raimbault.



Au milieu de cette activité foisonnante, elle a trouvé le temps de s'inscrire à l'École des Managers de Normandie : « J'en avais entendu parler il y a quelques années, mais je n'étais pas encore prête. Au moment de la reprise, le sujet est revenu dans des discussions, et les échos que j'ai recueillis étaient très positifs. C'est le bon moment d'y aller. J'ai la chance d'avoir une équipe remarquable sur laquelle je peux m'appuyer. Je sais que je peux m'absenter en toute confiance ».

L'École des Managers a pour objet de former des jeunes dirigeants à la reprise et au développement d'entreprises.

Prendre de la hauteur

« C'est une superbe expérience » : Isabelle Raimbault n'hésite pas longtemps quand il s'agit de résumer ces 58 journées de formation se répartissant sur quatorze mois. « Il est toujours utile d'avoir des avis extérieurs. Les intervenants sont des professionnels compétents, qui connaissent les réalités de l'entreprise. Et la promotion était très sympa, d'ailleurs, nous continuons à nous appeler, à prendre des nouvelles. J'ai adoré l'ambiance et la qualité du travail fourni, même s'il est vraiment énorme. Mais on réfléchit sur son entreprise, on ouvre les tiroirs, on regarde les expériences des uns et des autres, c'est passionnant. Prendre de la hauteur sur son activité, c'est toujours un atout ». ◀

Aller plus loin

Il est désormais possible de compléter son cursus au sein de l'École des Managers de Normandie par une formation supplémentaire pour approfondir les connaissances acquises et mises en application au sein de son entreprise : EdM+ propose quatre journées de travail sur le management, le développement commercial, les finances et le contrôle de gestion. Une saine piqure de rappel sur des thèmes essentiels, qui adopte le même principe, celui d'intervenants professionnels et de la mise en pratique d'actions concrètes autour de problématiques réelles. Les sujets sont déterminés en amont avec les stratégies pour encore plus d'efficacité. Le programme s'adresse à des personnes ayant effectué le parcours EdM depuis trois ans. ◀

CONTACTS

patricia.rodriquez@normandie.cci.fr

www.icd-collections.com



La santé de mes salariés, c'est la santé de mon entreprise.

PRÉVENTION SANTÉ PRÉVOYANCE

DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES DIRIGEANTS ET LEURS SALARIÉS.

9 dirigeants sur 10 reconnaissent qu'il est du rôle de l'entreprise d'agir pour la santé de leurs salariés*. Harmonie Mutuelle propose une offre de prévention pour que « La santé gagne l'entreprise ».

- Diagnostic santé réalisé par un expert qui vous accompagne également dans la mise en place de plans d'action.
- Des boîtes à outils pour mener une campagne d'information auprès de vos salariés.
- Des ateliers-formations, animés par des experts des questions de santé (risques psychosociaux, risques routiers, sécurité...).

*Source : Observatoire Entreprise & Santé Harmonie Mutuelle - Viviprice 2016

Harmonie Mutuelle, 1^{re} mutuelle santé de France.
Découvrez nos offres sur lasantegagnelentreprise.fr



**Harmonie
mutuelle**

En harmonie avec votre vie

Poilly

Maison de poche

Bâtisseurs numéro 1 des mini-maisons mobiles en bois, les créateurs de La Tiny House sont manchois.

Success story confidentielle, La Tiny House à Poilly, mérite un coup de projecteur. Car si les maisons minuscules en bois « qui roulent » essaient aujourd'hui un peu partout, la première Tiny française s'est bâtie à l'ombre du Mont-Saint-Michel. C'est d'abord une histoire d'amitié qui a fait se concrétiser la PME de Michaël Desloges et Bruno Thiery. L'instigateur fut le journaliste Yvan Saint-Jours, qui, découvrant le concept américain d'habitat roulant alternatif, en a fait un projet personnel. L'écrivain s'est entouré de proches, dont Bruno Thiery, passionné d'éco-constructions, compagnon fondateur d'une société de charpentiers écologiques. Édifiée en mai 2013, la Tiny expérimentale collait si bien au rêve d'un « chez soi tout confort sur 10 m² au sol », qu'une deuxième a suivi. Entre-temps, Michaël Desloges avait rejoint l'aventure, d'où la décision de monter ensemble une offre pionnière de Tiny Houses made in

France, fabriquées clés en main. Concrètement, rien à voir avec une cabane ou une roulotte. Maisons nomades en bois sur 4 roues, accessibles sans permis de construire, les Tiny manchoises sont habitables 365 jours par an, conçues et produites à la carte. « Il a fallu adapter la démarche américaine de A à Z », raconte Bruno Thiery. Soit pas plus de 2,55 m en largeur (sous peine d'être convoi exceptionnel), moins de 4,10 m de hauteur, un poids final maximum de 3,5 tonnes permettant d'être tractée par un 4x4 ou équivalent. Une Tiny se pose dans un jardin, devient gîte touristique ou part en vacances itinérantes, économe à tous les niveaux. Quatre tailles « de 4,20 à 7 mètres de long, jusqu'à 4 couchages » sont disponibles, on choisit « les bardages, menuiseries, lambris des murs, la forme du toit, une à deux mezzanines, et les équipements ». Sous la simplicité en « bois brut » se cache un savoir-faire haut de gamme qui garantit des Tiny conformes aux exigences des mai-

sons passives (RT 2012), l'atelier privilégiant « le pin Douglas, le peuplier thermo-traité », les toitures à mémoire de forme en polycarbonates, les techniques d'isolation à base de fibres végétales. Résultat, le duo normand est toujours leader du marché : SARL d'inspiration coopérative (10 personnes), La Tiny House compte huit charpentiers experts des habitations bois. En l'occurrence, près de 40 ont été livrées à des particuliers en France et bientôt en Allemagne, en Suisse « nous avons des pré-commandes pour 2019 », la majorité des acheteurs en faisant leur résidence principale.

Maxi-liberté

Indifféremment, les clients sont « les jeunes, les familles, les seniors » qui plébiscitent la Tiny la plus grande. « Nous raisonnons en m³ plutôt qu'en m² » confirme Bruno Thiery, évoquant les réalisations BtoB, « des Tiny en location saisonnière, deux fromageries ambulantes » et son coup de cœur « deux Tiny hébergeant des publics en voie de réinsertion sociale » grâce à une association du Pays de Gex. Un retour aux Tiny Houses originales, nées aux États-Unis il y a vingt ans comme solutions « logement d'urgence » dans la mouvance de l'ouragan Katrina et des subprimes. ◀ I.P.

CONTACT

www.latinyhouse.com



Comme chez soi, sur la route.

Bonne parole

Témoin d'un art de vivre sans superflu, Bruno Thiery a co-signé le nouvel ouvrage de Yvan Saint-Jours (Kaizen magazine) avec Célia Robert (photographe) et Julie Crowhurst (architecte d'intérieur). Sur 128 pages y témoignent 12 tiny-housers francophones, leurs récits complétés d'un cahier technique, d'astuces et conseils. Sorti fin 2016 (à 3 000 exemplaires), trois mois après, « Le Nid qui voyage » est en cours de réimpression ! ◀



Évreux

Virtuellement réel

La réalité virtuelle ou augmentée s'impose comme un marqueur différenciant.
Basile Bohard l'a bien compris.



L'écran est-il en voie de disparition ? Basile Bohard pense en tout cas que la tendance est irréversible, et que la réalité augmentée, virtuelle ou mixte est appelée à devenir chose courante, dans les entreprises ou chez les particuliers. Et c'est pour cela qu'il a lancé en septembre dernier Alternativ Reality, studio spécialisé dans ces expériences immersives toujours impressionnantes à vivre.

Tenter de trouver le bon usage aux technologies montantes est comme une seconde nature pour celui qui a créé Néo Digital ou encore initié le bus des technologies. Basile Bohard cherche avant tout à « réaliser des contenus de qualité », et a choisi pour cela de privilégier quelques directions. La formation, tout d'abord, avec un simulateur monté pour la Prévention routière et Allianz. « C'est un outil ludique, qui reprend le graphisme

du jeu vidéo et qui permet de sensibiliser à la question des angles morts ». Autre sujet, la communication et le marketing : « Nous développons des show-rooms virtuels qui font vivre des expériences interactives aux clients ». Sur le même principe, des configurateurs d'achats pour automobiles permettent de construire et visionner sa voiture sur mesure. Dans le domaine industriel, « ces technologies peuvent permettre de gagner en productivité en offrant une assistance très précise, par exemple pour la maintenance ou la modification des machines ».

Nouvelle expérience

Ce n'est que le début de l'aventure : « Nous sommes très sollicités, mais nous ne voulons pas nous laisser submerger. L'idée est de faire du sur-mesure, de développer des applications qui répondent à des probléma-

tiques précises et réelles », reconnaît Basile Bohard. « La réalité augmentée ou virtuelle apporte une façon entièrement nouvelle de vivre la technologie et la transformation digitale ».

Le jeune entrepreneur, qui a installé une antenne à Montréal, qui travaille avec des partenaires en Inde, en Chine, aux États-Unis, conserve les pieds bien ancrés dans la réalité territoriale, fier de constater qu'à Bernay, trois start-up, dont la sienne, ont émergé, preuve que les énergies sont partout et que la ruralité ne doit surtout pas être l'oubliée du numérique. ◀

CONTACTS

morgane.legoff@normandie.cci.fr

<http://www.alternativreality.com>



**VOTRE SANTÉ
100 % MUTUELLE**

**ASP BTP
mutuelle
santé**

02 31 50 35 50 • www.aspbtp.fr

La mutuelle de tous les Normands

Louviers

Osez la N.O.logy

Inventant la première solution textile rajeunissante, Stendo est pionnière mondiale.

À l'heure qu'il est, Jürg Scheiwiller pourrait couler une retraite heureuse, fier d'avoir requalifié l'usine textile familiale autour des vêtements intelligents. C'était sans compter les scientifiques de Cardio Innovative Systems, qui, en 2011, l'ont mis au défi d'imaginer un vêtement anti-âge, « une première mondiale », note le président de Stendo Laboratoire. Le challenge exact revenait à concrétiser une solution textile et technologique permettant de stimuler « sans contrainte » sa production naturelle d'Oxyde Nitrique (NO), molécule dont la vertu est de réduire les gènes du vieillissement.

Trois ans plus tard, le résultat était là : un système révolutionnaire de stimulation cardiaque par impulsion naturelle, associant une combinaison pulsatile (Pulsewave), une machine et une console high-tech. Un

À savoir

Où qu'elle aille, la start-up euroise met en avant sa fabrication française, à 80 % « made in Normandie » s'agissant des technologies de pointe.

Dès l'origine, l'équipe a travaillé avec les ingénieurs d>Alliansys (Honfleur) sur le volet « console et cartes électroniques », confiant l'informatique embarquée à Effinov (Caen). Le contrat Stendo amenant les deux PME à s'engager dans une certification médicale (ISO 13485), chacune gagnant en plus-value. Mieux, le Midest 2016 a salué l'alliance Stendo/Alliansys par un Trophée de l'Innovation.

bijou de technicité s'appuyant sur « une technologie non invasive, inspirée de la mécanobiologie ». La commercialisation s'est amorcée en 2015, les dirigeants ciblant « le médical et paramédical, le bien-être à tous les âges, le sport amateur et de haut niveau ». Depuis, la start-up fait souvent parler d'elle pour ses collaborations avec l'INSEP et des champions toutes disciplines.

Ses clients sont aujourd'hui « cardiologues, kinés ou coachs sportifs », avec 30 machines actives en France et une trentaine à l'international. L'équipe a grandi (10 personnes, cinq commerciaux) et bientôt, une école Stendo va voir le jour « pour former partout nos distributeurs » tandis qu'une nouvelle levée de fonds est prévue en juin prochain. La précédente avait connu le succès il y a deux ans à travers une campagne en crowdfunding. Cette fois-ci, Jürg Scheiwiller table sur « un million d'€ en co-funding » via la plate-forme hoolders.com, qui s'ajouterait aux 5 millions d'€ déjà intégrés (dont la participation de la Région et de Bpifrance), car « vendre une innovation coûte trois fois plus que la R&D ». Une version Stendo visant les conséquences vasculaires du diabète et de l'obésité est aussi à l'étude.

25 000 stimuli

Synchrone avec les rythmes du cœur pour stimuler la paroi interne des vaisseaux sanguins, la technique N.O.logy fournit « 25 000 stimuli par séance » en influant sur l'équilibre cardio-vasculaire, la micro-circulation, le reflux lymphatique, le renouvellement cellulaire et « les œdèmes, la cellulite, les rides, le stress, la mémoire, le sommeil... ». De plus, « une séance équivaut à une plage de relaxation », assure Jürg Scheiwiller, adepte journalier du dispositif. Minimum recommandé « 10x30 minutes en 4 à 6 semaines ». **◀ I.P.**



Stendo, un bijou de technicité.

CONTACT

www.stendo.fr



Cherbourg-en-Cotentin

La chasse à l'amiante



L'œil de l'opérateur et la puissance du microscope s'associent pour détecter l'amiante.

La détection de l'amiante dans l'atmosphère ou dans les bâtiments demande des procédures complexes et hautement techniques : Acepe apporte la réponse.

On est loin d'en avoir fini avec l'amiante et ses terribles conséquences sur la santé. La fibre, interdite en France depuis 1997, a été massivement utilisée au cours du XX^e siècle et demeure encore présente dans de très nombreux bâtiments, ceux construits entre les années 1950 et les années 1990. La réglementation impose la recherche et la surveillance de l'état de conservation de l'amiante et prévoit les cas où il doit être procédé à son retrait ou à son confinement, tout en encadrant strictement la protection des travailleurs potentiellement exposés. La recherche de l'amiante (ou plutôt des amiantes, puisqu'il en existe six variétés) a été étendue, approfondie au fil des années. C'est là qu'intervient le savoir-faire du laboratoire Acepe, qui réalise les analyses sur des

échantillons afin d'établir la présence de la fibre dans les postes de travail (contrôle de l'empoussièrement) ou les immeubles bâtis. Ses créateurs, Jean-Jacques Freudenreich et Aurélie Jestin, commencent la montée en puissance de leur activité, depuis l'obtention en octobre dernier de l'indispensable sésame, l'accréditation Cofrac, accordée pour cinq ans, mais avec des audits annuels. Ils ont investi dans l'achat d'un microscope électronique à transmission analytique, modèle haut de gamme qui, et outre ses performances, est parfaitement ergonomique pour les opérateurs. Le dispositif comprend aussi un laboratoire de préparation analytique (où les questions de traçabilité et de sécurité, notamment, sont portées au plus haut niveau) et par la possibilité d'intervenir directement sur site, avec le matériel adéquat. « Nous effectuons des mesures initiales pour connaître l'état des lieux et de l'atmosphère, des surveillances des rejets pendant les travaux et nous réalisons le contrôle final pour déterminer si les locaux sont propres », résume Aurélie Jestin. « Le tout à un rythme soutenu : les désamian-

teurs sont en attente des résultats pour clore leurs chantiers ».

Contrôles permanents

Pour garantir le professionnalisme d'Acepe, de nombreux contrôles sont régulièrement effectués. L'INRS, organisme de référence dans la santé au travail, fait réaliser trois fois par an des essais sur la validité des résultats. « Nous nous sommes inscrits à un autre processus autour de la très basse densité. Ce n'est pas obligatoire, mais cela nous permet d'améliorer notre seuil de détection, de travailler sur d'autres concentrations », explique Aurélie Jestin.

Dans un premier temps, Acepe va se concentrer sur l'activité amiante, avec la possibilité d'amplifier l'outil technique (deuxième microscope, doubles les hottes du laboratoire), puis se diversifier vers d'autres polluants atmosphériques, qui demanderont chacun leurs propres procédures, leurs propres matériaux. ◀

CONTACT
www.acepe.fr

“Un rythme soutenu”

Atours de tables

Le design et l'industrie se sont mis autour d'une table. Et c'est ainsi qu'est née Artmeta.

Tout est parti du hasard d'une rencontre entre un chef d'entreprise, Christian Lemarquand, fondateur en 2009 d'Amtech, spécialisé dans l'industrie et l'ingénierie nucléaire et une architecte d'intérieur et designer, diplômée de l'institut supérieur des arts appliqués de Rennes, Rachel Galan, qui venait de s'installer dans la Manche et qui voulait créer sa propre ligne de mobilier. Le dirigeant a vu dans les idées de la jeune femme la possibilité de développer une activité en mettant en pratique les fondamentaux de son métier, qualité du travail, respect des règles de l'art. « Il m'a donné carte blanche. Seule, je n'aurai pas pu accomplir tout ce chemin », reconnaît Rachel, qui sait qu'elle peut compter en permanence sur le soutien de son mentor : « Il me conseille sur l'évolution de l'entreprise, sur la stratégie ». Artmeta a vu le jour fin 2013, les premiers prototypes ont été conçus en mai 2014 et la première

collection de tables, ouverte à la commercialisation, est sortie trois mois plus tard. S'appuyant sur deux serruriers-métalliers, un assistant et le bureau d'études d'Amtech, Rachel Galan a pu déployer sereinement son activité « Je me suis imprégnée du processus de fabrication, du fonctionnement, de la matière ». Au début, ce fut une table par mois, puis une par semaine, pour arriver au-

jourd'hui à une par jour.

« La table est un très bon sujet, qui représente un équilibre intéressant entre le coût de fabrication et le prix de vente. C'est la pièce forte de la maison, qu'on utilise tous les jours, un point de rassemblement dont on ne peut pas se passer » précise-t-elle pour expliquer le choix de ce meuble, qui reste le cœur de la marque, même si elle conçoit des rangements, bibliothèques, dressing.

Règles de l'art

Son choix s'est porté sur un travail entre le bois et le métal, un mariage entre le chaud et le froid, le rigide et le vivant, au service d'une vraie singularité, où les fioritures et les effets inutiles sont bannis, les soudures effacées, les fixations invisibles. « Un style épuré pour tendre vers l'indémorable », résume Rachel. Autre priorité à ses yeux, l'éco-responsabilité (« nos matières premières sont 100 % recyclables ») et le Made in Normandy, en s'appuyant sur des artisans locaux pour le bois ou les peintures.

Ses créations s'inscrivent dans l'esprit d'un haut de gamme sur mesure, au rapport qualité-prix soigneusement calculé. Les clients peuvent ajuster les dimensions, les couleurs, envoyer un simple croquis ou un cahier des charges complet, et Rachel fait le reste, en apportant toujours un conseil, un accompagnement. Les particuliers (85 % de la clientèle) qui font appel à ses tables se situent dans toute la France, et Artmeta n'hésite pas à exporter. Dans des intérieurs canadiens, anglais, suisses, on trouve la signature de Rachel Galan. On la trouve aussi dans l'émission TV « c'est à vous ». La table autour de laquelle discutent et dînent les invités et les chroniqueurs vient des ateliers d'Artmeta. Autre collaboration notable, celle avec Philippe Starck.

La prochaine étape sera de s'installer dans un nouveau site, à proximité d'Amtech, avec un lieu de stockage adapté au bois, un atelier, un show-room pour mieux parler au marché local. ◀



Les tables de Rachel Galan fréquentent même les plateaux-télé.



CONTACT
www.artmeta.fr

Creully

Le bois pensé

L'expression artistique des deux jeunes ébénistes normands de Nicolas & Nicolas recueillie de plus en plus de suffrages.

Elle s'appelle « Révélations », et cela leur va comme un gant. La troisième biennale des métiers d'art et de création, qui se déroule au Grand Palais de Paris, valorise le talent de créateurs français et internationaux contemporains. Nicolas Basile et Nicolas Thienpont viendront y présenter leur série « Assertions / Insertions ». Les deux jeunes ébénistes (28 et 26 ans) ont choisi de concentrer leurs efforts sur trois créations : une commode, « la pièce phare du mobilier d'ébéniste », le paravent, « un meuble très en vogue dans le milieu de décorateurs » et un luminaire, « qui offre une très belle présence dans une pièce ». S'y croisent la marqueterie d'os, la moulure, la résine coulée, le noyer, la couleur bleu outremer, à la croisée de l'artisanat d'art, des arts plastiques, des arts décoratifs. Il était essentiel pour les deux Nicolas d'exposer à Paris, « pour asseoir notre réputation, montrer qu'on existe. Si on veut être dans l'excellence, et c'est notre souhait, il faut faire sa place ».

« AFFIRMER NOTRE PERTINENCE ARTISTIQUE »

Cette démarche s'inscrit dans la suite logique de deux ébénistes cherchant en permanence à « affirmer notre regard, notre pertinence artistique, d'une manière qui soit la plus fidèle possible aux enseignements de l'ébénisterie ». Elle marque une étape importante dans leur volonté de sortir une collection tous les ans ou tous les deux ans, de voir leur signature reconnue partout dans

le monde, et, allant au-delà du meuble pour bifurquer de plus en plus vers la décoration, « repenser des espaces, des lieux complets », ce qu'ils pratiquent déjà avec succès, il suffit pour s'en convaincre de jeter un œil sur leur site internet, où les images de leurs réalisations dans des appartements parisiens sont extrêmement parlantes. Ou, encore, de se pencher sur leur logo, très simple, mais dont les lectures peuvent être multiples, hiéroglyphe égyptien, lion stylisé ou meubles imbriqués ? L'art, c'est aussi l'interprétation.

Style universel

Ce sur quoi ils ne transigent pas, c'est l'absolue cohérence dans le matériau, la finition, une sobriété dans la ligne volontairement recherchée pour obtenir « un style universel et indémodable ». « Nous voulons que nos créations puissent être regardées dans cinquante ans sans avoir été frappées par l'obsolescence », poursuivent-ils, animés par la même obsession de la qualité, de l'attention portée à chaque moment de la fabrication. « Évoluer en permanence de la matière première à l'assemblage, de l'ordinateur aux machines de l'atelier, cela fait naître des idées de manière presque intuitive », confesse Nicolas Basile. Le premier croquis sur un bout de papier, les échanges d'idées, le débit du bois massif, sa mise en forme, la finition, toutes les étapes du processus sont maîtrisées, réfléchies, traitées de la même manière, pour répondre aux critères du luxe, du très haut de gamme, et séduire partout dans le monde. Fiers d'être des créateurs normands, ils n'entendent pas « penser uniquement local », et chercheront à percer



Le bois comme un art.

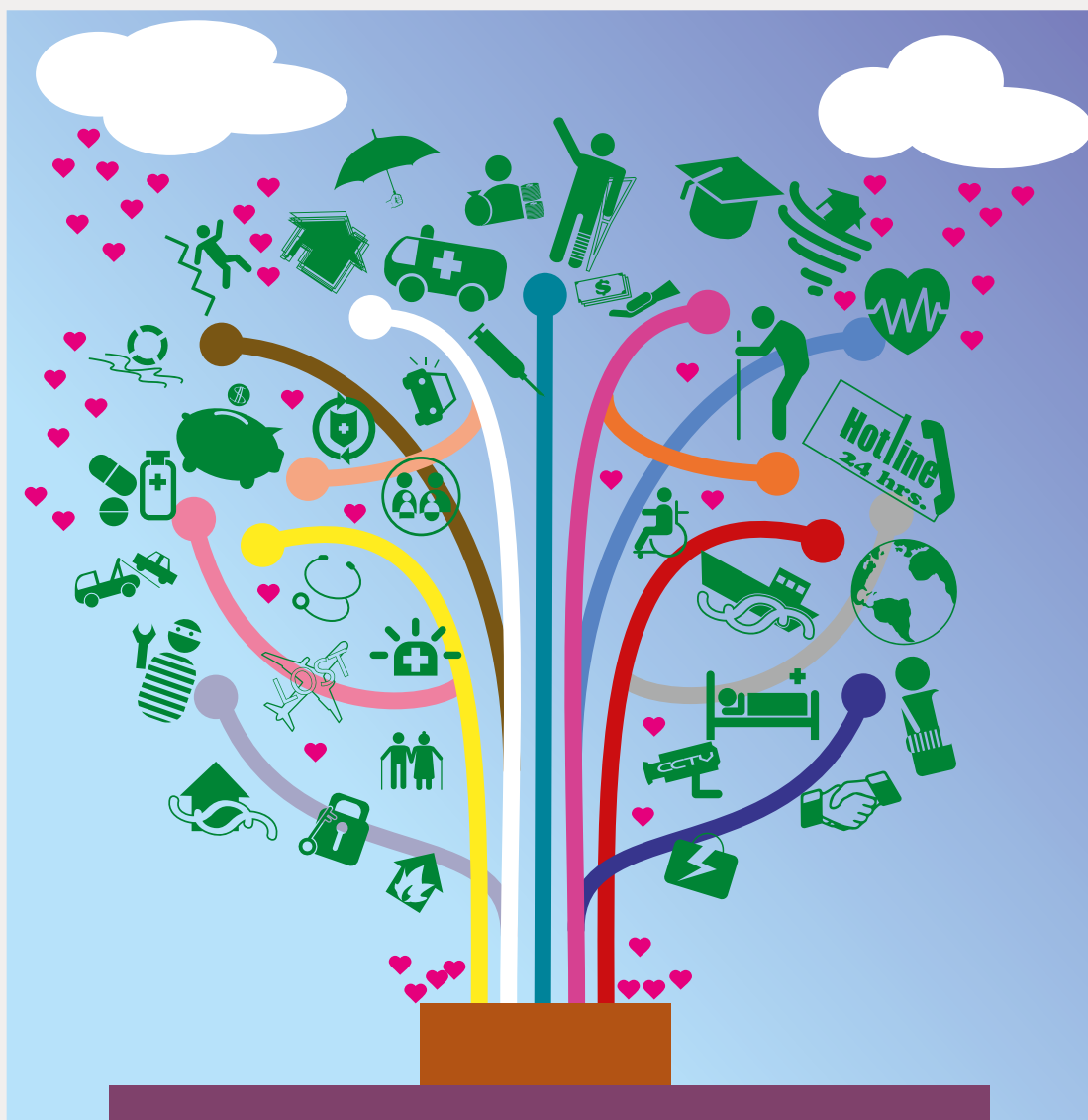
aux États-Unis ou au Japon.

Ce parcours en duo, qu'ils ont commencé au lycée des métiers de l'ameublement de Saint-Quentin, puis poursuivi en s'installant ensemble en 2011 (« nous avions la même envie de créer notre propre structure, les mêmes goûts et sensiblement le même style »), s'écrit désormais à cinq, avec l'appui de trois salariés dont ils louent l'expertise, la précision et l'exigence dans le travail, la volonté permanente de repousser ses limites, de continuer à apprendre et à progresser. Ce sera encore mieux quand, dans les prochaines années, ils investiront un peu dans les machines (« une bonne calibreuse est nécessaire ») et penseront à un réaménagement de l'espace. ◀

CONTACT

www.nicolasetnicolas.com

Anne Zerkovitz, secrétaire générale du cluster Techsap Ouest.



Le vieillissement est source d'innovation

Repères

71 %

des seniors n'utilisent pas d'objets connectés. Une même proportion pourrait utiliser des bracelets (ou montres) mesurant leur rythme cardiaque ou des tensiomètres enregistrant automatiquement leurs mesures.

50
ans

Parce que la longévité est un levier d'innovation, la transition démographique, qui se caractérise par l'augmentation continue et massive du nombre de seniors, devient un terrain d'expérimentation et de développement, au croisement de l'industrie, du numérique et de l'action sociale.

« **T**sunami gériatrique ». L'expression n'est pas forcément des plus heureuses, mais elle est souvent utilisée pour marquer les esprits sur le vieillissement démographique, qui verra par exemple les plus de 85 ans passer de 600 000 en 1980 à 4,8 millions en 2050. Pour éviter l'effet dévastateur du raz-de-marée, la Silver Economie est apparue, apportant des réponses économiques et techniques aux seniors. La Normandie, première Silver Region, pilotée par l'AD Normandie, est en pointe sur la question. Et c'est à Alençon que se construit un écosystème qui pense et conçoit les solutions de demain. Anne Zerkovitz, secrétaire générale du cluster Techsap Ouest, évoque toute la diversité et la complexité de ces enjeux.

Interview

Comment définiriez-vous le poids et le rôle de la Silver Economie ?

Anne Zerkovitz : La Silver Economie reste une jeune filière, avec beaucoup de terres à défricher, ce qui crée beaucoup d'effervescence et attire des talents. Le vieillissement de la population est une formidable source d'innovation. Mais la technologie n'est pas la seule réponse. Elle doit s'effacer derrière l'usage. La clé, c'est l'appropriation, afin qu'elle n'entre pas par effraction au domicile des seniors, qu'elle ne brutalise pas le mode de vie, le quotidien. L'autre complexité du sujet, c'est que tous les seniors ne sont pas tous les mêmes. De 60 à 110 ans, les attentes, les éléments à prendre en compte ne sont pas les mêmes. À titre d'exemple, on estime que la fracture numérique se situe à 72 ans. Mais on peut citer des octogénaires qui sont très connectés. Au bout du compte, la réflexion essentielle est de trouver les bons moyens de contribuer au maintien à domicile.

Ce sont ces problématiques qui sont le pain quotidien du cluster ?

Anne Zerkovitz : Effectivement, c'est tout le sens du travail qui est effectué depuis plusieurs années, sous l'impulsion de la CCI. Le cluster Techsap Ouest, lancé à 2011, est un lieu de rencontre entre acteurs, start-up, industriels, services à la personne, pour favoriser l'émergence



Anne Zerkovitz,
secrétaire générale du
cluster Techsap Ouest

Silver Day Normandie

La deuxième édition du rendez-vous annuel de la Silver économie en Normandie se déroulera cette année, au Havre, le 28 septembre : tables rondes, ateliers et rendez-vous BtoB pour s'informer sur l'évolution de la filière et élargir son réseau.

CONTACTS

fferret@seine-estuaire.cci.fr
elisa.tofoni@adnormandie.fr



CONTACTS

anne.zerkovitz@normandie.cci.fr
www.techsapouest.com



Projets porteurs

La Silver Economie suscite de nombreuses initiatives dans la région. La Caisse d'Épargne a ainsi lancé un appel à projet autour de la Silver Economie pour, comme l'explique son directeur général Joël Chassard, « favoriser la mise en œuvre en Normandie d'innovation apportant des réponses concrètes aux personnes âgées autour de cinq domaines : activité physique, intellectuelle, sociale, alimentation équilibrée, accompagnement médical ». Les résultats seront proclamés le 15 juin, et le lauréat recevra une dotation de 10 000 € et une prestation d'accompagnement de trois jours par le living lab de Techsap Ouest.

Le centre Cyceron de Caen et l'Inserm pilotent de leur côté le projet international Silver Santé Study, qui, sur cinq ans, a pour mission d'identifier les facteurs déterminants de la santé mentale et du bien-être des seniors et de développer une démarche de prévention favorisant un vieillissement en bonne santé.

Il va évaluer l'impact de la méditation et de l'apprentissage de l'anglais sur des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer et le développement de programmes d'entraînement cérébraux. ◀

CONTACTS

www.caisse-epargne.fr
www.silverandstudy.fr

l'âge auquel on devient senior pour Pôle Emploi et les professionnels du marketing. Il passe à 55 ans pour l'Insee, 60 ans pour la SNCF, 65 ans pour la Caisse de Retraite, 69 ans dans l'estimation des Français, 70 ans selon les médecins.

26 %

des Normands sont âgés de plus de 60 ans, une augmentation de 32 % en 15 ans. Les plus de 75 ans représentent 12 % de la population régionale. En 2020, la Normandie comptera un million de personnes de plus de 60 ans.



CCI Seine Estuaire

Enseignement supérieur

La CCI participe à la construction d'un nouveau bâtiment destiné à accueillir l'EM Normandie et la Cité Numérique, futur totem du campus havrais et de la French Tech Normandie.

L'opération consiste à construire au cœur du campus maritime et portuaire du Havre, un bâtiment de 12 700 m² qui regroupera la Cité Numérique et le nouveau site de l'EM Normandie. Les travaux, qui débuteront à l'automne 2017, pour une livraison prévue au printemps 2019, ont été confiés au groupement formé par SOGEA Nord-Ouest avec les architectes Groupe 6 et Pierre Champenois.

Le projet, dont le coût est de 24,16 M€, s'inscrit dans une démarche de rapprochement, voulue par la CCI Seine Estuaire et la CODAH, entre étudiants, universitaires et entrepreneurs, pour permettre l'émergence d'un écosystème favorable au développement de l'innovation, de l'entrepreneuriat et de l'économie numérique. En effet, bien que chacun conserve son identité propre dans des locaux indépendants, le programme permet une mutualisation de certains espaces et le développement de synergies intéressantes ainsi qu'une économie à la construction. En investissant dans de nouveaux locaux, et avec un financement à hauteur de 8,5 M€ sur ses fonds propres pour un nouveau site au Havre, la CCI Seine Estuaire donne un signal fort concernant son engagement en faveur du développement de l'École de Management.

La future Cité Numérique est pensée pour être un véritable noyau concentrant l'ensemble des activités numériques du territoire en regroupant de nombreux services destinés aux entrepreneurs. L'idée est de fédérer les acteurs du développement du numérique, d'engager une dynamique afin de conforter et de développer l'écosystème local, d'attirer de nouveaux acteurs, mais également d'accompagner les start-up, et d'aider à la transformation digitale des entreprises. La Cité Numérique a vocation à devenir un pôle d'excellence économique, culturelle et sociétale fondé sur les usages numériques. ◀

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



© Sogea Nord Ouest & Groupe 6



CCI Rouen Métropole

Business

La CCI Rouen Métropole véritable accélérateur de business du territoire

Entrepreneurs, élargissez vos horizons à Dieppe, ville d'arrivée de la Solitaire Urgo - Le Figaro.



La CCI a pour vocation d'animer le réseau des acteurs du territoire dont vous faites partie, nous vous attendons nombreux autour d'un des événements les plus importants de l'été à Dieppe. En effet, venez profiter d'un grand et beau moment pour faire grandir votre business le vendredi 23 juin.

Pour la réussite de cet événement, la CCI Rouen Métropole organise une animation dédiée aux femmes actives du territoire. Elles vivront au rythme de la Solitaire en découvrant l'univers de la voile. En effet, nous mettons en place une rencontre dédiée à l'entrepreneuriat au féminin avec des témoignages de femmes skippers et la création d'une sortie en mer 100 % féminine. Comme dans le monde de l'entreprise, la place des femmes dans le milieu de la voile demeure faible, la CCI va donc donner la barre aux femmes ! Elles pourront monter sur un voilier pour une sortie en mer d'environ une heure et être au plus près des bateaux.

Venez vivre la course comme si vous y participiez. Nous vous attendons nombreuses pour profiter d'échanges informels entre professionnelles d'horizons différents, ils sont souvent sources d'idées nouvelles, de partenariats durables et, dans tous les cas, l'occasion d'élargir son carnet d'adresses dans un contexte insolite.

La CCI Rouen Métropole va également proposer à tous les entrepreneurs du territoire une rencontre pour créer du lien, des opportunités d'échanges et de business.

Profitez de l'ambiance de l'arrivée de la Solitaire Urgo - Le Figaro pour rencontrer d'autres chefs d'entreprise, d'autres personnes influentes du tissu économique local en participant à un déjeuner business le vendredi 23 juin à midi. Nous organisons, en effet, au sein du village dans un espace réservé, un moment privilégié entre professionnels. Avec l'arrivée de la Solitaire Urgo - le Figaro à Dieppe, la CCI se positionne au cœur de réseau.

Soyez au cœur de la fête en vous associant à cette arrivée pour partager un lien fort et passionnément nautique ! Si vous voulez profiter de cet événement et des nombreuses animations pour mettre en lumière vos activités, la Chambre de Commerce et d'Industrie vous accompagne par le biais de packs allant de 250 à 2 000 € HT. ◀

En savoir plus 02 32 100 500
maite.sommervogel@normandie.cci.fr
marie-helene.cappe@normandie.cci.fr
 06 07 83 35 67

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



CCI Caen Normandie

CCI FINDays

Les CCI FINDays font étape en Normandie!

Les CCI Caen Normandie et Portes de Normandie accueillent les 1^{er} et 2 juin des auditions des CCI FINDays.

Vous êtes dirigeant d'une entreprise à potentiel de croissance ? Vous avez un projet concret à financer ? N'hésitez plus, vous n'avez plus que quelques semaines pour vous inscrire aux CCI FINDays !

Les CCI FINDays c'est quoi ?

Une opération nationale qui vise à maximiser vos chances de convaincre les futurs partenaires financiers de votre projet de développement.

• Votre intérêt

- Bien préparer et structurer votre demande de financement.
- Tester le potentiel de votre projet.
- Apprendre les techniques et astuces pour convaincre les investisseurs.
- Travailler sa communication.

- Gagner du temps : retrouver en un même lieu les différents acteurs du financement.
- Vous ouvrir à d'autres formes de financement.

• Les temps forts

- 1 - Je candidate en ligne : du 18 avril au 19 mai.
- 2 - Je passe une audition dans la CCI la plus proche de chez moi : le 1^{er} juin à Caen - le 2 juin à Evreux.
- 3 - Je suis retenu(e) et entre à l'Académie pour 48h de préparation intensive : les 18 et 19 septembre à Paris.
- 4 - Je "pêche" mon projet devant un panel d'investisseurs réuni pour la finale : le 19 septembre à Paris. ◀



En savoir plus

www.findays.cci.fr

CCI Caen Normandie: Maiwen Tanon - 02 31 54 54 89

CCI Portes de Normandie: François-Xavier Guéné - 02 32 38 81 10



+ d'informations sur

www.caen.cci.fr et www.portesdenormandie.cci.fr



CCI Portes de Normandie

Événement

Startup Weekend

Startup Weekend arrive à Alençon du 9 au 11 juin, organisé par la CCI Portes de Normandie, dans les locaux de StarTech à Alençon !

Une idée ? Un projet ? Envie de vivre en équipe la naissance de votre Start-up ? Si vous n'en avez encore jamais entendu parler, un Startup Weekend est un événement de 54 heures où des porteurs d'idées, des développeurs, graphistes, commerciaux et toutes les bonnes volontés se rassemblent pour présenter des idées de start-up et créer leur entreprise, en tout juste un week-end. C'est l'occasion parfaite de tester des idées d'entreprise, rencontrer vos co-fondateurs potentiels, lancer votre prochaine start-up ou développer la petite idée qui vous trotte dans la tête ! ◀

En savoir plus Facebook : @startupweekendalencon
sophie.douvry@normandie.cci.fr - 02 33 82 82 82



+ d'informations sur

www.portesdenormandie.cci.fr



CCI Ouest Normandie

Ateliers

Connaissez-vous nos Ateliers Business ?

Pour développer votre chiffre d'affaires, gérer efficacement votre entreprise et votre personnel au quotidien ou vous mettre en conformité avec la réglementation, la CCI Ouest Normandie vous propose un programme complet d'ateliers courts (0,5 à 1 jour) en lien direct avec la vie de votre entreprise.

Les Ateliers Business sont des ateliers pratiques avec mise à disposition de solutions adaptées à vos moyens et à vos objectifs pour une application immédiate en entreprise.

Vos prochains rendez-vous :

- 9 mai (Château du Rozel) et 16 mai (La Potinière du Lac) : **Mettre en lumière votre établissement et vos produits par la photographie.**
- 26 mai à Cherbourg-en-Cotentin : **Utiliser Google Analytics pour comprendre le parcours des internautes sur votre site.**
- 1^{er} juin à Flers : **E-réputation, maîtriser mon image pour développer mon CA.**
- 8 juin à Cherbourg-en-Cotentin : **Questionner efficacement en entretien de recrutement.**
- 29 juin à Saint-Pair-sur-Mer : **Piloter et animer l'entretien professionnel.**
- 3 juillet à Saint-Pair-sur-Mer : **Créer ma page Facebook professionnelle (niveau 1).** ◀

En savoir plus

<http://www.ouestnormandie.cci.fr/ateliers-business-0>



+ d'informations sur

www.ouestnormandie.cci.fr



Entreprise

Financement participatif

Kiosk to invest lance un appel à candidatures pour les entreprises en recherche de financement.

Avec près de 234 millions d'euros levés en 2016, le financement participatif devient une alternative significative pour les PME et les start-up. Face à ce constat, Kiosk to invest, plateforme de crowdfunding spécialisée en capital, lance un appel à candidatures pour les entreprises qui souhaitent financer leur amorçage et/ou leur développement.

Kiosk to invest est une plateforme de financement participatif, agréée par l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) en tant que Conseiller en Investissement Participatif (CIP) et labellisée CCI France, permettant la rencontre entre des investisseurs particuliers (ou sociétés) et des entrepreneurs ayant un projet à financer. Kiosk to invest et son réseau de partenaires sélectionne des projets d'entreprises à fort potentiel de développement, dont les besoins en fonds propres sont compris entre 100 000 € et 2 500 000 €.

Toute PME ou start-up ayant un projet de développement peut envisager de lever des fonds via Kiosk to invest. Pour cela il suffit de candidater sur www.kiosktoinvest.com. Si le dossier est sélectionné, il sera étudié et soumis en comité d'admission. Une fois ces étapes franchies, et la valeur de l'entreprise expertisée, la campagne de financement pourra commencer.

Pour être éligible, l'entreprise doit : être enregistrée au Registre du Commerce et des Sociétés, être une SA ou une SAS, avoir réalisé un premier chiffre d'affaires, avoir un besoin en fonds propres compris entre 100 000 € et 2 500 000 €, avoir un projet de développement.

En savoir plus www.kiosktoinvest.com



Appui

Alizé se déploie

Quand les grandes entreprises tendent la main aux plus petites.

Alizé, dispositif d'appui au développement des TPE-PME vient d'être relancé par la CCI Rouen Métropole. Il propose un accompagnement en deux volets : de l'appui en compétences de la part de grandes entreprises, complété par un éventuel appui financier sous la forme d'avances remboursables. Le dispositif est totalement gratuit pour les TPE-PME.

Neuf acteurs économiques majeurs du territoire se sont engagés : SNCF, Aspen, EDF, Toshiba, Technip, Engie, La Poste, KPMG et le CIC Nord-Ouest. Piloté au niveau national par le réseau Astrées, Alizé est également déployé dans la Manche, dans l'Eure et à Dieppe.

En savoir plus christine.grandjean@normandie.cci.fr
www.reseau-alize.com

Aéroport

Nouvelle ligne

Une liaison vers la Corse est ouverte sur l'aéroport de Rouen Vallée de Seine.

C'est officiel : à compter du 1^{er} juillet et jusqu'au 16 septembre, l'aéroport de Rouen Vallée de Seine desservira la Corse avec un vol aller-retour, tous les samedis. Prix de départ 75 €, pour un départ de Rouen à 9h40 et une arrivée à Bastia à 11h30 (retour 16h55 – 18h45). HOP ! Air France propose à la vente 1 000 sièges pour cet été, à partir de 75 €. « Il est impossible de donner un prix moyen car tout va dépendre de la fréquentation. En revanche, ce qui est certain, c'est qu'à la différence des compagnies « low-cost », les passagers bénéficieront des mêmes prestations que les passagers d'Air France », détaille Hélène Abraham, directrice marketing de la compagnie.

« Cette annonce, c'est un point de départ important du redémarrage de l'aéroport. Il s'agit de la première étape avant la mise en place d'un réseau de lignes régulières, car nos études le prouvent, de nombreuses entreprises de plus de cent salariés sont très intéressées par ce mode de déplacement », précise Vincent Laudat, président de la CCI Rouen Métropole. Des discussions sont actuellement en cours avec pour objectif de nouvelles destinations dès le début de l'année 2018.

Lu sur www.normandinamik.fr



International

Missions et salons

- Septembre (ou début novembre) : Mission Moyen-Orient / Émirats Arabes Unis et plus (prospection, rendez-vous BtoB).
- Octobre : Mission Amérique du Sud / Chili, Pérou, Colombie (prospection, rendez-vous BtoB).
- 23 au 28 octobre : Mission Amérique du Nord / Canada, USA (prospection, rendez-vous BtoB, focus MedStartUp).
- 25 au 28 octobre : Salon Pollutec Maroc (salon des équipements, technologies et services de l'environnement).

En savoir plus www.exporthnormandie.com
catherine.bulan@normandie.cci.fr

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

ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Énergie

DIRECTION RÉGIONALE
Normandie

ENTREPRISES

- > **Diminuez** vos charges et **gagnez** en productivité
- > **Minimisez** vos impacts environnementaux
- > **Soyez acteur** de l'économie circulaire

L'ADEME vous propose

- > un **accompagnement** technique
- > un **soutien** financier

maîtrise de l'énergie
chaleur fatale
écologie industrielle et territoriale
optimisation du transport
réduction des déchets
éco-conception
économie de matière première

RETROUVEZ L'ACTUALITÉ DE L'ADEME

Manifestations, appels à projet, retours d'expérience...

sur **www.normandie.ademe.fr**

ADEME
Direction régionale Normandie

Tél : 02 35 62 24 42

Mail : ademe.normandie@ademe.fr



LE HAVRE / DESTINATION 2017

CARRÉ
DES DOCKS

LE HAVRE NORMANDIE

DOCKS
OCÉANE

LE HAVRE NORMANDIE



CONGRÈS, CONVENTIONS, CONFÉRENCES, SALONS
FORFAIT JOURNÉE D'ÉTUDE À PARTIR DE 55€HT/PERSONNE

RÉSERVEZ DÈS AUJOURD'HUI :

Contact commercial :

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