



Dynamique
Ambitions logistiques
p.50

Echos
La Glass Vallée
fête ses quinze ans
p.58

Normandinamik

Le magazine d'information des CCI de Normandie

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

Enjeux p.26

Ensemble, c'est tout



ENTREPRISES, RÉDUISEZ VOS IMPACTS ET VOS COÛTS !

L'ADEME vous propose :

- € **UN SOUTIEN FINANCIER :**
études et investissements exemplaires, R&D
- 🔄 **UN ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE :**
conseils, partage d'expériences,
outils et méthodologies, formations



Energies renouvelables

Chaleur fatale

Management de l'énergie

Diagnostics énergétiques



Optimisation du transport
des salariés et des marchandises



Éco-conception

Économie circulaire



Achats éco-responsables

**Prévention et valorisation
des déchets**

Démarche carbone

Émissions atmosphériques



RÉDUISEZ VOS CHARGES ET GAGNEZ EN COMPÉTITIVITÉ

MINIMISEZ VOS IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX

POSITIONNEZ-VOUS COMME UN ACTEUR DE L'ÉCONOMIE DURABLE



CONTACT DÉPARTEMENTS 14, 50 ET 61 :

Damien GREBOT : 02 31 46 89 62
damien.grebot @ ademe.fr

Citis - Le Pentacle, 5 avenue de Tsukuba,
BP 10210, 14209 Hérouville-Saint-Clair Cedex
www.basse-normandie.ademe.fr

CONTACT DÉPARTEMENTS 27 ET 76 :

Eddy POITRAT : 02 32 81 93 11
eddy.poitrat @ ademe.fr

30 Rue Henri Gadeau de Kerville,
76100 Rouen
www.haute-normandie.ademe.fr

ÉLECTIONS CONSULAIRES : DU 20 OCTOBRE AU 2 NOVEMBRE, **VOUS VOTEREZ POUR VOUS**



Du 20 octobre au 2 novembre prochain, les élections consulaires vont se dérouler partout en France. Ce sont deux millions d'électeurs, chefs d'entreprise, qui seront appelés à s'exprimer pour désigner 4 000 élus. Vous allez choisir parmi vos pairs ceux qui vont travailler pour vous au cours des cinq prochaines années. Ceux qui agiront concrètement dans le développement territorial, dans l'accompagnement de vos projets.

Ceux qui seront à vos côtés pour affronter les défis de la mondialisation, du développement durable, de la révolution numérique.

Ceux avec qui il est possible d'agir sur la fiscalité et les charges, de recruter vos futurs collaborateurs.

Ceux qui défendent vos intérêts, qui sont dans l'action, qui connaissent vos préoccupations et vos attentes.

Cela vaut bien de leur consacrer quelques minutes, le temps d'un vote.

Parce que finalement, au bout du compte, c'est pour vous que vous voterez.

Pour faciliter l'appropriation du scrutin, une plateforme nationale de vote électronique a été mise en place (www.jevote.cci.fr), complétant le plus traditionnel vote par correspondance. L'organisation comprend plusieurs étapes majeures : la première est la constitution des listes, du 18 juillet au 25 août. La campagne électorale se déroulera du 30 septembre au 30 octobre. Du 20 octobre au 2 novembre, vous recevrez le matériel de vote.

Vous aurez jusqu'au 2 novembre à minuit pour vous exprimer. Enfin, le 10 novembre (au plus tard), les résultats seront proclamés.

La modernité n'est pas que numérique. Elle sera aussi dans la représentativité des nouvelles assemblées. Parmi elles, on trouvera de 30 à 50 % de femmes, un grand pas en avant pour l'institution consulaire, qui veille aussi à rajeunir ses rangs.

Les CCI de Normandie ont accompli, dans un

contexte délicat, d'importants efforts de régionalisation, de rationalisation, de modernisation. La légitimité de leurs actions, au service des entreprises, doit se trouver renforcée par votre vote.

**“ Ceux qui défendent
vos intérêts, qui
sont dans l'action ”**

sommaire

l'actualité des Territoires

06 **Filière bois.**
La riche forêt normande.



08 **Urbanisme.**
Caen dessine sa presqu'île.

11 **Attractivité.**
Une Normandie multiforme.

15 **Tourisme.**
Le Mémorial des Civils.

à la rencontre des Entrepreneurs

18 **CMN.**
Bouger pour grandir.

19 **LM Communication.**
Retour de flammes.



23 **Groupe Lefebvre.**
L'hôte suprême.

24 **MCP Menuiserie.**
Coup de jeune.

25 **Parker.**
Le LEAN dans la peau.

initiatives, Innovations, tendances

38 **L'esprit français.**
Boîte à malice.



39 **Jacques Emballages.**
L'affaire est dans le sac.

41 **Bonnaire Traiteur.**
La fête des Salers.

42 **TTA.**
Des idées et des engins.

48 **Forme estivale.**
Bien-être et sport.

en Focus

16 Les TPE

Que pèsent-elles vraiment dans l'économie française ? Quels sont les secteurs qui marchent ? Quel est le moral de leur dirigeant ?



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.normandie.cci.fr

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

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



dynamique Normande

50 **Logistique.**
La reconquête.



52 **StarTech.**
Pôle d'excellence.

55 **ISPA.**
Plus que jamais 4.0.

57 **La Brûlerie.**
Couleur café.

région en Échos

58 **Valérie Tellier,**
présidente de la
Glass Vallée.

Enjeux

Nouveaux modèles



Les nouvelles formes d'économie séduisent de plus en plus:
affichant des valeurs humaines, sociales, environnementales,
elles sont solidaires, participatives, collaboratives, et redessinent
une nouvelle façon de penser l'entrepreneuriat.

région en CCI

Agenda et actualités

60 **CCI CAEN**
NORMANDIE
CCI SEINE
ESTUAIRE

61 **CCI SEINE MER**
NORMANDIE
CCI PORTES DE
NORMANDIE
CCI OUEST
NORMANDIE

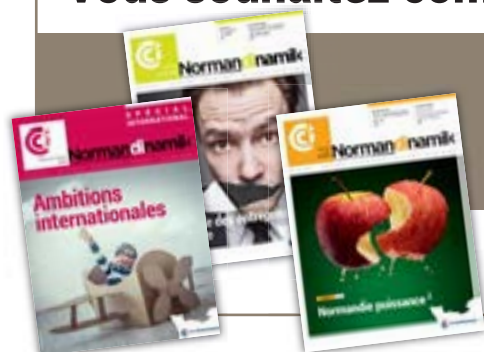
62 **CCI**
NORMANDIE

Vous souhaitez communiquer dans **Normandynamik** ?

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



Auprès de mes arbres

La filière forêt-bois normande s'est unie pour donner plus de perspectives de développement à un secteur très dans l'air du temps.



Le bois progresse dans la construction, porté par la transition énergétique.

La forêt normande parle désormais d'une même voix. Anoribois et Profession Bois ont fusionné, donnant naissance à l'interprofession de la filière bois-forêt régionale. « C'est une vraie volonté de travailler ensemble, de porter des projets », explique Christian Piquet, qui prend la présidence de la nouvelle structure. « Nous avons engagé les premières séances de travail en mai 2015. La démarche a été menée en choisissant la formule plus simple à mettre en œuvre au regard des contraintes juridiques et sociales. C'est pour cela qu'il a été procédé à la dissolution d'Anoribois et à une fusion-absorption au profit de Profession Bois. Si le contraire avait été plus pratique, nous l'aurions fait sans hésiter. L'important est d'être Normand ». Certes, des particularités subsistent, comme les difficultés

conjoncturelles d'approvisionnement de la scierie bas-normande ou la mise en place d'un test pour étudier l'impact de l'utilisation des autoroutes par les camions-grumiers, sous l'impulsion de la sous-préfecture de Bernay. Mais les volontés communes sont nombreuses : « Générer de la richesse et des emplois, valoriser la ressource locale, sauvegarder l'industrie de première transformation en augmentant sa productivité et en développant l'export de produits transformés », cite Christian Piquet, qui s'arrête sur la question de la construction. Elle constitue une des réserves de développement parmi les plus prometteuses de la filière. « La part du bois progresse et la demande de bois locaux est en train de prendre forme », constate Christian Piquet. Les éco-quartiers peuvent se révéler parti-

culièrement gourmands en bois, tant pour la structure (poutre en lamellé-collé) que pour la vêtue (bardage extérieur) et les différents aménagements (parquets, balcons, mobiliers urbains...).

Forêt 2.0

La rénovation thermique des bâtiments est elle aussi concernée. « Les entreprises, présentes depuis longtemps sur ce marché, en maîtrisent les technicités, comme la mixité des matériaux ou la performance énergétique. Il convient d'assurer la nécessaire montée en compétence des nouveaux acteurs », souligne le président. C'est là qu'intervient la notion de management environnemental, pour laquelle les professionnels sont de plus en plus engagés. C'est la forêt 2.0, pilotée intelligemment par



Du bois dont on fait le talent

Les professionnels de la filière bois normande font preuve de beaucoup de talents et de compétences. Trois exemples différents en témoignent.

Remarquées par les « Trophées du Développement Durable », Raison Durable et sa marque B.U.D (Beau Utile Durable) conçoivent, fabriquent et commercialisent des meubles éco-responsables, favorisant les circuits courts. La marque s'engage à produire des meubles en chêne massif 100 % normand. Installée à Martigny, l'entreprise fondée par Jean-François Marcheguet travaille avec une scierie implantée à proximité (Fleury-la-Forêt).

www.atelierbud.com

Le bois ornaux est présent dans de nombreux sites prestigieux, grâce au travail de Bellême Bois (Le Perche dans l'Orne). Parmi les dernières grandes réalisations de l'entreprise, la conception de deux pièces de bois essentielles à la tenue à la mer d'un bateau, et pas n'importe quel navire, puisqu'il s'agit de la réplique de l'Hermione, qui, l'an passé, a revécu la traversée entre la France et les États-Unis du Marquis de La Fayette. Mais on retrouve aussi la patte Bellême dans la passerelle du Mont-Saint-Michel, à Paris-Plage ou au Parc Borély de Marseille.

www.bb61.fr

Concevoir une palette est un art qui demande une forte technicité et des compétences de haut niveau. Ce n'est pas un simple agencement de planches et de clous. À Coquainvilliers, le site de Pérurena (membre du groupe PGS) déploie pour sa production de 1,2 million de palettes par an des solutions haut de gamme pour répondre aux exigences de ses clients : le format, la tolérance, l'essence des bois, c'est à partir d'un lourd et très précis cahier des charges que les palettes sont réalisées. Des traitements phytosanitaires sont effectués dans des cellules spécifiques. ◀

www.perurena.fr

des systèmes de télédétection, permettant la surveillance sanitaire et la bonne caractérisation de la ressource. Le « plan recherche et innovation pour la filière forêt – bois 2025 » intègre ces éléments et met aussi l'accent sur la nécessité de développer les synergies entre forêt et industrie, d'identifier de nouveaux usages du bois, de renforcer la compétitivité industrielle et d'adapter la forêt du futur.

Le virage technologique a déjà été pris par la filière. « Le bûcheron d'aujourd'hui est équipé d'outils modernes et performants. Le numérique est présent dans les scieries », commente Christian Piquet. « Cela rend nos métiers plus attractifs ». Avec 5 000 départs pour fin d'activité prévus d'ici 2025 et seulement 10 % de salariés âgés de moins de trente ans dans l'industrie du papier et du carton (40 % dans les travaux de charpente et construction), le défi est de taille. ◀

CONTACT

www.professionbois.com

En chiffres

420 000

hectares de forêt (14 % du territoire régional, privée à 78 %), 77 millions de m³ de bois sur pied.
Récolte : 1,2 Mm³ par an. 50 % en bois d'œuvre, 20 % en bois d'industrie, 30 % en bois énergie.
Accroissement : 2,9 Mm³ par an.
Sciage : 309 000 m³ par an.

3 420

entreprises (54 % de 50 salariés ou plus).

22 200

emplois (6^e rang national pour la part de la filière dans l'effectif salarié total).

80%

de feuillus (40 % de chêne), soit 53 millions de m³ et 20 % de résineux.

(Sources INSEE, Profession Bois)

+ Urbanisme CAEN

Île urbaine

La presqu'île de Caen se métamorphose. Un projet de longue haleine qui n'oublie pas le monde économique.

C'est une opération d'urbanisme majeure que vient de lancer l'agglomération de Caen. De celles qui transforment une ville, qui en modèlent le caractère. Pour les 25 à 30 prochaines années, la presqu'île de Caen va être le cadre d'un vaste programme aux subtils équilibres, dont la trame de fond est le renforcement de l'identité maritime et fluviale. « Nous sommes sur un territoire de 600 hectares qui offre une configuration exceptionnelle », résume Sonia de la Provôté, présidente de la SPLA Caen Presqu'île.

La première mission que se sont fixés les concepteurs du projet, animés par les réflexions du cabinet d'architecte néerlandais MVRDV est de conserver la navigabilité du canal, s'appuyant sur le terminal croisières, sur le développement de la filière nautisme et en préservant l'activité portuaire, tout en respectant la biodiversité des bords de l'Orne. Un discours qui plaît à Philippe Deiss, directeur général de Ports Normands Associés : « Il est évident que pour nous ce projet ne

doit en aucun cas porter atteinte aux activités économiques et à l'emploi. Il est essentiel de maintenir notre capacité de développement ».

Espaces partagés

La presqu'île sera conçue comme « un réseau d'espaces partagés », souligne Sonia de la Provôté, bâti autour d'un bocage urbain, avec des stationnements souterrains (jamais à plus de 100 à 120 mètres des habitations), une place privilégiée pour les vélos et les piétons et des transports en commun renforcés. « C'est une ville intime, un esprit de village, de petits lieux de vie resserrés », précise Sonia de la Provôté. « Une transformation urbaine de cette ampleur constitue un argument d'attractivité », appuie Christophe Marchais, directeur de l'office de Tourisme de Caen. La création du club « Caen Ouistreham Normandie Cruise » participe à ce mouvement, avec l'ambition de doubler l'accueil des navires de croisières (6 escales, 2 700 passagers en 2014).

Les premières opérations débiteront en 2017, à Mondeville (cœur Calix, « une entrée d'agglomération majeure »), Hérouville (construction d'habitation sur l'eau) et Caen (secteur du nouveau bassin). ◀

En chiffres

Le projet presqu'île comprend :

7 000
logements

45 000 m²
d'activité économique (en plus de l'existant)

10 000 m²
de commerces et services de proximité.

+ Le Havre

L'EMN se regroupe

Le campus universitaire havrais du centre-ville prend une nouvelle dimension avec le futur bâtiment de l'École de Management de Normandie.

➤ C'est un heureux problème que vient de résoudre l'École de Management de Normandie. Celui du succès, d'un nombre d'étudiants en augmentation régulière, et de locaux havrais à la fois trop étroits et trop éclatés. L'EMN disposera à la rentrée 2019 d'un nouveau site, au cœur du campus universitaire havrais du centre-ville, quai Frissard, dans le prolongement de l'ISEL, adossé à la future cité numérique. Cela lui permettra de continuer sa croissance et d'accueillir 1 700 étudiants à l'horizon 2020, soit 400 de plus qu'aujourd'hui, dont 30 % d'étudiants internationaux. Ce qui se passe au Havre épouse d'ailleurs le rythme caennais, puisque quatre extensions y ont déjà été effectuées.

Geste architectural

Ce « bâtiment plus grand, tourné vers l'avenir, adapté aux nouvelles formes d'enseignement », comme l'anticipe François Raoul-Duval, président de l'EMN, constituera aussi un « geste architectural fort », prévoit le maire du Havre, Édouard Philippe. Et c'est essentiel dans la concurrence sévère que se livrent les business-school. Pour attirer les étudiants, l'image joue un rôle important : « Les élèves comparent les villes, les campus, les locaux », explique François Raoul-Duval. « C'est un signal très fort sur nos ambitions et notre bonne santé », poursuit-il. Le programme SmartEcole, s'appuyant sur le numérique et le travail collaboratif pourra y être facilement déployé.

Le coût total de l'opération est de 16,5 M€, financé par la CCI Seine Estuaire, la CODAH et la Région Normandie.

+ Rouen

L'avenir soutenu

Le projet Seine Cité à Rouen bénéficiera du Programme d'investissements d'avenir.

➤ La Métropole Rouen Normandie, avec Seine Cité, fait partie des 31 territoires soutenus dans le cadre du projet « Ville de demain » des Programmes d'investissements d'avenir (PIA), qui entend favoriser « l'émergence d'une nouvelle façon de concevoir, construire et gérer la ville ».

À Rouen, le soutien du PIA s'élève à 10,4 M€ pour les sites des futurs quartiers Flaubert et Luciline, et la seconde tranche qui concerne le Quartier de la Nouvelle Gare rive gauche (élargie à l'Île Lacroix), qui sera à l'horizon 2030, la gare centrale de la Métropole. Ces nouveaux quartiers mettront l'accent sur l'innovation en matière de maîtrise de la consommation en ressources et en énergie, ainsi que sur la gestion des déchets, de l'éclairage innovant et de la gestion des eaux et la biodiversité.

+ Commerce CHERBOURG-EN-COTENTIN

Inquiétante vacance

Une étude confirme les difficultés du commerce de centre-ville à Cherbourg.



Le taux
de vacance
augmente.

La CCI Cherbourg-en-Cotentin vient de publier son étude sur l'évolution de la structure commerciale du centre-ville de Cherbourg. Il en ressort que le secteur des cafés hôtels restaurants est toujours le plus représenté avec 20 % du total de l'offre, devant les équipements de la personne (15 %, mais 13 établissements en moins entre 2014 et 2015). Le taux de vacance commerciale est passé à 16 % sur l'ensemble du périmètre, soit trois points de plus qu'en 2014 et 6 de plus qu'en 2012, première année de l'enquête. On re-

cense au total 635 cellules commerciales, concentrées à 61 % dans l'hyper-centre. Les rues Albert-Mahieu, Gambetta et Maréchal Foch sont les plus commerçantes, et la rue de la Paix avec 11 commerces vacants pour 15 occupés présente le taux de vacance le plus préoccupant. ◀

CONTACT

nadege.morby@normandie.cci.fr



► Portrait de Saveurs, ou quand la cuisine et la culture se rencontrent...

C'est à travers un projet pédagogique original, que l'IRQUA Normandie participe au festival Normandie Impressionniste. Elle a mobilisé les lycées hôteliers et les CFA normands pour faire travailler leurs élèves autour d'un produit régional, d'un écrivain et d'un tableau impressionniste, et de réaliser une recette mariant les trois. Certains restaurants régionaux ont inscrit à leur carte des réalisations issues du concours. Un livret a été édité par l'Irqua, présentant l'intégralité des recettes. ◀

CONTACT

www.irqua-normandie.fr

Attention, escroquerie

Des commerçants ont été victimes d'escroquerie à propos des normes d'accessibilité.

► Dans le monde toujours en mouvement de l'escroquerie, la dernière « trouvaille » concerne les passages des commerces aux normes d'accessibilité. Les commerçants sont sollicités par des « sociétés spécialisées » qui leur proposent des diagnostics en ligne, pour un coût allant de 400 à 4 000 €, payables immédiatement par carte bancaire. Comme toujours, le montage est particulièrement habile, avec papiers à en tête, références législatives et discours à la fois convaincant et menaçant. Sauf qu'un tel diagnostic ne peut être effectué que sur place. Il n'est en aucun cas possible ni prévu de le faire en ligne.

La pratique, déjà constatée dans plusieurs régions françaises, semble s'étendre à la Normandie, puisque des plaintes ont été déposées dans la Manche.

Sur un plan plus général, il est toujours possible de déposer des dossiers d'Ad'AP (agenda d'accessibilité programmée) afin de mettre en conformité les établissements recevant du public à l'accueil des personnes handicapées. En cas de doute, il est conseillé de contacter la Direction Départementale des Territoires et de la Mer.

Le plein de trophées

Les commerçants normands sont toujours très médaillés.

► Comme souvent, les commerçants normands ont été les grands gagnants de la cérémonie des Mercure d'Or, qui récompense les meilleurs d'entre eux en France. Six ont été distingués pour la promotion 2016 : Alexis Lecomte (ATOL Les Opticiens, Dieppe), Frédéric Hamelin (Les Caprices de Rouen), Gilles Grasdepot et Jean-Luc Buignet (Le Cinq, Rouen), Nicolas et Joséphine Gouin (L'atelier du pain, Cailly), boucherie Cahard (Saint-Romain-de-Colbosc) et boulangerie Bidault (Le Havre). Cerise sur le gâteau, l'UCIA de Pacy-sur-Eure a remporté le « trophée des Unions commerciales » remis à l'occasion de la journée nationale du commerce de proximité.

+ **Emploi** NORMANDIE

Intentions d'embauche

Quels sont les secteurs qui recrutent ?



La grande majorité des projets d'embauche concerne des activités de service de modernisation des métiers de service.

Dans son enquête annuelle des « besoins en main-d'œuvre », Pôle Emploi a recensé 57 800 intentions d'embauche dans les entreprises normandes cette année. La grande majorité des projets (68 %) est liée à des activités de service (hébergement – restauration, commerce, animation socio-culturelle...). Les emplois saisonniers représentent plus d'un tiers des projets de recrutement. 32 % des projets de recrute-

ment sont jugés difficiles, en hausse de 5 points par rapport à 2015. Les établissements de moins de 5 salariés représentent près de 3 intentions d'embauche sur 10. Le Calvados (18,6 % des projets) est le département le plus dynamique devant la Manche (16,2 %), la Seine-Maritime (15,3 %), l'Eure (14,3 %) et l'Orne (13,4 %). Les bassins d'emploi de Caen et Rouen rassemblent à eux seuls 19 000 projets. ◀

+ **Economie** NORMANDIE

Le bilan de Bpifrance

Bpifrance est intervenue auprès de 3 732 entreprises en 2015 pour un montant total de 625 M€. La majorité des interventions (65 %) concerne la garantie, mais Bpifrance a constaté une baisse de 10 % à ce chapitre, « signe que les banques retrouvent un fonctionnement normal avec les entreprises et ne nous sollicitent plus systématiquement pour délivrer un crédit », analyse le directeur régional Hervé Lelarge. En montant, c'est le financement qui pèse le plus (33 %), avec une volonté « d'accompagner plus longtemps les entreprises ». Bpifrance a participé à 18 prêts « usine du futur », à hauteur de 15 M€ soit 6 % de l'activité nationale. La banque publique continue à investir dans l'innovation, avec 150 entreprises accompagnées, « du début de l'aventure jusqu'au lancement du produit », et souhaite être de plus en plus présente dans l'export (10 entreprises soutenues en 2015) avec la création d'un label spécifique. ◀

+ **Statistiques** NORMANDIE

Immigration modérée

Selon l'Insee, la Normandie se place au onzième rang des treize régions françaises avec 3,7 % d'immigrés dans la population totale, juste devant la Bretagne (2,9 %) et les Pays de la Loire (2,8 %) (chiffres 2010).



➤ Au total, la région concentre 2,2 % des immigrés vivant en France, soit 120 000 immigrés. Comme ailleurs en France, les immigrés étaient majoritairement concentrés dans les agglomérations. Le quart d'entre eux vivait même dans les trois principales villes : Rouen (9,5 %), Le Havre (7,5 %) et Caen (6,6 %).

Depuis 1980, l'ouest de la région se distingue par une immigration d'origine britannique « guidée avant tout par un choix résidentiel », selon l'Insee. Ces immigrés, souvent seniors, sont attirés « par les conditions de vie qu'offre le territoire ». En revanche, dans l'est de la région historiquement industrielle et portuaire, les immigrés restent très majoritairement des travailleurs, en provenance d'Afrique, le plus souvent.



Économie NORMANDIE

Attractivité multiforme

Selon une étude de l'Insee, la Normandie cumule attractivité « productive » et « résidentielle ».

L'attractivité prend de multiples formes en Normandie. Selon une étude de l'Insee, neuf zones d'emplois sur 23 affichent une attractivité « productive ». Elles attirent des actifs qualifiés dans des établissements dépendant de centres de décisions extérieurs. Rouen et Caen bénéficient de leurs fonctions métropolitaines, Le Havre et Cherbourg de leur potentiel industriel (qui favorise l'arrivée d'actifs hautement qualifiés) et le sud-est de l'Eure de la proximité de Paris, de même qu'Argentan et Lisieux bénéficient du dynamisme caennais. Ces zones concentrent déjà 71 % de l'emploi et de la population de la région. « La Normandie confirme la règle observée sur

le territoire national : l'agrégation des activités là où elles sont déjà le plus concentrées », constate l'Insee.

Agrégation des activités

Huit autres zones doivent plutôt compter sur leur attractivité « résidentielle » pour bâtir leur futur. Elles appartiennent pour la plupart au littoral (Vallée de la Bresle, Honfleur, Bayeux, Granville, Avranches...). Dans ces zones, la part de l'emploi touristique est élevée (5,9 % à Honfleur par exemple) tout comme la proportion de retraités venant s'installer (1,0 % à Granville, plus du double de la moyenne des zones d'emploi en France). Pour les zones de Bayeux, Honfleur et Pont-Audemer, il existe aussi une proportion plus importante qu'ailleurs de « navetteurs » c'est-à-dire de personnes venues habiter dans ces zones mais travaillant à l'extérieur.

Les six dernières zones sont difficiles à classer, selon l'Insee. Saint-Lô et Alençon sont des centres administratifs sans être des destinations touristiques. Flers, Vire et L'Aigle sont des territoires agricoles en forte mutation. Enfin Dieppe et son littoral connaissent un net repli démographique.

L'Insee souligne toutefois que l'attractivité et la croissance de l'emploi ne vont pas « systématiquement de pair ». Ainsi de 2007 à 2012, sous l'impact de la crise, toutes les zones d'emplois ont enregistré un repli même modique sauf celles de Honfleur, Pont-Audemer, Saint-Lô, Vire, Granville et Avranches. ◀



© Olivier Rault-Fotolia

Bénéficiez d'un enseignement ultra-pointu



MASTÈRES SPÉCIALISÉS – MSc – 3^{ÈME} CYCLE*

DIPLÔMES ACCRÉDITÉS PAR LA CONFÉRENCE DES GRANDES ÉCOLES

11 SPÉCIALISATIONS :

Marketing, Négociation Internationale, RH, Développement Numérique, Systèmes d'Information, Communication, Événementiel, Développement Territorial, Logistique, Supply Chain, Entrepreneurat.

*Titre RNCP niveau 1

PROGRAMME GRANDE ÉCOLE

DIPLÔME VISÉ BAC+5 - GRADE DE MASTER

POST BAC

POST BAC+2

POST BAC+3/4



em-normandie.fr



Master in Management Ranking 2015

CAEN • LE HAVRE • PARIS • OXFORD L'ESPRIT DE CONQUÊTE

+ Culture CAEN

S'ouvrir sur l'art

L'entrepreneur et l'artiste se parlent et se découvrent grâce à la fondation des Mécènes Caen Normandie.



Le président du club Mécènes Caen Normandie, Damien Charrier.

La fondation d'entreprises Mécènes Caen Normandie contribue au financement de projets culturels, avec un regard particulier sur ceux ayant une prédominance numérique. Lancée à l'initiative de la CCI Caen Normandie, déclinant une convention nationale avec la DRAC, les CCI, l'ordre des experts-comptables, et les chambres des notaires et désormais étendue au Barreau, elle a été seulement la troisième du genre en France. Elle regroupe 22 entreprises du territoire, de tous secteurs d'activités, de toutes tailles, et de cette diversité éclosent des discussions et des échanges d'une grande richesse.

Tremplin

Sa durée de vie est limitée à cinq appels à projets sur cinq ans. Le 4^e vient d'être lancé, comme l'explique Damien Charrier, président de la Fondation : « Nous recevons une quarantaine de dossiers par an, qui sont examinés au travers d'un processus rigoureux, pour arriver

à 4 ou 5 lauréats. Nous ne cherchons pas à ratisser large, mais à distinguer une ambition, une idée nouvelle. Que notre soutien puisse leur servir de tremplin, et nous aurons accompli notre tâche ». Une fois son cycle de 5 ans accompli, elle renaîtra certainement sous une autre forme.

Au travers de ce mécénat, c'est l'attractivité territoriale qui est en jeu. La culture fait partie du rayonnement d'une région. « Puisque nous regardons de près ce qui touche au numérique, pourquoi ne pas rapprocher les artistes de notre formidable tissu de start-up. Des passerelles peuvent se créer, des projets peuvent grandir et s'exporter », souligne Damien Charrier.

L'entrepreneur et l'artiste ont bien des points en commun, la solitude, la création, le goût de liberté, le rêve, la prise de responsabilité. Les portes doivent s'ouvrir entre les deux mondes. Nous avons beaucoup de choses à nous dire », conclut-il. ◀

CONTACT

<http://mecenescannenormandie.com/category/actualites>

+ Tourisme MONT-SAINT-MICHEL

Frissons nocturnes

► Visiter l'abbaye du Mont-Saint-Michel la nuit offre un regard nouveau sur un lieu unique, du 11 juillet au 29 août. Cette année, c'est une expérience visuelle et sonore exceptionnelle qui sera proposée aux visiteurs, avec un « itinéraire nocturne ». À la tombée de la nuit, « l'habitant secret de l'abbaye » va se dévoiler ; une mystérieuse forme animale d'écailles et de plumes qui puise son origine dans l'histoire du lieu. Un conte atemporel et universel, un parcours poétique oscillant entre imaginaire et contemplation, une occasion inoubliable de redécouvrir l'abbaye, qui se transformera pour jouer avec les sens et les repères. Une promenade qui permettra de déambuler sur les traces du faucon pèlerin, résident régulier de la flèche de l'abbatiale.

Itinéraire nocturne, tous les soirs sauf les dimanches, de 19h30 à minuit.



CONTACT

www.abbaye-mont-saint-michel.fr

+ Normandie TOURISME

Séduire le monde

Rouen et la Normandie seront en mars prochain, le centre névralgique du tourisme mondial.



© Robert Wilson-Foblia

Décollage immédiat pour la Normandie touristique.

“ Il faut surprendre nos visiteurs. ”

Débarquement, Armada, Impressionnisme, Tour de France, 500^e anniversaire, la Normandie touristique multiplie les occasions de faire parler d'elle, d'accueillir des visiteurs venus du monde entier. Pour enfoncer encore un peu plus le clou de sa réputation, elle accueillera du 24 au 29 mars prochain l'événement professionnel numéro 1 du tourisme « Rendez-vous en France », qui regroupera à Rouen près de 900 tour-opérateurs internationaux (65 pays représentés) qui rencontreront leurs homologues français (plus de 1 100 sont attendus). Si ce salon est tout d'abord BtoB, avec 22 000 rendez-vous d'affaires qui seront programmés au sein du parc des expositions, il est aussi une formidable opportunité de présenter la Normandie sous son meilleur jour aux prescripteurs du tourisme, qu'ils soient organisateurs de voyages ou journalistes. Rouen a soufflé la victoire à Lille, Nantes et Marseille qui étaient sur les rangs.

Un programme de visite et de découverte de

toute la région a été concocté pour les visiteurs. « Nous développerons 21 thèmes dans toute la Normandie », révèle Yves Leclerc, directeur de Rouen Normandie Tourisme et Congrès, qui travaille dans cette opération en étroite liaison avec le CRT et les CDT. « Dans le monde touristique, la concurrence des destinations d'une même région n'a pas de sens. C'est toute la team Normandie qui se mobilise. Le Havre, Caen, Deauville ont été largement associées à la réflexion, pour que tout le territoire en profite », renchérit Guy Pessiot, conseiller municipal en charge du tourisme.

Team Normandie

Une soirée sera à Rouen, avec un spectacle de rue qui promet d'être spectaculaire, sur le thème du feu, et une initiation à la gastronomie normande qui mobilisera l'ensemble des restaurateurs de la place du Vieux-Marché. Une soirée de gala au Zénith, là aussi avec une scénographie très travaillée, clôturera un programme qui prévoit d'autres surprises (hébergement dans des bateaux de croisière,

show au Panorama, shopping VIP dans les grands magasins, visite privée de la ville): « Il faut surprendre nos visiteurs », commente Yves Leclerc. « Ce salon est le moment idéal pour engranger des retombées, pour vendre nos destinations, mettre partout des grains de Normandie ».

Le parc expo de Rouen accueillera pour l'occasion une de ses plus importantes manifestations depuis sa rénovation – reconstruction en fin d'année dernière. Les travaux ont permis la modernisation de deux halls de 5 800 m² et surtout la reconfiguration des entrées et d'un espace conférence modulable pour salons et séminaires pouvant recevoir de 350 à 500 personnes, avec gradins rétractables et six salles de réunion. ◀

+ Manche NUMÉRIQUE

Tourisme connecté

Une application pour mieux vivre le tourisme de découverte économique dans la Manche.

Kit M, l'application qui permet de découvrir le patrimoine touristique de la Manche par de nombreux contenus, parcours, conseils, fonctionnalités, a rencontré un vrai succès qui a donné l'idée à Manche Tourisme, Manche Numérique et la CCI Ouest Normandie de créer une appli dédiée à la promotion du tourisme de découverte d'entreprises.

Ce secteur fonctionne particulièrement bien dans le département, avec 150 entreprises accueillant le public, offrant finalement une nouvelle façon de connaître une destination, en dehors des sentiers battus ou des lieux plus classiques. Les visiteurs sont enthousiasmés par les trésors que recèlent les entreprises locales, et les dirigeants voient ainsi une nouvelle façon de se faire connaître, de générer des flux, de mettre en valeur leur savoir-faire. Les « visites du jeudi », de juin à septembre, sont ainsi un vrai succès.

L'application fonctionne sous iOS et An-



droid, elle pourra être consultée hors de toute connexion internet, ce qui en facilite l'usage. Elle comprendra toutes sortes d'informations sur l'entreprise, ainsi qu'un système de géolocalisation, toujours très utile. ◀

CONTACTS

stephane.lesauvage@normandie.cci.fr
www.manchenumerique.fr



KIT[®]
LA MANCHE
À PORTÉE DE MAIN

En chiffres

- 71 %** des Français partis ont **consulté internet** pour préparer leur séjour (9 % en 2013).
- 45 %** des Français partis en 2014 ont **réservé sur internet** tout ou partie de leur séjour.
- 32 %** des Français partis ont **utilisé leur smartphone** pour leurs séjours de loisirs.
- 50 %** des Français affirment que **la disponibilité et le prix du WiFi influent** sur leur décision d'acheter un séjour dans un hôtel.
- 68 %** des e-tourismes sont **influencés par les avis** qu'ils lisent.

+ Tourisme

Flers récompensée

► L'agglomération de Flers a été distinguée à l'occasion des « Trophées du Tourisme Numérique », en remportant un prix pour son application « Flers virtuel, du XIX^e siècle à aujourd'hui ». Cette application complète, de manière moderne, ludique et accessible, les visites et documents proposés par la ville. L'idée est de faire figurer sur les tablettes et smartphones le patrimoine bâti du centre-ville tel qu'il se présentait vers 1900, avant d'être détruit par les bombardements de 1944. L'appli a été conçue pour être la première d'une série destinée à promouvoir le tourisme et l'appropriation de leur territoire par les habitants.

Coup de GENI

► Eure Tourisme vient de lancer une version améliorée de GENI, l'application touristique de découverte du département. Elle propose une découverte de plusieurs centaines d'offres touristiques, par territoire ou par thème, des jeux et quizz et de nombreux circuits de découvertes, dont certains très originaux comme « Les Nymphéas Noirs », conçus par la Maison du Tourisme de Giverny.

Apprivoiser le numérique

► Dans sa dernière publication, « Tourisme & Numérique », CCI Normandie donne aux professionnels les clés pour ne surtout pas manquer l'indispensable virage numérique. On y apprend l'influence d'internet et du smartphone sur l'acte d'achat, quels bons outils e-marketing mettre en œuvre, l'évolution de l'offre hôtelière face à Airbnb, la gestion des avis des clients, le rôle du « territoire augmenté » et de l'immersion.

CONTACT

www.normandie.cci.fr



+ Histoire FALAISE

La mémoire des civils

Le « Mémorial des Civils » ouvre, à Falaise, une page insuffisamment explorée de l'histoire de la Seconde Guerre mondiale.

Dans la très riche historiographie de la Seconde Guerre mondiale, il manquait un regard scientifique sur les civils. Le Mémorial de Falaise comble cette lacune. Parce qu'en dehors du temps des batailles, la vie continue, qu'il y a une vie quotidienne pendant la guerre, il faut « s'interroger sur la place des civils, ces millions d'anonymes qui ont tout perdu et que personne n'a jamais invités aux défilés », comme le revendique Stéphane Grimaldi, directeur général du Mémorial de Caen, dont les équipes ont bâti la scénographie, le décor, le propos historique. Il apprend aussi que la Seconde Guerre mondiale a tué plus de civils (35 millions) que de militaires (25 millions), et ce, pour la première fois dans l'histoire de l'humanité.

Falaise était le lieu emblématique pour accueillir ce musée. Elle fut détruite à 80 % pendant la libération. Elle rappelle que les Normands ont payé le prix de la libération de l'Europe. C'est l'ancien tribunal d'instance, symbolique de la reconstruction, qui a été choisi pour abriter le musée, sous les remparts du château de Guillaume. Hasard étonnant, les fouilles ont permis de découvrir les ruines d'une maison d'habitation victime des bombardements de l'été 1944, dont les vestiges font partie intégrante de la visite. La ville de Falaise et la Communauté de Communes du pays de Falaise ont porté ce projet.

Maison immersive

Le parcours commence par immerger le visiteur dans la France occupée. L'office de placement allemand, la Kommandantur, l'école (avec les paroles de « Maréchal nous voilà », qu'apprenaient les petits Français, écrites sur un tableau), les problématiques de la vie quotidienne (tickets de rationnement, pénuries en tout genre...). « On parle des femmes, des enfants, pas seulement des combattants. Les vécus ne sont pas identiques, ce sont ces nuances que nous cherchons à éclairer », résume Isabelle Bournier, directrice des affaires culturelles et pédagogiques du Mémorial de Caen. Sont aussi évoquées la répression de la résistance et la persécution des populations juives.



Le hall d'accueil du Mémorial.

Au niveau suivant c'est l'heure de la Libération, où se mêlent le soulagement et la souffrance, les rires et l'exode. Aucun aspect n'est oublié, même les passages les plus sombres de l'arrivée des libérateurs. Des photos exceptionnelles font sentir le contact entre les civils et les soldats, « deux univers totalement différents, une découverte de l'autre », souligne Isabelle Bournier. Tout un appareil pédagogique (tablettes, outils interactifs) ouvre sur la situation des civils dans l'Europe occupée, la jeunesse dans la guerre, les reconstructions. Au rez-de-chaussée, c'est la « maison immersive », où sera projeté un film permettant d'appréhender dans toute sa brutalité toutes les différentes étapes d'un bombardement aérien. ◀

“ Ces millions d'anonymes qui ont tout perdu et que personne n'a jamais invités aux défilés ”

CONTACT

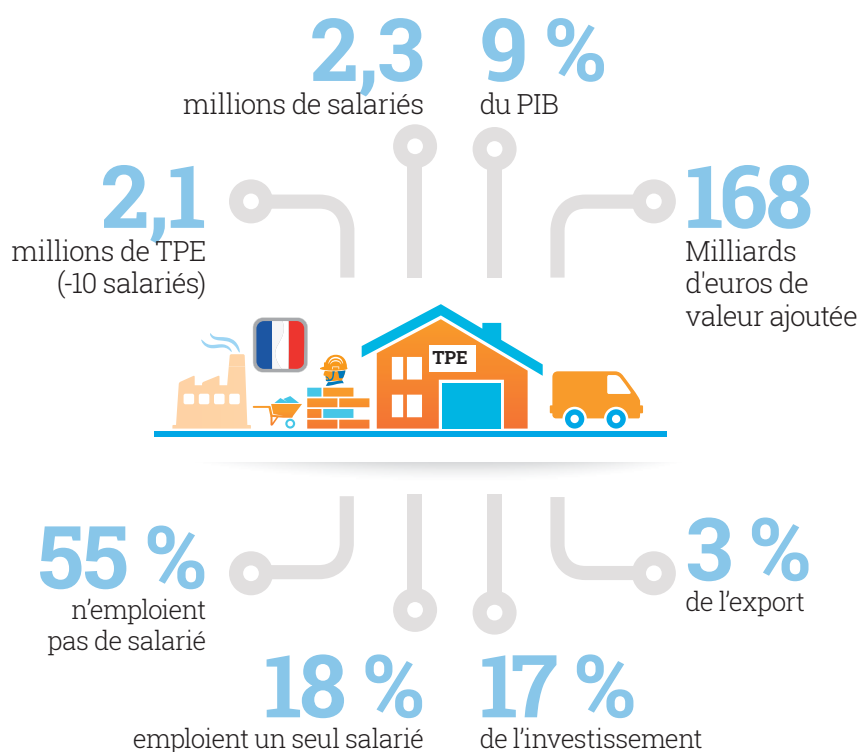
www.memorial-falaise.fr

en Focus

L'activité des TPE

Les « très petites entreprises » sont diverses et essentielles. Elles sont présentes dans tous les secteurs d'activité, jouent un rôle de proximité et de développement, assument leur responsabilité économique et leur prise de risque autant que les plus grandes. ◀

Les TPE en France



> L'activité des TPE en 2015

Indice moyen d'activité -1,7 % (-3,2 % en 2014)



Les tops

	Magasin de meubles	+ 3,7 %
	Agences immobilières	+ 3,4 %
	Cavistes	+2,8 %
	Fruits et légumes	+2,5 %
	Poissonniers primeurs	+1,4 %



Les flops

	Studios photos	- 7,8 %
	Entreprises de carrelage – faïence	- 5,2 %
	Entreprises de plâtrerie – décoration	- 4,7 %
	Électricité	- 3,8 %
	Commerce de cycles et scooters	- 3,8 %

> Leurs secteurs d'activité



Hébergement et restauration	9,3 %
Immobilier	8,7 %
Service aux particuliers	8,5 %
Industrie	7,3 %
Transport et entreposage	3,6 %
Information et communication	3,5 %

> L'évolution par secteurs

(évolution du chiffre d'affaires 2015)

	en 2015	en 2014
	Équipement de la maison	- 0,2 % (-4,5 %)
	Services	-0,4 % (-3,7 %)
	Beauté – esthétique	-0,4 % (-0,1 %)
	Commerce de détail alimentaire	-0,8 % (+ 0,2 %)
	Cafés, hôtels, restaurants	-0,8 % (-1,3 %)
	Métiers de la santé	-1,0 % (-1,3 %)
	Culture et loisirs	-2,1 % (-1,9 %)
	Transports	-2,6 % (+0,3 %)
	Artisanat du bâtiment	-2,7 % (-7,5 %)
	Vente et réparation auto	-2,8 % (-1,5 %)
	Équipement de la personne	-3,4 % (-3,8 %)



Numérique

63 % des patrons de TPE ont le sentiment de bien comprendre les enjeux de la transition numérique. Toutefois, seuls 19 % maîtrisent très bien ces enjeux. Afin d'adapter leur propre activité, les dirigeants jugent nécessaire de réaliser des investissements au cours des trois prochaines années : 70 % pour les équipements et les outils de travail ; 62 % pour les produits et services ; 60 % pour leurs compétences et celles de leurs salariés.

Emploi

Quant aux prévisions en matière d'emploi, 75 % des dirigeants pensent, en 2016, stabiliser leurs effectifs (en remplaçant si nécessaire les départs), 12 % pensent augmenter leurs effectifs et 11 % les diminuer. Les dirigeants non-employeurs resteront, à 90 % sans salarié.

Moral

Les dirigeants de TPE sont de plus en plus nombreux à être pessimistes sur le climat général des affaires en France (81 % ; avec un bond de +10 % en 9 mois) ainsi que sur leur propre activité (44 % contre 51 % en juillet dernier) et à juger la situation financière de leur entreprise préoccupante (34 % contre 26 % en octobre 2015).

Dans la tête des dirigeants



Financement

15 % des TPE ont effectué une demande de financement auprès de leur banque au cours des trois derniers mois. Elle a été refusée dans 24 % des cas.

Croissance

28 % des dirigeants espèrent une croissance de leur activité en 2016 et 21 % craignent une récession. Dans 48 % des cas, la trésorerie est à l'équilibre, excédentaire pour 30 % et déficitaire pour 22 %.

En Europe

Sur les 22,3 millions d'entreprises que comptait en 2012 l'économie marchande non-financière de l'Union européenne, 92,7 % comptent de 0 à 9 salariés, représentant 29,2 % de l'emploi.

Les taux les plus élevés sont enregistrés en Grèce (96,7 %), en Slovaquie (96,5 %), en République tchèque (96,0 %), en Pologne et au Portugal (95,2 % chacun), en Italie (94,9 %) et en France (94,8 %).

Dans la majorité des États membres de l'UE pour lesquels des données sont disponibles, les micro-entreprises constituent le premier employeur, avec une proportion dans l'emploi supérieure à 40 % dans plusieurs États membres d'Europe méridionale : Grèce (58,6 %), Italie (46,4 %), Portugal (42,3 %) et Espagne (40,8 %). À l'inverse, moins de 1 personne sur 5 travaillait dans une micro-entreprise au Royaume-Uni (17,3 %), au Luxembourg (18,0 %) et en Allemagne (19,0 %).

Avec 308 000 entreprises créées en 2012, la France était l'État membre de l'UE qui a enregistré le plus grand nombre de créations d'entreprises cette année-là, devant l'Italie (275 000), l'Espagne (248 000), le Royaume-Uni (242 000), l'Allemagne (238 000) et la Pologne (229 000).

Dans l'ensemble de l'UE, 2,3 millions d'entreprises ont été créées en 2012.

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Cherbourg-en-Cotentin

Bouger pour grandir

CMN lance son « chantier naval du futur ». Une usine ultra-moderne, au cœur du complexe nautique cherbourgeois, porteuse de compétitivité et de succès commerciaux.



L'emplacement de la future usine.

« Les planètes sont alignées à Cherbourg », se réjouit le président de la région Normandie, Hervé Morin, faisant allusion au contrat remporté par DCNS pour la conception de douze sous-marins pour l'Australie, à l'autorisation du dépôt du permis de construire du futur atelier d'assemblage d'hydroliennes de DCNS-OpenHydro, ainsi qu'au lancement d'un « chantier naval du futur » par CMN, d'un montant de 100 M€. L'usine, de 35 000 m², occupera un espace de 8 hectares, dont 6 à gagner sur la mer.

Le président de CMN, Pierre Balmer ressent un peu de nostalgie à l'idée de quitter l'ancienne usine, cette « vieille dame », comme il l'appelle affectueusement, témoin de 100 ans de vie industrielle. Mais comme il le déclare plus prosaïquement : « quitte à dépenser 80 M€, autant régler les contraintes qui nous pénalisaient et améliorer notre compétitivité ». En se plaçant darse des Mielles, au cœur du plateau nautique, à proximité de son quai d'armement et de l'unité de production de l'aluminium de

CMN (conservée dans ses locaux actuels, où ont été investis 2 M€), des élévateurs à bateaux et du travelift de 300 tonnes, en cohérence avec le développement de l'activité de réparation navale, le site offrira « plus de souplesse, d'adaptabilité ». Et il sera conçu selon les principes de l'usine du futur, avec l'amélioration de l'organisation industrielle (lean manufacturing, numérisation), l'excellence environnementale (maîtrise des énergies) et positionnement central de l'homme.

Course d'obstacles

Pour ce projet, CMN a d'ailleurs été labellisé « Vitrine de l'Industrie du Futur » par l'Alliance Industrielle du Futur, une reconnaissance dont Pierre Balmer est très fier : « Nous avons été la 5^e entreprise française à être ainsi distinguée, la plus petite en nombre de salariés. C'est un grand succès pour les équipes ». Si le process industriel, adapté à la production en petite série (15 navires par an) a été pensé en Allemagne, la construction profitera aussi aux entreprises locales, Pierre Balmer y tient

tout particulièrement. La mairie de Cherbourg réfléchit de son côté à l'utilisation de l'ancien site, qui devrait continuer à avoir un destin industriel.

Il reste maintenant à tenir les délais, élément « essentiel » selon le président, qui reconnaît qu'il s'agit d'une « longue course d'obstacles » à mener, dans le dédale des autorisations administratives et des travaux, mais qui espère une inauguration pour la fin d'année 2019. Les vents sont porteurs pour CMN, qui a procédé à 30 embauches en début d'année, et qui a conclu depuis quelques mois des contrats significatifs avec le Liban et l'Arabie Saoudite. « Je suis confiant », commente Pierre Balmer. « Nous avons une excellente gamme de produits, une R&D dynamique, des perspectives importantes de succès commerciaux ». ◀

CONTACTS

www.cmn-group.com

www.pna-ports.fr

À savoir

Le port de Cherbourg poursuit, sous l'impulsion de PNA, ses grands travaux de transformation afin d'accueillir les projets EMR. Livrée depuis plus d'un an déjà, l'extension du quai des Flamands a permis de construire 680 mètres de linéaire de quais pouvant accueillir la manutention et le transbordement de charges lourdes (nacelles, mâts, fondations...). Le quai est doté d'une capacité de portance de 15 tonnes par m², très supérieure aux quais conventionnels. D'ici la fin de l'année, l'extension de 39 hectares de terre-plein gagnés sur la mer, protégés par une digue de 1 800 mètres de long, sera achevée. À proximité de ces espaces, une zone d'activités de 17 hectares (site de Colignon) sera aménagée.



Saint-Etienne-du-Rouvray

Retour de flammes

Détruite par un incendie, LM Communication a su renaître de ses cendres.

Les images terribles des flammes ravageant son entreprise, la détruisant totalement le 10 mars 2015, Patrick Marais ne les oubliera jamais. On ne passe pas impunément au travers d'un tel traumatisme. Mais on peut s'en relever. LM Communication l'a démontré. Le lendemain, après une nuit dont on peut imaginer à quel point elle fut courte, de retour devant un tas de cendres encore fumantes, avec ce qui restait de 23 ans de travail ne tenant que dans une petite remorque, Patrick Marais et son associé de toujours, Laurent Lejeune, n'ont pas hésité. Sans vraiment savoir où ils allaient, et comment ils y arriveraient, ils ont décidé de continuer. De rebâtir. De se lancer ce nouveau défi. Les soutiens immédiats de la Municipalité (« ils nous ont permis de nous installer tout de suite dans de nouveaux locaux. Sans cela, nous étions

morts ») et du Conseil régional, le courage sans faille des collaborateurs, la fidélité des clients, la compréhension des assurances et des banques ont tous participé à ce qui pourrait être considéré comme un miracle, mais qui fut surtout la conjonction d'un travail acharné et d'une vraie force morale.

Quatorze mois plus tard, c'est dans des locaux plus grands, mieux adaptés, plus agréables, construits au même endroit que le site historique, que Patrick Marais reçoit ses visiteurs. « Contraints et forcés, nous avons revu notre façon de travailler », explique-t-il. « Nous avons remis à plat nos vieilles habitudes, nous avons investi dans un nouveau parc machine, nous avons reconstruit plus grand. Nous nous sommes servis de tout cela pour mieux rebondir ». L'espace atelier a doublé, « ce qui nous permettra de prévoir de futurs investis-

sements », les salariés bénéficient désormais d'une salle de sport et d'un espace détente plus confortable, un show-room a été conçu, pour mieux accueillir les clients et amis, au cours de soirées conviviales ou événementielles.

Aller très vite

LM Communication a même créé de nouvelles embauches, inscrites dans une vision de croissance qui devrait passer par le recrutement d'un commercial pour se développer dans l'Eure et le Calvados. Petit à petit, l'entreprise retrouve son rythme de croisière, avec des liens plus forts encore qui se sont tissés entre ceux qui ont vécu l'incendie.

Patrick Marais a voulu rebondir, il y est parvenu, en « allant très vite », sans forcément calculer les conséquences et la prise de risque. Homme de communication, il a été très présent dans les médias pour faire passer le message que son entreprise continuait en dépit du sinistre. Il a lancé une campagne de mailing pour rassurer ses clients. Sur la page internet de LM Communication, il a régulièrement tenu informé de l'avancée des travaux, en toute transparence, pour bien expliquer la situation, ses développements. Il s'est battu pour rebâtir et poursuivre la croissance de son entreprise, qui affiche un chiffre d'affaires en hausse, dans un secteur que Patrick Marais reconnaît ne pas être porteur : « Le cadeau d'entreprise, l'objet publicitaire, ne sont pas une priorité aujourd'hui, même si on sent un léger mieux. Nous avons su faire la différence grâce à notre réactivité, à la qualité de notre parc machine et notre savoir-faire. Nous sommes aussi présents dans la signalétique, pour diversifier l'activité ». ◀

CONTACT

www.lmcommunication.com



Patrick Marais
a pu concevoir
de nouveaux
espaces de
présentation.

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Rouen / Elbeuf

Verre comme l'espoir

Une enseigne à Elbeuf, l'autre à Rouen, la miroiterie Uni-Verre a bien grandi en huit ans.



Deux jeunes
dirigeants
ambitieux.

Quand ils ont posé leur nouvelle enseigne Uni-Verre, avenue Jean-Rondeau, Damien Capron et Loïc Dhersin n'ont pu s'empêcher de ressentir un petit frisson d'émotion et de fierté mêlées. Huit ans après leur première ouverture à Elbeuf, les deux jeunes entrepreneurs (ils ont à peine la trentaine), ont la confirmation que leur engagement total, comme en témoignent ces interventions le week-end ou la nuit pour satisfaire leurs clients, leur volonté de développer une offre de qualité au meilleur prix, tout cela finit par payer. « Quand nous avons commencé, nous étions poseurs-techniciens, puis nous avons embauché, puisque nous sommes 8 à Elbeuf, et choisi de relever un nouveau challenge à Rouen pour mieux desservir

notre clientèle du nord de la métropole », commente Damien Capron.

Fort logiquement, pour une miroiterie, ce sont de grandes baies vitrées qui donnent le ton des nouveaux locaux, image du savoir-faire de la maison. « Nous savons de quoi nous parlons. Nous savons régler les problèmes, c'est un de nos points forts ». Au fil des années, des chantiers, de l'évolution du matériel, ils ont su développer leurs

“ Une qualité
qui rassure. ”

prestations, du double vitrage aux vitres pare-balles, en passant par des défis d'envergure, comme ses projets immobiliers de 300 fenêtres ou ce garde-corps en verre de 100 mètres de long. « Nous ne savions pas le faire au début », reconnaît Damien Capron. La récente direction qu'il souhaite donner à son entreprise concerne les vérandas, un marché très porteur.

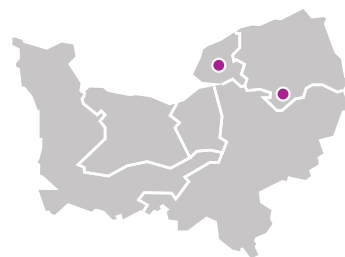
Cap sur la véranda

Pour accompagner la croissance d'Uni-Verre, les deux dirigeants misent d'une part sur une communication très active (présence sur les réseaux sociaux et dans les clubs d'entreprise) et d'autre part sur des prestataires de haut niveau : « Tous nos produits sont français, c'est une qualité qui rassure », explique Damien Capron, faisant référence, notamment, à Riou Glass.

Pour l'avenir, outre des embauches (4 CDI au total pour l'enseigne rouennaise), c'est vers Évreux ou Le Havre qu'ils pensent s'installer, toujours dans cet esprit d'entreprendre que Damien et Loïc ont chevillé au corps. ◀

CONTACT

www.miroiterie-uni-verre.fr



Beuzeville-la-Grenier

Canaliser les fluides

Valorisant le métier de canalisateur, une PME havraise rayonne en France.

Reprenant successivement deux activités complémentaires, Franck Carde a eu la main heureuse : à ce jour, le dirigeant de Cana Service et Résolfluid manage une chaîne d'expertises (66 personnes) autour des réseaux gaz et fluides, assurant des chantiers clés en main.

Le point de départ fut Cana Service, rachetée en 2011, société de travaux publics riche d'un savoir-faire dans les terrassements industriels.

Prenant la main dès 2005, Franck Carde a rebattu les cartes, concentrant le cœur de métier sur les réseaux gaz distributeurs, « un micro-marché exclusif ». Tirant partie

du capital historique, il a étoffé les compétences connexes, intégrant « un bureau d'études, un géomètre, la dimension contrôle et mesure », visant 100 % d'autonomie sur ses chantiers.

Puis il a recherché des synergies potentielles, reprenant en 2015 une agence havraise (ex-SPAC) spécialisée dans la maintenance des pipelines. Ainsi, il a lancé Résolfluid, qui évolue sur un créneau de niche supérieur, « le marché des pipelines transporteurs ».

Déjà, le reprenneur fait l'équilibre entre les prestations Cana Service (45 collaborateurs) vers des clients grands comptes et Résolfluid, qui intervient sur les pipelines gaz et hydrocarbures, pour les majors du pétrole, les raffineries. « On ne construit plus de pipes, mais ce qui touche à leur maintenance exige à présent, des aptitudes de haut vol ». Alors au futur, il prévoit d'investir dans des équipements dédiés, et

anticipant la montée en gamme, une certification MASE est sur le point d'aboutir.

Coup double

Franck Carde était étudiant quand il a monté sa première affaire. C'est dire si la fibre entrepreneuriale ne l'a pas quittée tout au long d'un parcours dans la plasturgie. C'est par ce biais qu'il a découvert Cana Service, qui fêtera ses 40 ans en 2017, menant ses deux projets de reprise avec le soutien du réseau consulaire, et deux fois lauréat d'Initiatives Le Havre Estuaire. ◀ I.P.

CONTACTS

Claire Duboc

Conseiller Création Reprise d'entreprise

cduboc@seine-estuaire.cci.fr

Cana Service/Résolfluid

02 35 31 02 22



**VOTRE SANTÉ
100 % MUTUELLE**

ASP 
BTP
**mutuelle
santé**

02 31 50 35 50 • www.aspbtp.fr

La mutuelle de tous les Normands

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Rouen

Matmut consolide

La Matmut stabilise ses résultats et poursuit son rapprochement avec la Macif.

Le groupe Matmut a toutefois vu son chiffre d'affaires légèrement reculer en 2015 (1,81 Md€ contre 1,94 Md€ en 2014) et subi une forte baisse de son résultat net, tandis que les fonds propres sont toujours orientés à la hausse.

Des résultats « de consolidation et de dynamisme », analyse le groupe Matmut que préside Daniel Havis. Il indique avoir stabilisé le nombre de ses sociétaires (3 millions) et celui de ses contrats (6,6 millions) avec un « maintien de ses positions » dans le domaine de l'assurance « dommages » des particuliers. Ce secteur est l'un des quatre « chantiers principaux » du groupe avec l'assurance des personnes (santé, vie), le marché des professionnels où la Matmut a lancé des contrats « santé » pour les TPE/PME et des prestations « sur mesure » pour les plus grosses entreprises.

Rapprochements

L'année 2015 a été marquée par une baisse de la sinistralité climatique par rapport à 2014 où elle avait eu « un impact notable ». La Matmut constate une diminution des autres dommages (dégâts des eaux, vols, accidentalité routière) mais les coûts engendrés par les réparations sont en hausse.

La Matmut poursuit son rapprochement avec la Macif avec laquelle elle forme un groupe d'assurance mutuelle, Sferen. Le partenariat portait déjà sur le réseau de réparateurs automobiles. Il s'est renforcé avec un réseau commun d'avocats spécialisés. Le projet d'intégration de la mutuelle Ociane, première mutuelle Santé dans le sud-ouest de la France, au sein du Groupe Matmut s'est accéléré en 2015. Le nouvel ensemble composé de la fusion entre Ociane et Matmut Santé Prévoyance devrait donner naissance à Ociane Groupe Matmut en 2016.

La Matmut a également un partenariat avec Mutlog spécialisée dans la protection des emprunteurs qui présente des résultats en augmentation avec 23 % d'adhésions supplémentaires en 2015. ◀



Une banque qui soutient l'économie régionale.

Normandie

Un écureuil investisseur

La Caisse d'Épargne veut être plus présente sur le marché des PME

Avec la création de « Caisse d'Épargne Normandie capital », la banque se lance dans le capital investissement, s'adressant aux PME (chiffre d'affaires compris entre 5 et 100 M€). « Nous interviendrons sur la croissance externe, l'investissement technologique, la transmission », commente le président du directoire, Joël Chassard. La structure sera lancée en 2017, avec l'objectif de réaliser « de 4 à 5 investissements par an », en entrant comme minoritaire pour des montants allant de 150 000 à 1 M€. « Nous avons la solidité financière pour monter ces projets », souligne Joël Chassard. La Caisse d'Épargne a réalisé 389 M€ de PNB en 2015, en augmentation de 0,9 %, et compte sur un portefeuille de 1,4 million de clients normands, pour près de 11 Mds€ de crédits. « Nous avons fait notre job dans

le financement de l'économie régionale », affirme Nicolas Plantrou, président du Conseil d'orientation et de surveillance.

Solidité financière

La banque se mobilise également sur la modernisation et de son offre. Quatre sites (Pont-L'Évêque, Caudebec-en-Caux, Danville, Offranville) ont été testés pour devenir des « agences collaboratives », favorisant l'usage des techniques digitales. « C'est un format créé en Normandie, qui s'étendra à l'ensemble du groupe », précise Joël Chassard. ◀

CONTACT

www.cen.caisse-epargne.fr

Les Grandes-Ventes

L'hêtre suprême

Depuis trois générations, le Groupe Lefebvre conjugue le hêtre passionnément.

Soixante-dix ans cette année et de l'énergie à revendre : experte en sciages de hêtre, la scierie des Grandes Ventes, devenue le Groupe Lefebvre couvre de l'exploitation forestière à la transformation : « Nous sommes mono-essence et multiproduits », résume Joël Lefebvre, à la tête d'une holding (480 personnes) spécialement vertueuse sur le plan environnemental. Premier transformateur français et deuxième d'Europe, la PME rassemble sept sociétés dont trois scieries (une en Roumanie), deux usines 1^{re} et 2^e transformation d'un bois issu des forêts normandes ou picardes. S'ajoutent une unité de transports alimentant les ports de

Dieppe et du Havre, une activité de métallurgie (Gypass à Envermeu) qui fournit sur-mesure des portails en aluminium partout en France.

Tripler les capacités

C'est que le groupe n'a cessé de viser l'excellence, investissant à l'image du nouvel outil de production depuis 2013, accompagnant « une mise à plat de tous les process afin de tripler les capacités ». À présent, l'objectif « passer de 15 000 m³ à 45 000 m³ » est en bonne voie, la démarche passant par des machines ultra-performantes, une chaudière bio masse, des flux optimisés, un séchage dernière génération, jusqu'au choix de tronçonneuse électrique.

Car « travailler le hêtre repose sur un parc matériel et des savoir-faire exclusifs. Il est impossible de le croiser avec d'autres feuillus ». À l'arrivée, Lefebvre fournit des panneaux aboutés-lamellés-collés, des huisseries et des pièces de menuiserie, des composants bois

usinés, mais aussi des plans de travail pour les cuisinistes, du petit mobilier, ou encore des briquettes en bois de chauffage. Achetés à l'ONF, tous ses bois sont certifiés PEFC-FSC (« le sésame en Europe ») et à 70 %, ses bûcherons assurent l'abattage. Ses clients sont les fabricants de meubles et les acheteurs de bois matières première, avec 80 % de produits (sciages, palettes, pré-débits) expédiés vers l'Asie, l'Inde, l'Afrique du Nord, le Moyen Orient. Et le prochain pays porteur serait l'Iran.

Prenant les rênes en 2015, Joël Lefebvre s'inscrit dans la logique de son frère, Alain, lequel a orchestré l'évolution de la scierie familiale, à l'origine fabricante de caisses à poissons. ◀ I.P.

“ Une mise à plat de tous nos process. ”

Joël Lefebvre a investi dans un nouvel outil de production.



CONTACT

www.groupe-lefebvre.fr

Depuis juin dernier, Joël Lefebvre est vice-président du conseil d'administration de l'EOS, l'organisation européenne de l'industrie-scierie représentant les professionnels de 13 pays sur la zone Euro. Une position rêvée face à des sujets comme la fuite des grumes français. L'entrepreneur y défend le dynamisme d'une filière qui « multiplie les nouveaux débouchés », paradoxalement si timide encore pour communiquer. ◀

À savoir

Lauréat 2015 des 1^{ers} Trophées Jean-Paul Lanly de l'Académie d'Agriculture de France, Alain Lefebvre était l'un des intervenants-témoins (filière forêt-bois) lors de la COP 21.

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Pavilly

Coup de jeune

Avec un nouveau dirigeant à sa tête, MCP Menuiserie s'offre, pour ses vingt ans, de nouveaux locaux.



Les futurs locaux
de MCP
Menuiserie.

C'est une reprise qui marche. Jean-Benoît Zacharie a repris il y a un peu plus d'un an la société MCP Menuiserie, et il a su insuffler de nouvelles idées qui portent leurs fruits. « La menuiserie est notre cœur de métier », explique le dirigeant : elle se décline autour de la fermeture des bâtiments (portes, portails, fenêtres, stores, volets...), ainsi que par l'isolation des combles ou par l'extérieur (bardage). « Nous attaquons le marché des vérandas et des pergolas », poursuit-il, s'appuyant sur des marques reconnues au niveau de ses fournisseurs. Capable de gérer de grands chantiers comme des maisons individuelles, MCP compte 35 salariés.

Le jeune chef d'entreprise trentenaire avoue qu'il ne connaissait guère le métier à ses débuts. Mais huit mois de formation avec son prédécesseur et une solide envie d'apprendre, en allant sur les chantiers, en discutant avec les équipes, en s'informant et en se formant, lui ont permis de mettre son bagage à jour et de se faire une idée pré-

cise de là où il veut emmener l'entreprise. « Je suis là pour améliorer ce qui peut l'être. Après 20 ans d'existence, MCP avait besoin d'un rafraîchissement de ses méthodes, et de faire les choses un peu différemment ».

Solides ambitions

Il a commencé par des éléments qui peuvent paraître des points de détail, mais qui sont symptomatiques de sa façon de penser : par exemple, habiller ses neuf équipes de poses, de tenues aux couleurs de l'entreprise, apporter un soin particulier à la flotte de véhicule, bref, faire attention à l'image et à la communication (avec aussi un nouveau site internet), tout en ne négligeant pas les bases du métier et en favorisant les formations auprès de l'OPB-TP. Mais il a voulu aller plus loin, insatisfait de ses locaux actuels, trop étroits, mal agencés. Quand l'opportunité s'est présentée de mettre la main sur une surface de 500 m² à immédiate proximité de son site, il n'a pas hésité. « C'est l'idéal pour réaliser un show-room, pour que les particuliers puissent choisir les bons pro-

duits, pour offrir de meilleures conditions de travail, qu'il s'agisse des bureaux, plus lumineux, que du stockage, qui a été entièrement pensé avec nos spécialistes de la logistique. Nous pouvons aussi avoir un bureau d'études digne de ce nom. Cela change notre façon de fonctionner au quotidien ». Et comme MCP est une entreprise du bâtiment, elle a soigné l'aspect éco-responsable de ses nouveaux locaux, avec une isolation renforcée, une pompe à chaleur, un éclairage LED, un vaste puits de lumière.

Cet outil de travail donne de solides ambitions à Jean-Benoît Zacharie (par ailleurs lauréat du réseau Entreprendre), en termes de recrutement notamment. « Je construis MCP pour les dix à quinze prochaines années, avec l'ambition de continuer à s'améliorer, en misant sur la qualité des produits et de la pose ». ◀

CONTACT

www.mcp-menuiserie.com



Évreux

S'approprier la nouveauté

Une mise en place réussie de la démarche Lean chez Parker.

Être seulement le 16^e site du géant américain Parker, qui en compte 240 dans le monde, à obtenir la certification « Lean & Quality Model Plant – niveau Argent » est un accomplissement de très haut niveau. L'usine d'Évreux, spécialisée dans l'assemblage de produits pneumatiques, qui appartient depuis 1993 au leader mondial des technologies du mouvement et du contrôle a réussi cette performance. Elle est parvenue à remplir les 28 critères requis pour atteindre ce niveau.

Ce qui ne s'est pas réalisé en un claquement de doigts. « Nous avons commencé à l'évoquer voilà cinq ans », témoigne Laurent Dupont, responsable production et Lean. Au total, quatre années ont été nécessaires pour le déploiement du LEAN. Il a fallu se rendre dans d'autres sites du groupe pour étudier ce qui avait été effectué, et surtout, « multiplier les essais pour mettre en place les méthodes ». C'est aussi un fort travail de communication qui a été réalisé, pour que chacun s'approprie la nouveauté, en comprenne l'intérêt. Entre la très humaine résistance au changement et les idées reçues sur le LEAN, il était nécessaire d'expliquer longuement, et par l'exemple, tous les aspects positifs. Ce qui a aidé le site d'Évreux à passer la vitesse supérieure, c'est son expérience en matière de qualité.

L'élan du LEAN

La raison d'être du LEAN est celle de l'amélioration continue. C'est un élan (anagramme de LEAN) vers l'excellence, rendu indispensable face à des attentes des clients qui se durcissent, des techniques qui bougent, des objectifs d'entreprise qui évoluent. Il faut être capable de faire face à ce faisceau d'exigences, en continue mouance, d'adapter l'outil de travail et de former les salariés en parlant d'organisation, de résolution des problèmes, d'analyse.

« Il faut que tout le monde bouge pour que l'entreprise bouge », résume Laurent Dupont. « Nous avons ainsi compris que les solutions viennent de la base, que chacun doit être

impliqué ». Un des effets du LEAN est en effet un décloisonnement des échanges, une communication plus fluide s'appuyant sur une conscience collective des problématiques. Le LEAN étant « principalement basé sur le management visuel », l'environnement du travail a changé. C'est flagrant quand on pénètre dans la « salle des opérations », où se réunissent 30 minutes chaque matin les managers. De grands tableaux remplis à la main, avec des codes couleur, permettent d'identifier rapidement la situation de chaque secteur de l'entreprise. On retrouve dans tout le site cette volonté d'identification visuelle et de transcription sur le papier des problématiques. S'y ajoutent une amélioration

des flux et de l'implantation des magasins, avec, partout, en priorité, le soin apporté à la sécurité des opérateurs.

En attendant la prochaine étape, le niveau Or, pour lequel il reste encore du travail à accomplir, cette reconnaissance donne au site d'Évreux une certaine visibilité sur son avenir. Que le LEAN y ait été déployé avec célérité et réussite transmet un message fort au groupe Parker, qui sait qu'il peut développer son business en Normandie dans les meilleures conditions. ◀

CONTACT

www.parkerfrance.fr

“ Chacun doit être impliqué. ”



Un suivi méthodique des postes de travail.

Enjeux



Elle est solidaire, sociale, participative, coopérative... >>>

Enjeux

Les anciens et les modernes

L'économie peut-elle se réinventer ?

Q uoi de neuf ? L'économie. Elle semble emportée dans une mutation majeure, qui fait vaciller les vieux principes. L'économie se pare de vertus dans l'air du temps, elle est solidaire, sociale, participative, coopérative, collaborative. Si elle fait l'actualité, elle n'est pas non plus sortie du néant. L'économie sociale et solidaire, autour des travaux de Saint-Simon, était déjà un sujet d'attention dans les années 1830 et 1840.

Personne ne peut rejeter les valeurs de liberté, d'égalité, de démocratie. Favoriser l'usage des biens plutôt que leur possession ne manque pas de sens. La cohésion sociale, l'éthique et la proximité sont des attentes fortes dans les temps de crise. Les nouvelles formes d'économie ont l'indiscutable mérite d'ouvrir la réflexion, de pointer ce qui ne marche pas, et de proposer des solutions.

Il pourrait être facile de tomber dans l'erreur d'opposer les anciens et les modernes. Le schéma manichéen du méchant patron capitaliste face au vertueux entrepreneur social ne tient pas la route, au-delà des simplifications et des préjugés. Parce que finalement, de nombreux dirigeants d'entreprises « classiques », pratiquent peu ou prou certains aspects de la nouvelle économie sans le savoir. Quand on parle de valeurs humaines ou de respect de l'environnement, elles ne sont pas éloignées de bon nombre d'habitudes quotidiennes. Alors, est-ce une révolution ou une évolution naturelle à laquelle l'économie, système changeant par excellence, est confrontée ? Et les mutations ne sont pas sans risque. La croissance

d'Airbnb entraîne la baisse des revenus hôteliers. Les tensions autour d'Uber sont un autre cas d'école. Le statut des salariés pose d'autres problèmes. Où commence vraiment la solidarité ? C'est aussi à cette question que la nouvelle économie devra savoir répondre.

Tout s'entrecroise

La nouvelle économie doit aussi faire face à ses propres défis. L'économie sociale et solidaire qui fut longtemps la figure de proue rentre dans des schémas classiques : Bpifrance finance un prêt qui lui est consacré, un conseil supérieur est implanté. L'économie collaborative, qui prolonge et renouvelle l'économie numérique, est encore un champ d'improvisation, mais sur lequel Bruxelles veille avec attention et en viendra à légiférer. Comment les nouvelles formes vont-elles s'adapter à ce contexte plus rigoureux ? Préparent-elles leur mue, ou céderont-elles le devant de la scène à des acteurs encore mal identifiés ?

Déjà, d'autres branches viennent se greffer au mouvement, comme l'économie circulaire, qui vise à diminuer l'empreinte environnementale des activités, en optimisant le cycle de la matière et repense donc les procédés productifs. En fait, les cloisons sont facilement amovibles. Tout s'entrecroise, dans l'idée de construire une autre mondialisation, de penser aux générations futures, de promouvoir l'intérêt collectif. Entre utopie du partage et solutions de sortie de crise, le débat n'est pas encore tranché. ◀

L'ESS a le vent en poupe

L'emploi dans l'économie sociale et solidaire normande est en hausse depuis 2008.



L'économie sociale et solidaire (ESS) se porte bien. Très bien, même, puisqu'elle a vu ses effectifs augmenter de 6 % en Normandie depuis 2008, alors que le reste de l'économie affiche une contraction de -4,3 %. « C'est un domaine qui crée de l'emploi, de l'activité, qui répond à des besoins sociaux collectifs, et qui possède un réel potentiel de développement », commente Rodolphe Joigne, directeur de la Chambre régionale. Selon une récente étude de l'INSEE, l'ESS pèse 11 000 établissements et 100 000 salariés dans la région, autour de trois domaines, l'action sociale (qui représente 40 % de son activité), l'éducation et la formation professionnelle, la banque – assurance. « L'ESS repose sur trois piliers : la solidarité, la performance économique et l'utilité sociale », résume Rodolphe Joigne. Ses bons résultats, en période de crise,

peuvent s'expliquer par la conjonction de plusieurs facteurs. L'action sociale (aide à domicile, soutien des seniors...) lui permet de répondre à un besoin fort de certains territoires ruraux ou excentrés, avec une population plus âgée qu'ailleurs. Ce n'est pas par hasard si l'ESS est très implantée dans les secteurs du Nord-Cotentin, de Coutances, du Sud-Manche, du Pays du Bocage, d'Argentan – Vimoutiers, de L'Aigle – Mortagne-au-Perche, ou de Bayeux. Les plus grandes villes (Rouen, Alençon, Caen, Évreux, Saint-Lô) bénéficient pour leur part d'un effet « banque-assurance ».

Lucrativité contenue

La bonne santé de l'ESS procède aussi d'un cercle vertueux : elle se porte bien, donc elle attire des compétences qui ne trouvent pas leur place sur le marché du travail. Et elle est peu présente dans des

activités soumises à la concurrence, et son principe de « lucrativité contenue » conduit ses tenants à une prise de risque moindre dans la recherche de rentabilité, donc à une meilleure stabilité. Elle sait aussi se diversifier, par exemple dans le domaine de l'énergie ou de l'alimentaire.

L'ESS est toutefois menacée par le resserrement du financement public des associations, qui compose un fort bataillon de ses troupes. « Nous devons nous positionner sur des approches partenariales avec les pouvoirs publics », prévoit Rodolphe Joigne. ◀

SCOP

Un état

Quand les salariés prennent

Ce n'est plus un scoop, les SCOP ont le vent en poupe. Ces sociétés coopératives et participatives, qui appartiennent à leurs salariés majoritaires, dont les décisions fonctionnent sur le principe d'un associé = une voix, et qui redistribuent en moyenne 40 % de leurs résultats à leurs salariés, sont de plus en plus nombreuses à séduire : à la fin de l'année 2014, on en dénombrait 2 680 en France pour 51 000 salariés employés, générant un chiffre d'affaires consolidé de 4,4 milliards d'euros. Pour poursuivre

+ Financement participatif

La nécessité et l'usage

La finance participative est en train de devenir un passage naturel pour les entreprises en quête de soutien.

On ne peut plus parler d'effet de mode. Le financement participatif a dépassé le cadre de la curiosité bienveillante pour devenir de plus en plus un automatisme des porteurs de projets dans la construction de leur business plan, tant pour amorcer un capital de départ que dans une démarche marketing. Le phénomène est récent, ce qui explique sa montée en puissance. Il n'a pas encore atteint son potentiel. Seules 130 000 personnes avaient participé à une campagne en 2011, pour une récolte n'atteignant pas les 20 millions €. Elle a frôlé les 300 M€ en 2015, alors qu'elle était de 152 M€ en 2014. « Un secteur qui affiche 100 % de croissance, ce n'est pas très courant », sourit Nicolas Lesur. Le président de Financement Participatif France fait toutefois la part des choses : « 300 M€ c'est encore une goutte d'eau à l'échelle de la finance, quand on constate

que les prêts aux entreprises représentent 80 milliards d'euros par an. Je pense que nous sommes dans un même modèle que pour l'émergence du e-commerce en 1997. Cela va continuer à s'étendre, car cela correspond à un vrai besoin. Dans quelques années, nous parlerons nous aussi en milliards d'euros ». Ce qui pourrait contribuer à la marche en avant du crowdfunding, c'est qu'il attire les jeunes (44 % des investisseurs ont moins de 35 ans). « Ils grandissent dans leur vie professionnelle avec lui. Cela devient naturel », estime Nicolas Lesur.

Une goutte d'eau

Ce sont les prêts (196 M€, dont 137 aux particuliers et 31 aux entreprises) qui marchent le mieux, les dons et les investissements représentant environ 50 M€ chacun. Et aux côtés des grands sites généralistes (KissKissBankBank, Ulule...), apparaissent des spécialistes comme

Kiosk to Invest, porté par le réseau consulaire, dans l'investissement, ainsi que des plateformes thématiques, dans l'agriculture, les énergies renouvelables, la santé, la ville intelligente...

Le crowdfunding présente un double avantage, apporter de l'argent et de la communication.

« Au-delà de la réussite du financement, j'ai pu tester mes produits et les confronter au public pour identifier un bon projet », constate Jean-Patrick Avril (Easyfic, Verson). Il apporte aussi de la crédibilité. « J'avais besoin d'un apport de trésorerie pour une opération de rachat. J'ai atteint 12 000 € en 24 heures, cela m'a donné une autre surface pour discuter avec les banques », explique Joaquim Curado (LC Net-Propreté, Heudebouville). ◀



d'esprit



en main leurs entreprises.

le portrait statistique, leur taux de pérennité à cinq ans est des 64 %, elles emploient dans deux cas sur trois moins de 10 salariés, et leurs principaux secteurs d'activité sont les services (46 %), le BTP (18 %) et l'industrie (14 %). Une étude effectuée en Haute-Normandie a démontré que la création de SCOP a augmenté de 60 % entre 2010 et 2013. Les évolutions législatives de la loi ESS ont aidé à cette croissance, en facilitant les démarches de transmission en offrant la possibilité de créer des groupements.

Moment d'émotion

Mais au-delà de ces chiffres et de ces faits, c'est surtout un état d'esprit que les partisans des SCOP mettent en avant, comme Yves Maugard, fondateur et P-DG d'Hisa, entreprise havraise

d'ingénierie industrielle, qui a cédé en 2012 sa société à ses 135 salariés (dont 115 associés) : « J'ai pensé et clamé depuis longtemps que l'entreprise devait appartenir aux entrepreneurs et non à des investisseurs-spéculateurs qui n'ont pas la notion de l'entreprise, qui ne vivent pas l'entreprise. Le constat que je fais aujourd'hui va encore plus loin. Je pense que l'entreprise doit appartenir à ceux qui y travaillent ». Il se souvient de l'adhésion au projet de ses salariés comme « un grand moment d'entreprise, une grande émotion », et veut faire passer le message aux cédants : « C'est une cession facile à mettre en œuvre et qui a le mérite de continuer ce qu'on a commencé ». Dès sa première année en SCOP, Hisa a recruté 18 personnes, avec un chiffre d'affaires atteignant les 10 millions d'euros.

Autre dirigeant à avoir franchi le pas, Bernard Rio (Setco, le Houllme, fabrication de produits de fermeture en aluminium) qui remarquait que le passage en SCOP participait à « un sentiment de reconnaissance, une capacité à réfléchir ensemble, à amener des solutions, à être solidaire. Cela n'a pas révolutionné les choses, on fait toujours des vérandas, des fenêtres, mais ce n'est pas tout à fait pareil ». ◀

À savoir

C'est en 1834 qu'est née l'histoire de la coopération en production.



Quête de sens

L'économie collaborative étend sa façon de travailler à tous les secteurs.

L'économie collaborative a beau être relativement récente, elle a déjà ses champions, à l'image de Blablacar, le Bon Coin, Uber...

Citer ces deux entreprises pose déjà la complexité du problème. L'économie collaborative recouvre, à la fois, des plateformes d'échanges de biens et de services entre particuliers sans recherche de profit et des plateformes d'offres commerciales. Leur seul point commun, utiliser le vecteur numérique comme base de la relation. Car entre, par exemple, une entreprise d'insertion par l'habitat ou un géant du covoiturage, difficile de trouver une vraie ligne directrice. Le collaboratif est protéiforme, entre l'Open Source sur Internet ou les espaces de co-working.

Nicolas Trilling, qui anime la plateforme Locavor Le Havre, a un avis tranché : « Le collaboratif, ce n'est pas du bénévolat, c'est une autre façon de créer de la richesse. Notre rôle est de valoriser les produits et producteurs locaux, mais aussi de créer de l'emploi, de faire du chiffre d'affaires. Et c'est encore mieux quand on y parvient de façon vertueuse ».

Créer de la richesse

Son site de ventes locales privées permet à des producteurs locaux d'être en relation avec des consommateurs, en favorisant les circuits courts et en veillant à la qualité. Plusieurs centaines d'articles sont mis en vente, et un système déjà bien rodé, en quelques mois, de récolte et de livraison a été orga-

nisé. Pour mieux faire connaître son projet, il a orchestré en fin d'année dernière un « Locavor Show » combinant dégustations, initiations, animations et débat. « C'est un concept événementiel qui mélange les talents locaux, à partir duquel il espère décliner une agence de communication tournée vers l'alimentaire et l'agriculture positive. « L'économie traditionnelle va être de plus en plus influencée par l'esprit collaboratif, estime-t-il. « Le public est en quête de sens, a besoin d'information ». Pour aller dans ce sens, il faut s'ouvrir au maximum, « ne pas rester à se convaincre entre soi et s'adresser au grand public. Et pour être vu et connu, il faut des moyens ». ◀



Les moyens de production défendus par Enercoop sont l'hydroélectrique, l'éolien, le photovoltaïque, la biomasse.

L'ouverture du marché de l'électricité a permis à un fournisseur original de prendre sa place : une SCIC (société coopérative d'intérêt collectif), Enercoop, qui rassemble producteurs et consommateurs d'électricité 100 % renouvelable. « Nous souhaitons contribuer à la transition énergétique du territoire en proposant une énergie locale, affranchie de la spéculation sur les matières premières, qui génère de l'emploi sur le ter-

Une énergie locale

Le réseau Enercoop s'engouffre dans une réappropriation citoyenne de l'énergie.

ritoire », revendique le directeur général délégué d'Enercoop Normandie, Mathieu Defrance.

Après un an d'activité dans la région, Enercoop compte 300 sociétaires et 1 300 clients dont 130 professionnels, parmi lesquels de nombreuses Biocoops, la Ferme du Bec Hellouin, la salle de spectacle du Havre, Le Tétris, le fabricant de la Meuh Cola ou l'entreprise Solibulles. Elle propose aussi des diagnostics aux particuliers.

« Nous sommes convaincus qu'il est possible de se fournir autrement en énergie, de faire émerger de nouveaux moyens de production, tout en diminuant la consommation », estime Mathieu Defrance, se faisant le défenseur du scénario Négawatt.

Un projet de société

Les moyens de production défendus par Enercoop sont l'hydroélectrique, l'éolien, le photovoltaïque, la biomasse, en les adaptant aux réalités des territoires. La coopérative

regarde d'un œil favorable l'émergence des énergies marines renouvelables, mais ne compte pas s'y hasarder : « ce ne sont pas des installations dimensionnées pour des structures citoyennes ». En revanche, le danger identifié, outre toutes les énergies fossiles, c'est bien le nucléaire.

Le contexte est porteur pour le discours d'Enercoop. La fin des tarifs réglementés, la transition énergétique, la rénovation thermique, l'écoconception, l'organisation des déplacements, la Cop 21... Sur ce terreau favorable, Mathieu Defrance veut voir naître « un projet de société autour d'une consommation équitable ». L'idée est « d'identifier des producteurs, de devenir un réseau de coopératives locales qui permettra de générer de l'activité dans les territoires ruraux. C'est un « projet de société », conclut le directeur général. ◀

CONTACT

www.enercoop-normandie.fr



Cherbourg-en-Cotentin

À l'écoute

Le Messageur est sociétal sur tous les fronts : à la fois dans son fonctionnement et dans son métier.

C'est pour « être en accord avec ses valeurs » que Samuel Poulingue a choisi de créer « Le Messageur » sous forme de SCOP. « C'est venu comme une évidence, par les principes qu'elle porte. Un projet collectif, une utilité sociale, un goût de la gouvernance collective », détaille-t-il. « Mais attention, nous sommes d'abord une entreprise, nous courrons comme tout le monde après le chiffre d'affaires, en plus dans un marché de niche. Mais nous le faisons pour enrichir le projet, comme nous veillons à travailler avec des partenaires qui défendent les mêmes préceptes ». Il constate surtout que c'est l'engagement qui fait la différence : « Je connais des SARL qui fonctionnent exactement comme nous. Tout dépend des gens et de leur passion ». Samuel Poulingue s'est emparé avec conviction

des problématiques de surdité quand il a découvert le monde du handicap comme accompagnateur de projet, avec l'association des « devenus sourds et malentendants de la Manche ». Il a choisi de se concentrer sur des solutions de communication pour les personnes ne maîtrisant pas la langue des signes. « La surdité est cachée, elle entraîne l'isolement. Les malentendants sont dans une détresse psychologique considérable », constate-t-il.

Communiquer autrement

« Il faut apprendre à faire son deuil de l'audition. L'important est de pouvoir communiquer autrement ». Il a développé des outils et des méthodes pour sonoriser les échanges, avec l'usage du micro (qui, lors des réunions, permet d'éviter les brouhahas et d'offrir une

meilleure écoute), un système où le son est directement envoyé dans les aides auditives, avec de plus une transcription simultanée de la parole. « En couplant tout cela, on rend accessible des événements, des réunions, des formations, du spectacle vivant, toutes les situations où l'échange est présent ».

Le Messageur équipe aussi les postes de travail (et accompagne la personne concernée et son entourage), et a créé en partenariat une société pour l'accessibilité au téléphone. « Notre idée est de mettre en place une offre globale ». ◀

CONTACT

www.lemessageur.com

Mortain

Valeurs mondiales

ACOME est un acteur majeur sur le marché des fils et des câbles, présent à l'international, tout en restant attaché aux valeurs des SCOP.

C'est la plus importante SCOP de France de par son chiffre d'affaires (430 M€) et son nombre d'associés (1 500). ACOME, basé à Mortain depuis 75 ans (créée à Argenteuil en 1932) démontre avec éclat que le statut coopératif n'est en aucun cas un frein à l'activité économique. « Les valeurs n'ont rien à voir avec la taille », résume son P-DG Jacques de Heere, ravi de ces Assemblées générales riches en débats constructifs, de ces « décisions qui ne se prennent pas à trois autour d'une table ». Le plan stratégique d'ACOME, pour les cinq prochaines années, a vu plus de 200 personnes participer à son élaboration. Un fonctionnement contributif dont une des conséquences est d'obtenir un « engagement plus fort des salariés ». ACOME, ETI spécialisée dans les nouvelles

technologies des fils et des câbles (c'est la dernière entreprise française à fabriquer la fibre optique) a essaimé à travers le monde, avec plus de 500 collaborateurs répartis dans plusieurs filiales. Et l'état d'esprit a suivi : « Ce ne sont pas des SCOP, mais ils partagent et adoptent notre mode de fonctionnement. Certains pays y sont particulièrement sensibles comme le Brésil et la Chine », remarque Jacques de Heere.

Engagement fort

Être une SCOP ne fait pas tout, mais rend plus fort. Dans le secteur des télécoms et de l'automobile, la crise n'a épargné personne. Mais ACOME a su limiter les dégâts, en s'appuyant sur ses principes de bases, parmi lesquels la sauvegarde de l'emploi et le long terme permettent d'éviter les décisions hâti-

ves. Alors que le déploiement du très haut débit ou la montée en puissance de l'électronique embarquée ouvrent des perspectives meilleures, Jacques de Heere sait qu'il lui faut continuer à investir, à innover, à renouveler son parc industriel pour poursuivre le rythme.

Mortain est le vaisseau amiral du groupe. « Nous avons développé un site industriel considérable, avec plus de 1 000 personnes, cinq unités de production et un centre d'expertise. Nous y sommes très attachés, même si la question de l'attractivité territoriale se pose parfois », estime le P-DG, qui pense aux difficultés à faire venir et conserver des cadres. ◀

CONTACT

www.acome.fr

Préserver le lien avec le territoire

Les banques ont-elles leur place dans la nouvelle économie ? Au Crédit Agricole Normandie-Seine, le président Pascal Lheureux et le directeur général Nicolas Denis répondent par l'affirmative, sans aucune hésitation, en s'appuyant sur l'histoire et sur l'exemple.



Pascal Lheureux et Nicolas Denis, président et directeur-général du Crédit Agricole Normandie-Seine.

Les notions d'économie solidaire, participative ou collaborative parlent-elles à un groupe bancaire comme le vôtre ?

Pascal Lheureux : Nous sommes très à l'aise sur le sujet. Le Crédit Agricole est né pour répondre à des problématiques de petit territoire, et cette relation reste fondamentale. La proximité, la densité de notre réseau, notre fonctionnement coopératif dans lequel les actionnaires sont nos clients et où nous conservons une part importante de nos résultats, tout cela concourt à nous placer favorablement sur ce terrain. Nous savons que notre rôle est d'assurer les besoins de demain, et pour cela le lien avec la santé économique des entreprises, de toutes les entreprises, est essentiel. J'ajoute que nous avons de très nombreux temps de réflexion et d'échange au sein du conseil d'administration, pour affiner nos stratégies, comprendre le monde dans lequel la banque évolue.

Voyez-vous ces évolutions comme un effet de mode ou sont-elles définitivement installées ?

Nicolas Denis : La solidarité est un authentique phénomène de société. Les jeunes générations affichent un attachement sincère à cette notion, dans tout ce qu'elle englobe, comme le développement durable. Ce sont nos valeurs, nous devons être encore plus présents et visibles pour les défendre.

Pascal Lheureux : Il est important de détecter, d'identifier les nouvelles formes d'entrepreneuriat, pour adapter notre fonctionnement. Cela dit, les valeurs fondamentales demeurent les mêmes : le projet et celui ou celle qui le porte. L'humain reste le facteur de décision majeur. Nous avons conscience que nous devons être toujours plus ouverts, à l'écoute, pour créer du lien, s'inspirer de l'esprit de solidarité. Nous menons de très nombreuses actions qui ne nécessitent pas beaucoup d'argent, mais qui participent à co-construire le monde dans lequel nous vivons.

Comment cette manière de travailler se traduit-elle sur le terrain ?

Nicolas Denis : Quelle que soit la taille des projets que nous accompagnons, notre regard ne change pas. Pour un maraîcher bio qui a besoin de 30 000 € pour démarrer son activité ou pour un hôtelier qui demande 300 000 € pour une reprise, l'étude est la même, notre devoir de dire la vérité aussi. Nous ne sommes pas une banque de la sélectivité. J'ajoute que depuis 2008, nous n'avons jamais diminué notre accompagnement aux entreprises. Je peux illustrer notre vocation en expliquant que nous avons un partenariat avec l'ADIE, organisme qui aide des personnes exclues du marché du travail à créer leur entreprise, grâce au microcrédit et nous sommes partie prenante de la plate-forme multimodale du port du Havre. C'est cela être impliqué de la même façon partout dans le territoire. Nous savons aussi que nous devons être encore plus présents, avec des projets dans le capital innovation, l'amorçage, l'aménagement foncier, les infrastructures comme le très haut débit numérique. Tout en restant actifs dans le monde associatif. Pouvoir conserver ce regard périphérique sur notre territoire est essentiel.

Pascal Lheureux : Dans les nouvelles formes d'économie, nous ne négligeons pas le numérique, c'est pour cela que nous avons créé le « Village by CA », avec la pépinière Smart'Up d'Evreux, et que nous le déploierons à Rouen, puis certainement au Havre. Nous sommes aussi très présents dans le crowdfunding, nous recrutons sur de nouveaux métiers comme l'expertise en Data. Le digital est irréversible, mais il ne constitue pas une finalité. Il faut être 100 % digital et 100 % humain. ◀

Vos projets, nos solutions CCI



NEWS DU RÉSEAU



Aides

Un site internet est à disposition des entreprises normandes cherchant à s'informer parmi l'ensemble des aides existantes dans la région, toutes thématiques de besoins confondus. Un moteur de recherches permet de cibler sa demande selon son statut, son secteur professionnel, sa localisation géographique... et ainsi d'identifier les dispositifs pertinents parmi les 1 600 disponibles.

Un espace membre gratuit permet d'accéder à des fonctionnalités supplémentaires (stockage des dispositifs préférés, inscription à la newsletter, contact mail vers sa CCI).

www.les-aides.fr



Élections

Les dates importantes :

30 septembre – 30 octobre : campagne électorale.

A partir du 20 octobre 2016

Réception de votre matériel de vote. Possibilité de voter jusqu'au 2 novembre, par Internet ou par correspondance.

10 novembre 2016 au plus tard

Proclamation des résultats.

24 novembre au plus tard : mise en place des nouveaux élus dans les CCI Territoriales (avant le 8 décembre pour les CCI de Région).

www.jevote.cci.fr

« Je vote l'action »

« Quand, avec Paul Lescene, nous avons décidé de reprendre l'agence d'hôtesse Blueyes, nous avons choisi de participer à l'ensemble des actions qu'organise la CCI Caen Normandie. Ce fut d'abord Cinq Jours pour Entreprendre qui, à mon sens, devrait être obligatoire, et nous n'avons pas hésité non plus quand nous avons entendu parler du Forum du Financement et des Speed Dating Bancaires.

Il s'agissait de proposer le projet à plusieurs banques, sept au total, ainsi qu'Initiative Calvados. Il était très utile pour des repreneurs comme nous, de discuter en toute franchise avec les banques, qui étaient clairement là pour nous aider, pour parler de notre business plan, pour nous poser des questions. Cela nous a permis d'avoir un avis sur notre projet. Aujourd'hui, tout se passe bien, nous sommes optimistes, on communique, on redynamise, des clients nous font confiance. »

Sophie Duval et Paul Lescene,

co-gérants de Blueyes, agence d'hôtes et d'hôtesse d'accueil, événementiel.

Avez-vous

« Un soutien important »

Votre entreprise a été accompagnée de façon continue sur des aspects très variés par la CCI. Quels bénéfices en avez-vous retirés ?

PHILIPPE MULLOIS

MG Meca (Trun), étude et fabrication de moules métalliques et usinage mécanique de précision.

« MG Meca est spécialisée dans l'étude et la fabrication de moules métalliques pour injection de matière plastique et de la fonderie de métaux légers, qui répondent aux besoins de nos clients en termes d'usinage de précision sur des formes évolutives. Nous avons un besoin important de réparer nos anciennes machines et de renouveler notre parc avec des machines à commandes numériques. Dans le cadre de la reprise, j'ai sollicité une Prime Régionale à la Création d'Entreprise, la CCI m'a aidé tout au long du processus. Ce n'est pas simple pour un chef d'entreprise de se confronter à tous ces formulaires. Je suis sur la route, je n'ai pas le temps de m'y consacrer, et le soutien de la CCI a été très important. C'était la première fois que je faisais appel à ses services, et cela m'a encouragé à recommencer. Ce fut le cas, dans le montage d'un dossier au fonds de revitalisation Filtrauto et dans celui d'un dossier ARE ».

www.mg-meca-precision.com



© Halberg - Fotolia

SMART'UP

C'est un écosystème unique en France qui s'est déployé à Évreux au profit des start-up : la Base Aérienne 105, dans le cadre du projet « Smart Base » et la CCI Portes de Normandie, avec sa pépinière d'entreprises ont créé Smart'Up pour faciliter la création et le développement d'entreprises numériques innovantes. À terme, ce sont quinze créateurs qui seront soutenus, accompagnés, portés par un environnement facilitateur, qui peut s'appuyer sur d'autres structures comme l'École Supérieure du Numérique de Normandie.

www.eure.cci.fr/creer-reprendre-s-implanter/smartup.html

CCI BUSINESS

Énergies (renouvelables, marines, nucléaires, méthanisation), santé, numérique : autant de secteurs où des chantiers majeurs sont en cours de développement, et où les PME locales ont tout intérêt à être au cœur de l'information. Mais comme il n'est pas toujours simple pour elles de connaître le bon interlocuteur, le bon moment, la bonne offre, l'outil collaboratif CCI Business a été développé pour faciliter la mise en relation entre le donneur d'ordre et le sous-traitant à la recherche d'un marché. Le site recense les projets d'investissements industriels supérieurs à 5 millions d'euros sur le Grand Ouest, et fournit aux entreprises les informations régulières sur leur avancement et les actualités en temps réel et leur permet de fournir des informations sur les entreprises locales susceptibles de répondre à leurs besoins. Ces dernières peuvent ainsi savoir quand et comment répondre dans les meilleures conditions aux nombreux appels d'offres liés aux grands chantiers structurants de la région. Plus généralement, CCI Business permet à toute personne intéressée par le tissu économique régional d'être à la pointe de l'information sur l'actualité des dossiers qui construisent la Normandie de demain.

www.ccibusiness-normandie.fr

essayé ?

INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

Pour sensibiliser les dirigeants et collaborateurs d'entreprises à la thématique de l'intelligence économique, la CCI Normandie a créé un jeu vidéo interactif et pédagogique sur le concept de « serious game ». L'aspect ludique sous forme de jeu permet de vulgariser des messages sur la sécurisation des données de l'entreprise, la veille ou la stratégie d'influence.

Huit scénarios ont été construits, pour mettre l'internaute en situation. Des « bonnes pratiques » sont introduites permettant d'apprendre de ses erreurs et de recommander des sites ou des organismes de références.

Les sujets évoqués sont la copie, le vol d'information, le piratage du site web, le vol de prototype, la concurrence déloyale, l'escroquerie, la rançon ou la stratégie offensive.

www.jeu-ie.cci.fr



BREAK FAST INTERNATIONAL

Le breakfast (qui va prendre le nom de « 90 minutes ») est une réunion thématique matinale (8h30 – 10h) destinée à informer un public d'entreprises sur une thématique précise (douanes, moyens de paiement à l'international, expatriation...).

LE PUBLIC : Le public ciblé varie en fonction de la thématique : cela concerne toute entreprise exportatrice confrontée aux thèmes abordés.

LE PRINCIPE : Un intervenant spécialisé et le témoignage d'une entreprise. Un temps d'échange entre les participants.

DES EXEMPLES : La thématique sur les nouveaux codes douaniers attirera plutôt les personnes chargées de la logistique / achat au sein de l'entreprise, celle sur les moyens de paiement à l'international plutôt les personnes des services financier et comptable, les ressources humaines et l'expatriation plutôt les RH.



PÔLE NUMÉRIQUE CCI NORMANDIE

Parce que le numérique est devenu un levier de croissance transversal, un accélérateur de visibilité et de flux, il est l'un des piliers sur lequel la CCI construit son offre pour les entreprises. Les actions numériques de CCI Normandie impliquent le financement, la compétitivité, la performance du territoire, la conquête des marchés, au travers de nombreux dispositifs pratiques et de mises à disposition d'outils. Le pôle numérique, qui accompagne 1 800 entreprises par an et organise plus de 80 animations et événements, publie également ses observatoires qui permettent de connaître et mesurer les usages professionnels du digital, à l'exemple des dernières livraisons sur la logistique ou le tourisme.

www.cci-numerique-normandie.fr



ÉTIENNE RODERICK

Restaurant
Le Veau d'Or, Rouen.

« Nous aider à avancer »

« J'ai pu mesurer l'efficacité de l'accompagnement de la CCI en participant au stage 5

jours pour Entreprendre, puis en étant accompagné par Initiative Rouen. Le parrainage est un soutien essentiel pour un jeune entrepreneur comme moi, j'ai pu bénéficier des conseils, du soutien, des avis d'un professionnel plus expérimenté, cela m'a beaucoup aidé. Dans mes relations avec la CCI, j'apprécie sa réactivité, sa capacité à nous aider à avancer, à réfléchir sur notre métier, sur les évolutions en général de l'économie, à nous informer sur les nouvelles tendances. Les deux années que je viens de passer dans mon restaurant se sont bien déroulées, je veux maintenant pérenniser mon outil, investir sur certains points, et pour cela je continuerai à faire appel aux conseils de la CCI, pour qu'elle valide mon projet et qu'elle attire mon attention sur les erreurs à ne pas commettre. C'est une démarche que je conseille à tout chef d'entreprise : passer par la CCI, c'est toujours un plus. »

L'école de la réussite

Parce que le métier de chef d'entreprise ne s'improvise pas, l'École des Managers donne toutes les clés pour les futurs dirigeants.

Il n'est jamais trop tard pour bien apprendre... L'École des managers apporte la preuve depuis seize ans. Elle aborde un sujet clé de l'économie : la reprise d'entreprise. Mais celle-ci ne s'improvise pas. Elle est un subtil cocktail de technique et de psychologie. C'est son rôle que de fournir les fondamentaux nécessaires pour le futur repreneur. Elle propose, à partir d'un socle de compétences, de travailler sur le projet d'entreprise, de l'analyse à l'action. Les aspects essentiels du métier de chef d'entreprise sont ainsi abordés, en petit groupe, avec la participation d'intervenants professionnels de la PME. Le théorique est appuyé par la pratique : chaque stagiaire étudie sa propre entreprise, en effectue un autodiagnostic approfondi. Pour ajouter encore à l'efficacité de la démarche, des visites des sites sont organisées en commun, dans un esprit d'interactivité.

De ces réflexions naît un plan stratégique autour de priorités concrètes. Les repreneurs apprennent à diriger, à piloter, à manager. L'échange permanent entre les stagiaires permet d'affiner sa vision des choses, de se



Des stagiaires
concentrés et désireux
d'apprendre.

comparer, de sortir de la solitude du chef d'entreprise. Au bout des 58 journées de formation (qui s'échelonnent sur 14 mois), c'est un dirigeant en mesure de prendre ses responsabilités, qui a pris confiance en lui, qui reçoit le diplôme de « Chef d'entreprise développeur de PME », reconnu par l'État au niveau II.

Tous les types de métiers, tous les secteurs d'activités peuvent bénéficier de cette formation. Il n'y a pas de prérequis, si ce n'est la volonté de réussir et de s'investir dans le projet, avec à la clé un succès exceptionnel : 95 % des entreprises existent toujours cinq ans après la formation de leur dirigeant à l'EdM. ◀

CONTACT

www.normandie.cci.fr/ecole-des-managers



Retours d'expérience

« Ouvrir son regard »

Retourner sur les bancs de l'école n'est pas une régression pour celui qui veut devenir chef d'entreprise. Nicolas Sauloup en témoigne. « Mon engagement avec l'école des managers correspondait à ma volonté de reprendre l'entreprise où je travaillais à l'époque », explique-t-il. Le processus n'est pas allé jusqu'au bout, pour diverses raisons, mais Nicolas Sauloup n'a pas baissé les bras. Il a identifié une autre entreprise à reprendre, Étincelage Mécanique Service (EMS), basée à Pont-Audemer. « Tout ce que j'ai appris à l'École, je suis en train de le mettre en application », constate-t-il. La remise en ordre de marche financière, la mise en place de

méthodes nouvelles de management, au total la restructuration générale d'EMS, autant de défis que sa formation l'aide à relever. « J'ai aussi appris à ne pas aller trop vite, à prendre en considération les réalités du terrain », souligne-t-il.

Mise en application

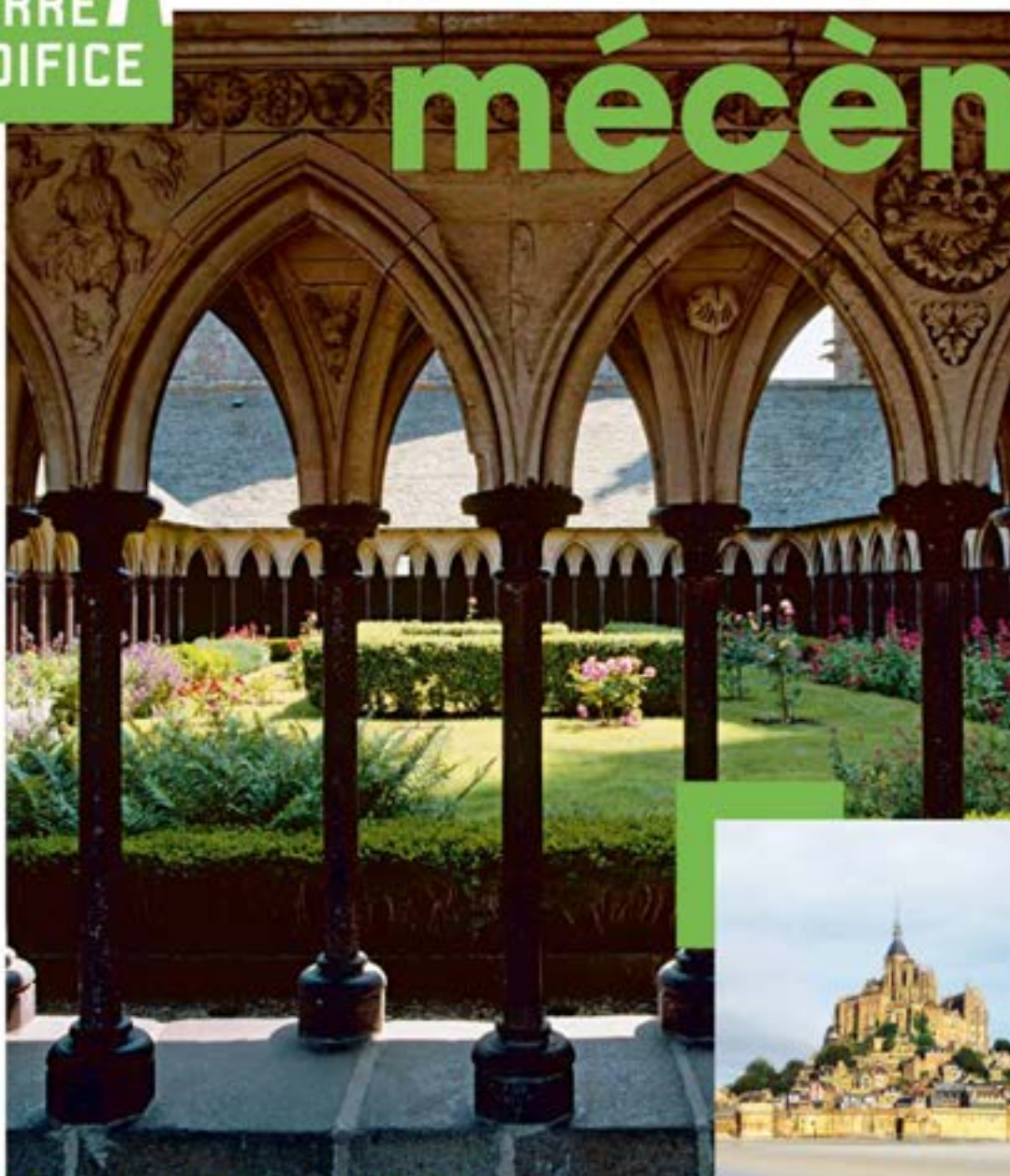
Il a justement particulièrement apprécié la remise à niveau des connaissances apportée par l'EdM : « Il est très utile de balayer tous les aspects du métier de dirigeant ». Lui qui a quitté assez tôt les bancs de l'école, un BEP en poche, peut désormais brandir le diplôme de l'EdM, et pas seulement pour la fierté que

cela représente : « Pour discuter avec les partenaires financiers, c'est un argument intéressant ».

Bien sûr, la formation est longue, il faut parfois avoir du courage pour s'y rendre les vendredis et samedis, mais le jeu en vaut la chandelle. Car en plus des intervenants qui maîtrisent parfaitement leur sujet, l'état d'esprit des « élèves » est un autre point fort : « La diversité des stagiaires permet d'ouvrir son regard, d'être confronté à d'autres expériences, et finalement de s'apercevoir que les problématiques sont souvent identiques ». ◀

MA
PIERRE
L'ÉDIFICE

devenez mécène



CAMPAGNE DE RESTAURATION

CLOITRE DE L'ABBAYE DU MONT-SAINT-MICHEL

Faites un don et contribuez à la restauration du cloître de la Merveille de l'abbaye du Mont-Saint-Michel. Devenez mécène d'un joyau du patrimoine en participant à l'opération Ma pierre à l'édifice.



donnez en ligne sur
www.mapierrealedifice.com



 CENTRE DES
MONUMENTS NATIONAUX

initiatives, **Innovations**, tendances

Evreux

Le bon esprit

Qui y a-t-il à l'intérieur d'une boîte ? Quand elle est signée Déborah Soudry, ce sont des produits qui fleurent bon l'Esprit Français.

L'esprit français. Celui qui pétille, qui séduit, qui invente, qui innove. C'est tout cela que renferment les coffrets imaginés par Déborah Soudry. Une idée qui lui est venue, notamment, d'un séjour d'un an aux États-Unis, comme jeune fille au pair. Elle remarquait que les Américains ramenaient toujours des petites choses de France, une recette, une photo, une babiole. Pourquoi ne pas regrouper tous ces articles dans un seul contenant, avec des produits de qualité, témoins du savoir-faire tricolore, tout en apportant une expérience nouvelle à des voyageurs parfois blasés ? C'est ainsi que sont nés les coffrets « Esprit français ». Mais que trouve-t-on à l'intérieur de cette boîte, enrubannée de bleu-blanc-rouge ? La première collection sera parisienne, comme le prouve fortement la Tour Eiffel dessinée sur le couvercle. Selon l'univers (couple, parisien, parisienne) se déclineront cinq ou six produits autour de l'épicerie fine, de la décoration, de la mode, des cosmétiques. L'inventaire fait état d'une bougie parfumée, des mini-tablettes de chocolat, un sac en coton, un bracelet, une carte 3D de Paris, une carte postale, un carnet pour noter ses souvenirs, un parfum en stick, une paire de chaussettes...

Contenant et contenu

Tout cela est charmant, délicat, élégant. Intelligent, aussi, avec ce petit « city-guide » proposant des parcours personnalisés, des bonnes adresses sortant des sentiers battus, des choix de plats dans les restaurants, des lectures pour compléter les visites. En plus, car tous les détails comptent, un vrai travail a été effectué, la façon d'ouvrir le



Paris, première vitrine de l'Esprit Français.

coffret pour qu'il se déploie tout en douceur, et que l'on puisse ensuite le conserver. Cette offre est déjà belle, mais Déborah a voulu aller plus loin, et ajouter à la french-touch classique un pendant technologique, numérique, French Tech, pourrait-on dire. Le coffret sera connecté, équipé d'une puce NFC et d'un QR Code pour enrichir l'expérience via son téléphone portable. Toute une gamme de contenus supplémentaires sera ainsi à disposition, des jeux-concours jusqu'au partage Instagram, sur le thème « prenez-vous en photo avec le coffret ».

Pour remplir son coffret, Déborah est allée

à la rencontre des jeunes marques « qui fabriquent français, mais qui n'ont pas les moyens de faire de la pub, du marketing, alors qu'elles ont tout pour rayonner à l'étranger ». Il lui faut désormais convaincre ses futurs clients. « Je vais là où sont les touristes, de loisirs ou d'affaires : hôtellerie haut de gamme, séminaires et incentive, aéroports, cadeaux d'entreprises »... Une première édition de 600 boîtes va lui permettre de tester le marché et de valider son idée. La CCI Portes de Normandie a été la première intéressée, jusqu'à l'accueillir au sein de sa pépinière Smart'Up. ◀

CONTACT

<http://www.eure.cci.fr/creer-reprendre-s-implanter/smartup.html>



Tillières-sur-Avre

Dans le sac

Spécialiste d'emballages alimentaires, une PME euroise fournit l'élégance française.

Depuis trois générations, Jacques Emballages fabrique et personnalise des emballages souples alimentaires, valorisant une expertise précieuse autour de la cellophane. « Pas celle des fleuristes », précise Marine Jacques, petite-fille du fondateur, qui co-dirige, avec son frère Loïc, une PME de 25 personnes habituée à produire sur-mesure. On y travaille une cellophane de marque exclusive, d'origine naturelle, garantie biodégradable et compostable, qui rivalise d'atouts pour les artisans du sucré et les épiceries fines : « En vitrine, elle protège en laissant respirer le produit emballé, les chocolats par exemple, ne blanchiront pas », sans compter « l'ultra-brillance, une tenue au pli exceptionnelle », ou des propriétés antistatiques.

Ce n'est là qu'une facette de l'activité née après-guerre chez un imprimeur de ville, le père de Marine et Loïc ajoutant l'élan industriel pour fournir les chocolatiers, les pâtisseries-boulangers, les glaciers et confiseurs, qui restent leurs principaux clients.

Finition française

Marine et Loïc poursuivent l'histoire avec brio : déclinant le digital, l'impression nouvelle génération, l'approche développement durable, ils se rejoignent quand il s'agit d'être créatifs. Et Marine, qui a vécu au Japon, confie s'en inspirer souvent : « Le packaging est un miroir culturel mondial et là-bas, c'est le comble du raffinement ». La nouvelle usine high-tech (2 000 m²) et le parc machines sont à la hauteur car en 2016, Jacques Emballages fournit aussi bien les boutiques de prestige que les palaces et les grands restaurants, exportant

sur tous les continents : « Nos clients sont des expatriés ou des natifs qui veulent une finition française ». Ponctuellement, on la retrouve chez les opticiens, les e-cigaretiers, les circuits de ventes à la ferme. À ce rythme, les gammes sont immenses : films et rouleaux de suremballage, boîtages et balotins, sacs à pain, sacs-vitrines en papier, bijoux de sacs, cabas en tissus recyclables, etc. Cultivant l'innovation design, Marine et Loïc s'adaptent au jour le jour et puisque « la mode est aux dégustations individuelles », ils ont sorti des sachets à rabats repositionnables, dédiés aux cakes, macarons, sucettes et plaques de chocolats.

Veillant à leurs matières premières, les dirigeants de Jacques Emballages privilégient également le polypropylène « pour ses propriétés barrière » et l'amidon de pomme de terre pour des sacs 100 % écologique. Ici, la loi sur les sacs de caisse plastique à usage unique a peu d'impact « la majorité des fabrications sont compostables, d'une épaisseur égale ou supérieure à 50 microns, ce qui nous place hors contexte ». ◀ I.P.

CONTACT

www.ets-jacques.fr

“ Le packaging est un miroir culturel mondial. ”



Marine et Loïc Jacques font des sacs des objets créatifs.

À savoir

En bonus, Jacques Emballages propose un service gratuit d'étiquettes qui facilite les conformités réglementaires. Soit depuis décembre 2014, les substances allergènes mises en évidence et à partir de décembre 2016, la déclaration nutritionnelle au titre des mentions obligatoires.

initiatives, **Innovations**, tendances



Les collectionneurs de voiture ancienne font partie des cibles de SellTen.

Normanville

Nouvelles compétences

Conjuguant tissus textiles, sellerie et tapisserie, SellTen atteint la vitesse de croisière.

Décidément, 2016 réussit à SellTen. Djouzar et Marie-Christine Boudhabhay ont repris il y a quatre ans, la société euroise spécialiste de protections textiles (ex-Bâches 27) sur « un coup de foudre ». Sa vie d'avant n'avait rien à voir, mais à présent, Djouzar Boudhabhay maîtrise si bien son nouvel univers qu'il est en voie de concrétiser l'objectif initial : « Transformer une activité artisanale en une PME industrielle multi-marchés ». Dans cet esprit, il a rebaptisé l'entreprise, investi en matériel de pointe (soudeuse à haute fréquence, tables de découpe numérique...), embauché pour s'entourer de nouvelles compétences dont « un infographiste, un

ingénieur », et redimensionné l'usine. L'opération a permis de séparer les ateliers bâches et sellerie, aménager des bureaux et un show-room de 100 m². L'an dernier, le couple est passé à la vitesse supérieure, rachetant une PME de productions bâches en Lorraine, faisant monter l'effectif à vingt personnes (une dizaine à Normanville).

Aujourd'hui, SellTen est confectionneur partenaire du groupe Serge Ferrari. Offrant des solutions design « de la conception à la pose », grâce à un bureau d'études intégré, elle fournit à la carte, des toiles et des tissus techniques, des bâches PVC industrielles, et des voiles d'ombrages, des pergolas, des brise-vent. Ses clients se retrouvent dans le bâtiment, l'automobile, la logistique, l'agroalimentaire, le secteur vinicole, et à l'heure qu'il est, des contacts sont établis à l'international. SellTen s'est aussi ouvert directement aux particuliers. De plus, Djouzar Boudhabhay a décliné les savoir-faire en sellerie-tapisserie, déjà bien connus des collectionneurs de voitures anciennes, autour de prestations haut de gamme, proposant de rénover ou

customiser de neuf, les fauteuils, canapés ou tout mobilier professionnel.

Bagages intelligents

Loin de s'arrêter là, le manager vise à terme « le virage du numérique », accompagné par le réseau consulaire. D'où sa présence sur le stand normand du dernier CES « pour du benchmarking » assure-t-il, évoquant son nouveau projet : « Une ligne de bagages intelligents » issue des chutes de fabrications. ◀ I.P.

CONTACTS

Fabien Menisnez

Référent Innovation - Intelligence économique & Propriété Industrielle

fabien.menisnez@normandie.cci.fr

www.sellten.com





Saint-Etienne-du-Rouvray

Salers en folie

Bonnaire Traiteur aime à faire vibrer la corde festive pour sublimer les événements d'entreprise.



Un décor sur mesure pour faire la fête.

le festival Viva Cité ou les concerts de la Région.

Un moment de détente

Cette volonté de proposer des options nouvelles, de troubler un peu les standards du métier se retrouve dans les « repas à l'envers », pour les institutionnels et les entreprises, où les sens se bousculent, les entrées ressemblent à des desserts, la viande se prend pour du poisson. Un jeu autour des formes et des aspects, mais qui n'enlève rien au goût habituel des produits. Pour les repas, cocktails, buffets froids, il mise aussi sur le site internet Bonnaire en Livraison, « pour simplifier le traiteur au quotidien », avec toute une gamme de menus adaptés aux envies (Équilibré, Malin, XXL, Premium, Normand, Asie...). Et s'il emprunte des sentiers non battus, Christophe Bonnaire n'oublie pas d'être classique avec la marque « Traiteurs de Normandie ».

La créativité n'est pas l'affaire d'un seul homme, aussi talentueux fût-il. C'est toute l'équipe Bonnaire qui est mobilisée. Tous les six mois, l'ensemble des collaborateurs se retrouve pour des sessions « top chef » où tout le monde goûte et note à l'aveugle des plats proposés par ses collègues. « Il faut emmener tout le monde vers la nouveauté, oublier la routine. C'est également un moment fort en terme de cohésion », souligne Peggy Bonnaire, tout aussi impliquée que son époux dans le développement de la société.

De ces efforts, très centrés sur le monde de l'entreprise, naît une croissance qui tourne autour de 10 % par an. Quand s'amuser devient productif, pourquoi alors s'en priver ?

« Il faut s'amuser », revendique Christophe Bonnaire, les cheveux en bataille, le regard vif, les idées pleines la tête, la passion à fleur de peau. Le traiteur aime à bousculer les codes, à imaginer ce qui peut rendre les fêtes plus belles.

De cette recherche, l'idée lui est venue de proposer aux entreprises, pour leurs événements, une option originale, dans l'air du temps et conviviale. C'est la marque « Salers en Folie », construite autour de deux principes : être « authentique », avec des produits simples, et « décalé », avec la présence d'un food-truck peint en rose, ses quatre gyrophares, ses « salers boys », ses chapeaux de paille, sa musique « Deep House », complétée par des bruits de cloches ou de vache. « Un moment de détente », dans lequel on déguste des burgers composés d'un pain de qualité, de confiture d'oignon, de 180 grammes de viande Salers, d'une part de fromage de Cantal chaud, des deux tomates marinées. « Avec des frites

fraîches, et on est heureux », affirme Christophe Bonnaire.

Bonnaire fait circuler dans toute la Normandie, dans le Nord et dans l'Ouest parisien ses deux food-trucks, l'un pour 80 à 150 personnes, l'autre de 150 à 800, et prévoit très rapidement d'en engager un troisième, tant l'idée récolte du succès. Car il n'oublie pas les basiques de son métier : faire de la qualité et assurer la production : « Nous savons travailler rapidement pour des grands nombres. Nous avons le matériel et la technique

" NOUS SAVONS TRAVAILLER RAPIDEMENT "

pour envoyer 300 burgers en 30 minutes ». Les « Salers en folie » sont aussi présentes dans les grandes manifestations normandes, comme les 24 heures motonautiques,

CONTACT
www.bonnaire.fr

initiatives, **Innovations**, tendances

Joué-du-Bois

Chantiers polyvalents

PME ornaise spécialiste des travaux extérieurs, TTA s'élève en compétences.

Dans l'Orne, elle est synonyme de travaux publics et si sa promesse « des idées, des hommes, des engins » lui va à merveille, c'est que TTA a fait de la polyvalence, sa première valeur ajoutée. Aujourd'hui co-dirigée par Stéphane et Denis Andrieu, la société Terrassement Transport Andrieu (70 permanents) a bien grandi. En 2016, elle assure, clés en main, tous les projets de terrassements, déconstruction, voirie, réseaux, assainissement, répondant à une double clientèle professionnelle et particulière. Son catalogue va jusqu'à la vente de graviers et sables, ou la location à la carte du parc matériel (avec chauffeurs). De plus, TTA vient d'obtenir sa sixième certification Qualibat autour du désamiantage, 3^e entreprise ornaise certifiée, en vue de fournir « la solution globale en déconstruction ».

« Nous pouvons démolir un immeuble, et le lendemain sabler une piste de trot ou aménager la cour d'un jardin privé », confirme Stéphane Andrieu, qui a repris avec son frère, l'activité paternelle de travaux agricoles, fondée en 1972. Désormais, Denis couvre le commercial et la technique tandis que Stéphane gère « tout le reste », pour une offre TP généraliste à la pointe des technologies, maîtrisant les modélisations, les guidages engins 2D/3D, les relevés via GPS. Résultat, hors marchés publics, les donneurs d'ordre sont les majors de la construction qui la sollicitent en sous-traitance, les industriels, l'agroalimentaire et les agriculteurs, la filière du cheval avec des références de prestige entre Normandie et Paris, ou bien les propriétaires de manoirs pour l'entretien des étangs, les hôtels et restaurants pour les terrasses. Parallèlement attachée au service

**TTA offre
une solution
globale en
déconstruction.**

de proximité, la PME connaît par cœur les réglementations qui la concernent, si bien que dès le 1^{er} Grenelle de l'Environnement, elle s'est engagée dans le développement durable. Au chapitre chantiers propres, elle a investi dans un GIE, Chaux Business, qui propose l'alternative aux matériaux de carrière, et envisage une plateforme de recyclage dédiée.

Mouvance positive

Dans cette mouvance d'optimisation, TTA a rebondi sur le programme consulaire « Télétravail & PME », bénéficiant d'un diagnostic sur mesure. La réflexion déboucherait à terme, sur un reporting journalier à distance par ses chefs d'équipe. Denis, élu consulaire et Stéphane, membre actif du Club Plato, n'y voient que du positif « se déplacer différemment pour alléger notre impact carbone, éviter le risque routier et gagner en performance ». **◀ I.P.**



À savoir

Faisant le bilan du programme-pilote national « Télétravail & PME » (janvier 2015/janvier 2016) qui visait d'accompagner les PMI-PME de Basse-Normandie, la CCI Portes de Normandie pointait 1 344 prises de contact et 23 diagnostics réalisés dans l'Orne et le Calvados. Au final, 18 entreprises ont mis en place – ou planifié – le télétravail dans « les RH, l'administratif, l'informatique, etc. », pour un total de « 133 télétravailleurs prévus en 2016 » (41 % de cadres). Aujourd'hui, les actions de sensibilisation se poursuivent en Normandie, et l'expérimentation régionale a fait émerger un modèle inédit de télétravail « une solution mensuelle flexible », approuvé par le législateur.

**" SE DÉPLACER DIFFÉREMMENT
POUR GAGNER EN PERFORMANCE "**

CONTACT
www.tta61.com



Bayeux

Elle assure

« Assurer et rassurer », c'est la devise de l'agence Allianz Nathalie Delaunay (Bayeux).

Elle a failli être prof d'anglais jusqu'à ce qu'elle découvre les assurances : depuis lors, Nathalie Delaunay a la passion d'assurer son prochain. « Un métier d'hommes », confie-t-elle, ce qui, avec le recul, n'a fait que pimenter son parcours de carrière. « Dans ma promo d'étudiante, j'étais la seule à viser le métier d'agent général », se souvient-elle. Son diplôme en poche, elle a rejoint la filiale France du leader mondial Allianz, et finalement concrétisé son rêve en 2004 en rachetant le portefeuille clientèle d'une agence bayeusaine.

Face aux cyber-risques

Pour elle, le sel du métier réside dans le travail d'écoute et d'accompagnement des personnes. Son rôle de conseil auprès du chef d'entreprise peut être capital : « Chaque dossier présente une configuration unique, mon challenge est de fournir la solution d'assurance sur mesure ». Au quotidien, elle est sur le terrain, passant d'une assurance-vie individuelle à des problématiques de dommages industriels, gestion de crise, ou

renseignant sur l'avantage fiscal, la protection juridique, la transmission patrimoniale. De plus, « chaque fois, l'immersion sur site favorise les actions de prévention », une phase diagnostic préliminaire faisant le tour des sources de risques potentiels, rebondissant sur les questions santé et sécurité du personnel, l'informatique, la supply-chain... Souvent pédagogue pour sensibiliser ses interlocuteurs, elle sait rappeler les points-clés réglementaires comme « le document

unique, la responsabilité du chef d'entreprise, la faute inexcusable de l'employeur » ou plus récemment, les complémentaires santé collectives. Parallèlement, elle a vu monter crescendo le niveau d'exigence, notamment en termes de réactivité : ainsi, elle a fait siennes les bonnes pratiques de digitalisation, « un devis express en ligne, c'est la règle », assurant désormais jusqu'aux cyber-risques. ◀ I.P.

CONTACT

www.allianz.fr/assurances-particuliers/agence/14400/bayeux-saint-jean/delaunay

Plato fil rouge

Familière des échanges en réseau, il y a dix ans, Nathalie Delaunay – ex-présidente de l'Union des Commerçants de Bayeux (Bayeux Shopping Espace Action) – adhère au Club Plato de la CCI Caen Normandie. Depuis, « je n'ai jamais perdu le lien avec cette dynamique interdirigeants » et à ce jour, elle co-anime en tant que marraine, l'un des Clubs Plato (BtoC) consulaires, promo 2015-2017. Parmi les thèmes abordés « mieux se connaître pour optimiser son management ». ◀

CONTACTS

CCI Caen Normandie



Michèle Aron et Laurent Moquet
(Clubs Plato BtoC)

Julien Aubert-Dozeville

(Club Plato BtoB)
plato@caen.cci.fr
02 31 54 54 54

initiatives, **Innovations**, tendances

Saint-Hilaire-du-Harcouët

Le rouler propre

Première PME normande labellisée CO₂, les Transports Jourdan sont précurseurs en France.

Transformer le transport routier en solution durable, c'est le défi relevé par la PME d'Alexandre Petit, directeur général des Transports Jourdan (235 personnes, 3 sites, 155 véhicules) à Saint-Hilaire-du-Harcouët. Elle vient d'en récolter les fruits : après avoir travaillé durant douze mois sur le référentiel du label Objectif CO₂, elle est devenue, en mai dernier, la première entreprise labellisée CO₂ de Normandie. Déjà, « en avril 2010, nous étions parmi les premiers signataires bas-normands de la Charte CO₂, et nous l'avons renouvelée en juin 2013 », souligne Michel Métral, directeur adjoint, qui a piloté l'intégralité de la démarche environnementale. La Charte CO₂, programme majeur de l'ADEME (soutenue ici par la DREAL et la Région), l'engageait à réduire ses émissions carbone dans le cadre d'un plan d'actions sur 3 ans, en agissant « sur les véhicules, le carburant, les conducteurs et l'organisation des flux ».

Dès lors, le parti pris fut collectif et une démarche de progrès continu s'est mise en place. En pratique, si tout l'effectif a été sensibilisé, les priorités ont concerné le renouvellement du parc roulant (« à présent, 75 % du parc répond aux normes Euro 5 et Euro 6, les plus exigeantes »), et la formation des conducteurs. Une journée d'intégration et un manuel conducteur accueillent désormais chaque nouvel arrivant, l'accent mis sur la conduite rationnelle « nous sommes passés de un à deux formateurs, et d'une vingtaine à plus de 100 formations par an ». De plus, le déploiement de l'informatique embarquée sur l'ensemble de la flotte a permis de développer un logiciel de suivi en temps réel des consommations et des comportements. Quant au volet des flux transport, il a débouché sur l'ouverture



Les transports Jourdan ont été la première entreprise labellisée CO₂ de Normandie.

d'une agence dans le Sud-Est servant à massifier les marchandises, une nouvelle relation rail-route pour traverser la France, ou encore un outil d'optimisation des tournées afin « de diminuer les kilomètres à vide et maximiser nos coefficients de remplissage ». À l'arrivée, sur le thème du rouler propre, les résultats impressionnent et les clients apprécient « en cinq ans, nous avons évité le rejet de 5 400 tonnes de CO₂, soit 900 fois le tour de la Terre ».

Suivi des consommations

Hors du contexte développement durable, à 64 ans, les Transports Jourdan offrent un parcours exemplaire. Démarrant dans le transport du bétail (1952), la PME manchoise est aujourd'hui spécialiste du fret

industriel, proposant des services de transport, location de véhicules, stockage et logistique associée. Outre le siège normand, elle compte 2 agences à Aulnay-sous-Bois (Seine-Saint-Denis) et Charleval (Bouches-du-Rhône). ◀ I.P.

À savoir

Adhérents du réseau FLO Palettes,

les Transports Jourdan participent à son opération « 10 palettes pour la planète », qui propose de compenser ses émissions CO₂ à raison de « 1 arbre replanté pour 10 palettes transportées ». Certifié par Ecocert Environnement, le projet permet de replanter en France plus de 25 000 arbres/an.

Le chiffre

1 274

entreprises de transport routier (marchandises et voyageurs) ont signé la Charte CO₂ depuis son lancement en 2008. L'équivalent de 20 % de la flotte française et plus de 160 000 véhicules, pour un gain estimé à près d'un million de tonnes de CO₂ par an (mai 2016).

CONTACT

www.jourdantrans.com



Pont-d'Ouilly

Astuces à vendre

Montée par un bricoleur créatif, Astumania cherche repreneur de proximité.



Pour Pierre Trotoux,
tout est prétexte
à bricolage.

Roi du prototype ou Géo Trouvetou malicieux, dans la vie, Pierre Trotoux n'a qu'une maxime : « Pourquoi faire compliqué quand on peut faire simple ? ». Bouts de ficelle, élastiques ou trombones, dans son atelier, tout est prétexte à bricolage innovant et sa réputation le précède. Ce touche-à-tout créatif est célèbre dans la communauté des motards pour avoir mis au

point en 1994, l'intercom atypique entre pilote et passager « le Tuyaucom », système de communication par tuyau souple, à la manière d'un stéthoscope, qui ne réclame « ni piles, ni électronique, ni connexions Bluetooth » en offrant une haute qualité d'écoute. Le bouche à oreille a fait son succès, poussant Pierre Trotoux et son épouse Jacqueline, à créer deux ans plus tard, la SARL Astumania, pour commercialiser ce produit « tout terrain ». Car le Tuyaucom sera plébiscité ensuite chez les ULMistes, puis dans les rallyes automobiles, les courses offshore et autres environnements bruyants. D'autres trouvailles ont suivi, dont un crochet sécurisé qui transforme les tendeurs « réglables en longueur ». Au plus fort des

ventes, l'activité a fait vivre trois salariés à temps plein, le Tuyaucom notamment a franchi les frontières : « J'en ai écoulé plus de 140 000 pièces » conclut Pierre Trotoux.

Actif original

Aujourd'hui, le créateur d'Astumania a toujours cent idées par jour, mais à 70 ans il veut passer la main, en quête d'une solution pour pérenniser son catalogue. Le schéma rêvé serait « un industriel-distributeur, qui intégrerait des produits Astumania dans ses fabrications ». En particulier le Clacpack, son unique brevet, un outil de fixation flexible universel et réutilisable permettant de tendre les bâches, les brise-vent, les textiles souples et les géomembranes, ou à protéger et sécuriser des toitures, des piscines, des vérandas, des silos à foin. À vendre donc, un actif Astumania original et soucieux d'attirer des repreneurs potentiels, l'inventeur s'est rapproché de la CCI Caen Normandie. ◀ I.P.

À savoir

Habitué des concours de projets,

Pierre Trotoux s'est distingué dès 1999 grâce au Tuyaucom (Médaille du ministre de l'Intérieur, Concours Lépine de Paris), avant d'être quatre fois primé pour son Clacpack, dont une Médaille d'Or de l'INPI en 2005 (Salon Lumière de Lyon) et en 2006, une Médaille d'Or au Salon des Inventions de Genève.

CONTACTS

Manuel Boulland
Conseiller Transmission/
Reprise - Transentreprise
mboulland@caen.cci.fr
www.transentreprise.com
www.astumania.com



“ Cent idées
par jour. ”

initiatives, **Innovations**, tendances

Bourguébus

Règle de trois

Pionnier en Normandie, Pim Pam Pomme a ouvert sa 3^e crèche inter-entreprises.

Après Bourguébus dans l'agglomération caennaise, Querqueville dans la Manche, Flers en 2016 ! C'est évident : le chiffre trois poursuit les créateurs de Pim Pam Pomme, Nicolas Bassière et Mathias Sanfaute, qui ont mis sur pied l'un des premiers réseaux privés normands de crèches d'entreprises. À ce jour, Pim Pam Pomme, c'est 90 berceaux (40+40+10), 35 personnes et une démarche partenariale bien rôdée : « Nous nous implantons là où il y a consensus entre la collectivité d'accueil, la CAF et les entreprises ». Accueillant les enfants de 2 mois et demi à 6 ans, l'offre est librement

accessible aux employeurs, qui peuvent y réserver des berceaux pour leurs salariés, « un avantage social original, aux mêmes tarifs qu'une crèche conventionnée ». En retour, ils bénéficient d'une déduction fiscale substantielle « 83,83 % des dépenses, soit environ 10 € par jour et par berceau ». Mieux : les trois crèches assurent des horaires atypiques « de 5 à 22 heures, 5 jours sur 7 et nous ne fermons qu'une semaine par an », qui ravissent les actifs aux agendas décalés, comme le personnel hospitalier ou de maintenance industrielle. S'ajoutent une qualité d'accueil sur mesure, un projet pédagogique où priment le bien-

être et l'éveil des enfants, le confort des familles « notre ligne de conduite garantit des repas cuisinés sur place qui favorisent les circuits courts et le porté en écharpe, le langage des signes (parlé signé) pour les bébés, etc. ». Alors sans surprise, le réseau affiche complet, Pim Pam Pomme séduisant aussi bien les PMI-PME-TPE du Calvados que les grands comptes à Cherbourg. Détail qui ne trompe pas, surtout, les artisans ayant participé à l'aménagement des crèches, sont devenus parents-clients de Pim Pam Pomme.

Accueil de proximité

Ex-ingénieurs, Nicolas Bassière et Mathias Sanfaute ont partagé des projets industriels avant de se lancer dans un concept qui, à l'époque, était « visible à Paris, Lyon, Marseille, mais nulle part en Normandie ». Accompagnés par la CCI Caen Normandie, la CAF et la Collectivité de Communes Plaine Sud de Caen, ils ont ouvert une 1^{re} crèche en janvier 2013, une 2^e (novembre 2014), une 3^e (janvier 2016). La suite est prévue, mais c'est juré, Pim Pam Pomme restera un accueil de proximité, « cinq structures maximum ». ◀ I.P.

“ Des repas cuisinés sur place. ”



**Nicolas Bassière
et Mathias Sanfaute**
ont conçu des lieux
où prime le bien-être
de l'enfant.

CONTACTS

CCI Caen Normandie
Pôle Entreprendre
02 31 54 54 54
www.pimpampomme.fr





Christel Lemoine-Riou
propose plusieurs gammes
de massage.

Cherbourg-en-Cotentin

Éloge du bien-être

À Fleur de Peau, un nom idéal pour un salon d'esthétique tout en douceur.

presque exclusivement féminine, qui vient s'offrir de la détente. « Dans des périodes difficiles, tendues, les gens cherchent à prendre des petits moments pour eux, pour trouver du bien-être, de la vitalité, mais aussi pour soigner leur image », constate Christel.

Pour cela, il faut une ambiance, et celle de son salon est tout en douceur, en espaces soigneusement habillés, et calme. Il faut aussi des produits, et elle se distingue en aimant « s'appuyer sur ce qui sort de l'ordinaire », à travers des marques très spécifiques, où prédominent les huiles essentielles et les produits naturels. Il faut enfin du savoir-faire, et Christel décline une dizaine de massages, des classiques indien, tibétain, californien, jusqu'à la relaxa-

tion énergétique, le Reiki, « une technique qui se rapproche du magnétisme », au cours de laquelle elle laisse aller son extrême sensibilité manuelle.

Sortir de l'ordinaire

Toute la gamme des prestations d'un salon d'esthétique sont présentes chez À Fleur de Peau, avec en accompagnement « une approche personnalisée, basée sur l'écoute, les attentions, la confiance ». Il s'agit bien sûr de rendre plus belle, mais aussi d'aller plus loin, de travailler la respiration ou de parler de l'éclat du visage. <

CONTACT
02 33 01 22 78

« Apporter du réconfort ». C'est la raison d'être de Christel Lemoine-Riou qui, depuis 1993, tient le salon d'esthétique « À Fleur de Peau ». Une longévité qui lui permet de bien connaître et identifier les besoins d'une clientèle,

FULLBACK
CONSTRUIT POUR LE TRAVAIL. FAIT POUR LA VIE.

FIATPROFESSIONAL.FR

VISIBLE EN CONCESSION

FIAT

PROFESSIONAL
PROFESSIONNEL COMME VOUS

GARANTIE 5 ANS
150 000 km*

LE PICK-UP PROFESSIONNEL

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

GROUPE MARTENAT
www.martenat.fr

ROUEN Normandie Distribution Rue de la Grande-Épine - Z.I. 76805 St-Étienne-du-Rouvray Tél. 02 35 02 79 50	LE HAVRE Sovis 273, Bd Jules Durand 76600 Le Havre Tél. 02 35 25 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
--	--	--	--	--

initiatives, **Innovations**, tendances

Rouen

La tête et les muscles

Avant l'été, les salles de fitness font le plein. Les coaches sportifs sont de plus en plus sollicités. Un métier en vogue, mais qui demande de nombreuses qualités.



Tout est une question d'équilibre.

Les consignes fusent : « Gardez le dos droit », « pensez à bien respirer », « attention à ne pas casser les poignets ». Dans la salle, le groupe de sportifs, de tous âges et de toutes conditions physiques s'escrime à suivre le rythme. Sur l'estrade, la coach, Aurélia Donard, prêche par l'exemple et par l'encouragement. Une scène comme on en voit dans les multiples salles de sport qui poussent partout en France ? Peut-être, mais pas tout à fait non plus. Car le coaching sportif est une discipline plus complexe qu'il n'y paraît, et qui n'est pas toujours pratiquée dans les règles de l'art.

« On est de plus en plus animateurs et de moins en moins éducateurs », constate Aurélia, qui a découvert les salles de sport à 14 ans, elle qui se considérait plutôt comme paresseuse, et qui a rencontré une passion dont elle a fait un métier, brevet d'État en main. Elle a enchaîné les prestations, au sein d'une municipalité, en salle privée, en thalasso, auprès d'associations ou d'entreprise. « C'est utile de faire bouger des per-

sonnes qui sont devant leur écran toute la journée. C'est bénéfique pour les salariés et les entreprises, mais peu d'entre elles y pensent », remarque-t-elle.

Effort et régularité

La vague de la santé, du bien-être, porte de plus en plus de gens à franchir les portes des salles. Mais tous n'ont pas forcément la bonne démarche en tête. « Le sport, c'est de l'effort et de la régularité. Ce n'est pas possible de retrouver la forme ou de maigrir sans se faire un peu mal », explique Aurélia. C'est là qu'intervient tout le doigté, le savoir-faire du coach. Qu'il s'agisse d'un cours collectif ou d'une séance particulière, il faut s'adapter aux personnalités, varier les exercices pour éviter la lassitude, apporter un peu de ludique, partager l'énergie. « C'est toujours valorisant quand les gens se sentent bien après un cours », reconnaît Aurélia, qui liste les qualités du bon coach : « Être dynamique, souriant, motivant, passionné et s'intéresser aux autres ». La tête et les muscles doivent être au meilleur, ce qui de-

mande « de faire attention à soi, d'avoir une certaine hygiène de vie pour affronter les exigences mentales et physiques du métier de coach sportif ».

L'effort prend aujourd'hui de nombreuses formes. Fitness, Pilates, zumba, yoga, crossfit, il faut pour les coaches élargir ses compétences pour répondre aux attentes. « J'ai l'expérience et la polyvalence, mais cela ne m'empêche pas de toujours chercher à me former. C'est aussi une façon de prendre du plaisir dans mon métier », explique Aurélia, qui vient de passer trois semaines à Los Angeles pour participer à un festival de salsa, sa vraie passion : « Ce fut intense, riche en idées nouvelles. J'en ai profité aussi pour visiter des salles de fitness afin de dénicher de nouveaux concepts ». Elle en fera bien sûr profiter ses clients. Elle espère aussi monter sa propre structure, un concept où la qualité sera le mot essentiel, pour une clientèle pleinement investie. ◀

CONTACT
06 61 63 40 22



Hérouville-Saint-Clair

Le vélo et l'eau

Avec l'Aquabike – et d'autres techniques – Cosy Form offre des séances de mise en forme en toute simplicité et efficacité.

Si elles ont choisi le nom de « cosy form », ce n'est pas par hasard. Permettre de garder la forme dans une ambiance sereine, c'est ce que Géraldine Touchet et Marjorie Doublet proposent à leurs clients. Leur argument n° 1, c'est l'Aquabike, une technique de plus en plus recherchée par son efficacité et sa simplicité.

Grâce à une porte à bascule, l'accès au vélo est extrêmement facile. Une fois sur la selle, 42 buses hydromassantes délivrent une eau à 28° jusqu'à la taille, produisant un effet massant et freinant en douceur le pédalage. Un système vidéo permet de choisir la séance adaptée à ce qu'on recherche : de la détente, du cardio, du renforcement

musculaire. On estime qu'une séance de 30 minutes d'Aquabike équivaut, en dépense énergétique, à 1 h 30 de vélo traditionnel : un effort moindre pour un rendement optimal, pourquoi s'en priver ? Les quatre vélos sont installés dans des cabines individuelles, mais il est possible, grâce aux cloisons coulissantes, de se livrer à une séance collective. Les machines ont été achetées chez Aquaflo, à Saint-Lô, parce qu'il était « essentiel de trouver un bon fournisseur ».

Sans se faire mal

Le vélo n'est pas le seul moyen de se faire du bien chez Cosy Form. On y trouve un tapis de marche (ou de course, à chacun

ses réglages) sous vide d'air pour une progression plus difficile et une meilleure circulation du sang et des lampes infrarouge pour augmenter la sudation. Les séances durent une trentaine de minutes. Une station d'auto-massage en « palper-rouler » est également disponible. Le but recherché est de « faire du sport sans se faire mal, dans un environnement feutré, dans lequel on est chouchouté, conseillé, écouté », proclament Géraldine et Marjorie. Elles proposent d'ailleurs dans la salle de détente des plateaux-repas tout en aliments frais, sains, équilibrés. ◀

CONTACT

www.cosyformcaen.fr



Ambiance feutrée et sportive pour une séance d'Aquabike.

Le temps logistique

La logistique normande se lance avec toutes ses forces dans la bataille de la reconquête des flux.

La France semble se découvrir une vocation logistique, et lance une « stratégie nationale » qui, à l'horizon 2025, devrait lui permettre de se classer à une place plus glorieuse que le 13^e rang mondial qui lui est accordé par la Banque mondiale. Ces questions ne sont pas toutes neuves dans la vallée de la Seine. Les ambitions sont clairement affichées : « Capter les organisations logistiques du Benelux », commente Hervé Martel, vice-président d'Haropa. « Pour cela, il faut préparer les terrains, et nous avons beaucoup travaillé dans ce domaine ».

La concurrence est pourtant extrêmement rude, puisqu'au-delà des « vieux ennemis » que sont les grandes places portuaires du Nord, l'émergence logistique de Dubaï ou de Tanger peut contribuer à faire bouger les lignes. À ces menaces extérieures, s'ajoutent des difficultés intérieures bien connues : « On bute sur la faiblesse des solutions multimodales pour dépasser la région parisienne, ce qui permettrait d'élargir le potentiel du Havre, d'avoir une offre logistique digne de l'outil maritime », regrette Henri Legouis, directeur Europe de Bolloré Logistics.

Il ne faut en effet pas chercher très loin quel est le maillon faible de ce dispositif. « Il faut garantir la capacité ferroviaire de la vallée de la Seine. On a besoin de faire beaucoup plus », témoigne Nicolas Occis, président du directoire du GPMR. « Le gros challenge, c'est d'avoir des services ferroviaires », argumente Hervé Cornède, directeur commercial et marketing d'Haropa. « On ne se développera sur l'axe Seine que si les pouvoirs publics investissent dans les infrastructures. Le ferroviaire et le fluvial sont les deux axes qui doivent être priorités pour que nous puissions continuer notre progression. Nous avons des projets tout à fait importants au Havre », appuie François Rispe, directeur général de Prologis Europe,

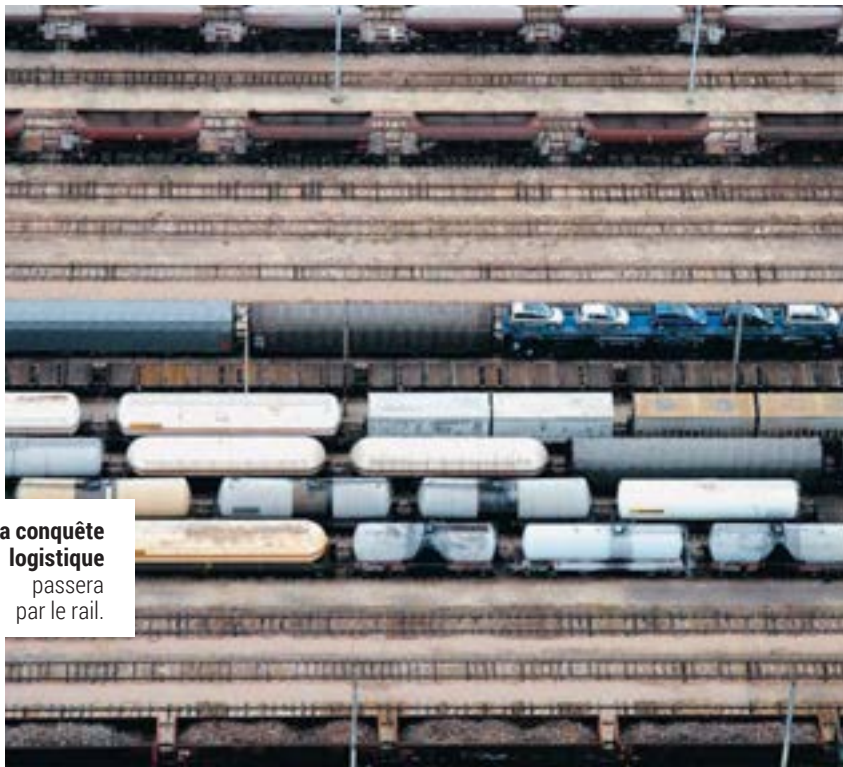
n° 1 mondial de l'immobilier logistique avec 62 millions de m² d'entrepôts dans le monde entier.

Un sacerdoce

Le cas de Serqueux – Gisors est bien sûr emblématique, et la mobilisation du monde économique autour de ce corridor logistique témoigne de l'importance des enjeux. Il s'agit, comme le détaille le président de la CCI Seine Estuaire, Vianney de Chalus, « C'est d'une structuration du corridor Est-Ouest au niveau européen qu'il s'agit, en y intégrant l'axe Seine ». La volonté affichée est de pouvoir toucher le centre de l'Europe à partir du Havre, via une autoroute ferroviaire. Quand un investisseur comme Panhard décide de s'implanter en force à Port-Jérôme, c'est un signal intéressant. « Nous avons étudié la possibilité de développer des flux et une activité logistique au Havre », explique Christophe Bouthors, directeur général du groupe. « Très objectivement,

toutes les raisons qui ont fait se détourner les flux vers les ports du Nord ont disparu. Tous les éléments de service et d'infrastructures existent pour développer une chaîne logistique extrêmement performante. Il convient désormais de réaliser un fort travail de conviction, car c'est compliqué de changer les habitudes pour capter à nouveau du trafic ». Gilles Gautheret, responsable du développement commercial Katoen Natie se félicite de son côté de disposer avec Haropa « d'une offre simple, compréhensible, lisible, facilement comparable ».

Autre atout, selon Hervé Cornède, celui d'être un port en eau profonde : « Le cœur du réacteur, ce sont les grands navires que nous pouvons et que nous savons accueillir, à un coût logistique plus que concurrentiel et avec une main-d'œuvre stable. Sur ces deux éléments, nous sommes meilleurs qu'Anvers et Rotterdam ». À Rouen aussi, on s'active, « dans le but de développer la filière



La conquête logistique passera par le rail.



conteneur », selon Nicolas Occis. Entre la diminution de la taxe d'aménagement sur le territoire portuaire ou la viabilisation d'une nouvelle zone logistique en 2017 (RVSL 2, 60 à 80 000 m² d'entrepôts), c'est le positionnement « à mi-parcours » entre la mer et Paris qui est valorisé. Des chiffres qui rejoignent ceux de l'estuaire, avec l'achèvement du parc logistique du pont de Normandie 2 (en attendant le numéro 3), qui pèse 15 % de l'offre déjà existante. ◀

« Un objectif de politique industrielle »

Le maire du Havre, Édouard Philippe, en est convaincu :

« Nos activités logistiques ne sont pas au niveau qu'elles devraient être. Nous sommes déterminés à changer ça, avec l'ensemble des acteurs de la place portuaire havraise. Mon objectif c'est de capter les flux, c'est un objectif de politique industrielle française.

C'est dans le développement des routes Est-Ouest à partir du Havre que réside un moteur de croissance national ». François Philizot, préfet délégué à la vallée de la Seine tient le même discours :

« La logistique est un sujet d'emploi et de développement pour notre pays ». Le plan « France Logistique 2025 » doit donc les réjouir. Il prévoit plusieurs actions pour « mobiliser les forces logistiques dans tout le territoire ». ◀



L'immobilier commercial en Normandie

BUREAUX - LOCAUX D'ACTIVITÉS

COMMERCE - ENTREPÔTS

tercim.fr



52, avenue de l'Hippodrome - 14 000 CAEN

02 31 08 34 88

SEDELKA-EUROPRIM 70 Avenue de l'Hippodrome 14 000 CAEN - 02 31 08 34 88 - SEDELKA au capital de 1 500 000 €
RCS CAEN B 301 100 756 - APE 4110 A - N° intracommunautaire FR 62 301 100 756 - EUROPRIM sas au capital de 500 000 €
RCS 484 581 533 Code APE 4110 A - TVA intracommunautaire : fr 82 484 581 533



Énergies internationales



► **Les énergies marines renouvelables** peuvent s'avérer une source de débouchés à l'export pour les entreprises françaises qui travaillent sur la réduction des coûts et la maturation technologique (amélioration des turbines, transport sous-marin de l'électricité, stockage de l'énergie, impacts environnementaux...). ONEM (Ouest Normandie Énergies Marines) et les industriels et les laboratoires normands étudient ainsi des partenariats avec le Chili et Singapour, deux pays qui ont choisi d'avancer dans le domaine des EMR. Le Chili compte s'appuyer sur le développement de l'houlomoteur, du photovoltaïque et de l'hydrolien. À Singapour, un groupe japonais travaille à la création d'un site d'essais à la fois pour développer des technologies EMR et pour travailler sur le stockage de l'énergie. ◀



Protection reconnue

► **6cure, spécialisée dans la réponse aux incidents de cybersécurité**, s'est vue décerner le label France Cybersecurity pour sa solution Threat Protection, initié par le gouvernement français, qui vise à créer une marque de confiance et de qualité pour les offres nationales et un véritable écosystème français de la sécurité numérique. « Cette reconnaissance a accru considérablement notre visibilité parmi les acteurs spécialisés dans la lutte anti-DDoS. Ce qui nous fait surtout chaud au cœur, derrière l'obtention du label, c'est le fait que nos clients ont témoigné de la qualité de notre solution », remarque Fabrice Clerc, président de 6cure. Il devrait permettre d'accélérer le déploiement à l'international de l'entreprise, qui a commencé avec plusieurs déploiements en Afrique du Nord. ◀

CONTACT
www.6cure.com



Connexion retrouvée

► **ERDF vient de confier à Cx Links**, implanté depuis quelques mois dans la pépinière d'entreprises de la Base Aérienne 105 d'Évreux, le déploiement d'un prototype permettant à ses équipes d'exploitation de retrouver de la connexion GSM en zone blanche. La start-up travaille dans les systèmes embarqués connectés et s'appuie sur un réseau de partenaires et les communautés du logiciel libre pour produire rapidement ses prototypes et recommandations. « Nous avons travaillé sur des problématiques similaires de zones blanches dans un système de communication et nous maîtrisons les systèmes, matériels et logiciels, à utiliser pour prototyper une solution », explique Gaël Musquet, créateur de Cx Links. Il est prévu entre les deux partenaires une première phase d'étude suivie par la réalisation d'un prototype réalisé par Cx Links et testé dans l'Eure. ◀



Nouvelle formation

► **L'École Supérieure du Numérique d'Alençon**, lance l'une des rares formations en France dédiée au Webmarketing, accessible dès après le Bac, Assistant webmarketing - Bac+2 diplôme reconnu par l'État, avec la possibilité d'y assister à distance et en temps réel. L'enseignement fait place forte aux outils participatifs avec une plateforme en ligne où tous les cours sont disponibles 24h/24, ainsi que des exercices, jeux, quizz interactifs, vidéos ou forum pour les participants. Autre nouveauté, une nouvelle option Cloud, pour la formation Chargé(e) de Projets Informatiques Appliqués qui complète désormais le diplôme Bac+3 - option Dématérialisation. ◀

CONTACT
www.ecolesuperieuredunumerique.com



Pôle d'excellence

► **Le Conseil départemental de l'Orne travaille à la création du starTech Campus**, « Pôle d'excellence » dédié à la formation et à l'économie numérique, dans des bâtiments qui seraient réhabilités et transformés sur le site du Quartier Lyautey, à Alençon. Il regrouperait deux entités : starTech61school est une école du numérique pour jeunes geeks « décrocheurs », formés en vue d'intégrer des entreprises industrielles et l'espace numérique de veille sur les innovations technologiques et leurs usages professionnels, starTech Normandy. S'y ajouterait un espace « Fablab » et un Management Lab, espace unique en France permettant de se familiariser aux nouvelles approches en management et coaching, et une salle de conférences numériques. ◀



Toujours plus de numérique à Alençon.

Vire

Au naturel

Surfant sur le bio responsable, la Biocoop du Bocage joue les success stories à Vire.



Le bio,
une philosophie
de vie.

Le chiffre

30

ans de Biocoop

Projet coopératif fondé en 1986, le réseau Biocoop a ouvert en juin son 400^e magasin en France, fort d'une croissance à deux chiffres (+16,9 % en 2015) pour près de 900 salariés et lauréat du Prix de l'enseigne responsable (R Awards) depuis la COP 21.

Le 25 avril est une date qui compte double pour Marc Verron, créateur de la Biocoop du Bocage. C'est ce jour de la Saint Marc qu'il a ouvert, en 2013 ses 250 m² dédiés au bio, offrant l'alimentaire – y compris primeurs, boulangerie, fromages à la coupe – et des éco-produits du quotidien. « Pure coïncidence », assure le créateur qui, rêvant de monter sa société, a rejoint le réseau Biocoop national dont il était déjà client. « Je voulais un projet commercial porteur de sens », exprime-t-il, s'avouant en total accord avec les valeurs militantes historiques « favoriser l'agriculture bio paysanne de proximité, l'achat équitable, la saisonnalité ». Il les décline aussi bien en actions sur le terrain, multipliant les occasions d'échanges et de sensibilisation aux bons gestes d'éco-consommation. Misant sur le buzz participatif, dans son magasin, il a mis l'accent sur le vrac, investissant dans « des silos sans Bisphénol A » et aménageant une « place de village »

où il propose aussi souvent que possible, des rencontres-dégustations, des ateliers cuisine (vegan, no gluten), des animations bien-être au naturel.

Place de village

Trois ans plus tard, les résultats sont à la hauteur : démarrée avec quatre salariés, la Biocoop du Bocage mobilise aujourd'hui onze personnes, rassemble 75 producteurs bio partenaires sur l'axe Caen – Vire pour plus de 1 200 références disponibles (« même nos melons sont normands »), elle accueille en moyenne 4 000 clients/mois. « Une philosophie de vie » souligne Marc Verron, évoquant les mille initiatives citoyennes liées à son enseigne. Tels le food-truck bio présent sur son parking tous les jeudis, sa nouvelle clientèle professionnelle (« des restaurateurs, une crèche éco-conçue »), ses interventions auprès des jeunes et des étudiants, son travail avec la cellule Pôle Emploi locale, ou le Forum Métiers monté l'an dernier avec d'autres entreprises viroises. Une actualité qui ne l'empêche pas de préparer pour bientôt, l'extension de la surface de vente, l'embauche d'une collaboratrice naturopathe, et s'engager dans les énergies vertes.

Créateur accompagné par la CCI Caen Normandie et lauréat du réseau Entreprendre Basse Normandie, en 2015 Marc Verron a vu son projet-pilote soutenu par Initiatives Calvados. De quoi développer avec La Poste, « un service de livraison à domicile par les facteurs », destiné à faciliter les courses bio dans les campagnes isolées. ◀ I.P.

CONTACTS

CCI Caen Normandie

Pôle Entreprendre

02 31 54 54 54

www.biocoop-vire.com



BTP : assurer l'avenir



Pour le BTP, la voie de l'apprentissage est un jalon essentiel sur le chemin de la modernisation des métiers.

Les professionnels du BTP ont décidé de mettre l'accent sur l'apprentissage, en lançant une campagne de recrutement avec en point d'orgue la récente organisation de leur tout premier job-dating.

L'heure paraît propice. La législation change, le Grenelle Normand propose des solutions et l'activité semble enfin cesser de s'effondrer. « 2016 pourrait ne plus noircir un tableau qui s'assombrit continuellement depuis cinq ans », espère le président de la FRTBP Normandie, Régis Binet.

Il est donc temps de relancer l'apprentissage, d'autant plus que le président du BTP-CFA de Haute-Normandie, Thierry Delaunay, s'il se réjouit d'un taux de remplissage de 70 % des quatre CFA dont il s'occupe, regrette de voir 2 000 jeunes encore à la recherche d'une entreprise.

Le message est limpide : l'apprentissage,

c'est la compétence. « Pour convaincre ceux qui hésitent, nous leur démontrons que l'apprenti représente le meilleur moyen d'assurer l'avenir de leur entreprise, de les accompagner dans leurs mutations », explique Marie Dupuis-Courtes, présidente de la commission formation de la FFB. Entre maquette numérique et transition énergétique, le BTP est en train lui aussi de devenir 2.0, et quoi de mieux qu'une génération totalement imprégnée de ces notions, et parfaitement formée dans les CFA, pour aider à franchir le cap ?

On va évoluer

Au-delà de cet aspect très pratique, d'autres avantages peuvent être mis en avant, comme en témoigne Pascal Pimont (Pimont Couvertures, Bourgheroulde) : « Les jeunes mettent une ambiance très

agréable dans l'entreprise. Faire des chantiers avec des apprentis de 20 – 25 ans, c'est formidable ». Et François Leprêtre (Entreprise Leprêtre, Bois-Guillaume) renchérit : « Former en interne, c'est ce qu'il y a de mieux ».

Et à ceux qui froncent les sourcils quand on leur parle de la nouvelle génération, à la réputation parfois injustement dégradée, on leur conseille d'écouter le discours rafraîchissant de Fabien, apprenti chez Pascal Pimont : « On est apprentis, demain ouvriers, peut-être plus tard chefs d'entreprise. On va évoluer ». Qui a dit que les jeunes manquaient d'ambition ? ◀

CONTACT

www.cfabtp-hn.com

L'heure de l'alternance

Le contexte semble favorable à une montée en puissance de l'apprentissage dans les entreprises françaises.

« Le message que nous devons faire passer aux entreprises, c'est que leurs besoins en termes de compétences doivent se définir maintenant. Elles doivent contacter les CFA pour évoquer ces questions. Le réseau consulaire normand maille parfaitement le territoire et les formations, nous savons faire », affirme Delphine Wahl, directrice générale de la CCI Portes de Normandie.

Comme rien ne vaut l'exemple, Delphine Wahl cite la grande variété et le professionnalisme pointu des huit organismes de formations de la CCI Portes de Normandie. Le CFA du Val-de-Reuil, le plus important de l'ouest de la France, à Alençon, le 3ifa, l'ETPN (et sa pédagogie innovante) et l'IRSAP, seul CFA de France dédié aux services à la personne, qui évolue dans un environnement de pointe avec la Maison de la Domotique et le cluster Tech Sap Ouest (80 adhérents en Normandie). C'est aussi l'IRFA, qui intervient dans toute la moitié nord de la France dans les domaines de la santé et du social et enfin CCI Formation Eure et ses 240 cursus, dont les derniers venus sur le numérique.

Travail en commun

Non contente de s'appuyer sur ce réseau qui forme 15 000 personnes par an, la CCI Portes de Normandie s'implique dans de nombreuses actions de communication autour de l'apprentissage. Le besoin s'en fait sentir, comme l'a prouvé le « rallye de

l'alternance », au cours duquel 550 entreprises ont été visitées, en porte-à-porte, pour leur parler d'apprentissage. Il est ressorti de cette opération un manque criant de connaissances sur la façon de recruter un apprenti, les démarches à accomplir, les formations à privilégier. De ce fait, le rallye sera reconduit et amplifié en 2017. Autres actions fondatrices, les job-dating, qui mettent en relation des jeunes présélectionnés et des entreprises, et les « mini-stages », qui permettent à des collégiens ou lycéens de se confronter au monde de l'entreprise. Ils sont organisés en partenariat avec l'Éducation nationale.

Le travail en commun est d'ailleurs une constante dans l'Eure, à l'image du club de l'apprentissage, au sein duquel la CCI, la Chambre d'Agriculture et la Chambre de Métiers œuvrent à mettre en place des actions communes. ◀

CONTACT

www.normandie.cci.fr/formations



Alençon

L'ISPA de demain

L'industrie du futur est au cœur du projet pédagogique de l'ISPA. Les premières réalisations concrètes sont mises en place.

En 2015 l'ISPA avait placé son trentième anniversaire sous le signe de l'usine du futur. Cela fut un temps fort dans un processus entamé voilà trois ans, celui de faire émerger une ISPA 4.0. « Un centre de formation se doit d'avoir un temps d'avance. Nous formons les salariés de demain, nous devons être en pointe sur les compétences, les techniques, les modes d'organisation », explique le directeur de l'institut, Franck Steunou.

Pour accompagner sa mutation, l'ISPA s'appuie sur son écosystème, en concluant des partenariats avec les entreprises. « Cela permet de renouveler notre gamme d'équipements, avec de gros développements dans la robotique », souligne Franck Steunou. Un atelier équipé en machines du dernier modernisme vient ainsi d'être ouvert. Les constructeurs, notamment les Allemands, en avance sur ces questions,

et qui connaissent l'école et ses étudiants, ont été très intéressés à participer. L'idée est ensuite de créer un show-room à disposition des élèves, mais aussi des entreprises qui pourront assister à des journées technologiques pour s'initier et identifier la corrélation avec leurs besoins réels. Les enseignants sont évidemment de la partie, et bénéficieront de formations spécifiques.

Phase concrète

Toutes les problématiques de l'usine du futur sont abordées, dont l'évolution du management, avec des conférences évoquant des cas concrets, des exemples mis en œuvre dans des entreprises locales, et aussi l'environnement. L'ISPA a signé un partenariat avec l'Association Alliance Chimie Recyclage autour de l'économie circulaire, qui permettra de créer des forma-

tions dans ce domaine. « Nous entrons dans la phase concrète de notre projet », constate Franck Steunou. « Cela représente un bond énorme en terme d'offre de formation et d'accompagnement, et un rayonnement régional et national majeur ».

L'évolution de l'ISPA passe aussi par la construction d'un nouveau bâtiment. L'ISPA a choisi de s'appuyer sur la mise en place de groupes de travail collaboratifs, animés par le cabinet Wigwam. Au travers d'ateliers de réflexion, d'échanges ouverts, d'évocation des différents scénarios, il y est question de « partager une vision, de connaître la destination finale du site, d'avoir une vision commune ». ◀

CONTACT

www.ispa.asso.fr

Manche

Vingt sur vingt

Manche Développement profite du Tour de France pour mettre en avant les talents locaux.



Allures Yachting, l'une des entreprises du « carnet de route », est devenue l'un des leaders européens de la navigation de plaisance.

l'artisanat, de commerce et d'industrie de la Manche) a souhaité ainsi valoriser des entreprises en publiant un « carnet de route » présentant vingt d'entre elles. Le document, réalisé en français et en anglais, est à destination des journalistes, qui, sur la Grande Boucle, sont toujours à l'affût d'angles nouveaux et de sujets originaux pour leurs articles. C'est l'agence Michèle Fréné Conseil qui a produit ce petit livre, qui sera appelé à d'autres diffusions (par exemple, lors du salon de l'agriculture 2017) et à d'autres parutions (ce ne sont pas les talents qui manquent pour les prochains volumes). Les entreprises sont décrites sur deux pages, avec

un texte présentant leur activité et quelques informations chiffrées.

Sujets originaux

« La Manche héberge nombre d'entreprises reconnues à l'échelle de leur territoire et

méritant une reconnaissance plus large, des pépites, des entrepreneurs originaux, étonnants, décalés ou atypiques », explique le président de Manche Développement, Pascal Ferey.

De fait, ce Tour de la Manche des compétences promène le lecteur dans les délicieux produits locaux (cidrerie, légumes, huîtres, fromages, produits laitiers, saumon, maraîchage bio), dans le nautisme (plaisance, restauration navale), dans la haute technologie (fibre optique, haute fidélité, haut débit), dans un savoir-faire traditionnel en plein modernisme et renouvellement (confection, métallerie, céramique, fonderie, parapluies de Cherbourg, ébénisterie, matériel culinaire, vans)...

Un parcours riche et passionnant, où l'international et l'innovation fleurissent à chaque ligne, ainsi que la passion pour la Normandie et le savoir-faire local. ◀

CONTACT

www.michele-frene-conseil.fr

Le Tour de France n'est pas qu'une grande fête populaire et sportive. C'est aussi, pour les territoires traversés, une occasion formidable de mettre leurs talents en avant. Manche Développement (qui regroupe les Chambres d'agriculture, de métiers et de

Saint-Contest

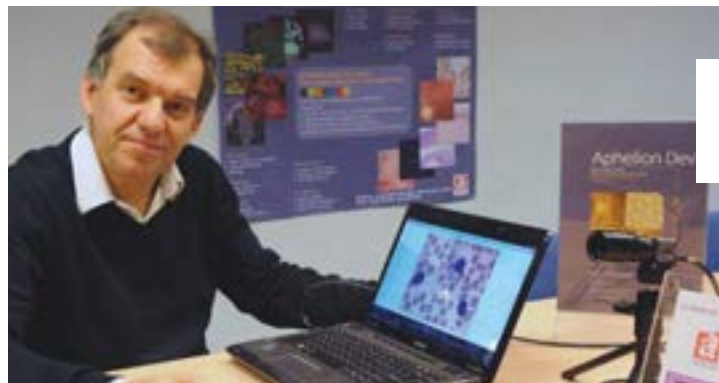
Au fond des yeux

ADCIS fait parler les images.

Vingt ans, et toujours innovante. ADCIS a fait du traitement et de l'analyse d'images sa spécialité, un domaine aux nombreux champs d'application. Étudier la conductivité des matériaux, réaliser la lecture automatique des plaques de voiture, mesurer la porosité des roches, les capacités d'intervention d'ADCIS sont multiples. « Nous allons toujours extraire de plus en plus d'informations à partir d'images, avec une précision extrême. La gestion des gros volumes de données est un développement majeur pour nous », souligne le P-DG, Bruno Lay.

Gérer les données

Parmi les avancées récentes d'ADCIS, le domaine de la santé, et plus particulièrement l'ophtalmologie. « Nous travaillons sur la rétinopathie diabétique », explique Bruno Lay. Le but de ce projet est de développer un système portable sur mobile, facile à utiliser, qui effectue une image de la rétine en entrée



L'image sous toutes ses coutures.

et permet de poser un diagnostic, avant une éventuelle consultation chez un spécialiste. La montée en force de la télémedecine, et la problématique du diabète, de plus en plus prégnante, démontrent l'importance du marché.

Cette innovation a vocation à contribuer à la réussite à l'export d'ADCIS, qui réalise

déjà la moitié de son chiffre d'affaires à l'international. Bruno Lay souhaite toutefois maîtriser la croissance de son entreprise, pour en conserver l'esprit créatif et la réactivité. ◀

CONTACT
www.adcis.net

Carpiquet

Transport alternatif

Sofim développe une solution pour faciliter le transport de marchandises en ville.



Un camion pratique à utiliser.

Sofim, société spécialisée dans la carrosserie, propose sa propre gamme de véhicules. « J'étais à la recherche de produits atypiques, différenciants », explique le dirigeant Christian Jourdan. Sentant tout l'intérêt de miser sur le créneau du transport en ville et de la lutte contre la pollution de l'air, il a conçu un engin unique, le Maxi Cube. « C'est un utilitaire de 30 m³, accessible aux détenteurs de permis B ». Un travail sur les châssis, les essieux et les suspensions a permis d'obtenir une hauteur de 2,37 mètres et une longueur de 6 mètres, pour un poids inférieur à 3,5 tonnes, et donc, un vaste espace de transport. « On parle de maximisation des volumes », souligne Christian Jourdan. « Nous avons tout aussi bien veillé à la tenue de route et au freinage pour le confort

de conduite, avec six roues porteuses et à la praticité d'utilisation avec un seuil suffisamment bas pour simplifier les montées et descentes des charges ».

Maximiser les volumes

La modularité du Maxi Cube lui permet de répondre à de nombreux besoins, mais Sofim vise tout particulièrement les collectivités locales : « C'est une alternative pour les livraisons, une réponse à la problématique du dernier kilomètre ». 500 châssis modifiés ont déjà été produits par l'entreprise. ◀

CONTACT
www.sofim-carrosserie.fr



Jean-Marie Picard connaît tout du café, du produit plus classique aux dernières innovations.

Flers

Plaisirs encapsulés

Quand un artisan torréfacteur a le goût d'innover, La Brûlerie de Flers fait l'actualité.

Joyeusement atypique, La Brûlerie de Jean-Marie et Aurélia Picard est une bonbonnière où le plaisir des yeux voisine avec saveurs gourmandes. À la fois atelier de torréfaction et boutique spécialisée en cafés, thés et produits d'épicerie fine, on y trouve aussi bien friandises et confitures que des épices en vrac, des conserves de la mer, une sélection d'alcools, vins et spiritueux. Généreuse, La Brûlerie propose conseils et dégustations, confectionne des paniers gourmands, expose les accessoires tendance comme « des théières en fonte, des mugs design, les cups à paille américains ». Les boîtes sont en métal, les gobelets en carton, les canettes isothermes sont réutilisables, et se décline une nouvelle ligne textile originale : des casquettes et coussins fabriqués en sacs de café recyclés !

Cette offre d'ambiance artisanale, on la doit à Jean-Marie Picard, qui, reprenant La Brûlerie en 2003, a voulu la repositionner bien dans son époque. Se formant auprès de son prédécesseur, l'artisan-torréfacteur a visé « les actifs, les jeunes, les entreprises ».

Stratégiquement, il a gardé les fournisseurs de prestige (Thés Dammann Frères) et mis à l'honneur la crème du made in France « 70 % des rayons », dont les marques normandes et du Grand Ouest. Enfin, il a soigné la forme, travaillant sa charte graphique et tous ses packagings avec un graphiste. De fil en aiguille, déposant sa marque, « le Café des bords de l'Orne », il a créé son café, « La tasse de Lola ». Cet assemblage d'excellence 100 % arabica est à présent revendu en Normandie « chez les cavistes, les supérettes, des restaurateurs » et sur le point de séduire Paris. Son deuxième produit vedette, « des capsules café compatibles avec les machines Nespresso », dépend d'une innovation partenaire (les Capsul'in) et d'un process d'encapsulage mis au point dans le Sud. Depuis cinq ans déjà, il vendait « des capsules vides que mes clients remplissaient chez eux », mais désormais, des capsules prêtes à l'emploi sont disponibles, conditionnées par 10 ou 50 selon quatre intensités « moka, mélange italien, double arôme, décaféiné », garantissant un café

authentique, torréfié de frais, à moindre coût. « Nous torréfions ici et sous-traitons la mise en capsules ». Face au succès, La Brûlerie de Flers a mis en ligne son e-shop, et si le plus gros des ventes se fait en direct, elle expédie ses capsules un peu partout. Sa dernière trouvaille ? « Le café La Brûlerie à emporter ».

Brûlerie virtuelle

Issu de l'école hôtelière, Jean-Marie Picard tenait précédemment une pizzeria à Flers, jurant que s'il devait se reconverter, ce serait avec La Brûlerie. Aujourd'hui, il travaille en famille. Car si les parents sont aux commandes, leurs filles Zoé et Lola, accompagnent l'aventure « sur Facebook, Instagram, TripAdvisor ». Et derrière La Brûlerie virtuelle, il y a Aurélia, qui s'est piquée au jeu au point d'avoir suivi une formation consulaire et développé la boutique en ligne. ◀ I.P.

CONTACT

www.brulerie-flers.com

en échos

Valérie Tellier, présidente de la Glass Vallée



© nikkytok - Fotolia

En verre et avec tous

Repères

70 % La part de la production mondiale des flacons de luxe pour la haute parfumerie réalisée par la Glass Vallée.

7 500

salariés et une soixantaine d'entreprises sont fédérés au sein du cluster « Glass Vallée », entre le Tréport et Feuquières-en-Vimeu, autour de Dieppe et d'Abbeville, donc dans trois départements et deux régions.



Le luxe est normand (et picard) quand il s'agit de flaconnage pour les plus grands noms des parfums, des cosmétiques. Les entreprises de la Glass Vallée font rayonner dans le monde entier leur savoir-faire. La présidente du cluster, Valérie Tellier, témoigne d'une volonté d'aller encore plus loin.

C'est une filière unique au monde, celle du flaconnage de luxe qui s'est développée dans la Vallée de la Bresle. Une activité plus que centenaire, fédérée depuis quinze ans dans une grappe d'entreprises, la Glass Vallée.



Cosmetic Valley, j'ai pu voir mes propres flacons exposés. C'est un signe, parmi d'autres, que nos savoir-faire sont toujours reconnus. C'est plus compliqué au niveau du milieu de gamme, avec une concurrence européenne très forte. Il est essentiel pour nous d'évoquer avec nos clients finaux la question des prix. Travailler moins cher et continuer à faire du haut de gamme, c'est une équation que nous ne pouvons, ni ne voulons résoudre.

Quelles sont les évolutions que vous souhaitez voir prendre à la Glass Vallée ?

V.T. > Je voudrais intégrer nos clients parfumeurs, pour mettre en place une meilleure synergie, se développer ensemble et ne pas se contenter de se battre sur les prix. Sur un plan plus général, nous sommes encore trop fermés. Nous devons trouver les moyens de communiquer. Nous sommes reconnus mondialement, beaucoup moins au niveau régional. Il est important de montrer tout ce que nous faisons ici, les innovations que nous portons, les flacons que nous produisons. La cible, ce sont aussi les jeunes, il faut les intéresser, les orienter vers nos métiers. C'est la force de demain. Donnons-leur du rêve. ◀

CONTACT

www.la-glass-vallee.com

La Glass Vallée fête ses quinze ans cette année. Pensez-vous que son action a vraiment contribué à changer les choses dans l'industrie verrière normande et picarde ?

Valérie Tellier > Ce serait différent sans nous, c'est certain. C'est très intéressant de voir de petites et de grandes entreprises discuter d'égaux à égaux. Nous avons organisé des réunions chez chacun de nos membres, afin que chacun puisse mieux se connaître. Ces échanges ont facilité le travail en commun. Je pense aussi aux réflexions poussées que nous menons sur la gestion des ressources humaines, l'évolution des compétences, qui ont profité aux petites structures qui n'avaient pas forcément la possibilité d'y consacrer suffisamment de temps. Idem pour le développement durable, la responsabilité sociale des entreprises. La Glass Vallée a fait grandir tout le monde.

Allez-vous marquer cette année d'événements spéciaux ?

V.T. > Nous allons renouveler ce que nous avons accompli en 2014 : faire travailler ensemble tous les métiers (fondeurs, moulistes, laqueurs, décorateurs...) pour réaliser un produit verrier commun à destination des parfumeurs. Cet « esprit grappe » permet de mieux comprendre les problématiques des uns et des autres. Nous organiserons aussi le 24 novembre la « Biennale du Flacon de Luxe » et nous réfléchissons à la mise en place d'une indication géographique sur nos produits.

On a l'habitude de parler de la Glass Vallée comme « leader mondial du flaconnage de luxe ». Est-ce toujours vrai ?

V.T. > C'est incontestable sur le très haut de gamme. Je peux citer un exemple personnel, lors d'un salon à Shanghai l'an passé, auquel nous participions en partenariat avec nos amis de la

+ International

New York ensemble

Cinq entreprises membres de la Glass Vallée reviennent de New York où elles ont participé au salon « Luxe Pack 2016 » qui a rassemblé environ 250 entreprises spécialisées dans le packaging pour le parfum, les cosmétiques, les alcools, la bijouterie et la gastronomie. Il s'agissait de Devaux (mouliste), de Waltersperger (verrier semi-automatique) et des ASB, STM et Val Laquage, paracheveurs-décorateurs recouvrant les métiers du polissage, du laquage, de la sérigraphie, du marquage à chaud. Une délégation qui comprenait donc tous les intervenants du processus de fabrication d'un flacon décoré. L'idée était de prendre le pouls d'un marché américain en croissance, sensible au Made in France, intéressé par les petites séries, alors qu'il n'existe pas aux États-Unis de verrerie spécifiquement dédiée à la parfumerie, hors SGD (Covington, Georgie), plutôt calibrée pour des séries importantes, avec lequel Devaux travaille déjà. Une campagne de presse a également été engagée. Il est désormais envisageable pour la Glass Vallée de tenir un stand collectif en 2017 dans ce salon. Le même type d'opération avait été mené avec succès lors du salon de Dubaï.

1430 l'année de l'installation de la première verrerie, à Saint-Martin-au-Bosc. La proximité de la forêt d'Eu explique ce choix. Mais c'est au XIX^e siècle, avec notamment la création de la ligne de chemin de fer Paris – Le Tréport, que le flaconnage pour la parfumerie et la cosmétique devient la spécialité de la vallée de la Bresle.



CCI Caen Normandie

Formations



L'AIFCC

Nouvelles formations
bac+3 à bac+5.

L'AIFCC poursuit son développement en proposant de nouvelles formations de niveau bac+3 à bac+5 sur ses sites de Caen et Lisieux. Le développement des filières répond à la demande des entreprises qui voient de plus en plus d'avantages à recruter en alternance, notamment celui de faire adhérer son futur collaborateur à la culture de l'entreprise, mais cela répond également à la demande des étudiants.

En effet, la poursuite d'études permet d'accéder à des postes à plus fort degré de compétences et de responsabilités, ou d'obtenir une spécialisation plus recherchée et ainsi booster son insertion professionnelle.

Ainsi, les filières Ressources humaines, Tourisme, Comptabilité/Gestion, Communication et Informatique se dotent de nouvelles formations à la rentrée de septembre :

- Bachelor Tourisme
- Bachelor Communication
- Bac+3 - Diplôme de comptabilité et gestion
- Bac+5 - Responsable en management des Ressources humaines
- Bac+5 - Manager des systèmes d'information et d'infrastructures. ◀

En savoir plus

www.aifcc.com - 02 31 44 32 11



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



CCI Seine Estuaire

Forum

En 2016, soyons vraiment positifs : passons à l'action concrète !

Positive Economy Forum,
au Havre du 13 au 17 septembre.



Le Havre s'affirme comme le laboratoire de l'économie positive en accueillant pour la 5^e année consécutive le « Positive Economy Forum » plus connu sous le nom de « LH Forum ».

Pendant 5 jours, Le Havre va accueillir 150 chefs d'entreprise, dirigeants d'ONG, intellectuels et entrepreneurs du changement.

Voici quelque temps forts que les entreprises ne doivent pas manquer.

• **Marketplace de l'économie positive :** Rencontrez vos futurs collaborateurs en venant pitcher votre entreprise devant des étudiants. Le concept : des entreprises locales et nationales rencontrent 1 000 étudiants des grandes écoles et des universités puis échangent lors de rendez-vous en speed dating, avec à la clef des propositions de jobs. Une journée pour démontrer votre engagement en matière de RSE, en réponse au leitmotiv du LH Forum

2015 « soyons vraiment positifs, et passons à l'action concrète ».

En clôture : carte blanche à un grand chef d'entreprise (Paul Polman, P-DG d'Unilever) suivie de la soirée L'Atlas de la planète positive de ceux qui changent le monde. Le 14 septembre au Magic Mirror.

Vous souhaitez participer ?

Contactez le service communication
au 02 35 55 27 29

• **Carte blanche à Angus Deaton, prix Nobel de l'Économie 2015 :**

« Nous entrepreneurs, nous sommes tous des makers qui devons nous engager pour le bien commun ».

Le 14 septembre à 18 h 30 à la CCI Seine Estuaire. ◀

En savoir plus

<http://positiveeconomy.co/fr/positive-economy-forum-le-havre-2016/>



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

Coworking

"La Fabrique" à Lisieux

Ouverture en juin d'un espace de coworking, doté d'un Fab Lab,
porté par la CCI Seine Estuaire et l'AIFCC.

Avec la digitalisation de l'économie et pour répondre aux nouveaux besoins de mobilité et de modes de travail plus collaboratifs des entrepreneurs, la CCI Seine Estuaire a ouvert en novembre 2015 une cantine numérique au Havre. Après plusieurs mois d'exploitation, le résultat est un succès, et la CCI décide de renouveler l'expérience à Lisieux. En parallèle, l'AIFCC a lancé en 2016 à Lisieux une formation de « Référent numérique en entreprise », labellisée au niveau national « Grande École du Numérique ». À ce titre, l'ouverture d'un Fab Lab permet aux élèves, et plus largement au public, d'utiliser les différents outils numériques pour développer des projets. L'espace de coworking compte 120 m² dont 40 m² pour le Fab Lab, espace de prototypage dédié à la création. ◀

En savoir plus 02 31 61 55 55 - Délégation du Pays d'Auge



CCI Seine Mer Normandie

Événement Commerce

Les premières Assises des Unions commerciales et artisanales

Les Unions commerciales et artisanales contribuent à la vitalité économique des territoires.

La CCI Seine Mer Normandie souhaite s'appuyer sur le dynamisme des Unions commerciales et artisanales pour favoriser l'animation du commerce de proximité. Elle s'engage financièrement et mobilise ses équipes en ce sens. En jouant collectif, les commerçants, artisans, prestataires de services sont plus forts pour faire valoir leurs points de vue auprès des collectivités, proposer à leurs clients communs de bonnes raisons de consommer en proximité et ainsi favoriser l'emploi.

Aujourd'hui, le développement des centres-bourgs et des centres-villes dépend donc de la qualité individuelle des entreprises implantées mais aussi et de plus en plus de leur énergie collective. Mais fédérer les commerçants autour d'un tel projet n'est pas si simple. Les responsables d'associations sont donc souvent confrontés à des difficultés pour mobiliser le plus grand nombre d'acteurs, trouver les bonnes volontés pour animer l'association, construire des actions originales avec des moyens parfois limités. Autant de sujets qui seront abordés le 19 septembre à 17 h, à Rouen à la CCI Seine Mer Normandie, lors de ces assises qui réuniront responsables d'associations de commerçants mais aussi élus et collaborateurs des collectivités locales de Normandie.

Au programme : une conférence, une table ronde, des ateliers interactifs, des échanges autour des thématiques suivantes : - Quel avenir pour les Unions commerciales ? - Comment s'organiser pour être efficace ? - Comment recruter, fédérer et fidéliser les adhérents ? - Comment communiquer auprès des clients et partenaires ? ◀

En savoir plus 0232 100 500



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



CCI Portes de Normandie

Événement

Haras National du Pin - Fête de la Chasse et de la Pêche 2016.

Les 6 et 7 août prochains, la 24^e fête de la Chasse et de la Pêche occupera, pour la seconde fois le prestigieux domaine du Haras National du Pin. Chaque année, plus de 50 000 visiteurs participent à cet événement dont l'envergure internationale est aujourd'hui totalement reconnue. Les hectares de terrain consacrés à la Fête sont divisés en neuf villages dédiés à la chasse et à la pêche sous toutes leurs formes mais aussi aux métiers du bois, de la forêt et de l'agriculture, et au terroir normand...

Cette grande fête de la ruralité offre, bien sûr, une place importante aux chiens de toutes races, avec des expositions, des concours dont le concours régional du chien d'ordre, des démonstrations de chiens de troupeaux et de chiens d'arrêts. Plus de cent chevaux, de chasse, de loisir et de trait sont également présents pour de nombreuses démonstrations dans ce "Versailles du cheval" qu'est le Haras du Pin.

Pass 1 jour 9 € – Pass 2 jours 14 € – gratuit pour les moins de 15 ans. ◀

En savoir plus www.fetedelachasse.fr



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



CCI Ouest Normandie

Formation

Commerce / Tourisme

Améliorez votre performance avec notre BOX COMMERCE !



La nouvelle formation-action « BOX COMMERCE » de la CCI Ouest Normandie vous propose de rendre plus attractif votre commerce ou votre établissement touristique pour développer votre chiffre d'affaires. Pendant trois jours de formation (21 heures), vous apprendrez :

- Les techniques de marchandisage : maîtriser la mise en place des produits dans un espace de vente,
- La mise en scène de votre vitrine : respecter les codes de présentation et de composition,
- L'optimisation de vos entretiens de vente : rappels sur la communication interpersonnelle, amélioration de votre efficacité commerciale.

Vous bénéficierez de conseils personnalisés sur votre point de vente.

Cette formation-action vous permettra de mettre en place la démarche Préférence Commerce et d'en obtenir le label national.

Cette formation est facturée 900 euros net de taxes par participant, avec prise en charge possible par votre OPCA. ◀

En savoir plus

<http://www.ouestnormandie.cci.fr/box-commerce>



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



Tourisme

Tour de France à la voile

Dieppe accueille les stars de la mer.

Le Tour de France à la voile revient à Dieppe les 11 et 12 juillet. C'est la 27^e fois que la ville accueille l'événement. Le village et le paddock technique prendront place sur le front de mer, quai Henri-IV.

Le 1^{er} jour, se déroulera un parcours le long des côtes, dont l'arrivée est prévue entre 15 h 30 et 16 h 30.

Le 2^e jour, place à des régates courtes, en stade nautique, au plus proche du public, avec qualification et super finale (à partir de 15 h 30).

Mais le Tour de France à la voile, c'est aussi une fête à terre, avec de multiples animations, orchestrées par la caravane publicitaire, rythmées par des séances de dédicaces, des jeux et des initiations aux sports nautiques. Grande nouveauté cette année, la création d'une « zone spectateurs », installée directement au plus près des courses, afin de bénéficier d'une visibilité parfaite sur les bateaux. ◀

En savoir plus www.tourvoile.fr


Business Angel

Envie de devenir Business Angel?

Participez au Meet-up du 10 octobre prochain, à 17 h, à la CCI Seine Estuaire au Havre.

Vous souhaitez investir dans des entreprises innovantes à potentiel ou des jeunes pousses ? Vous voulez échanger et partager avec d'autres investisseurs pour cibler au mieux vos investissements ?

Vous trouverez toutes les réponses à vos questions en participant au « Meet-up des Business Angels », organisé par les trois associations de Business Angels normands, regroupées sous l'appellation Normandie Business Angels. Au programme de cette manifestation : le village des start-up ayant bénéficié d'un investissement BA, la présentation des associations de Business Angels normands, une table ronde sur le thème « qu'est-ce qu'être un Business Angel aujourd'hui ? » et un cocktail pour poursuivre les échanges et les rencontres avec les start-up et les Business Angels. ◀

En savoir plus inscription@seine-estuaire.cci.fr - 02 35 55 26 10

International

Prochains rendez-vous CCI International Normandie

Salon Ewea (Hambourg - 27 au 30 septembre)

Le salon de référence pour l'énergie éolienne. L'ensemble des acteurs sera présent, un an après l'édition parisienne où la Normandie avait montré tous ses atouts. Alors que le paysage des grands groupes industriels est en train de se recomposer, ce salon permettra de faire le point sur les dernières évolutions stratégiques de la filière.

En savoir plus carole.doublat@normandie.cci.fr

Salon Pollutec (Casablanca - 5 au 8 octobre)

La 8^e édition du rendez-vous des équipements, des technologies et des services de l'environnement. Le salon avait réuni l'an dernier 265 exposants, venus de 12 pays, et accueilli 6 000 visiteurs représentant 48 nations. La ville durable, la préservation de l'environnement, les défis des collectivités africaines, face au changement climatique, font partie des principaux sujets abordés lors du salon.

En savoir plus carole.doublat@normandie.cci.fr

Ateliers exportateurs

« Maîtrisez vos opérations à l'international »

- 15 septembre de 9h à 17h, CCI Ouest Normandie, Saint-Lô.

- 29 septembre de 9h à 17h, CCI Portes de Normandie, Evreux.

Présentation des acteurs de l'international, les principales aides à l'export, exporter et importer en Union européenne / hors de l'Union européenne.

En savoir plus typhaine.taude@normandie.cci.fr

Break Fast

« Gagnez à l'International en maîtrisant les règles d'origine »

- 13 octobre de 8h30 à 10h à Caen

- 14 octobre de 8h30 à 10h au Havre.

Organisé en partenariat avec les Douanes.

En savoir plus isabelle.renouf@normandie.cci.fr

NOUVEAU

Téléchargez l'appli

Norman
dinamik

GRATUITE



Normand**in**amik

Le magazine qui en dit long sur l'économie normande

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

 **CCI NORMANDIE**
www.normandie.cci.fr



OUI, ON PEUT VOUS OFFRIR LES EXPERTISES
D'UN GRAND GROUPE BANCAIRE &
la réactivité d'une banque régionale.

PARTOUT EN FRANCE, PRÈS DE CHEZ VOUS, nos Chargés d'Affaires
Entreprises vous donnent accès aux expertises d'un groupe bancaire
de premier plan.

Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel de Normandie-Seine, société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit, dont le siège social est à la CMI de l'Agriculture, Chemin de la Bretteuse, 76230 BOIS-GUILLAUME, inscrite au RCS de Rouen sous le n° 433 786 738. Société de courtage d'assurance immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance ORIAS sous le n° 07 025 320. Adresse postale : CS 70800 76238 BOIS-GUILLAUME CEDEX, Tél : 02 27 76 80 30.

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

**Toute une banque
pour vous**

