

#26
Mai-Juin 2018

Néoma Business School
Immersion
dans le virtuel
p.4

Serapid
Une forme
olympique
p.16

Farmex
Agriculture
partagée
p.40

NORMANDIE

CCI

Normandinamik

Le magazine d'information économique des CCI de Normandie

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

LE RENDEZ-VOUS DE L'INNOVATION ET DU NUMÉRIQUE

POUR LES ENTREPRISES ET LES COLLECTIVITÉS



IN
NORMANDY

Enjeux p.32

Soyez IN !

31 mai & 1^{er} juin 2018 - CID Deauville
www.in-normandy.com | #InNormandy

un événement des



En partenariat avec



START-UP,
DONNEZ-VOUS LA CHANCE
DE DEVENIR L'ENTREPRISE DE DEMAIN



cci link hub

Normandie

Le concept innovant de pépinière EN entreprise

Dossier de candidature :

www.ccilinkhub.com

Découvrez-nous
sur YouTube !

une initiative de



CCI PORTES DE NORMANDIE



CCI NORMANDIE



CCI en actions

04 Formation.
Neoma en réalité virtuelle.



05 Compétences.
aliZé, l'appui interentreprises.

06 Club.
Une question de sécurité.

06 Rapport d'activité.
Tout savoir sur l'action de la CCI Normandie.

10 Filière.
L'emboutissage avance groupé.

à la rencontre des Entrepreneurs

16 Serapid.
Forme olympique.

22 Bâti Fermatures.
Une reprise en métal.

24 Good'Épices.
Tout en saveurs.



© S. de la Hougue

29 Normandie Noix.
Briser la coquille.

Enjeux IN Normandy

LE RENDEZ-VOUS DE L'INNOVATION ET DU NUMÉRIQUE

POUR LES ENTREPRISES ET LES DÉCIDEURS

IN
NORMANDY

32

31 mai & 1^{er} juin 2018 - CID Deauville
www.in-normandy.com | #inNormandy

Dans une région qui se prend de passion pour le numérique, le salon IN Normandy s'impose comme un rendez-vous majeur.

© Benjamin Déat

initiatives, Innovations, tendances

40 Farmex.
Agriculture partagée.

42 Infoprogris.
Pionner en Smart'Up.



© Frédéric Grimaud

44 Kikila.
Portail anti-oublis.

46 Orange Lab.
Déjà demain.

dynamique Normande

52 Remade.
Seconde vie.



56 Crepuscule.
Boîte à tubes.

58 Festyland.
Force d'attraction.

60 Take Off Concept.
Sculpteur numérique.

région en CCI Agenda et actualités

11 CCI OUEST NORMANDIE
CCI CAEN ESTUAIRE

12 CCI ROUEN MÉTROPOLE
CCI CAEN NORMANDIE
CCI PORTES DE NORMANDIE

62 CCI NORMANDIE

en Focus
14 L'industrie pétrolière

région en Échos



50 Luc Lemonnier,
maire du Havre.

Normandinamik

Le magazine d'information économique des CCI de Normandie

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

CCI NORMANDIE
www.normandinamik.cci.fr

@normandinamik

Directeur de la publication : Vianney de Chalus • Directeur de la rédaction : Florence Dubosc | Rédacteur en Chef : François Colombier - Tél. 02 35 14 38 13 - francois.colombier@normandie.cci.fr
E mail : redaction.normandinamik@normandie.cci.fr • Journaliste : Isabelle Pauthier - Tél. 02 35 14 37 11 | Secrétaire de rédaction : Nicole Vespié - Tél. 02 35 14 37 12
Conception graphique : Groupe Arcange • Mise en page : Aprim • Impression / Routage : AGIR GRAPHIC - Sté Imaye Graphic & Brio Graphic BP 52 207 - 53022 LAVAL Cedex 9 - www.agir-graphic.fr
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

+

Formation CCI ROUEN MÉTROPOLE

Virtuel et réel

Immersion dans la réalité virtuelle à Neoma, pour des études de cas concrets, au croisement de l'innovation pédagogique et technologique.



IMAGINER
DE NOUVELLES
FAÇONS
D'APPRENDRE

Il va falloir s'habituer à voir les étudiants de Néoma Business School, école de la CCI Rouen Métropole, coiffés de lunettes de réalité virtuelle, et avoir ces mouvements de buste ou de tête parfois étranges qu'entraîne cette pratique, puisqu'elle amène ses utilisateurs à se promener dans différents endroits. L'école s'est lancée dès 2016 dans cette innovation, faisant concevoir 400 casques par la start-up Homido. Après une phase de mise en œuvre, « l'objectif est de déployer le plus rapidement possible la réalité virtuelle immersive en salle de cours », témoigne la directrice générale de Neoma, Delphine Manceau. « Les technologies numériques génèrent un très fort engagement chez les étudiants, ce qui améliore l'assimilation des connaissances et le développement des compétences ».

Deux programmes ont été réalisés. Le premier, une étude de cas marketing sur une

boutique de téléphonie mobile à Reims, tenue par des anciens élèves de Neoma, permet de s'immerger dans les problématiques vécues par un directeur de magasin, de découvrir les réalités quotidiennes d'une enseigne.

Océan de données

Le second concerne la grande distribution et la supply chain management, grâce à une collaboration avec le drive Leclerc de Saint-Brice-Courcelles, le premier de France, créé en 2008 et qui traite entre 800 et 1 200 commandes par jour. Les étudiants peuvent se déplacer virtuellement d'une zone à l'autre de l'entrepôt, de la réception des marchandises, leur préparation jusqu'à la livraison dans la voiture des clients.

Pour aller plus loin dans la démarche, l'école a nommé un « directeur de la transformation digitale », Alain Goudey, qui explique sa

mission : « Nous sommes dans une époque exponentielle en matière d'évolutions technologiques, de contenus, d'informations, de réseaux. Face à cet océan de données, notre rôle est de faire évoluer l'organisation, les offres, la manière de travailler. Et cela, encore plus dans des disciplines soumises à des évolutions majeures telles que le marketing. D'autre part, nous sommes confrontés aux problématiques de la dissolution de l'attention, de la concentration, et nous devons donc proposer des pratiques pédagogiques qui imaginent de nouvelles façons d'apprendre. Enfin, nos étudiants pourront acquérir un savoir-faire par rapport à ces technologies, ce qui constituera un atout de plus dans leur parcours ». ◀

CONTACT
www.neoma-bs.fr

+
Entreprises CCI OUEST NORMANDIE

Échanges de bons procédés

Avec aliZé, des grandes entreprises interviennent pour soutenir les projets de TPE / PME.

La solidarité n'est pas une notion incompatible avec le monde de l'entreprise. Le programme aliZé en fait la preuve : son principe ? Faire bénéficier, à des TPE / PME, de l'appui d'un cadre ou d'un technicien d'une grande entreprise, pour l'accompagner dans son projet de développement. Des missions courtes (généralement de deux à trois jours) qui concernent de nombreux champs d'intervention, stratégie, RH, finance, juridique, international, production, ingénierie, sécurité, qualité, numérique, marketing, etc.

Le programme existe depuis plus de vingt ans. C'est une véritable démarche de progrès partagée. La grande entreprise contribue à renforcer son tissu potentiel de partenaires, et prend aussi quelques bonnes idées dans le fonctionnement plus agile, plus réactif d'une PME. Pour celles-ci, c'est un gain opérationnel et pérenne. C'est toute la compétitivité territoriale qui en sort grandie. Le plaisir de travailler ensemble, autour de valeurs humaines fortes, permet de créer un réseau d'excellence de proximité.

Amélioration continue

Ceux qui ont goûté à aliZé en deviennent de fervents défenseurs, comme Philippe Buquet, dirigeant de Vesa (Le Grand-Quevilly) : « Nous avons travaillé avec des représentants d'ASPEN. Comme l'essentiel de notre activité se situe dans l'ingénierie pour l'industrie pharmaceutique, il est très utile de bénéficier de leur expérience, de leur expertise ». Outre le renforcement des connaissances et des compétences de ses équipes, Philippe Buquet se réjouit d'autres conséquences positives : « Ils ont porté un regard extrêmement pertinent sur l'accompagnement et le développement des colla-

borateurs pour les prochaines années. J'ai vraiment apprécié ce soutien ». Pour bien bénéficier des effets d'aliZé, il faut garder l'esprit ouvert, être disposé à être accompagné : « De toute façon, on ne peut pas avancer en étant seul. Un accompagnement est toujours utile. Et celui d'aliZé est vraiment efficace ».

Les retours sont tout aussi bons du côté des grandes entreprises, à l'image de Malik Djefal, business excellence manager de TechnipFMC (Le Trait), qui intervient chez Stickem (Le Mesnil-Esnard) : « Intervenir dans une PME, apporter sa vision, s'ouvrir à l'extérieur, c'est très positif. Cela s'inscrit parfaitement dans mon travail d'amélioration continue de la performance de l'entreprise. De plus, les personnes sont concentrées, intéressées, il y a de vrais échanges. Tout est positif ». ◀

LE PUBLIC

TPE / PME de l'industrie, services aux entreprises, artisanat de production, de moins de 250 salariés, chiffre d'affaires inférieur à 50 M€, avec un projet de développement construit ayant un impact sur l'emploi.



« UN REGARD EXTRÊMEMENT PERTINENT »

CONTACT

michel.bastien@normandie.cci.fr



+ Club sécurité CCI OUEST NORMANDIE



La sécurité, on en parle

Le club sécurité Cotentin est un espace d'échanges et de mise en œuvre de bonnes pratiques.

C'est un geste qui pourrait paraître anodin, mais qui traduit parfaitement la philosophie et le mode de fonctionnement du club sécurité Cotentin. Il met à disposition des entreprises qui participent à l'action soudage (programme de formation interentreprises autour du métier de soudeur) une trentaine de surchaussures et guêtres de sécurité que les stagiaires pourront utiliser s'ils n'ont pas déjà leur propre équipement.

Le club sécurité, qui compte une trentaine de membres, a été lancé dans le nord-Cotentin en 1995 et s'est agrandi vers la zone de Carentan / Saint-Lô en 2017. Il se conçoit comme un espace d'échanges de bonnes pratiques, destiné à rompre l'isolement des employeurs en charge de la sécurité et santé au travail pour leurs salariés. « C'est

aussi le moyen pour ces responsables de se ressourcer dans leur difficile mission », rajoute François Dublaron, conseiller d'entreprises à la CCI Ouest Normandie (délégation Cherbourg-Cotentin).

Addictions

Le club peut compter sur la présence d'un expert, Patrick Benjamin, qui fut chargé de santé-sécurité pour Areva à La Hague puis au siège parisien. « Le point de départ fut une réflexion sur l'homogénéisation des pratiques de sécurité. Au fil du temps, le club s'est enrichi, structuré autour de la prévention des risques en général. Nous parlons de toutes sortes de sujets, en fonction des attentes des entreprises, de l'actualité, de l'évolution des comportements », témoigne-

t-il. On évoque les EPI, mais on ouvre aussi les réflexions sur des thèmes comme la prévention des addictions en entreprise (drogues, alcool...), avec la mise à disposition d'un film de formation conçu par le cabinet expert Elicole et SOS Addiction.

« Au bout du compte, la préoccupation est de diminuer les accidents du travail en entreprise », précise Patrick Benjamin. Le club a accueilli des représentants de l'AFNOR venus, en avant-première, parler de la nouvelle norme ISO 45001 établissant un cadre de référence pour l'amélioration de la sécurité sur le lieu de travail. ◀

CONTACT

francois.dublaron@normandie.cci.fr



+ Bilan CCI NORMANDIE

Au rapport

Le bilan des actions des CCI de Normandie en 2017 est compilé dans un nouveau rapport d'activités.

Le rapport d'activité de la première année de mandature de CCI Normandie dresse un panorama des nombreuses initiatives menées en 2017 au service des entreprises, des territoires et du développement économique de la Normandie, et ouvre des perspectives sur les enjeux de 2018.

On apprend ainsi dans ce document que 7 800 porteurs de projets ont bénéficié d'un premier accueil dans le réseau des CCI de Normandie, 800 rendez-vous ont été réalisés pour un accompagnement individuel des entreprises souhaitant se développer à l'international, 45 000 jeunes et adultes ont été formés.

Faire réseau

Ces actions, et bien d'autres encore sur la transition numérique ou l'international, dé-

montrent toute la gamme de compétences et l'efficacité des CCI normandes, rassemblées et mobilisées autour d'actions d'accompagnement. C'est ce que souligne le président de CCI Normandie, Vianney de Chalus : « Faire réseau est essentiel, c'est la condition de notre lisibilité et de notre visibilité, et par conséquent, de notre efficacité sur le terrain. C'est aussi la condition de notre rebond dans le contexte de profonde mutation que nous vivons à l'heure actuelle ».

La version 2018 du rapport d'activités est en train de se dessiner, entre le lancement de la plateforme CCI Store qui réunit les 300 meilleurs services en ligne pour les entreprises, le grand rassemblement de l'innovation et du numérique, IN Normandy, ou encore la montée en puissance de CCI Linkhub.



CONTACT

www.normandie.cci.fr



+ **Disparition** CCI ROUEN MÉTROPOLE

Décès de **Dominique Bruyant**

Dominique Bruyant, ancien président de la CCI d'Elbeuf de 1998 à 2016 est décédé à l'âge de 69 ans. Pendant son mandat, il a fait du conseil à l'entreprise et de la formation ses priorités. Son engagement dans le monde économique se reflète aussi dans les différents mandats qu'il a pu exercer tout au long de sa carrière, parmi lesquels : Président de la SA HLM de la Région d'Elbeuf, du Comité d'Expansion et de Développement de la Région d'Elbeuf, Juge du Tribunal de Commerce d'Elbeuf ou encore Administrateur de différents organismes tels que l'Établissement Public de la Basse-Seine, la SAPN, la



Caisse d'Épargne de Haute-Normandie ou de l'IUT Rouen/Elbeuf.

Son implication dans la vie économique et dans le territoire elbeuvien lui valurent d'être élevé au grade de chevalier de la Légion d'Honneur en 2001.

Après des études menées à l'ESC Rouen, il s'oriente vers la profession d'assureur courtier. Né à Caudebec-les-Elbeuf, il reste très attaché au territoire en reprenant le cabinet familial AGF en 1973.

Son implication dans les activités économiques, lui a valu de recevoir le grade de chevalier dans l'Ordre National de la Légion d'Honneur en 2001. ◀

CARRÉ DES DOCKS | DOCKS Océane
LE HAVRE NORMANDIE

FORFAIT SÉMINAIRE
DE 25 À 200 PERSONNES

À partir de 55€/pers

POUR VOS JOURNÉES

- ÉTUDE
- FORMATION
- INCENTIVE
- MANAGEMENT
- RP
- ...

OSEZ CENTRE DE CONGRÈS !

L'offre comprend :

- une salle de réunion équipée (écran, vidéos projecteur, sonorisation, wifi)
- un accueil petit-déjeuner
- une pause café
- votre déjeuner «traiteur» complet servi en espace réceptif

Contact : 02.32.92.52.45
www.dockslehavre.com

+
Partenariat CCI FRANCE

Front commun

Régions de France et CCI France renforcent la coordination de leurs actions au service des entreprises.

Régions de France, présidée par **Hervé Morin**, et CCI France, présidée par **Pierre Goguet**, ont signé un partenariat stratégique sur la formation, l'apprentissage, le développement économique et l'emploi.

Elles ont à l'occasion rappelé leurs convergences de vue et l'importance d'une action publique économique de proximité au plus près des TPE et des PME.

Dans un cadre partenarial respectueux de leur complémentarité, Régions de France et CCI France font le choix de renforcer la coordination de leurs actions : pour relever les défis des réformes de l'apprentissage et de la formation professionnelle et pour renforcer l'accompagnement des entreprises dans la durée en appuyant leur croissance.

Dans le cadre de la démarche Action Publique 2022 menée par le Gouvernement, Régions de France et CCI France rappellent les attentes des acteurs économiques pour clarifier les compétences et supprimer les doublons.

Vitesse supérieure

« Les CCI sont des partenaires majeurs des Régions. Après avoir contribué aux schémas



© M@uremar

Un partenariat stratégique sur la formation, l'apprentissage, le développement économique et l'emploi.

régionaux de développement économique (SRDEII), elles leur apportent leur savoir-faire grâce à des conventions signées avec la quasi-totalité des Régions. Nous décidons de passer à la vitesse supérieure et de renforcer nos coopérations sur l'ensemble des sujets : formation, apprentissage, accompagnement des entreprises, intelligence économique, coopération européenne. C'est par les territoires que la transformation du pays se passe » précise Hervé

Morin, président de Régions de France. Une vision partagée par Pierre Goguet, président de CCI France, qui souligne « un partenariat gagnant-gagnant, fidèle aux axes de collaboration existants dans les territoires et s'appuyant sur le principe de subsidiarité, c'est-à-dire sur la réalité des expertises des uns et des autres ». ◀

CONTACT
www.cci.fr

+
Portail CCI NORMANDIE

Transmission/Reprise, chacun sa recherche



► **La Bourse Projets de Reprise est aujourd'hui disponible sur Transentreprise.com – le réseau transmission/reprise d'entreprise des CCI et CMA –** qui permet aux candidats à la reprise de publier

leur recherche d'entreprise idéale. Les contenus sont libres, l'objectif est de résumer l'essentiel en quelques mots-clés sur le repreneur (âge, diplômes, expériences passées, capital disponible), l'activité recherchée (filière/métiers, niveau de chiffre d'affaires, effectif maximum), le prix envisagé, le territoire ou les régions ciblées. À noter qu'en amont, chaque annonce doit être validée avec un conseiller CCI-CMA avant sa mise en ligne. Librement accessible en première page sur le portail consulaire, l'outil offre une meilleure visibilité à tous les profils repreneurs (personne physique/morale), nouvelle passerelle favorisant la liaison vers les dirigeants cédants et/ou leurs mandataires.

CONTACT
www.transentreprise.com

+
Commerce CCI SEINE ESTUAIRE

A la lettre

► **La CCI Seine Estuaire a lancé en 2016 « On se ConnaiKt », une newsletter qui met en avant les talents et initiatives des commerçants de la région du Havre, qui est désormais disponible dans une version web : www.onseconnaikt.fr**

Cette évolution digitale s'accompagne de nouvelles rubriques comme une revue de presse quotidienne, une veille dédiée au commerce « en direct » ou encore « open » qui valorise toutes les nouvelles ouvertures de boutiques, sans oublier l'actualité locale. On retrouve aussi des témoignages d'entreprises, des informations pratiques, des innovations et un focus sur les associations de commerçants et leurs actions. Forte du succès havrais, la CCI Seine Estuaire propose désormais une version Pays d'Auge.

CONTACTS
(Le Havre) commerce@seine-estuaire.cci.fr
(Lisieux) ajonquet@seine-estuaire.cci.fr
(Fécamp) ggautier@seine-estuaire.cci.fr



ICI, LE GROUPE EDF DÉPLOIE DÉJÀ DE NOUVEAUX SERVICES POUR RENDRE VOTRE VILLE PLUS INTELLIGENTE.

Bornes de recharge pour faciliter la circulation de l'automobile électrique, éclairage intelligent qui ne se déclenche qu'en cas de besoin, réseaux de chaleur issus du recyclage d'énergie... La liste des innovations du groupe EDF pour rendre la ville plus intelligente est longue. Et ça n'est pas près de s'arrêter.

Notre avenir est électrique, et il est déjà là.

Venez découvrir nos innovations pour la Smart City à IN Normandy, à Deauville

IN NORMANDY
31 MAI & 1^{er} JUIN 2018

+
Formation CCI OUEST NORMANDIE

Emboutissage commun

Rapprocher les besoins des entreprises et les formations, c'est possible, comme la filière emboutissage le prouve.

C'est à la rentrée prochaine, au lycée Jean Guéhenno, que sera lancée la formation niveau BTS adaptée à la filière emboutissage, fruit d'un fructueux travail de concertation entre les fédérations professionnelles (FIMMEF et UIMM), CCI Ouest Normandie, la

Région Normandie, le lycée, le rectorat et les entreprises du bassin économique de Flers et en proximité (Vire, Condé-sur-Noireau, sud Manche, Caen, Alençon).

Faurecia (Caligny) est l'une des entreprises en pôle position dans cette démarche à ac-

cueillir récemment les entreprises qui ont soutenu la création de cette formation et des représentants de l'éducation nationale.

Mise en œuvre

Au-delà du référentiel de la formation, il est en effet important de définir la mise en œuvre pratique, qu'il s'agisse des recrutements, de l'attractivité, du tutorat ou des équipements, pour la réalisation de travaux pratiques dans le plateau technique du lycée.

Faurecia était l'endroit idéal pour cette rencontre, l'entreprise disposant d'un ingénieur R&D spécialiste de l'emboutissage.

Une initiative de ce genre a déjà vu le jour sur le territoire puisqu'un BTS CPRP (usinage,...) fonctionne déjà avec succès au lycée selon la formule au choix 100 % lycée ou bien en apprentissage. ◀



Faurecia est à la pointe dans la démarche de formation.

CONTACT

marc.toutain@normandie.cci.fr



+
Transmission CCI PORTES DE NORMANDIE



Passer le permis

Alexandre Nehou a obtenu son permis d'exploitation avec la CCI Portes de Normandie.

En septembre dernier, Alexandre Nehou, cuisinier et chef pâtissier de métier, a réalisé un projet qui lui tenait à cœur depuis de nombreuses années : celui d'ouvrir à Evreux un bar décontracté et intergénérationnel. L'occasion se présente lorsque Christophe Le Fablec, ancien gérant du Seven, décide de transmettre son établissement via transentreprises.com, le réseau de la transmission/reprise d'entreprises des Chambres de Commerce et d'Industrie et des Chambres de Métiers et de l'Artisanat.

« Je connaissais Christophe depuis longtemps : la transmission a été d'autant plus simple qu'il fait toujours partie de l'équipe comme salarié. Mais il me fallait obtenir la licence IV. J'ai choisi la CCI Portes de Normandie pour effectuer la formation au

permis d'exploitation, sésame indispensable à sa délivrance » déclare Alexandre Nehou. La CCI organise sur tout le territoire normand (Alençon, Caen, Dieppe, Elbeuf, Évreux, Le Havre, Lisieux, Rouen) des sessions de formation sur le sujet.

Conseils utiles

« Nous avons obtenu de nombreux conseils utiles. On découvre des aspects du métier qu'on ne soupçonnait pas sur la clientèle mineure, la vente d'alcool à emporter, les doses servies, la gestion des stocks... mais aussi sur notre responsabilité concernant ce qui peut survenir après la sortie du client. Au-delà de la réglementation, j'ai appris à observer et savoir dire « stop » à un client qui a trop



bu » poursuit Alexandre Nehou. Aujourd'hui Alexandre est à la tête d'une équipe de 6 personnes et le Seven se porte bien. « Et si demain je décide de me développer, je sais que je peux compter sur la CCI pour m'épauler ! » conclut-il. ◀

CONTACT

sandra.legoff@normandie.cci.fr





Ingenierie de Formation

FIM CCI Formation Normandie remporte le Hackathon national

Trois membres de l'équipe pédagogique du FIM (Fanny Besnard, Delphine Billaux et Sandrine Dufrene) concourent à un **hackathon national organisé par le réseau de CCI France Négoventis**⁽¹⁾. Sorte de challenge, le Hackathon est un processus créatif fréquemment utilisé dans le domaine de l'innovation numérique qui fait travailler de petites équipes sur un sujet précis pendant une courte durée.

Les équipes devaient choisir un bloc de compétences de l'un des titres Négoventis pour en présenter une scénarisation en blended-learning (principe du e-learning) pertinente qui combine méthodes d'apprentissage classique en cours présentiel et techniques issues du e-learning. Le but de ce travail est de pouvoir proposer un processus de formation aux apprenants leur permettant de travailler à leur rythme tout en bénéficiant du soutien d'un formateur.

Suite au travail de recherche et développement de plusieurs mois de son équipe, le **FIM CCI Formation Normandie, service formation de la CCI Ouest Normandie, a remporté la première place en proposant un parcours clé en main pour le bloc de formation Vendeur-conseiller commercial.** L'outil développé, particulièrement salué par le jury pour sa qualité et sa pertinence, sera déployé sur tout le territoire national. ◀

⁽¹⁾ Négoventis propose 200 cycles de formation CCI. Formation commerciale à Bac+2 et Bac+3 dans les métiers du commerce, de l'hôtellerie-restauration et du tourisme.

En savoir plus <https://www.ouestnormandie.cci.fr/e-learning-le-service-formation-cci-ouest-normandie-remporte-le-hackathon-negoventis>

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



Mécénat

Soyez acteur de l'attractivité du territoire

Tous mécènes en 2018 avec le Club TPE PME

"Un Été au Havre 2017" a apporté la preuve de **l'implication de l'entrepreneuriat local dans le dynamisme et le rayonnement du territoire**. Toutes les actions de mécénat portées par les entreprises ont largement contribué à faire évoluer très positivement l'image de la ville du Havre. Pour poursuivre cette dynamique vertueuse, la CCI Seine Estuaire invite les entreprises à renouveler leur engagement pour la 2^e édition d' "Un été au Havre", en adhérant au Club TPE PME, et ainsi soutenir une œuvre.

Devenez mécènes pour 400 € après déduction fiscale pour un apport de 1 000 € !

Votre adhésion au Club TPE PME c'est aussi :

- Du networking : participez à des rencontres avec les entreprises locales, dans des espaces privilégiés, pour développer vos opportunités business.
- De la communication : profitez d'un kit de communication afin de valoriser votre engagement. ◀

En savoir plus 02 35 11 25 59 - contact@clubtpepme.fr

CCI VIKin_

Rencontres Innovation et Numérique au Container, Tech place du Havre

Vous avez un **projet innovant ou numérique**, venez rencontrer l'un des membres de l'équipe CCI VIKin_ (Service Innovation et Numérique de la CCI Seine Estuaire) présent chaque semaine au Container, Tech place du Havre.

Nous vous y attendons **tous les jeudis de 14h à 18h**. Tous les secteurs d'activité peuvent être concernés.

Nous vous aiderons au développement de votre projet : structuration de votre projet, recherche de financements, développement commercial et même international, hébergement, aide à la digitalisation (web marketing, site web, logiciels, formations,...). Et bien plus !

Gratuit et sans rendez-vous. Lieu : Le Container, 181 quai Frissard, 76600 Le Havre ◀

En savoir plus Ingrid Boutroy - iboutroy@seine-estuaire.cci.fr

Tour de France de la transmission

Reprendre une entreprise

Conférence : Tirer son épingle du jeu à toutes les étapes du processus

Réussir le rachat d'une entreprise, c'est être capable de s'imposer face à d'autres prétendants. Par son profil, son adéquation avec la cible, sa détermination, son apport personnel, mais aussi par sa capacité à tenir compte des attentes du cédant et à crédibiliser son projet aux yeux des financeurs.

Animée par Marc Chamorel, directeur de la rédaction de Reprendre & Transmettre Magazine, cette conférence-débat passera en revue les 20 points clés qui peuvent permettre à un repreneur de faire la différence.

Rendez-vous mardi 26 juin à 18h à la CCI Seine Estuaire – 100 avenue Guillaume Le Conquérant à Lisieux. Entrée gratuite – Inscription obligatoire ◀

En savoir plus Yolaine Guillotin - 02 35 55 26 06 - yguillotin@seine-estuaire.cci.fr

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



CCI Rouen Métropole

Événements

Soirée Prestige du CJD Rouen

Mardi 5 juin à 18h au Kindarena



La CCI Rouen Métropole s'engage auprès des jeunes dirigeants du territoire et sera présente à la soirée prestige du CJD.

L'édition 2018 nous permettra de réfléchir,

d'échanger et de partager autour du thème « Entrepreneurs et héros du quotidien » avec comme intervenants :

- Frédérique Bedos fondatrice de l'ONG "Le Projet Imagine" qui a pour but de sauver la beauté de notre monde.
- Philippe Croizon, victime d'un terrible accident en 1994, qui a conduit à l'amputation de ses jambes et de ses bras. Depuis, il est devenu aventurier !

La soirée Prestige 2018 du CJD Rouen sera l'événement incontournable pour toutes celles et tous ceux qui ont l'âme d'entreprendre et la volonté de s'engager. ◀

Plus d'infos sur : cjdrouen.fr

5 jours pour entreprendre

Vous souhaitez :

- Acquérir la méthodologie pour créer ou reprendre une entreprise
- Acquérir les compétences pour gérer et développer durablement votre entreprise
- Bénéficier de l'expertise des conseillers de votre CCI
- Partager votre expérience avec d'autres futurs entrepreneurs
- Profiter du réseau de partenaires des CCI
- Échanger avec des experts

Nous vous proposons d'aborder les points clés de la création/reprise d'entreprise en échangeant avec des professionnels et des conseillers CCI pour valider votre approche.

Se renseigner pour une prise en charge financière
Prochaines dates : du 24 au 30 mai à Dieppe, du 14 au 20 juin à Rouen. ◀

Contact : 02 32 100 500 - creation.rm@normandie.cci.fr



+ d'informations sur
www.rouen-metropole.cci.fr



CCI Caen Normandie

Soirée

Soirée Business & Réseaux

Élargissez votre réseau professionnel et faites-vous connaître!

Venez dîner avec vos futurs partenaires et clients, créer des contacts d'affaires et échanger lors d'un dîner carrousel, le **11 juin prochain**, au Domaine d'Aslan, à Préaux-Bocage (près d'Evrecy).

Ne manquez plus aucune opportunité de faire du business !

La performance et le développement d'une entreprise nécessitent un outil important : le « RÉSEAU », bien souvent délaissé, faute de temps. Afin de développer le vôtre, la CCI Caen Normandie organise un dîner carrousel pour vous permettre de créer un maximum de contacts d'affaires et d'échanger avec d'autres chefs d'entreprise.

Programme :

- 18h30 – 19h15 : Accueil & apéritif
- 19h15 – 20h00 : Table ronde animée par Fabrice Hervé, sur le thème « l'humain au cœur de l'entreprise ». Avec la participation de : Jean-François Gruau (C. E. Leclerc à Ifs), Étienne et Mireille Duval (La ferme Duval à Amayé-sur-Orne), Mathias d'Estais (Capital Innovation à Cairon), Amedi Nacer (Établissements Thierry à Ifs)
- 20h00 – 22h30 : Dîner carrousel

Tarif : 55 € TTC par personne - Inscription et règlement en ligne avant le 31 mai sur : <http://bit.ly/Diner110618> ◀

En savoir plus entreprises@caen.cci.fr - 02 31 54 55 70



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



CCI Portes de Normandie

Première édition dans l'Eure

24h pour l'emploi et la formation

Judi 31 mai, à la CCI à Evreux, de 9h30 à 12h30 et de 14h à 17h, entrée libre et gratuite

Près de 30 entreprises et centres de formations seront présents à cette première édition et proposeront de nombreuses opportunités.

Une multitude de secteurs d'activités représentés : Banque/assurance, industrie, distribution, métiers de la sécurité, mécanique, automobile, commerce, informatique, environnement et bien d'autres encore... Au total, plusieurs centaines de postes seront à pourvoir, tous types de contrats confondus (CDI, CDD, stage, alternance, intérim...).

Le temps d'une journée, les candidats pourront échanger en face à face avec les recruteurs des entreprises présentes, exposer leur projet et leurs compétences, montrer leur motivation et leurs qualités humaines, bien au-delà d'un simple envoi de CV sur internet.

S'ils le souhaitent, ils pourront également obtenir des conseils concrets auprès des experts en formation également présents sur le salon. ◀

En savoir plus www.24h-emploi-formation.com



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



BIEN PLUS QUE DE L'ASSURANCE...

ÊTES-VOUS SÛR D'ÊTRE BIEN ASSURÉ ?

COMPRENEZ-VOUS VOS GARANTIES ?

SOUHAITEZ-VOUS RÉDUIRE VOS DÉPENSES ?

EUREKA !

Être au plus près de vos préoccupations en matière d'assurance et de régimes sociaux, c'est notre quotidien !

Notre mission EUREKA vous apporte une analyse claire et lisible de vos garanties, comportant un comparatif budgétaire et des préconisations pour faciliter vos négociations.

OFACAR accompagne plus de 4000 clients grâce à sa technicité, son indépendance vis-à-vis des compagnies d'assurances et sa capacité de négociation, en proposant des solutions d'assurances complètes.

Consultez notre nouveau site Internet :
www.ofracarsolutions.fr



OFACAR C'EST 4 PÔLES DE COMPÉTENCES

ASSURANCE DE BIENS

ASSURANCE DE PERSONNES

ASSURANCE CRÉDIT
ET FINANCEMENT

CONSEIL ET FORMATION



OFACAR
SOLUTIONS
Conseil et Formation

Tel : 02 35 12 35 50
Fax : 02 35 12 35 51
E-Mail : contact@ofracar.fr
N°ORIAS : 14 002 375



en Focus

L'industrie pétrolière

Alors que sa dernière goutte est loin d'être tirée, le pétrole demeure la clé de voûte des besoins en énergie et du fonctionnement de l'économie. Il est aussi, par les taxes, le 3^e revenu de l'État français. Il se positionne sur la transition énergétique, complémentaire des autres sources, travaillant à son image et son empreinte carbone. ◀



> L'industrie pétrolière en France

200
dépôts pétroliers

6000 km
de pipeline

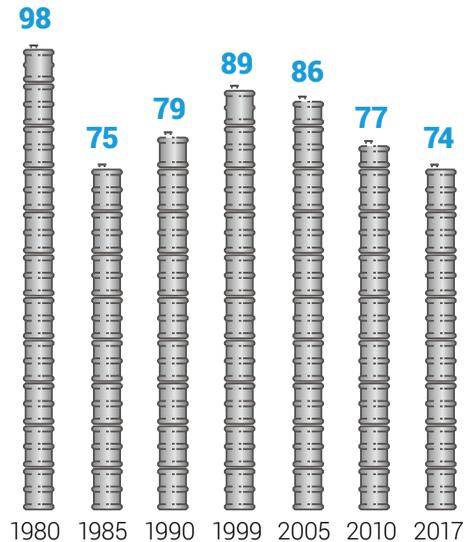
7
raffineries

17
terminaux pétroliers

46 % de l'énergie finale consommée
92 % de l'énergie du transport
50 milliards de litres de carburant consommés par an
37,6 milliards € de taxes sur les carburants
758 000 t de pétrole extrait
90 jours de consommation stockés

> La consommation des produits pétroliers en France

En Millions de tonnes



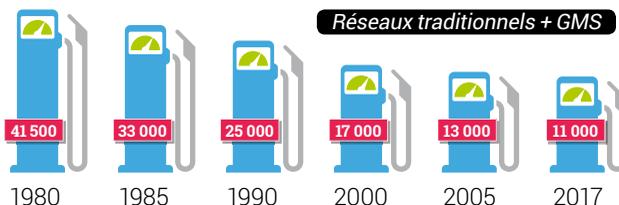
> Les prix des carburants

Euros par litre



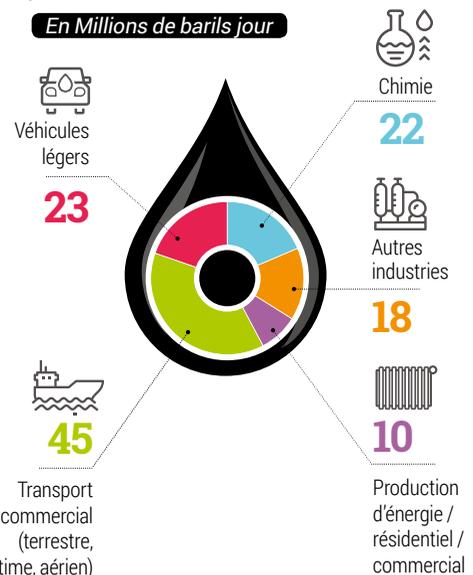
> Le réseau des stations-service

Réseaux traditionnels + GMS



> Demande de pétrole par secteur

En Millions de barils jour





> Le raffinage en Normandie

23
Millions de tonnes de capacité

33%
de la capacité française

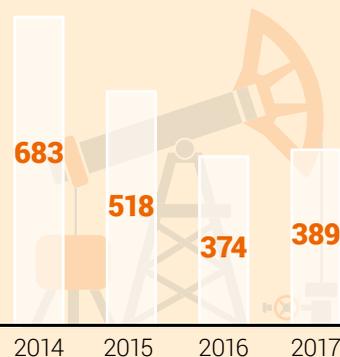
4 000
emplois

50 Millions d'€ d'investissements annuels

> Une crise à prévoir ?

Les investissements dans la recherche de nouveaux champs pétroliers

En Milliards de \$



> Le mix énergétique 2016 - 2040



	Le Monde		L'Europe	
	2016	2040	2016	2040
Charbon	27%	24%	18%	10%
Pétrole	32%	29%	31%	23%
Gaz	22%	26%	24%	29%
Nucléaire	5%	6%	13%	11%
Hydro	3%	3%	3%	4%
Autres énergies renouvelables	11%	12%	3%	10%
Bio énergies	•	•	8%	14%
TOTAL	13 760 Mt	16 549 Mt	1 946 Mt	1 762 Mt

« Les compagnies ont généré moins de cash, et ont décidé de maintenir les dividendes et de couper dans les investissements.

Ce sont autant de projets qui ne verront pas le jour dans quatre ans. Toutes les conditions sont réunies pour qu'un nouveau choc pétrolier important survienne en 2020 – 2022. Nous sommes déjà à seulement 7 milliards de barils découverts en 2017, le volume le plus bas depuis 1940 ».

Francis Duseux,
président de l'Union Française des Industries Pétrolières

Sources : UFIP, AIE World Energy Outlook.

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Rouxmesnil-Bouteilles

Forme olympique

Les systèmes de déplacement de charges lourdes de Serapid ont permis à la cérémonie d'ouverture des JO d'hiver d'être une réussite.

Avant les premiers coups de patin, les premières glissades à ski, la France avait déjà remporté une médaille aux derniers Jeux olympiques de Pyeongchang. C'était à l'occasion de la fastueuse cérémonie d'ouverture, suivie par plus de 400 millions de téléspectateurs. Au centre de la scène se dressait une impressionnante plateforme élévatrice circulaire, totalement et infailliblement supportée et contrôlée par un actionneur électromécanique. Dans des conditions météo de froid extrême, avec l'impérieuse nécessité que tout soit absolument parfait, le système a fonctionné idéalement.

À l'autre bout du monde, à Rouxmesnil-Bouteilles et Londinières, les équipes de Serapid pouvaient légitimement savourer ce nouveau succès. Leur savoir-faire et leur maîtrise dans le déplacement de charges lourdes en utilisant la technologie de la chaîne rigide venaient une fois de plus de faire ses preuves, comme ce fut le cas en 2008 aux JO de Pékin, comme c'est le cas partout dans le monde, dans des petites salles de spectacle ou des endroits culturels emblématiques, dans l'industrie, le nucléaire, l'automobile, la santé, la défense, tant d'autres secteurs encore.

“ Nos solutions se démarquent ”

Solutions CCI +

EXPORT BOX

La Région et l'AD Normandie, Business France et CCI International Normandie ont créé l'Export Box, qui propose au chef d'entreprise l'intégralité des produits d'accompagnements à l'international, et lui permet d'obtenir des réponses personnalisées et un suivi régulier de son projet. Une porte d'entrée exhaustive et adaptée qui permet aux primo-exportateurs comme aux exportateurs confirmés de réussir leurs démarches à l'international.

www.accelerateur-xport.fr



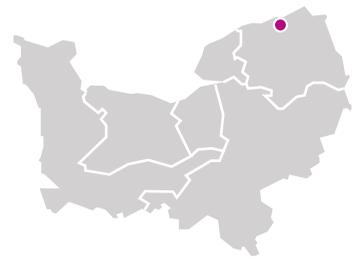
La Corée est un des pays phares de Serapid, qui y est installé depuis 2004. « Nous avons découvert le pays grâce à une mission organisée par CCI International Normandie », relève Éric Michaut, chef de produit théâtre de Serapid. « Nous y avons une soixantaine de références en salles de spectacle, c'est un gros marché, porté par une volonté de faire évoluer le concept technologique ».

Vitrine exceptionnelle

Pour les Jeux d'hiver, Serapid a été interrogé sur la question de soulever une structure. Aucune autre information n'a été divulguée au début, et pas beaucoup plus par la suite, les concepteurs du spectacle voulant préserver le secret au maximum. Pendant 18 mois, les projets ont évolué, restant toutefois assez classiques dans leur partie technique,

jusqu'à prendre leur aspect définitif. Ce n'est qu'à la signature finale, au printemps dernier, que Serapid a su ce pour quoi il travaillait, mais n'a découvert qu'au moment du show, comme tout le monde, ce en quoi consistait vraiment la forme circulaire. « J'étais devant mon téléviseur », raconte Éric Michaut. « Je savais que cela fonctionnerait, j'étais surtout intéressé par la façon dont la chorégraphie allait utiliser notre technologie. C'est pour nous une vitrine exceptionnelle, comme l'a été Pékin. Cela permet à notre service marketing de s'exprimer en se basant sur de fortes références ».

La comparaison avec les JO d'été est pleinement pertinente. « Cela nous a complètement lancés en Chine. Un pays que nous avons par ailleurs aussi abordé avec une mission CCI. Alors que nous avons réalisé des projets plus importants, que nous nous



Du bureau d'études à l'expédition, les produits de Serapid suivent des process industriels de pointe, qui leur permet de briller dans les plus grands évènements mondiaux.



À savoir

Depuis 1972, Serapid a multiplié les chantiers d'envergure, prestigieux. L'un des plus récents est le bâtiment de la fondation Louis Vuitton, à Paris, Serapid y étant intervenu pour créer la possibilité de transformer l'auditorium en multiples configurations. Ce principe se décline, sous des formes différentes, dans une grande galerie commerciale de Dubaï, au théâtre du Bolchoï de Moscou, au Lincoln Center de New York.

Plus exotique, dans le bateau de croisière Oasis of the Seas, c'est un système qui permet à un bar, accueillant 35 personnes, de s'élever entre les 5^e et 8^e étages du navire, qui a été conçu. Très spectaculaire, l'ascenseur panoramique extérieur de la Willis Tower à Chicago s'élevant à 412 mètres du sol. Serapid a aussi contribué à la réussite du toit rétractable de la Campo Pequeno Arena de Lisbonne et réalisé de remarquables élévateurs de voitures, de camions ou d'engins spéciaux un peu partout dans le monde (Londres, Mannheim, Berlin). Cela sans oublier les chaînes non magnétiques pour les scanners médicaux, celles réalisées pour le transport de diverses charges dans le nucléaire ou l'aéronautique, les plateformes de levage pour l'industrie en général.

sommes diversifiés, c'est encore des Jeux dont on nous parle quand on va dans les salons », décrit Éric Michaut. Les Chinois apprécient tellement le savoir-faire, la qualité, la sécurité de Serapid, qu'ils ont demandé que soit apposé un sticker bleu-blanc-rouge « made in France » sur leurs produits, pour bien montrer d'où ils viennent.

Pas de limites

Parmi les autres pays où Serapid s'est implanté, la Russie est en tête de liste, les États-Unis sont aussi très bien situés, d'autres s'ajoutent comme l'Iran et bientôt l'Inde. « Nous sommes toujours en croissance, avec de nouveaux produits pour de

nouveaux marchés. Il n'y a pas réellement de limites à ce que nous pouvons réaliser », commente Éric Michaut. Serapid s'appuie notamment sur un bureau de R&D très actif, capable de sortir des produits très innovants comme le QSX, qui apporte une pleine modularité aux salles de spectacle, et qu'on retrouvera à la Coupe du Monde de football en Russie cet été. « Que ce soit dans le théâtre, l'industrie, les structures dynamiques, nos solutions se démarquent », conclut Éric Michaut. Le récent changement à la tête de l'entreprise, alors que le fondateur, Saïd Lounis, a transmis le groupe à Émeric Labesse et Guillaume Davies, ne change pas la recette du succès. ◀

CONTACT
www.serapid.com

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Hérouville-Saint-Clair

Des outils pour du chiffre

D&A accompagne le développement commercial des entreprises.



© Solveig de la Hougue

Les chefs d'entreprise sont d'excellents techniciens, qui connaissent leur produit sur le bout des doigts. L'art de la commercialisation, s'appuyant sur une véritable expertise et un savoir-faire technique, peut s'avérer plus compliqué. C'est là qu'interviennent les équipes de D&A. « Notre rôle est de mettre des équipes opérationnelles pour des entreprises qui ne disposent pas de forces commerciales, mais qui souhaitent se renforcer dans ce domaine », résume Julie et Guillaume Barré, dirigeants de D&A Normandie.

« On appuie les dirigeants tout au long du processus de commercialisation. Cela commence par des rencontres pour bien connaître le métier, la culture produit, la vision du marché. Puis nous remettons un plan d'action, que le dirigeant valide, et nous mettons en place les outils de prospection, notre savoir-faire en matière de prise de contact, l'accompagnement lors des rendez-vous, jusqu'à la signature des contrats », détaille Guillaume. Au bout du compte, c'est d'augmentation du chiffre d'affaires dont il est question : « Nous apportons de nouveaux clients. C'est un véritable partenariat opérationnel ».

Se libérer de la charge commerciale

L'exemple le plus parlant est celui de startups pleinement concentrées sur le lancement de leur innovation : elles ont besoin d'un soutien pour

passer à la mise sur le marché. Plusieurs jeunes pousses caennaises ont fait appel avec succès aux services de D&A. Les TPE et PME sont aussi des cibles idéales. « Nous détectons des opportunités d'affaires. Nous mettons des moyens pour parvenir au but recherché. Le résultat, c'est de la croissance et du développement du chiffre d'affaires ». D&A existe depuis sept ans, et compte une quinzaine d'agences en France et deux implantations à l'étranger. Le site caennais est l'un des plus importants du réseau.

Guillaume et Julie se sont réparti les tâches : il est centré sur le développement de la société (la mise en place de nouveaux secteurs d'activité, la recherche de nouveaux contacts) et elle s'occupe de l'accompagnement des clients et du management des équipes. Un fonctionnement gage de réussite. « De grands noms normands font appel à nous, nous leur avons permis de se libérer de la charge commerciale en l'externalisant ».

Si le développement commercial reste le cœur de métier de D&A, Guillaume et Julie (qui ont également acheté l'agence lilloise) se diversifient vers d'autres domaines, comme le recrutement de force commerciale ou la croissance externe. « Nous allons embaucher pour poursuivre notre montée en puissance ». ◀

CONTACT
www.dabusinessdev.com

Guillaume Barré développe le réseau D&A Normandie.



Saint-Contest

Solutions actives

Activetech se dote de moyens techniques et humains de haut niveau pour accompagner ses clients.



© Solveig de la Hougue

Des moyens techniques pour trouver les meilleures solutions.

L'ingénierie de produits industriels est le domaine d'activité d'Activetech depuis 1995. Vingt-trois ans plus tard, c'est un groupe de plus de 70 salariés répartis en plusieurs entités, Caen, Lille, Lyon, Casablanca. « Nous avons connu un développement linéaire », assure Laurent Perez, directeur commercial. La plasturgie est un des sujets de prédilection de l'entreprise, qui intervient toutefois dans de nombreuses autres filières, comme les grands équipementiers automobiles, le ferroviaire, l'électroménager, les objets connectés, l'aéronautique : « Nous travaillons dans le développement de produits ».

Connaissance technique

Dans ses nouveaux locaux, Activetech dispose de ses propres moyens techniques, qui lui permettent d'anticiper les problématiques, de travailler en amont, d'effectuer des prototypages. « Nous avons intégré la CAO, les moyens de calcul, la métrologie et une grosse machine à impression 3D ».

« Nous avons vocation d'intervenir de A à Z, du design à la production, d'accompagner globalement avec un fort



© Solveig de la Hougue

engagement de résultat ». Les actions peuvent se dérouler de manière externalisée, ou sous forme de consulting, en « mettant à disposition des collaborateurs en assistance technique chez nos clients », rapporte Laurent Perez. En apportant leur connaissance technique, les équipes d'Activetech contribuent aussi à bousculer les méthodes, à trouver des solutions. « Notre objectif désormais est de s'orienter plus vers la gestion de projets plus constituants, plus importants. C'est un axe de développement majeur » ◀

CONTACT
www.activetech.fr



Prêt
Entreprises
Innovantes

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



Construisons dans un monde qui bouge.

cic.fr



Inquiétudes sur la forêt normande.

Normandie

Danger de déracinement

L'importation croissante de chêne brut menace la filière bois.

La filière bois normande s'inquiète. En cause, le manque de matière première, qui pèse sur l'activité des scieries, alors que 560 000 m³ sont récoltés chaque année dans la région, dont presque un tiers de chêne. La France a beau être le 3^e producteur mondial de cet arbre et le premier en Europe, son bois est désormais massivement exporté, notamment vers la Chine. 40 % de la récolte part à l'étranger et échappe donc à l'activité : « Nous avons de plus en plus de mal à trouver du bois ! » déplore Denis Mommert. Le constat est amer pour ce directeur d'une scierie située entre l'Eure et la Seine-Maritime.

Joël Lefebvre, président de la FNB Normandie explique : « Nous avons toujours exporté des grumes en Europe. Les conditions de concurrence étant équitables, cela ne pose pas de problème. Mais avec l'Asie, la concurrence est faussée du fait de coûts de main-d'œuvre moindres et d'aides de l'État. De plus, ses besoins sont sans commune mesure avec ce que la forêt française est capable de produire. Même si toutes nos scieries disparaissaient, les grumes françaises ne représenteraient qu'un

faible pourcentage de la demande. Au vu des augmentations de prix incessantes, il semble qu'il n'y ait pas de limites à ce que l'Asie est disposée à payer. Résultat, les scieries françaises surpayent actuellement les grumes afin de pouvoir travailler. Elles tournent à perte. Des fermetures sont inévitables ».

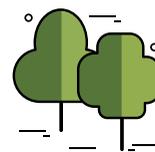
Menace sur les emplois

L'appétit de la Chine est insatiable, car une réglementation très stricte limite sa propre exploitation forestière. Et la situation de la Normandie est particulièrement fragilisée par la proximité des grands ports européens. « Le phénomène s'est accentué depuis trois ans et menace à court terme les emplois dans les scieries, car nous ne pouvons pas nous aligner », confirme Jean-Bernard Bahier, directeur de Raison Bois et Débits, dans l'Orne.

Les conséquences de ce phénomène sont multiples. D'abord, une empreinte carbone lourde, car le bois effectue des dizaines de milliers de kilomètres au lieu de rejoindre les scieries voisines. Ensuite, une perte d'activité et de valeur ajoutée évidente pour

l'économie nationale. Enfin, des menaces sur l'emploi : pour 10 000 m³ de grumes, l'export ne génère, en effet, qu'un seul et unique emploi contre dix à vingt dans la transformation.

« Entre 2010 et 2016, le nombre de scieries normandes a chuté de 20 % », souligne Joël Lefebvre. ◀



En chiffres

421 000 ha
de forêts (42 % de chênes,
16 % de hêtres)

14 % du territoire régional

3 420 entreprises

22 200 emplois

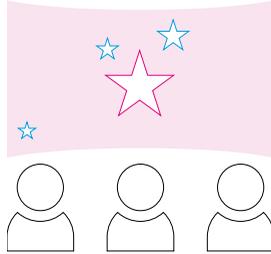


Saint-Germain-du-Corbéis

Artisan de la musique

Croisant l'événementiel et les écrans géants LED, SLP Song a tout d'une grande.

Inutile de rappeler à Claude Robin son passé d'artiste chez Phonogram et Universal, le créateur de SLP Song reste « artisan de la musique ». Il est aussi entrepreneur de la première heure, familier des univers image, son et lumière. Pourtant, il est reparti d'une page blanche il y a six ans. Jouant son va-tout, il a misé en pionnier sur les écrans géants LED à peine sortis en France, visant de développer des prestations dédiées d'événementiels, « la captation de concerts et compétitions sportives, des scénographies numériques et diffusions vidéos ». De plus, il a eu l'idée de louer ses écrans à la carte, affichant des tarifs accessibles « même aux plus petites communes ». L'astuce est que tous sont pilotables à partir d'une clé USB, « un jeu d'enfant ».



Son intuition a fait mouche puisque, poussé par la demande, Claude Robin n'a cessé d'investir dans les murs d'images LED dernière génération, et de rayonner de plus en plus loin. Aujourd'hui, sa petite agence possède le parc d'écrans géants Full LED HD n°1 sur la façade Ouest, de quoi monter

facilement « une TV de 40 m² (10 écrans de 4 m²) », sans compter l'équipement pro associé « une régie multi-écrans, 500 mètres de fibre optique, sonorisation, éclairage, etc. ».

Faiseurs de rêves

Rois de l'événement clés en main, Claude Robin et son équipe (3 permanents, dont 2 techniciens polyvalents) proposent le conseil et l'accompagnement artistique, assurent la logistique de A à Z. « Nous sommes des faiseurs de rêves, mais en back-office c'est à chaque fois un challenge collectif, réglé à la seconde près ». ◀ I.P.

CONTACT

contact@claudio-robin.com

- Santé
- Prévoyance
- Auto
- Habitation

ASP^{BTP} mutuelle santé

02 31 50 35 50

www.aspbtp.fr Retrouvez-nous sur Facebook

L'Aigle

Le métal de la reprise

C'est avec une vision structurante forte que Sébastien et Pascal Pierre ont repris Bâti Fermetures.

Solutions CCI +

GUIDE PRATIQUE

CCI Entreprendre Normandie a édité le « guide de la création – reprise d'entreprises en Normandie » qui détaille toutes les étapes du processus (étude de marché, business model financement, statut, démarrage, premiers mois...) et se complète de fiches pratiques permettant de mettre toutes les chances de son côté.

www.normandie.cci.fr

Ferbati, Bâti Fermetures. Même si les deux noms ont une assonance, le seul vrai point commun entre ces deux entreprises, l'une basée près de Rouen, et travaillant dans les rideaux métalliques, l'autre à l'Aigle, spécialisée dans la métallerie / serrurerie, est qu'elles sont dirigées par les mêmes responsables, Sébastien et Pascal Pierre. Ils ont repris Ferbati en 2007, et ont remis la société à flot. « Il nous fallait un autre challenge », explique Sébastien Pierre. Ils ont cherché une affaire à reprendre, et ont trouvé une pépite, Bâti Fermetures. Une entreprise pouvant réaliser du garde-corps basique au plus spectaculaire escalier hélicoïdal, ayant aussi des savoir-faire en fermeture industrielle, capable de produire et d'installer, de faire face à des chantiers majeurs.

Une transmission est toujours une opération délicate. Chacun se teste un peu, doit surtout apprendre à se connaître. Le nouveau dirigeant ne chausse pas forcément les bottes de l'ancien, il apporte sa vision, son management, ses objectifs. Philippe Bazeille avait porté très haut Bâti Fermetures, passant de 3 à 20 salariés, s'implantant dans un nouvel atelier en 2014, rayonnant sur une zone géographique de plus en plus grande. Ce riche passé, il n'est pas question de le renier pour les nouveaux dirigeants, mais de dénicher les pistes de progrès pour que l'entreprise aille encore plus loin. Les clients n'ont pas hésité, confiants dans le professionnalisme et le savoir-faire de l'entreprise, ils ont poursuivi leur collaboration.

Une affaire d'hommes

Dans son premier discours à ses équipes, alors que la transition s'est effectuée assez rapidement, Sébastien Pierre a mis en avant son expérience de dirigeant de PME, a cher-



© Christophe Aubert

Sébastien Pierre veut faire évoluer Bâti Fermetures.

ché à rassurer et à expliquer ce qu'il souhaitait apporter. « Ce qui nous avait plus dans Bâti Fermetures, c'est que c'est une affaire d'hommes, d'équipes, de spécialistes sur le terrain.

Très pris par le quotidien, par la nécessité de faire rentrer du business, d'avoir de l'activité pour établir les salaires de 20 salariés, Sébastien et Pascal n'ont pas pu mener à bien toutes les étapes de la transformation. « Nous avons choisi pour l'avenir de nous faire accompagner par une société de conseil et de formation propre à nos métiers », précisent les dirigeants. Ils ont bien en tête ce qu'ils veulent parvenir à mettre en place : « C'est une vision stratégique glo-

bale, une structuration qui doit prendre en compte les marges, la gestion financière et humaine, l'organisation et les méthodologies, les achats, les flux de fabrication, le commercial... ». Le bureau d'études sera renforcé, et des investissements réguliers seront engagés : « La métallerie change, il faut se mettre à la page, par exemple avoir peut-être notre propre découpe-laser, une tâche aujourd'hui sous-traitée à 90 %, pour gagner en réactivité ».

CONTACT

www.bati-fermetures.fr



DES AGENTS ENGAGÉS À VOS CÔTÉS !

Fondée en 1838, la Mutuelle de Poitiers est présente sur 57 départements avec 291 points de vente. En Normandie, 12 Agents sont à votre disposition pour vous conseiller sur votre protection.

Assureur des particuliers et des professionnels

Disposant d'une gamme complète de contrats d'assurance pour les particuliers et pour les professionnels, les agents proposent toujours une étude globale des besoins pour y répondre au mieux.

Le contact est 100 % humain...

Le souhait de la Mutuelle de Poitiers est de privilégier la relation de proximité avec ses assurés, sans plateau téléphonique. De la souscription du contrat au règlement du sinistre, les assurés ont un seul et unique interlocuteur : leur Agent.

Cette approche est en accord avec les valeurs mutualistes que la Mutuelle de Poitiers défend : proximité, bienveillance, professionnalisme.

... et 100 % digital

En complément de cette relation de proximité avec l'Agent, les assurés bénéficient d'un panel complet de services en ligne, accessibles 24h/24 et 7j/7 :

> Un Espace Perso, où ils peuvent éditer leurs attestations, régler leurs cotisations, consulter leurs remboursements santé ou leurs avis d'échéance, etc.

> Une application mobile, où ils peuvent profiter de fonctionnalités pratiques comme la messagerie instantanée pour discuter en direct avec leur Agent, l'assistance et la géolocalisation en cas de sinistre pour trouver le dépanneur le plus proche, la déclaration d'un sinistre en quelques clics, etc.

Société d'Assurance Mutuelle à cotisations variables régie par le Code des Assurances

Muriel GAGER
Agent Général d'Assurance Exclusif
35 rue St Jean
02 31 85 17 31
N°Orias : 08040185

Gilles ADAM
Agent Général d'Assurance Exclusif
11 pl du 36^{ème} R. I.
02 31 96 76 85
N°Orias : 16000640

Karine MORTAIGNE
Agent Général d'Assurance Exclusif
42 rue du Pont Mortain
02 31 61 99 13
N°Orias : 07007532

Cécilia COQUIERE
Responsable d'Agence
77 rue St Jean
02 31 10 01 84

Lewis PHILIPPE
Agent Général d'Assurance Exclusif
27 rue Grand Pont
02 35 89 75 40
N°Orias : 16000622

Patricia LAUNEY
Agent Général d'Assurance Exclusif
26 rue du Maréchal Leclerc
02 33 72 02 08
N°Orias : 08040186

Elodie DELAMOTTE
Agent Général d'Assurance Exclusif
64 rue d'Albuféra
02 32 21 17 13
N°Orias : 09046673

Stéphanie GUESDON
Responsable d'Agence
33 rue Couraye
02 33 90 26 03

Marie-Pierre COQUEREL
Agent Général d'Assurance Exclusif
1 place du Grand Carrefour
02 32 33 27 04
N°Orias : 07007423

Virginie BEAUDOIN
Responsable d'Agence
19 rue Georges Clemenceau
02 31 90 42 83

Claire THIERRY
Agent Général d'Assurance Exclusif
26 pl de la Halle au Blé
02 33 26 66 99
N°Orias : 08040186

Anne-Marie PIERRE
Agent Général d'Assurance Exclusif
31 rue de la Chaussée
02 33 67 16 91
N°Orias : 07007141

Locations on map: Bayeux, Saint-Lô, Caen, Lisieux, Rouen, Vernon, Evreux, Granville, Falaise, Argentan, Alençon.



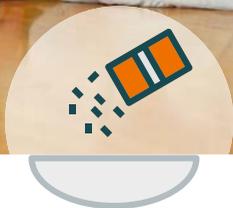
Colombelles

Épices c'est tout

Avec ses créations gastronomiques originales, Good'Épices a développé une offre unique à destination des restaurateurs.



© Solweig de la Hougue



À savoir

Jean-Charles Le Nedic est un fidèle client du réseau consulaire : « L'offre de la CCI est indispensable pour la construction des compétences du chef d'entreprise et pour la construction de son réseau », explique-t-il. Il a suivi de nombreux programmes, des Cinq Jours Pour Entreprendre à PME+ en passant par Plato. « Face aux grands moments de solitude, face aux difficultés que rencontre un chef d'entreprise, il est indispensable de pouvoir compter sur les conseils des experts de la CCI, et aussi de se confronter à d'autres expériences, de voir qu'on n'est pas les seuls à passer par toutes ces émotions ».

Dans la réussite d'un plat, dans l'élaboration d'un menu, tous les détails comptent. Le petit plus qui sublimerait la création d'un chef, l'arôme qui fera la différence. C'est sur ce créneau, ô combien porteur, que s'est positionné Good'Épices, qui s'adresse uniquement aux professionnels de la restauration et construit son offre autour de deux gammes. Les produits « essentiels », comme le sel, le poivre, le sucre, la moutarde... et les produits « spécifiques », rares et innovants, conçus par les équipes de l'entreprise, des épices, des huiles, des vinaigres, des chocolats. Le gérant Jean-Charles Le Nedic n'hésite jamais à faire découvrir ses dernières créations. Sur son bureau, des bocaux invitent à la consommation. C'est un subtil bal des papilles qui commence alors. Le poivre à la pomme, dont les saveurs se succèdent avec finesse au fil de la dégustation, le poivre fin de Madagascar aux notes de chocolat, harmonie étrange, mais parfaitement dosée, le curry à l'ancienne torréfié, qui accompagnera si bien les poissons. Dans ces quelques exemples,

c'est toute la philosophie de Good'Épices qui s'exprime, l'art de l'équilibre, du mélange précis, qui ne s'improvise pas, mais qui se pense, se construit, s'affine pendant 4 à 6 mois, en privilégiant uniquement le naturel, bannissant tout effet parasite, tout exhausteur. C'est la qualité et elle seule qui parle.

Raconter une histoire

« Nous avons beaucoup d'humilité face au produit », résume Jean-Charles Le Nedic, qui disserte avec passion sur ses 60 poivres différents : « Chacun raconte une histoire dans l'assiette du client, un terroir, un assaisonnement, un saveur, un agriculteur ».

“
Chaque produit raconte une histoire, un terroir, une saveur
”





Good'Épices commercialise aujourd'hui 1 400 références, et rayonne sur toute la France, avec quelques grands noms parmi sa clientèle, les restaurants étoilés de Caen, des palaces parisiens, la maison Pierre Hermé présente lors de l'inauguration des nouveaux locaux, ou encore Valrhona. Pour Jean-Charles Le Nedic, compter de telles références démontre le sérieux du travail effectué depuis près de sept ans.

Ce n'était pas gagné d'avance pour le fondateur de Good'Épices, fort d'un passé professionnel dans l'agroalimentaire, et encouragé par les conseils d'un expert-comptable avisé, quand il a choisi de lancer sa propre structure. Il a fallu trouver les fonds, chercher les fournisseurs, créer l'outil informatique, sortir les premières références. « J'ai tout initié à partir de rien. Avec mon chauffeur, on a démarré dans un garage sans électricité. Ce fut un sacré parcours du combattant, mais que je ne regrette jamais, tant l'expérience est enrichissante,

excitante, passionnante ». Il a vite compris qu'il ne fallait pas rester cantonné aux produits essentiels, mais « se démarquer en proposant ce que les autres ne font pas ».

Chercher l'originalité

L'intérêt est vite survenu, une demande en a appelé une autre, l'entreprise a grandi (17 salariés), pour arriver en septembre dernier à l'installation dans un bâtiment entièrement neuf, un investissement de 1,3 M€. Il comprend une cuisine d'application, où sont réalisées des démonstrations (« les clients viennent voir comment utiliser nos produits, les mettre en place, les accorder ») avec un matériel de pointe mis à disposition par un pool de partenaires. Un studio photo pour immortaliser les plats, un vaste espace de stockage, équipé du WiFi pour le suivi des commandes et prêt à être doublé si le besoin s'en fait sentir : Good'Épices sème les graines de son dé-

veloppement, en conservant toujours la double offre, classique et faite maison.

« On veut continuer à avancer, à apprendre de nos clients et du marché, c'est cela qui fait la différence et qui nous permettra d'être le leader français », confie Jean-Charles Le Nedic. Pour maîtriser la provenance et l'exclusivité des produits, il pense à racheter une entreprise spécialisée dans l'importation, lui qui cherche toujours l'originalité : « J'ai acheté 19 kg d'une vanille sauvage qui ne pousse qu'au Mexique, qu'on fera vieillir en cave ». Avoir des idées, à chaque instant, c'est ce qu'il aime avant tout, comme faire jaillir un vinaigre au malt de whisky d'une rencontre avec un restaurateur de Saint-Malo. ◀

CONTACT
www.goodepices.com



© Solveig de la Hougue

Dans ces bocal, tout l'art de la composition et de la dégustation de Good'Épices.

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Mont-Saint-Aignan

L'assurance et le risque

Face aux mutations de l'assurance, Ofracar réajuste son positionnement, mais pas ses valeurs.



Ambroise Baron,
Stéphane Lecomte,
Nicolas Lecomte.

Comme tant d'autres secteurs d'activités, l'assurance et le courtage sont confrontés à des problématiques nouvelles qui les obligent à repenser leurs modes de fonctionnement. Que sera l'assurance automobile dans une décennie avec les véhicules autonomes ? Quelle part de marché va prendre la vente en ligne ? Comment gérer la cybersécurité ? Quel sera l'impact du règlement général sur la protection des données (RGPD) en termes de responsabilité civile du dirigeant ? Comment vont se mettre en place les réglementations européennes sur la transparence ? Ce ne sont que quelques questions qui traduisent ces « grands défis que le monde de l'assurance découvre », comme le résume Ambroise Baron, directeur commercial d'Ofracar.

Le courtier normand se mobilise depuis quelques années déjà pour anticiper et s'ajuster : « Nous menons des projets de réflexion globaux, autour de l'ambition d'être le leader dans le courtage et l'assurance, dans le Grand Ouest. Pour aller chercher de la croissance et prendre des parts de marché, nous devons mettre en œuvre de nouvelles façons de travailler en allant dans l'anticipation des besoins du client », poursuit-il.

Parmi les virages à prendre, celui du « risk manager ». Un poste qui existe dans les grandes entreprises, mais qui est beaucoup moins présent dans les PME et les ETI. « Ce n'est pas le cœur de métier du dirigeant », constate Ambroise Baron. « Nous devons l'accompagner, cartographier l'ensemble des risques, les récents comme les anciens,

construire de nouvelles offres, arbitrer entre elles, créer des conventions d'accompagnement ».

Entreprise libérée

La volonté d'Ofracar est de jouer la carte du service, d'accroître son rôle de conseil en apportant de vrais niveaux de compétences, d'expertise. « Notre métier d'intermédiaire prend une nouvelle dimension, celle de l'accompagnement », estime Ambroise Baron. « Par exemple, nous pouvons prendre en charge la lecture des contrats, leur analyse complète jusqu'aux fameuses petites lignes, une tâche que les dirigeants d'entreprises n'accomplissent pas toujours ». Des groupes de travail en interne ont été mis en place pour organiser ces évolutions, et porter un projet d'entreprise qui, à l'horizon 2020, permettra à Ofracar de réaliser 10 M€ de chiffre d'affaires, générer 100 M€ de primes, avoir de 80 à 90 collaborateurs et se situer parmi les 50 premiers courtiers français.

L'ambition s'accompagne de concrétisations, puisqu'un étage de 300 m² va s'ajouter au bâtiment du siège social. Elle ne se fait pas à marche forcée, mais dans un état d'esprit de partage et de collaboration. Autour de Stéphane Lecomte, Ofracar se positionne sur la question de l'entreprise libérée, qui donne autonomie et responsabilité aux salariés, qui favorise les initiatives et l'expression d'idées nouvelles. Le meilleur moyen d'aborder des changements forts. ◀

CONTACT
www.ofracar.fr



C'est avec le sentiment du devoir accompli que **Joël Chassard**, président du directoire de la Caisse d'Épargne de Normandie, quitte la Normandie pour la Caisse Provence-Alpes-Corse, au bout de dix années de mandat. Une décennie qui a vu la banque devenir la 2^e du réseau des Caisses d'Épargne en France, avec des indicateurs statistiques au beau fixe sur la période : +47,8 % d'encours globaux, +26,6 % de collecte, +106,2 % de crédit, et un résultat net qui a dépassé pour la première fois en 2017 le cap des 100 M€.

Normandie

La décennie prodigieuse

10 ans après sa création, la Caisse d'Épargne de Normandie atteint des sommets.

« Nous avons redonné de la solidité, de la vivacité, après une forte période de restructuration de 2008 à 2011 » confie à cœur ouvert Joël Chassard. « Ce fut dans un contexte difficile, avec l'apparition du digital, le changement de comportement des clients, les nouvelles règles bancaires, face à une forte concurrence. Nous sommes une banque solide, nous finançons les projets des Normands ».

Coût du risque

À ce chapitre, il constate que « le coût du risque est en baisse depuis deux ans, revenant au niveau d'avant crise. C'est le signe de l'amélioration de l'économie du territoire ». La CEN souhaite d'ailleurs « accélérer

sur le marché des entreprises », en se dotant « d'une importante palette d'outils » et en s'appuyant sur l'accompagnement des CCI ou d'AD Normandie, qui « permet de réduire de deux tiers le risque final ».

Le nouveau président du directoire, Bruno Goré, passé notamment par la Bretagne et la Picardie, aura pour missions de porter le plan « Orientations 2020 », construit autour de la satisfaction d'une clientèle de plus en plus connectée, de miser sur l'innovation et de poursuivre la maîtrise des charges et risques, ainsi que le renforcement des fonds propres. ◀

CONTACT

www.caisse-epargne.fr





**CHUCK NORRIS DÉGAINE ENCORE.
NOUVELLE TIPO SOCIÉTÉ.**

NOUVELLE TIPO SOCIÉTÉ
À SEULEMENT

11 990 €⁽¹⁾

HORS TAXES
SANS CONDITIONS

**GARANTIE
3 ANS**
100 000 km⁽²⁾
GARANTIE ASSISTANCE
MAXIMUM CARE PRO⁽³⁾
100% CONSTRUCTEUR



FIATPROFESSIONAL.FR



PROFESSIONNEL

PROFESSIONNEL COMME VOUS

SOIT VOUS ÊTES CHUCK NORRIS, SOIT VOUS AVEZ BESOIN D'UNE TIPO SOCIÉTÉ.

**PACK PRO
1.3 MULTIJET 95 CH**

RADIO AVEC ÉCRAN TACTILE ET BLUETOOTH® AVEC COMMANDES AU VOLANT - RADARS DE RECUL - RÉGULATEUR DE VITESSE - JANTES DE 16" - CLIMATISATION - PEINTURE MÉTALLISÉE

BE CHUCK OR BE PRO



*Soyez Chuck ou soyez pro. (1) Tarif au 01/02/2018 de la Nouvelle Tipo société 1.3 MultiJet 95 ch Pack Pro : 15 500€ HT - 3 510€ HT de remise constructeur = 11 990€ HT. Offre réservée aux professionnels, valable jusqu'au 30/06/2018 chez les Distributeurs participants. Dans la limite des stocks disponibles. Version présentée avec jantes alliage 16" (4x410€ HT), projecteurs antibrouillard AV (4x 150€ HT). (2) Extension de garantie Maximum Care Pro est valable jusqu'à 3 ans ou 100 000 km. (3) Maximum Care Pro : protection maximum pour les professionnels.

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
1, Rue des Coursions - Z.A. Cagny
14630 Cagny
Tél. 02 31 23 45 80

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

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

GRUPE MARTENAT

Caen

L'humain et le paysage

Comment donner de l'humanité aux lieux de vie, faire du paysage et de l'urbanisme un point de rencontre.

Ce n'est pas une mince responsabilité que de participer à l'aménagement du territoire, de contribuer à sculpter le paysage, dans toutes ses composantes, de concevoir les espaces où vivront les humains. Il faut une sensibilité, une âme, une envie de raconter une histoire et de la faire grandir. Un quartier difficile, dans une friche industrielle, sur une place de village, dans une cour de récréation particulière, a des besoins qui doivent s'exprimer avec, au cœur de toute réflexion, la place de l'Homme.

C'est en tout cas ainsi que Benoît Dumouchel conçoit depuis sept ans le quo-

tidien de son atelier de paysage et d'urbanisme, Zenobia. Il intervient très en amont des projets, pour dessiner les fondations, respecter le passé, écrire le présent, permettre l'avenir. « Nous posons un regard neuf, naïf parfois, nous écoutons les lieux, nous tentons de saisir ce qu'ils ont à nous dire. On met en scène en cherchant à comprendre les attentes. Il n'est pas question d'imposer, mais d'écouter les gens, d'être en permanence dans le questionnement, le ressenti, le dialogue », détaille-t-il.

Cette approche donne à chaque projet un aspect distinct. « Nous n'avons pas de marque de fabrique, nous n'uniformisons pas », renchérit Benoît Dumouchel. Son

Solutions CCI +

PMEPLUS

PMEPlus, c'est le parcours de perfectionnement en gestion pour dirigeants de PME, un cursus de formation exigeant, passionnant, impactant et d'amélioration de vos compétences en management et en développement d'entreprise.

pmeplus@caen.cci.fr

rôle est de penser à tout, à ne pas se noyer dans les détails, tout en sachant parfaitement les maîtriser, à aller à l'essentiel sans rien négliger. De la gestion d'une centaine d'hectares au dessin d'une tête de clou, il faut savoir jongler en permanence avec les différentes échelles, en mixant plusieurs lignes de pensée, devenir sociologue ou artiste selon les moments.

Océan Vert

Cet esprit s'est parfaitement exprimé dans « Océan Vert », le jardin thérapeutique du centre François-Baclesse. Travaillant devant la souffrance, face au cancer, Benoît Dumouchel se juge « privilégié d'avoir échangé avec l'équipe médicale, avec les patients. Ce fut une aventure inoubliable, qui est partie d'un tout petit projet, un arbre, un banc, quelques fleurs, qui se montait à 2 000 €. Une force de mobilisation d'entreprises, de mécénat, a porté ce montant à 600 000 €, pour créer un lieu magique, un lien d'humanité. Si l'expérience fut exceptionnelle, Zenobia est passé à autre chose, dans le nucléaire, l'hydrolien, le monde viticole, la zone de repos du personnel d'une entreprise, un jardin d'enfants environnants, à Mouen. « On peut faire des réalisations exceptionnelles avec peu de moyens », remarque Benoît Dumouchel, qui jamais ne s'interdira de rêver. ◀



La création passe par le dessin, l'esquisse et aussi les mots.

À savoir

« Je suis devenu vraiment chef d'entreprise en participant à PLATO », confie Benoît Dumouchel. « Et je vais encore avancer avec un autre programme de la CCI, PME+ ». Comme tous ceux qui ont participé à ces réunions, il constate tout le bien qu'on retire de briser sa solitude, de partager, d'aller vers les autres : « On se revitalise, on apprend à prendre de la distance. C'est important, car ce n'est pas simple quand par exemple la réalité d'un délai de paiement trop long vous rattrape, alors qu'on est en pleine dynamique artistique. Il ne faut pas que les mauvaises nouvelles altèrent la créativité ».

CONTACT

www.zenobia.fr



Villedieu-les-Poêles

Qu'y a-t-il à l'intérieur d'une noix ?

Une noix, c'est une coquille et un cerneau. C'est aussi une filière que deux Normands ont réussi à développer dans la région.

Ce n'est certes pas une affaire à la noix. Éric (le père) et Florian (le fils) Vandenbrouhède font de la Normandie une terre de noix, et de noisettes. Ou plus exactement d'exploitation de ces fruits à coque, dont ils s'approvisionnent auprès des meilleurs fournisseurs français, des professionnels « qui savent ramasser, qui sont outillés pour traiter, sécher, calibrer, en offrant toutes les garanties et qualités de traçabilité, de production AOP made in France ».

Dans les locaux de Normandie Noix, les produits passent par tout un processus. Une casseuse, une soufflerie, et une table de tri, car c'est l'œil humain, le contrôle visuel qui fait toute la différence. Une fois les noix brisées, les cerneaux (le cœur du fruit) sont séparés des coquilles et répartis en plusieurs catégories. Les brisures sont destinées aux boulangers (par exemple pour les pains aux noix), les demis ou les entiers pour la pâtisserie, souvent pour les décorations, ou des restaurants de prestige. Les cerneaux appelés « arlequins », c'est-à-dire avec plusieurs couleurs, sont utilisés pour produire de l'huile. Les noisettes sont elles aussi cassées et revendues. Et comme une noix, c'est 60 % de coquilles, celles-ci sont valorisées, avec une nouvelle piste en train d'être déployée, le bio-combustible.

L'œil humain

Pour se faire connaître, pour populariser la noix auprès des Normands, Éric et Florian, qui n'hésitent jamais à en vanter les vertus gastronomiques et thérapeutiques, documents à l'appui, ont ouvert une bou-

© Thomas Jouanneau



Une passion familiale pour la noix et ses dérivés.

tique d'usine, en partenariat avec l'Huilerie Vernoilaise. On y trouve du vinaigre, de l'huile, de la moutarde de noix, du cidre de noix signé Théo Capelle, du vin de noix conçu à Cognac, et des sachets de noix et noisettes dont le packaging a été réalisé par Élixa, la sœur de Florian. Ils sont aussi présents dans les foires, marchés, événements régionaux, comme une boutique éphémère à Noël à Villedieu. « L'idée est de communiquer, de se faire connaître », résume Florian, qui s'appuie aussi sur la notoriété de sa page Facebook pour attirer

des clients professionnels, qui restent la cible numéro 1 de la maison.

Un an après l'implantation dans la zone du Cacquevel, grâce au soutien actif de l'intercommunalité, Normandie Noix est en passe de réussir son pari, à tel point qu'il faut déjà penser à mettre en place une nouvelle organisation pour faire face à l'augmentation des flux, et à recruter un salarié. « Cela me permettra d'avoir plus de temps pour prospecter auprès des boulangeries locales », commente Éric. À chacune de ses visites, il sort un argument massue : il fait déguster des noix, ces noix françaises à la texture si harmonieuse. La preuve par le goût. ◀

La noix, un fruit aux multiples vertus

CONTACT
www.normandie-noix.fr

Caen

Bohème et nœud pap

Quand le romantisme du jour J rime avec fantaisie, Elsa Gary Caen en a fait sa devise.

Solutions CCI +

PERFORMANCE NUMÉRIQUE

C'est avec l'accompagnement consulaire que Sabine et Christophe croisent conseil en boutique et stratégies digitales (Performance numérique, ateliers Google). « Maintenant, tous les mariages s'inspirent des réseaux sociaux », Christophe est webmaster du site Pap ou pas Cap et sa chaîne YouTube, Sabine anime leurs pages Facebook + Instagram.

www.normandie.cci.fr



© Solveig de la Hougue

Déclinaisons pastels,
rubans romantiques.

Couple à la ville, ils rêvaient d'entreprendre ensemble. Sabine voulait tourner la page après dix ans dans les voyages « dont les lunes de miel », sa réflexion débouchant en 2010, sur une boutique de mariage atypique, esprit bohème chic avant l'heure. « Les robes de princesse étaient la règle », évoque Christophe Pagnon. Graphiste, il a rejoint Elsa Gary Caen deux ans après. Aujourd'hui, ils œuvrent à quatre mains, recevant les couples sur rendez-vous pour les habiller sur-mesure. Côté mariée, c'est un univers de broderies, perles, rubans roman-

tiques, près de 60 robes et lingerie invisible, colliers de dos, accessoires en dentelles, tout est pensé pour le jour J.

Anticiper les tendances

Mêmes déclinaisons pastel et liberty chez les hommes – le domaine de Christophe – où le fiancé peut choisir une chemise à la carte, libre de personnaliser jusqu'à son nœud papillon. Là encore, le couple a anticipé la tendance, invitant à oser le nœud pap fantaisie en référence finale ! Dessiné par Christophe, il sera cousu main par une couturière aux doigts de fée.

Aussi vite, ce qui n'était, en 2014, qu'un service confidentiel « pour nos mariés » est devenue une prestation régulière, amenant Christophe à déposer sa marque Pap ou pas Cap (2016), lancer son e-shop (2017).

L'offre 2018 dépasse les 55 modèles, on peut coordonner « nœud pap, pochette, boutons de manchettes ». Séduisant de 7 à 77 ans, la griffe caennaise plaît aussi au féminin, intéresse même des clients BtoB... Depuis, Elsa Gary Caen et Pap ou pas Cap communiquent en écho, multipliant les shootings d'ambiance Mode et Mariage. Avec la CCICN, Sabine et Christophe planifient la suite « réagencer l'espace afin d'intégrer un atelier », une nouvelle déco vintage fait partie du projet. ◀ I.P.

À savoir

« 2 faces, 4 façons de les porter » : les nœuds Pap ou pas Cap sont réversibles.

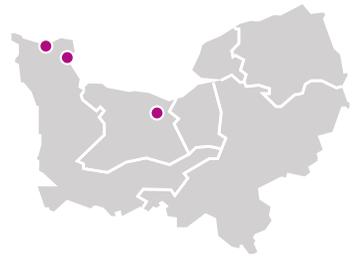
CONTACTS

fdumarais@caen.cci.fr

www.elsagary-caen.fr

www.papoupas.com





Cherbourg-en-Cotentin

Amuse-bouches

Nouvelle adresse cherbourgeoise, la Brasserie Themis se met à l'heure d'été.

Située à 10 minutes du centre de Cherbourg, la Brasserie Themis (ex-Pressé-Purée), ce sont « 50-60 couverts au calme, une terrasse extérieure plein sud, un parking de 40 places ». Autant d'atouts qui l'ont convaincu de « saisir ma chance » lorsque le propriétaire a voulu céder, l'occasion de valoriser ses 20 ans de carrière comme cuisinier, « mon métier de cœur ».

En janvier, il a concrétisé son rêve avec la CCI Ouest Normandie. Révisant la carte, repensant l'endroit dans une ambiance vintage, il a ouvert une Brasserie Themis gourmande, chaleureuse, confortable. Il était impératif d'optimiser l'isolation phonique, ce que Richard et son équipe (Greg, Benoît, Carolann) ont réussi.

Très gourmands

Puis ils ont chiné meubles et vieux objets des années 1940-1950-1960, « un buffet,

une machine à écrire, un électrophone », customisé le bar en recyclant des caisses en bois. Ajoutez une cuisine de saison créative qui met en scène les saveurs du terroir, Richard assure « les entrées, les desserts » tandis que Greg, son chef, sublime la pêche du jour, les primeurs cueillis du matin, relayés en salle par Benoît et Carolann. Les fidèles applaudissent et les curieux reviennent, la Brasserie ayant développé des animations le week-end « des concerts, des soirées thématiques ». D'ici l'été, ce ne sera plus un problème puisqu'une 2^e terrasse-lounge est en cours d'aménagement « 25 + 25 places supplémentaires ». ◀ I.P.

© Thomas Jouanneau



CONTACTS

camille.picard@normandie.cci.fr

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



Saint-Vaast-la-Hougue

L'hôtel intemporel

Adresse de charme en bord de mer, l'hôtel de France Les Fuchsias se refait une beauté.

Certains lieux ont le pouvoir de vous faire traverser les siècles si vous poussez leur porte. L'hôtel de France Les Fuchsias (32 chambres) est de ceux-là. Ancien relais de poste investi par la famille Brix depuis les années cinquante, il cache de nombreux trésors. D'abord le bâtiment patrimonial, son restaurant gastronomique sous véranda 1900 et sa terrasse-salon de thé pour les beaux jours, un immense jardin exotique ouvert au public – 800 m² d'eucalyptus, bananiers, géraniums de Madère... – enfin deux maisons d'hôtes blotties au fond du parc, « Les Feuillantines » et le Pavillon Fantaisie.

Troisième génération

Toutefois, l'offre avait besoin d'un « lifting complet » et l'heure est aux grands



© Thomas Jouanneau

travaux. Depuis sa reprise en main par Pierre-François Brix (3^e génération) et son épouse Bénédicte, la démarche s'est engagée en douceur avec les équipes consulaires. Et qui mieux que lui, qui a grandi entre ses murs, pouvait faire le pari d'insuffler une seconde vie aux Fuchsias, « l'esprit 3 étoiles avec des prestations d'excellence afin d'attirer la clientèle VIP », sans lui ôter sa poésie.

C'est dans le cadre du dispositif consulaire « Montée en gamme hôtelière » que les travaux de mise aux normes, d'aménagement et de rénovation, ont été effectués. ◀

CONTACTS

carole.lecoutour@normandie.cci.fr

www.france-fuchsias.com



LE RENDEZ-VOUS DE L'INNOVATION ET DU NUMÉRIQUE

POUR LES ENTREPRISES ET LES COLLECTIVITÉS



IN
NORMANDY

31 mai & 1^{er} juin 2018 - CID Deauville
www.in-normandy.com | #InNormandy

« **La révolution numérique** donne des idées » >>>

Un écran numérique

Le numérique est devenu une filière majeure en Normandie. La filière pèse près de 4 000 établissements et 20 650 emplois (1,5% de l'emploi total régional) et la courbe ne cesse de progresser.

Mille fleurs numériques éclosent sur tout le territoire. Des startups dont on a vu les premiers pas hésitants, mais ambitieux, prennent des dimensions internationales, lèvent des fonds, créent de l'emploi, sans renier leurs valeurs humaines et leur vision de la société. Des lieux accueillent celles qui marchent dans leurs pas, Normandie Incubation, NFactory, toutes sortes de pépinières. La Normandy French Tech, qui a un peu tâtonné avant de trouver un modus operandi efficace, s'affirme comme le vaisseau amiral du numérique normand. Les CCI ont pris à bras-le-corps le sujet, et leur président, Vianney de Chalus a fait de l'accès au numérique des TPE et PME la mère de toutes les batailles, la priorité absolue, face au risque réel de voir la moitié d'entre elles disparaître. Une initiative comme CCI Linkhub, main tendue entre l'économie traditionnelle et les startups, unique en France, va contribuer à mener à bien cette transformation.

Une priorité absolue

Les CCI de Normandie ont décidé d'aller plus loin et d'offrir un écran à tout ce que la région compte d'innovant, en organisant le **1^{er} IN Normandy, à Deauville**

les 31 mai et 1^{er} juin prochain, qui prend déjà sa place parmi les endroits où il faut se trouver si on ne veut pas manquer le monde de demain. On y parlera nouvelles tendances, on s'immergera dans le futur, mais surtout avec un état d'esprit très pratique, celui de montrer des solutions applicables, de rencontrer des acteurs, de faire du business. Le numérique, ce ne sont pas que des théories, ce sont aussi des affaires.

S'immerger dans le futur

Ce qui est toujours fascinant avec la révolution numérique, c'est qu'elle donne des idées. La Région, avec le Tetris au Havre et Station Mir à Caen vient de lancer une plateforme qui doit générer une économie culturelle numérique, favorisant la création, la recherche de financement, la diffusion d'artistes. Dans d'autres domaines, comme la santé, le lancement par la Région d'un nouvel Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI) e-santé, met en jeu des notions d'aménagement du territoire, de télésurveillance ou de télémessure, de serious games pour la formation. Il faudra que l'intendance, en l'occurrence le haut débit pour tous (fibre, 4G, 5G) suive, il faudra regarder avec attention que personne n'est laissé au bord de la route, il faudra parfaitement cerner les usages. Mais rien n'empêchera le numérique de s'imposer. Et pour savoir le dompter, rien de tel que de venir à sa rencontre à IN Normandy. ◀

Enjeux

31 mai - 1^{er} juin,
CID de Deauville

IN Normandy, l'expérience numérique

L'innovation et le numérique n'auront plus de secrets pour ceux qui se rendront les 31 mai et 1^{er} juin prochain au CID de Deauville, à l'occasion de IN Normandy. Ce n'est pas un salon de plus : c'est une expérience pleine et entière de ce qu'il faut savoir pour préparer les indispensables évolutions de son entreprise ou de sa collectivité.

C'est d'usage, d'aspect pratique, de présentations et de pitch efficaces dont il sera question pendant ces deux jours. Dans un décor scénarisé autour des grands thèmes du salon, les exposants effectueront des démonstrations en temps réel et les visiteurs auront ainsi accès à toutes les informations utiles.

CCI Normandie a imaginé IN Normandy, car elle s'empare de la nouvelle économie et de la révolution numérique pour accompagner les entreprises dans ces

mutations. Le temps n'est plus à se poser la question de savoir s'il faut passer à ces évolutions, ou quand les mettre en place. Elles sont là, ici et maintenant, et IN Normandy en fera pendant deux jours l'éclatante et indispensable démonstration. ◀

TOUTES LES INFORMATIONS SUR

www.in-normandy.com
#InNormandy



CINQ BONNES RAISONS D'ALLER À IN NORMANDY

1

COMPRENDRE LES
TENDANCES DE DEMAIN,
QUI SONT DÉJÀ CELLES
D'AUJOURD'HUI.

2

SE FAIRE PRÉSENTER
250 SOLUTIONS
INNOVANTES,
ORIENTÉES
VERS L'USAGE.

3

VIVRE L'EXPÉRIENCE
DE PARCOURS DE
VISITES, PERSONNALISÉS,
IMMERSIFS ET
DYNAMIQUES.

4

RENCONTRER
DES PROSPECTS,
FAIRE DU BUSINESS.

5

PROFITER DE
L'OCCASION POUR
PROLONGER SON SÉJOUR
PAR UN WEEK-END SUR
LA CÔTE NORMANDE...

© Bahadır Tamtover - iStock



TANT DE PARCOURS !

IN Normandy ne s'explore pas comme un autre salon. Les « parcours » de visites permettent aux exposants d'avoir face à eux des contacts informés et motivés, et les visiteurs d'être directement en relation avec les projets qui les intéressent et donc maximiser les opportunités de faire du business. Pour en bénéficier pleinement, il est essentiel d'anticiper sa venue, de s'inscrire très en amont sur le site internet en choisissant un des parcours préprogrammés, en fonction de ses priorités. Il est possible aussi de créer son propre parcours, sous réserve d'y adjoindre de 5 à 10 autres personnes.



SEPT DÉMONSTRATEURS

My Smart Enterprise. Comment l'innovation impacte au quotidien les fonctions de l'entreprise (RH 2.0, achats, management, sécurité...).

My Smart City. La ville connectée et intelligente (bâtiments, mobilité, énergie, domotique...).

My Smart Health. L'impact du numérique sur le bien-être, la santé, la médecine.

My Smart Business. Comment promouvoir ses produits et ses services (data marketing, réseaux sociaux, GRC...)

My Smart Factory. Tout savoir sur l'usine innovante et intelligente, les green technologies appliquées à la production.

My Smart Logistic. Les révolutions dans le transport, les ports, l'entreposage, la livraison.

My Smart Shop. Le grand virage du commerce connecté, des nouvelles expériences clients...



QUATRE SALONS

Industrie du Futur. La nouvelle France industrielle se construit aujourd'hui, avec le déploiement des nouvelles technologies numériques à tous les niveaux de l'entreprise. Ce salon, organisé par l'AD Normandie en partenariat avec la Région, l'État, l'Alliance pour l'Industrie du Futur, Bpifrance et la CCI Normandie, permet de se plonger au cœur de l'industrie 4.0.

31 mai - <https://salon.industriedufutur-normandie.fr>

Les Rendez-vous d'Affaires de Normandie. La 16^e édition du salon BtoB entre industriels, prestataires de services, donneurs d'ordre, sous-traitants, fournisseurs et distributeurs, au travers d'une organisation parfaitement basée sur des rendez-vous planifiés en amont.

31 mai - www.rendezvous-affaires-normandie.fr

Normandigital. Le réseau des acteurs normands du numérique, regroupant 70 structures, décline les solutions permettant de répondre aux nouveaux défis du numérique.

31 mai et 1^{er} juin

Forum de l'achat public d'innovation. Stimuler les rencontres entre entreprises innovantes et acheteurs publics.

1^{er} juin



DES CONFÉRENCES

Vendredi 1^{er} juin

Oussama Ammar (The Family) ouvrira les débats à 9h30 autour de sa thématique fétiche « les Barbares attaquent », évoquant ces milliers de startups qui prennent d'assaut les vieilles citadelles, vont dominer le monde et seront les nouveaux géants industriels.

La conférence de 15h30 se penchera sur l'Intelligence Artificielle, avec le regard normand d'**Arnaud Muller, porteur de l'extraordinaire succès de Saagie**, de **Sylvain Peyronnet, directeur scientifique de Qwant**, le moteur de recherche qui protège vos données, et du chercheur de l'INSA de Rouen et du laboratoire LITIS, **Stéphane Canu, un des plus éminents spécialistes français de l'IA. Le mathématicien Cédric Vilani, auteur d'un rapport sur le sujet, viendra également apporter son éclairage (sous réserve de confirmation).**

ET AUSSI...

- > Un espace co-working
- > Un dîner carrousel pour multiplier les contacts avec d'autres décideurs
- > L'entrée gratuite



Parc Éco
Normandie
Communauté de Communes Caux Estuaires



BUSINESS OU BIEN-ÊTRE ? LES DEUX, C'EST MIEUX !



PROXIMITÉ
DE LA ZIP



PARC PAYSAGER



TRÈS
HAUT DÉBIT



CHÂTEAU
LIEU DE
SÉMINAIRES



À 5 MINUTES
ACCÈS AUTOROUTIER



ÉCO-SYSTÈME
PRIVILÈGE
SYNERGIE ENTRE
LES ENTREPRISES



SERVICES
& ÉQUIPEMENTS
SUR SITE

RESTAURANTS, COMMERCES,
FITNESS, RUNNING,
PISCINE, GRÈCHE, ÉCOLES,
ÉCOLE DE MUSIQUE,
MAISON DE SANTÉ.

VENEZ NOUS RENCONTRER SUR MY SMART FACTORY

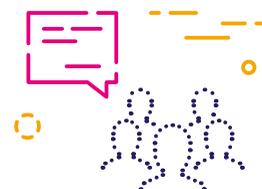
IN NORMANDY
31 MAI & 1^{er} JUIN 2018



PARCECO-NORMANDIE.FR
02 35 13 36 90

BDS.A. L'AGENCE - LE HAVRE - Crédit photo : S.C.E.P. / Au village, althovius.

Venez les rencontrer à IN Normandy !



Bayeux

Une vraie pointure

Start-up d'e-santé, Podalys lance les sandales 100 % personnalisables.

C'est en clin d'œil aux surfers de la côte basque que Maryne Malice a baptisé Aztharna son offre de sandales sur mesure, entièrement personnalisables. « En basque, Aztharna veut dire empreinte » explique la créatrice. Design, ultra-légère mais résistante, confectionnée à partir d'une empreinte en 3D, la gamme promet un confort de marche maximum. Chaque paire sera « forcément unique » : le relief plantaire est numérisé en 3D. Vendue sur son e-shop, la collection 2018 propose des sandales en cuir, tissu, nubuck, etc. « à partir du 35 », des tongs d'été, des nu-pieds à lanières, à noter les semelles en EVA

(Ethylène-acétate de vinyle), « la matière n° 1 pour ses performances antichocs ».

Forcément unique

On sélectionne son modèle, on le customise avec le configurateur dédié (matières, formes, couleurs). Suit l'envoi à domicile d'une boîte à empreinte 3D, qu'il suffit de retourner pour réceptionner dans les 48 heures ses sandales personnelles.

Montée par Maryne il y a deux ans, Podalys fabrique à façon les semelles correctives des podologues. Tel est l'atout-maitre de la créatrice (épouse d'un podologue),

constamment à l'écoute des patients utilisateurs de ses fabrications, nombreux à regretter le manque d'une ligne équivalente « prête-à-chausser » en toutes saisons. Oubli réparé grâce à Aztharna !

Accompagnée par la CCICN dans son parcours, Maryne Malice exposera l'expertise Aztharna sur IN Normandy (My Smart Health), avec son mot d'ordre « le confort, c'est fashion ». ◀ I.P.



CONTACTS

Carole Connan
ccconnan@caen.cci.fr

www.aztharna.fr
www.podalys.fr



Hérouville-St-Clair

À l'école du Web

Start-up-école, La Coding caennaise vous réconcilie avec le digital.

Quatre ans et victime du succès, c'est son 3^e déménagement ! Cette fois, La Coding s'installe dans 500 m² sur 2 niveaux. « Enfin, nous sommes propriétaires », note Cédric Morel-Guilloux, directeur général et cofondateur d'une école atypique. Au rez-de-chaussée : la pédagogie et la R&D 3 salles de formation, un atelier FabLab. L'étage est réservé aux solutions clients développées par l'équipe. Il est prévu d' étoffer la chaîne des compétences dans l'Intelligence Artificielle, l'événementiel.

Déculpabiliser l'apprentissage

Ses prestations BtoB constituent l'autre

facette de La Coding School caennaise, connue comme l'école des numériques pour tous les profils « à partir de 7 ans » : à l'origine, aventure associative lancée par Willy Lepoutre (président) et Cédric Morel-Guilloux, aujourd'hui société coopérative porteuse de valeurs sociales. Accueillant de l'artisan à l' élu local, les managers, les cadres en reconversion, les jeunes sans diplômes, les seniors motivés, les demandeurs d'emploi, elle aide à s'approprier les nouveaux usages et comment s'en servir.

Elle plait par une approche consensuelle qui déculpabilise. L'apprentissage passe par le jeu, le plaisir d'être créatif, d'où la présence d'une coach en Programmation Neuro-

Linguistique (PNL) invitant à « désapprendre pour réapprendre, déconnecter pour redécouvrir ».

Déjà plus de 3 000 personnes ont été formées sur des postes de Data analyst, Développeur full-stack, Expert en sécurité digitale, Designer Web, etc. Un des derniers programmes formait des stagiaires en situation de handicap autour du Web et de l'e-commerce, « maintenant, ils sont multi-compétences ». ◀ I.P.

CONTACT

www.lacoding.fr

Saint-Etienne-du-Rouvray

Tout confort

L'acoustique est un argument clé pour le confort au travail.

Wellko éco-conçoit, fabrique et éco-distribue des solutions acoustiques hautes performances destinées à l'amélioration du confort acoustique dans les espaces professionnels et publics. Créée par François Boutinaud et opérationnelle depuis avril 2017, la jeune entreprise s'appuie sur les demandes de confort et bien-être au travail, qui sont devenus des arguments de performance et d'attractivité, et sur le fort développement des tiers-lieux nécessite des aménagements spécifiques en termes notamment de confort acoustique.

Aventure humaine

Sous la marque Kletone, Wellko propose une gamme de panneaux, de cloisons, de baffles et d'objets acoustiques dont l'objectif est de contribuer efficacement au confort et au bien-être individuel et collectif par l'absorption significative des bruits et des résonances.

« Nous avons des premiers contacts très avancés avec des structures de mobiliers acoustiques, de masquage sonore ou encore de signalétique pédagogique » précise François Boutinaud. « Si ces structures sont reconnues pour leur technologie et leur savoir-faire, ces partenariats sont aussi une aventure humaine avec des femmes et des hommes avec qui nous partageons les mêmes valeurs notamment d'éco-responsabilité ».

En matière de recherche & développement aussi, Wellko privilégie le partenariat. Ainsi, avec les élèves de Première Bac Pro Métiers de la Mode et vêtements du Lycée polyvalent Elisa Lemonnier (Le Petit-Quevilly), la startup travaille sur la mise au point et la réalisation d'un prototype industriel de housses en tissu sur des supports destinés à améliorer le confort acoustique dans les espaces de travail et détente. ◀

CONTACT
www.wellko.fr

Gisors

Paytweak veut conquérir l'Amérique

La Fintech française fait connaître ses compétences.

Paytweak est ressortie renforcée du CES de Las Vegas où elle a pu faire une démonstration du « savoir-faire » français en matière de technologie financière. La startup propose un service unique sur le marché, qui sécurise tous les paiements à distance et en particulier, celui par téléphone, « qui est d'usage courant aux USA, alors qu'il n'est pas plus sécurisé là-bas qu'en France » déclare Thierry Meimoun, dirigeant de Paytweak. Déjà recommandée par des banques et des prestataires de paiement en France, Paytweak intéresse des fonds d'investissement et des grands groupes américains comme Universal, United, Philip Morris ou Walmart avec qui les discussions commencent ou continuent. Elle a aussi pris contact avec des entreprises françaises de haut niveau. ◀

Condé-sur-Noireau

Restez à l'écoute

Start-up visionnaire, Cotral Communication a mis au point l'écouteur intelligent.

Présentant au CES 2018 son prototype Binear d'oreille augmentée, « des écouteurs intra-auriculaires 100% connectés », Cotral Communication déclinait son credo ; « Pourquoi choisir entre protection et communication ? ». Binear est un prototype d'oreille augmentée, disposant d'écouteurs intra-auriculaires 100 % connectés, qui permet de filtrer les voix à la carte, isoler des gênes sonores tout en permettant d'interagir avec les autres en milieu bruyant.

Protection adaptative, le concept renforce la capacité d'écoute individuelle, peut embarquer capteurs ou puces GPS pour piloter à la voix des robots, collecter des données. « Potentiellement, les applications sont infinies », confirme Laurent Capellari, Pdg du groupe Cotral, qui

anticipe le lancement de Binear en 2019.

Car derrière Cotral Communication se trouve un laboratoire Cotral, fabricant n°1 mondial des protections auditives sur-mesure vers les professionnels (220 salariés, 110 au siège normand). Présente à l'export, la marque revendique 75 % de clients français, équipant historiquement l'industrie lourde, l'agroalimentaire, le BTP. Ciblant les « actifs 4.0 », elle est aujourd'hui acteur de référence en matière de bruit et bien-être au travail, « les exigences s'additionnent, on veut le dispositif qui garantit santé auditive, liberté de communiquer, confort, facteur de performance ». ◀

CONTACT
www.cotral-communication.com/fr



© Loone 8

Ouverture d'esprit

Elles sont des dizaines à disrupter sur tout le territoire normand, à avoir des idées neuves, à en moderniser des anciennes, à chercher toujours à faire la différence avec une permanente ouverture d'esprit. Portraits de quatre startups parmi tant d'autres.



© J. Paquin

Rouen

TiKi et Maava vous saluent

Des robots au design parfait.

Silhouettes au design impeccable, ils parlent 48 langues, affichent leurs émotions sur écran tactile, savent répondre au client ou renseigner l'usager, animer des quizz, des séminaires, une soirée VIP, être mannequin sur un défilé mode. En tête figurent TiKi et Maava, ambassadeurs d'Event Bots, spécialiste d'assistants robotiques interactifs « 100 % personnalisables », dédiés à l'accueil, marketing retail, services à la carte. Dernier-né : Hope, robot-joueur multicolore, compagnon de soins destiné aux jeunes patients du CHU de Rouen sur l'initiative de l'association Vie et Espoir. Impulsée par deux créatifs aux univers complémentaires – Guillaume de La Rue et Steve Geandier – la start-up rouennaise (7 personnes) développe et fournit clés en main « des robots d'accueil, collaboratifs », version totem (TiKi) ou mobile (Maava).

Truffé de processeurs haute performance, chaque prototype est modulable, conçu à Rouen et fabriqué à Louviers. Disponible en location-vente, l'offre cible les clients BtoB, réseaux bancaires, des agences de com', de grands labos pharmaceutiques. Une montée en puissance commerciale qui s'accompagne d'une nouvelle implantation au sein du Village by CA Vallée de Seine, et qui fut célébrée au dernier CES de Las Vegas, à l'occasion des deux ans d'existence de l'entreprise. Sacrée « plus beau modèle du salon », l'élégance de Maava y a fait sensation, au point qu'une 2^e levée de fonds se prépare : « Nous visons 300 000 € ». Objectif : adapter les humanoïdes made in Normandie aux nouveaux marchés de l'international. ◀ I.P.

CONTACT
www.event-bots.fr

Caen

Bon à signer

Alors qu'elle vient de lever 3 millions d'euros, où s'arrêtera Yousign ?

Faciliter la signature électronique dans le monde des affaires, Yousign en fait son quotidien depuis 2013, fédérant aujourd'hui 25 personnes. Éditrice de solutions d'e-signatures 100 % légales et sécurisées, la start-up garantit une simplicité d'usage et de prise en main exemplaire. C'est son premier argument et il a fait ses preuves auprès d'une clientèle qui va « de la TPE à la société du CAC 40 », indique Luc Pallavidino, cofondateur avec Antoine Louiset. En 2018, ils frôlent les 2 000 donneurs d'ordre, touchant « les milieux, banques et assurances, l'immobilier, les éditeurs de logiciels, les professions des ressources humaines, la santé, etc. ». Avec

eux, un 3^e associé-investisseur, Éric Chevalier, qui a rejoint l'aventure à l'issue de la 1^{re} levée de fonds (500 000 € en 2015), et une équipe qui n'en finit pas de grandir, Yousign recherchant « des développeurs, des commerciaux, des as du marketing, des conseillers clientèle ».

Tiers de confiance

Ainsi la première levée de fonds a fourni le coup de pouce impulsant le développement commercial, cette fois il s'agit de s'affirmer leader spécialiste français et conquérir le marché européen. Or, Yousign regorge

d'atouts : une infrastructure Cloud « made in France » qui rassure, une certification eIDAS de parfaite conformité avec les règles communautaires : « Nous sommes à la fois tiers de confiance, éditeur et autorité de certification ». Enfin, l'expertise Yousign repose sur une confidentialité des données-clients à toute épreuve, « à l'opposé du Patriot Act américain ». Reste à définir la meilleure stratégie export favorable à la « french e-signature ». ◀ I.P.

CONTACT
<https://yousign.com>



© Solveig de la Hougue

Dives-sur-Mer

Quoi de neuf ? La carte postale

Imaginant Fizzer, ses créateurs réinventent la carte postale des vacances.

L'été 2014, Vincent Porquet et Baptiste Hamain – co-créateurs avec Thibault Hagler – s'en souviendront à vie pour l'avoir passé à « sillonner les plages, de la Normandie à Saint-Tropez », customisés en facteurs 3.0. Fizzer venait d'être lancée : il fallait faire connaître l'appli synonyme de vacances en famille, selfies au soleil et voyages long courrier.

L'idée était née lors d'un séjour aux sports d'hiver, Vincent et Baptiste rêvant de transformer les photos de leur smartphone en carte postale. Trois ans plus tard, où en sont-ils ? Si l'offre est la même « créer vos cartes postales sur fizzer.fr, nous nous chargeons du reste », la prestation n'a cessé d'évoluer. À partir de la plateforme Web, désormais « on peut mixer jusqu'à 6 photos sur une carte, utiliser des filtres, choisir la couleur de police, de l'enveloppe, etc. », mieux « sur tablette et mobile, on peut dessiner et signer avec ses doigts », ensuite l'équipe assure l'impression, la mise sous enveloppe, l'expédition dans les 24 heures. Ainsi, l'histoire née dans

un appartement parisien est devenue une start-up de bientôt 4 permanents, rapatriée à Dives-sur-Mer (la ville de Vincent et Baptiste) depuis mai 2017. L'actu touche son agrandissement de 100 à 300 m², « avant nous sous-traitions, maintenant nous couvrons les process de A à Z ».

Riche d'une communauté de 20 000 fans sur les réseaux sociaux, Fizzer expédie 3 000 cartes/jour sur tous les continents, elle prévoit 35 000 envois/jour en août 2018 ! Ses abonnés sont européens, francophones, anglo-saxons « 12 % à l'export », qui multiplient les cartes postales touristiques, cartes faire-part, anniversaires, etc. D'où la fierté des créateurs d'avoir mis le digital au service des échanges épistolaires à tous les âges, « tout le monde n'a pas de smartphone, mais chacun possède une boîte aux lettres ». ◀ I.P.

CONTACT
www.fizzer.fr



EFFICACITÉ OU ÉPANOUISSEMENT ? LES DEUX, C'EST MIEUX !



**VENEZ NOUS RENCONTRER SUR
MY SMART FACTORY**

IN NORMANDY
31 MAI & 1^{er} JUIN 2018

BDSA - L'AGENCE - LE HAVRE - CREAT PHOTOS - SC&P - LUVELLA ACTIVOLIS

PARCO-NORMANDIE.FR
02 35 13 36 90

initiatives, **Innovations**, tendances

Mouen

Agriculture partagée

Le co-farming est une tendance forte dans le domaine agricole. Farmex s'inscrit dans cette vague, en mettant en relation entreprises de travaux agricoles (ETA) et agriculteurs.



L'agritech devient une réalité avec les équipes de Farmex.



Solutions CCI +

AIDES

Identifiez les aides et subventions adaptées à votre projet. Votre conseiller CCI vous assiste dans la constitution de votre plan d'affaires et le montage de vos demandes d'aide.

www.normandie.cci.fr

L'AgriTech s'impose comme l'avenir de l'agriculture. Les bonnes idées fleurissent pour que le numérique vienne aider les agriculteurs à résoudre la transformation de leur métier, à sortir des difficultés financières et psychologiques qui les accablent trop souvent.

Avec sa société Farmex et son service LinkinFarm, Bertrand Poirier s'inscrit dans cette mouvance. Il est depuis douze ans à la tête d'Equideclis, agence de communication spécialisée dans la filière équine, leader dans les logiciels de gestion d'élevage. Bertrand Poirier a su démontrer, à un secteur qui n'était pas encore complètement ouvert à ces nouveautés, toute l'importance de prendre en compte les outils numériques. Aujourd'hui, dans l'orbite du pôle Hippolia notamment, la filière ne cesse de se moderniser, et les startups fleurissent autour des écuries et des hippodromes.

Il ne voulait pas en rester là. Avec un ancien condisciple de l'école d'ingénieurs de techniques agricoles de Dijon, Philippe Fournier, il a réfléchi à la question de la prestation de service en agriculture et développé Farmex. « Notre objectif est de permettre aux agriculteurs de mieux vivre leur métier », résume Bertrand Poirier.

La mécanisation des sols, un énorme marché

Au départ, ils ont pensé à l'Afrique, où dans la quasi-totalité des exploitations les tracteurs sont mal utilisés. Parvenir à mieux répartir les machines, et donc à rendre plus productives les fermes, permettrait de réaliser un très important bond en avant sur la question de la malnutrition. Mais le sujet était trop complexe pour l'aborder aussi tôt, même s'ils s'y pencheront de nouveau un jour. « Nous avons choisi de nous concentrer sur la France, autour de la problématique de la mécanisation des sols, qui représente un marché énorme ».

C'est de prestation de service dont il s'agit. LinkinFarm met en relation les agriculteurs et les entreprises de travaux agricoles. Celles-ci sont déjà très actives, mais travaillent essentiellement à proximité, avec un agenda surbooké, et peu de possibilités de communiquer, de prospecter. Les agriculteurs, eux, ont besoin de faire appel aux services des ETA car ils sont très rares à avoir leurs propres gros engins, type moissonneuses-batteuses, qui représentent un investissement très lourd pour un temps d'utilisation réduit.

En fluidifiant et simplifiant la mise en relation via une application, les ETA pourront trouver plus de clients, et les agriculteurs pourront trouver la bonne ressource au bon moment. Car c'est souvent là que le bât blesse, remarque Bertrand Poirier, pointant ces 2 000 hectares de lin qui n'ont pu être ramassés en raison de la non-disposition de matériel. « Tout le monde veut les machines en même temps. Avec une meilleure répartition des offres, dans des zones géographiques plus éloignées, on peut éviter cet embouteillage ».

17 recrutements prévus

L'appli prévoit de développer l'analyse de ces données météo ou du profil des sols. Elle dispose d'un tableau de bord pour la programmation des chantiers, elle permet de guider les conducteurs jusqu'aux bonnes parcelles (il peut y avoir des confusions), elle sécurise les règlements. Un système de notation identifie les meilleurs prestataires. Un travail de fond a été engagé avec le syndicat des ETA, pour que chacun puisse y trouver son compte.

LinkinFarm vient d'être lancé, et déjà des améliorations sont à venir rapidement ; 17 recrutements sont prévus dans les trois prochaines années.

« Il est indispensable d'avoir du monde sur le terrain pour expliquer l'outil, mais aussi

pour bien cerner les problématiques », explique Bertrand Poirier. La Normandie est la région test, idéale en termes de diversités de schémas culturels, avant une extension en France, puis au bout de trois ans, une fois la visibilité et la rentabilité du modèle établies, à l'international, d'abord en Europe, où les problématiques sont plus ou moins identiques, puis vers des pays émergents, en Afrique, en Inde, confirmant ainsi sa volonté de toujours joindre au business une importante part de valeurs humaines, d'aide et de soutien au développement. ◀

CONTACT

www.linkin.farm

À savoir

Levée de fonds

Pour lancer LinkinFarm, les associés se sont d'abord tournés vers leurs proches pour un premier apport. Puis il lui est apparu qu'une levée de fonds était absolument incontournable. Il s'est alors dirigé vers la CCI Caen Normandie et sa prestation Capital+ pour y parvenir. « Ils nous ont offert un accompagnement complet. Ils nous ont challengés sur le pitch, nous ont conduits à le modifier et à l'adapter en fonction de nos cibles. Ils nous ont permis d'entrer en contact avec les bons interlocuteurs. Ils nous ont aidés à construire les dossiers », résume Bertrand Poirier. L'exercice vient de se terminer positivement, avec des montants très importants pour du pur amorçage. Le goût de la levée de fonds est venu aux associés qui en prévoient une autre pour le développement international de leur produit.

CONTACT

www.caen.cci.fr



« PERMETTRE AUX AGRICULTEURS DE MIEUX VIVRE LEUR MÉTIER »

Évreux

Maîtriser la transformation

Premier locataire de la pépinière Smart'Up, Infoprogis accompagne la transition numérique des entreprises.

S'il est acquis que les entreprises ne peuvent pas faire autrement que de prendre à bras-le-corps la transformation numérique, et si hélas les TPE-PME françaises sont parfois beaucoup trop frileuses dans ce domaine, il est tout aussi certain que cette évolution doit se faire dans des cadres précis, avec des compétences et des soutiens de qualité. Et faire appel à des spécialistes peut s'avérer extrêmement productif. C'est sur ce créneau que se place Stéphane Roques et sa start-up Infoprogis. « J'accompagne les entreprises au niveau de la gestion de projet informatique. C'est de l'assistance à maître d'ouvrage (rédiger un cahier des charges, analyser les risques, gérer le changement) et pour la maîtrise d'œuvre (réalisation du projet, qu'il s'agisse d'un simple site internet ou d'un projet complexe de e-commerce) ». Dans ces tâches variées, une des spécificités d'Infoprogis est d'être en mesure de proposer des logiciels sur mesure, répondant parfaitement aux particularités et aux besoins des entreprises. Au cœur de cette transformation numérique, la sécurité est primordiale. C'est une question sur laquelle travaille Stéphane Roques depuis bien longtemps, et il peut pointer le « maillon faible », l'utilisateur final : « Je monte des formations pour sensibiliser à ces questions et montrer les bonnes pratiques », explique-t-il.

Civil et militaire

Et il sait de quoi il parle quand il évoque la formation, lui qui est retourné sur les bancs de l'université après le début de sa vie professionnelle, pour suivre pendant cinq ans des cours du soir en informa-



L'informatique n'a pas de secrets pour Stéphane Roques.

tique. Il s'en est suivi une expérience de 18 ans en développement informatique « dans des SSII de taille humaine », et puis un jour, l'envie de se mettre à son propre compte. Pour sauter le pas, il s'est tourné vers la CCI, et il ne l'a jamais regretté : « Le soutien a été important, tant au démarrage que sur la durée. Je ne suis pas né entrepreneur, pouvoir être épaulé est essentiel. On m'a présenté le projet de pépinière Smart'Up, je n'ai pas réfléchi longtemps avant d'accepter ». Et c'est ainsi qu'Infoprogis est devenu le premier pensionnaire de ce programme très original, porté par Évreux Portes de Normandie, la CCI et la Base Aérienne 105. Il a fallu trouver ses marques, civil au milieu des militaires, pionniers d'un projet qui se construisait, mais au fil du temps les échanges et les collaborations se sont faits de plus en plus efficaces. « Je suis situé au sein du SIC, le système d'information et de communication, c'est un privilège, c'est vraiment l'endroit où il faut être ». Stéphane

Roques a proposé ses services et créé un système de gestion des badges pour les visiteurs, appelé à connaître d'autres développements. Selon le sain principe de fertilisation croisée propre à Smart'Up, Infoprogis s'est rapproché de Watz, hébergé aussi au sein de la pépinière, pour créer des modules de détection des plaques d'immatriculation. Avec d'autres clients, un carnet d'adresses qui se renforce au fil du temps, une activité qui monte en puissance, Stéphane Roques peut commencer à penser au recrutement, et à se positionner sur des dossiers majeurs comme la RGPD. ◀

Solutions CCI +

CRASH TEST

Une mise en situation concrète où vous présentez vos projets à un comité composé d'experts et d'entrepreneurs expérimentés : peaufinez votre art de la présentation et recueillez les avis éclairés de professionnels.

www.normandie.cci.fr

© Frédéric Girmaud

CONTACTS

morgane.legoff@normandie.cci.fr

www.infoprogis.com





Normandie

Au nom de la Paix

La Normandie sera au centre des réflexions sur la Paix dans le monde les 7 et 8 juin prochains.

On ne parle jamais assez de Paix. Et la Normandie est la terre idoine pour porter ce message. Elle affirme encore plus ce rôle aux yeux du monde en accueillant à l'abbaye aux Dames de Caen, les 7 et 8 juin, le premier « Forum Mondial Normandie pour la Paix ». Parler de paix en Normandie, c'est une évidence. Une évidence parce que notre identité est directement liée à ces valeurs de paix et de liberté qui nous guident depuis le Débarquement. Une évidence parce que, 74 ans après, le Débarquement reste profondément ancré dans l'esprit des Normands et des citoyens du monde entier. Chaque année, des millions de touristes du monde entier visitent la Normandie pour honorer la mémoire et le sacrifice ultime payé par ses libérateurs pour faire vivre les valeurs de paix et de liberté », résume **le président du Conseil régional, Hervé Morin**. « La Normandie porte collectivement une ambition pour la paix. Dans le sillon de cet engagement historique permanent, nous proposons ce nouveau rendez-vous mondial et annuel ».

« Mondialiser la Paix. Nouvelles Guerres, Nouvelles Paix », tel est le thème retenu pour les débats qui rassembleront des dirigeants, diplomates, intellectuels, chercheurs, scientifiques, philosophes, experts en géopolitique, figures de la société civile et de l'engagement citoyen venus du monde entier. Quatre conférences seront organisées, avec des ateliers géographiques sur la situation en République démocratique du



Congo, en Libye, en Afghanistan, ou dans les Balkans, et des ateliers thématiques sur la dissuasion nucléaire, le journalisme de guerre, les enfants soldats ou encore les nouvelles armes ou menaces...

Une ambition collective

Adossé aux commémorations du Débarquement, le forum constitue, selon **Hervé Morin**, « un lieu de réflexion et d'échanges autour des tensions dans le monde et de la construction de la paix ». Un concert exceptionnel sera donné à Omaha Beach le 8 juin à 20h30, appuyant ainsi la candidature des plages du Débarquement au classement du patrimoine mondial de l'UNESCO. Le « Village pour la Paix », installé dans le parc de l'Abbaye, pour s'informer sur l'actualité des acteurs qui agissent pour la Paix dans le monde, avec des expositions, une librairie, des stands pour accueillir les projets labellisés « Normandie pour la Paix » et de nombreux événements comme un Hackathon pour la Paix, la conférence territoriale des plages du Débarquement, le rendu des travaux de 900 jeunes normands ayant participé au programme européen d'éducation aux Droits de l'Homme, le forum euro-tunisien du Parlement européen des Jeunes...

Ce forum permettra de développer un laboratoire de réflexion sur la constitution d'une

paix durable, de consolider et perpétuer l'héritage de la Normandie associée aux valeurs de la Liberté, de la Paix et des Droits de l'Homme, de valoriser le partenariat entre la Région et le Parlement européen sur la création d'un « indice de Normandie » qui mesurera l'état de la paix dans le monde.

« La situation internationale actuelle n'avait jamais été aussi tendue depuis la fin de la seconde guerre mondiale.

Les conflits éclatent aux quatre coins du globe. La page de la crise économique, dont les conséquences sont diverses et nombreuses, n'est pas définitivement tournée. Enfin, les effets du changement climatique commencent à bouleverser l'équilibre mondial. Face à tous ses sujets, personne ne peut rester les bras croisés et encore moins la Normandie qui a payé le prix fort lors du dernier conflit armé mondial. Rester les bras croisés, ne pas parler de ces sujets, ne pas chercher des réponses à toutes ces problématiques, ce serait accepter l'idée que nous sommes impuissants. Ce n'est pas l'âme de la Normandie, cette Région conquérante que chacun connaît ! », conclut **Hervé Morin**. ◀

LE PROGRAMME DES CONFÉRENCES

- Conflits, violences et tensions contemporaines : l'état de la conflictualité dans le monde
- Terrorisme et nouvelles violences : comment faire face ?
- Les frontières de la Paix : quels facteurs déstabilisent les sociétés contemporaines ?
- Définir une nouvelle Paix.

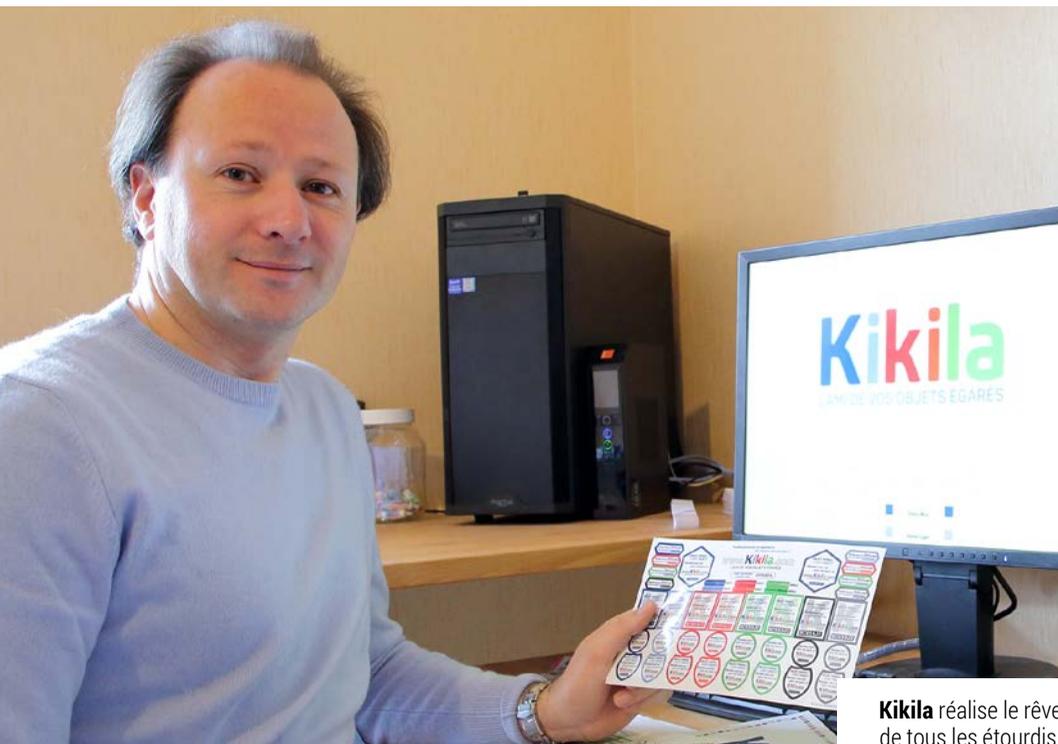
CONTACT

[www.normandie.fr/
forum-mondial-normandie-pour-la-paix](http://www.normandie.fr/forum-mondial-normandie-pour-la-paix)

Vitrai-sous-l'Aigle

Le portail anti-oubli

Plateforme collaborative, kikila.com aide à retrouver les objets égarés.



© Christophe Aubert

UNE INCONNUE LAISSE SON ORDINATEUR SUR UN BANC, JE LE RÉCUPÈRE, COMMENT LA PRÉVENIR?

Kikila réalise le rêve de tous les étourdis.

L est si facile de les oublier sur un comptoir, dans les taxis, les trains et les aéroports ou les perdre sur la voie publique.

Pour ceux qui ont déjà égaré l'objet indispensable – son smartphone, ses clés, son passeport, ses lunettes, son parapluie ou pire, un doudou d'enfant – kikila.com est la solution.

Start-up montée par Roberto Minini et Serge Bouteiller, elle offre un moyen anonyme et « simplement efficace » d'identifier ses biens personnels grâce à des stickers adhésifs porteurs d'un code unique. En cas de perte, celui qui trouve l'objet marqué n'a qu'à suivre le mode d'emploi : « Rendez-moi sur kikila.com ». Un clic suffit, à peine aura-t-il tapé le code indiqué, le propriétaire sera alerté par SMS et par mail.

S'inspirant d'un épisode vécu par Serge, « une inconnue laisse son ordinateur sur

un banc, je le récupère, comment la prévenir ? », kikila.com a été développée par Roberto, passionné de codage informatique. Deux formules d'abonnements sont proposées, il n'y a qu'à s'inscrire pour recevoir son pack de stickers, coller puis activer ses codes. Et comme ils ont voulu perfectionner la prestation dans le détail, les étiquettes Kikila sont autocollantes, transparentes ou thermocollantes. Elles résistent aux abrasifs, aux lavages, au soleil, disponibles en 6 formats, multicolores, multilingues. Chacune renvoie à la plateforme et « pour 50 centimes d'euro/mois, on est protégé pour un an ».

Stickers adhésifs

Lancée au printemps 2017, la jeune pousse a son siège à Nanterre, mais son activité

est à Vitrai-sous-l'Aigle, au premier étage de la mairie. C'est là que Roberto Minini a installé l'atelier de production, imprimant ses planches d'étiquettes au fil des commandes. Sa cible était les particuliers et kikila.com a fait le tour des médias : presse, radios, TV ont parlé d'elle.

Aujourd'hui, les créateurs ont d'autres projets en se tournant vers les professionnels, « étiqueter les outils des artisans, les objets nomades des entreprises ». Ils envisagent aussi des prestations en co-branding, « des kits à distribuer dans les festivals » ou « un marquage Kikila directement chez les fabricants ». Dans cette logique, un commercial motivé et créatif est recherché. ◀ I.P.

CONTACT

www.kikila.com



Caen

Dormir, disent-ils

Dans un monde toujours plus mobile et rapide avec Sombox, le repos devient un atout différenciant.

C'est un accident de la route, dû à la somnolence, qui a donné le déclic à Yann Buet : prenant brutalement conscience de l'importance de savoir se reposer quand le corps n'en peut plus, il décide avec Harold Pétiard, designer, de lancer le projet Sombox, une solution pour un repos confortable et sécurisé.

Le concept est devenu réalité. La Sombox est une cabine pratique, cosy, connectée, qui offre 30 minutes de quiétude et de

calme, dans un espace de 3 m² qui paraît bien plus vaste tant il est intelligemment aménagé. Ambiances lumineuses et sonores, aromathérapie, simulateur d'aube et de crépuscule, literie et matériau, tout est conçu pour « optimiser le repos sur une courte période ».

Conception sensorielle

Plusieurs fées se sont penchées sur le berceau de la Sombox : Peugeot Design Lab, pour la conception « sensorielle » et l'ergonomie générale de la cabine. Vinci, qui a accompagné financièrement le projet et a accueilli sur l'aire d'autoroute du Mans Sud la première implantation. Et le laboratoire

COMETE de l'université de Caen, dont le directeur Damien Davenne a étudié scientifiquement l'utilité du dispositif.

S'ajoutent les soutiens de la Région, de Caen la Mer (qui va poser une Sombox dans un incubateur de startups) et de nombreux partenaires privés. Une deuxième levée de fonds, à la fin de l'année, de l'ordre de 500 000 €, complètera la première réalisée en juillet 2015, pour accompagner le déploiement dans les réseaux routiers mais aussi les aéroports, et à terme les entreprises, les hôpitaux... Les bienfaits de la sieste peuvent partout s'exprimer. ◀

À savoir

Selon une étude de la NASA, 20 minutes de sieste augmenteraient de 35 % la productivité et la créativité.

CONTACT

www.sombox.fr

Le Journal des Entreprises

L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE EN RÉGIONS

Commandez votre magazine en ligne

Retrouvez les 14 éditions du magazine du Journal des Entreprises, les anciens numéros et les hors-séries thématiques sur

<https://abonnement.lejournaldesentreprises.com/boutique>



Contactez-nous

Agence Journal des Entreprises
de Normandie
02 35 64 02 67

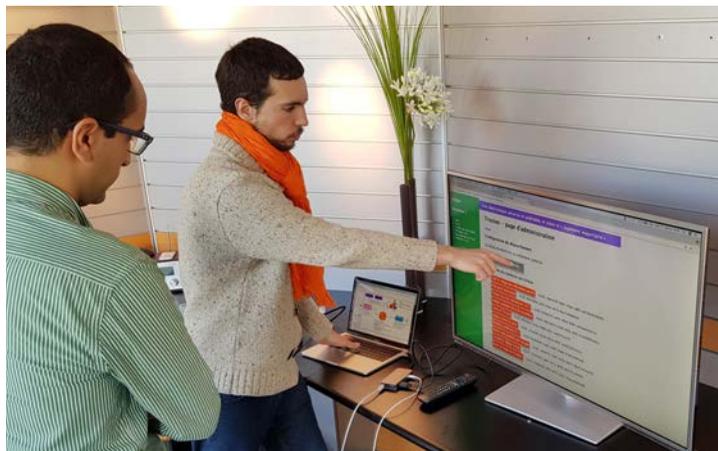
Service abonnement

pour les commandes de magazine et offres d'abonnement

0 810 500 301 Service 0,60 € / appel
+ prix appel

du lundi au vendredi de 9 h 30 à 12 h et 14 h à 18 h.

initiatives, **Innovations**, tendances



Caen

Les dessous d'Orange



Comment penser la révolution numérique ? Des réponses sont fournies dans les laboratoires de recherche de l'Orange Lab.



Ici, on cherche et on trouve. À l'Orange Lab de Caen, ses 250 salariés, chercheurs, ingénieurs, développeurs, dessinent les innovations digitales et technologiques de demain. « Nous sommes inventifs dans la façon dont nous pratiquons notre métier d'opérateur », décrit Emmanuel Rochas, délégué régional d'Orange, en évoquant toutes les actions déjà réalisées, la création du NFC, l'implication dans des structures comme le pôle TES ou la Normandy French Tech, le lancement d'Orange Money, solution de paiement dématérialisée qui compte 33 millions d'utilisateurs en Afrique ou d'Orange Cash, qui concerne déjà 500 000 Français. Des exemples qui démontrent que ce qui prime, c'est l'usage. L'Orange Lab, ce n'est pas de la science-fiction, on n'y réinvente pas la pierre philosophale. « On ne fait pas de magie », sourit le directeur national des Orange

Labs, Nicolas Demassieux. « Notre objectif est d'engager la conversation avec la société, de prendre les bonnes directions, d'avoir les bonnes perspectives quant au développement des nouvelles technologies ».

Vers la maison connectée

C'est autour de trois thèmes principaux qu'Orange développe sa recherche : le web des objets, la maison sensible (expression préférée à celle de maison intelligente) et la connectivité ambiante. Dans ce dernier cas, c'est la 5G qui va s'imposer pour offrir un ultra haut débit, plus puissant, plus fiable et plus performant énergétiquement. « Nous y travaillons depuis six ans, et on va commencer à la déployer à partir de 2020, autour de réseaux vraiment intelligents, équipés de logiciels permettant de s'adapter aux demandes et aux besoins, capables de se reconfigurer en temps réel », commente Nicolas Demassieux.

La maison « sensible » c'est un environnement présenté comme empathique, qui simplifie la vie, fait gagner du temps,

donne de l'autonomie aux personnes dépendantes. Aux commandes, se trouve un assistant intelligent qui ne se contente pas de répondre aux questions, mais prend des initiatives, est pertinent par rapport aux besoins, tout en protégeant les données. Orange teste ces fonctionnalités avec les utilisateurs, certains dénonçant dans ces technologies une inqualifiable intrusion dans la vie privée, d'autres se les appropriant avec le plus grand naturel, d'autres encore y voyant un lien de sociabilité, une façon de rompre l'isolement. Identifier le subtil équilibre est un art complexe, qui concerne l'intégralité de la notion de web des objets, cette immense connectivité planétaire qui fascine autant qu'elle inquiète.

« Prioriser les mails »

Au fil des démonstrateurs de l'Orange Lab, on découvre jusqu'où peut se nichier l'intelligence artificielle, quand elle est domptée. Elle peut devenir un facilitateur, par exemple dans la gestion des mails. Orange a déployé un système qui traite, catégorise et notifie

UNE NOUVELLE FAÇON
DE COLLABORER ENTRE
L'HOMME ET LA MACHINE.



Orange multiplie les démonstrations et les tests autour de ses innovations.

les mails selon leur importance, à partir des habitudes et des priorités qui ont été décelées chez les utilisateurs. Cela permet de prioriser les courriels essentiels sans être pollué par ceux qui sont secondaires et qui constituent au moins 50 % des envois, perturbant le quotidien et la concentration. Le modèle évolue, il apprend selon des actions de l'utilisateur, qui lui-même garde toujours le contrôle sur cette hiérarchisation : « C'est notre posture sur l'IA : elle doit être humble, interroger l'utilisateur, ne pas s'imposer. C'est une nouvelle façon de collaborer entre l'homme et la machine », explique Nicolas Demassieux. Évidemment, la cybersécurité fait partie des préoccupations de l'Orange Lab, animé de la volonté d'avoir un ou deux temps d'avance. Pour contrer les logiciels espions, les pirates de données, Orange cherche à leur compliquer la tâche et a choisi pour cela de miser sur les spécificités de la vision humaine, au travers d'un signal de cryptographie visuelle. On retrouve là les

anciennes techniques de stéganographie, de dissimulation par d'autres objets, mais adaptées à l'ère numérique. Et si une réponse est trouvée, Orange est déjà sur de nouvelles parades, autour de la persistance rétinienne, les perceptions qui s'enregistrent au niveau du cortex. « Nous cherchons à amener le niveau de défense à un degré où il ne devient plus rentable, trop coûteux de chercher à l'attaquer », résume Nicolas Demassieux.

C'est un futur certes digital qui se conçoit, mais qui n'oublie jamais d'y adjoindre l'aspect humain. Ce n'est pas le temps des machines omnipotentes, mais d'une amélioration de la vie quotidienne par la maîtrise de l'innovation. Dans le maelström numérique, l'Orange Lab fait le choix de penser à l'éthique et au social. C'est un demain rassurant qui s'écrit alors. ◀

CONTACTS

www.orange.com

<https://recherche.orange.com>

LA SALERS EN FOLIE
Authentique & Décalé

La Salers En Folie est déconseillée pour les événements sérieux & tristes

09 72 58 29 15
lasalersenfolie.fr

ÉVÉNEMENTIEL MICE MARIAGE

TRAITEUR – RÉCEPTIONS
ROUEN - PARIS - LE HAVRE - AMIENS

Avec vous, nous créons l'événement.



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

Bonnaire
TRAITEUR

Longny-au-Perche

Regards vers le futur

La révolution industrielle 4.0 doit s'accélérer, et plusieurs entreprises l'ont bien compris.

Et si l'industrie du futur était plus une révolution culturelle qu'une révolution technologique ? C'est la conclusion qui ressort d'un groupe Plato, organisé par la CCI Portes de Normandie, dans les locaux de Matfer Bourgeat.

Un site qui n'a pas été choisi au hasard, tant cette entreprise, leader mondial pour les petits équipements de cuisine, a pris à bras-le-corps la question de l'évolution de ses métiers, déclinant toutes les innovations indispensables pour continuer à être performant. Innovations managériales et d'organisation, bien sûr, mais aussi commerciales et marketing : « Il faut plus d'émotionnel, se baser sur le goût, l'appétit », résume Luc Van Ryssel, le directeur général. Innovation digitale, évidemment, car

il est impossible de ne pas accompagner le mouvement. « Les newsletters et les campagnes de e-mailing sont dépassées. Il faut être présent sur les blogs, les nôtres et ceux des chefs qui utilisent nos produits. Quand un pâtissier américain réalise une vidéo qui cumule 250 millions de vues, avec nos produits, c'est un plus énorme ».

Innovation technologique, enfin, mais pas sans une réflexion approfondie. « Nous avons créé, il y a quelque temps un produit très novateur, un lave-mains qui a été primé à des concours ». On n'en a jamais vendu, car son positionnement n'était pas le bon », explique Luc Van Ryssel. « On ne se refuse pas à aller chercher des technologies très éloignées de nos origines, mais il faut qu'elles soient adaptées au marché,

aux besoins des clients ». Au total, il est question de « se différencier en consolidant les expertises, en réveillant les talents, en organisant l'agilité ». C'est une excellence collective qui se met en œuvre, un « cheminement qu'il faut engager ».

Un pilotage pointu

L'industrie française est-elle organisée pour le faire ? Il faut se tourner vers l'Allemagne, pionnière en 4.0, pour voir qu'un certain retard est en train de se creuser. « L'industrie 4.0 pour les Allemands, c'est une autre manière de produire, d'organiser de nouveaux flux pour créer des biens personnalisés en temps réel, et au même coût que la production de masse », résumait Dorothee Kohler et Jean-Daniel Weisz, du cabinet de conseil Kohler Consulting.

On y parle beaucoup de « série de taille 1 », contre-pied total du fordisme, ce qui nécessite de « passer d'une approche process à une approche client » et de penser en termes de cyber-physique, cette « méta banque technologique capable d'autoréguler l'usine autour d'un pilotage pointu pour répondre à des demandes précises », dans lequel la chaîne de production est conçue de manière éclatée. Les modèles d'affaires sont remis en cause, avec un appel plus grand à l'intelligence individuelle et collective : « Les alliances, les plateformes jouent un rôle essentiel. Il faut savoir interagir, contractualiser, promouvoir le leadership collectif ». ◀

« SE DIFFÉRENCIER EN CONSOLIDANT LES EXPERTISES »



Solutions CCI +

CCI LINKHUB

Ouvrir les entreprises de Normandie aux startups en mettant à leur disposition au sein même de leur structure des espaces de travail, des bureaux et des ateliers, créant une synergie de proximité et une fertilisation croisée des compétences.

www.ccilinkhub.com

CONTACTS

olivier.bellet@normandie.cci.fr
www.matferbourgeat.com





Vous allez y prendre goût !

FORMATION INITIALE

Programme Grande École

Diplôme Visé Bac+5 - Grade de Master

17 spécialisations en M2

Alternance possible en M1 et/ou M2

POST BAC POST PRÉPA POST BAC+2 POST BAC+3/4

Bachelor Management International

Diplôme visé Bac+3

4 spécialisations en dernière année

Alternance possible en 2ème et/ou 3ème année

POST BAC POST BAC+2

FORMATION CONTINUE

Formations Pass'

en présentiel sur Le Havre ou Caen

(10 jours / 4 mois) E-learning - VAE

Compatibles avec une activité professionnelle,

Éligibles au CPF (Compte Personnel de Formation)

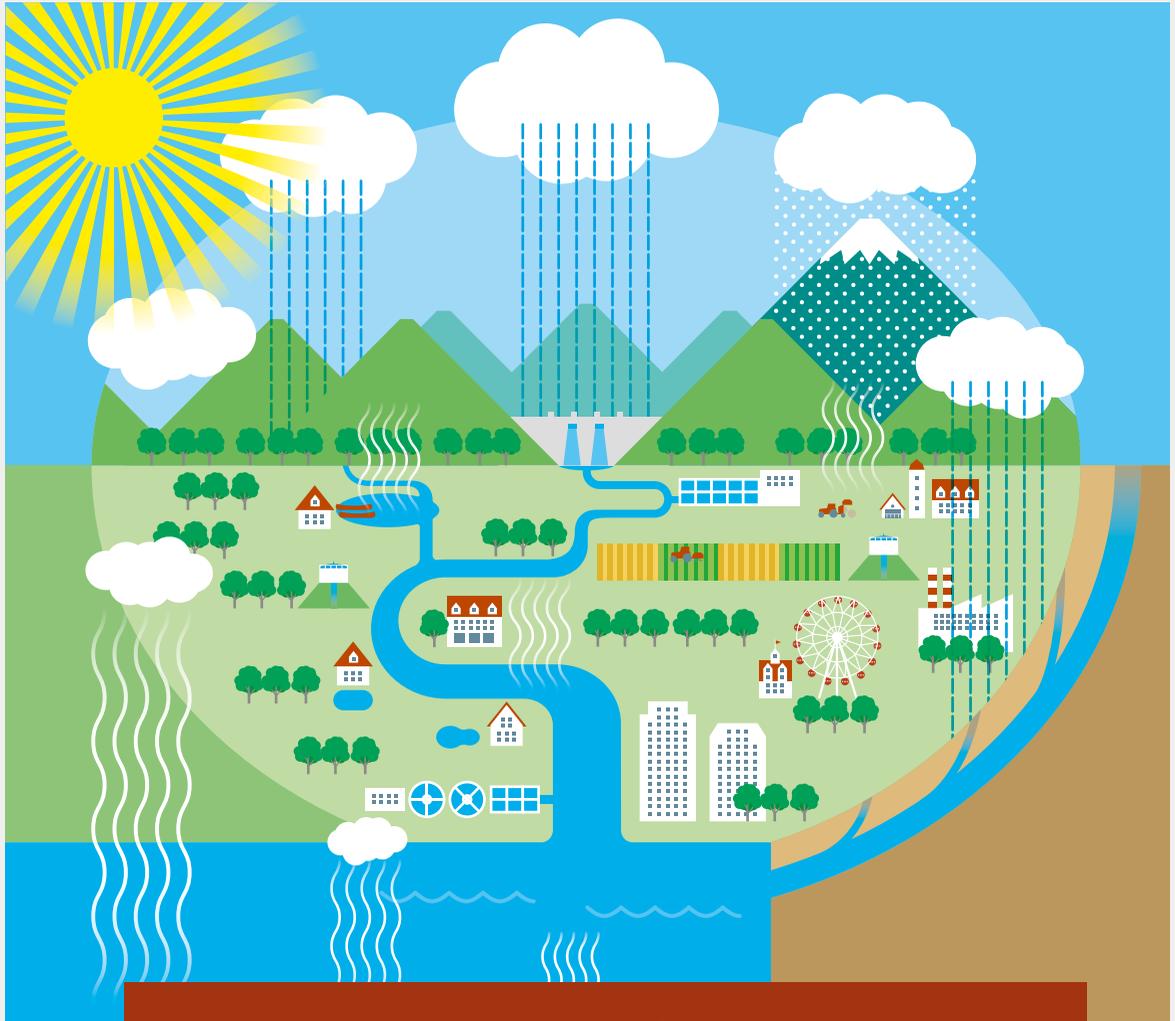
Responsable management
opérationnel et stratégique

Diplôme Visé Bac+5 - Grade de Master

(Présentiel ou 100% e-learning)

en échos

Luc Lemonnier, Maire du Havre, Président de la Communauté de l'agglomération havraise,
Président du Pôle métropolitain de l'estuaire.



« Les estuaires sont
des portes stratégiques »

Repères

160 En kilomètres, la longueur de l'estuaire de la Seine de l'embouchure du Havre jusqu'au barrage de Poses.

Du 13 au 15 juin à Deauville et au Havre, se tiendra la troisième édition du Global Estuaries Forum, avec comme titre « Building smart, sustainable and safe estuaries » (construire des estuaires intelligents, durables et sûrs).

La prise de conscience du rôle clé des estuaires dans le développement économique et écologique est de plus en plus réelle. La Seine donne l'exemple, dans la construction d'un écosystème qui n'est plus entre deux rives.

> Interview

Pourquoi s'intéresser aux estuaires ?

Luc Lemonnier : L'estuaire est un lieu essentiel, au croisement d'un triple enjeu, celui du littoral, du fleuve, de la terre, avec en élément prioritaire les êtres humains qui y vivent, qui y travaillent, qui y habitent. Partout dans le monde, les estuaires sont des portes stratégiques sur lesquelles se construisent les métropoles, ils constituent un atout incontournable pour la croissance économique, sont au cœur des questions du développement durable. Quand le changement climatique impacte la montée des océans et des mers, la température de l'eau et, de façon générale, le grand cycle de l'eau, avec en toile de fond les problématiques des migrations géographiques, les estuaires sont les plus concernés.

Quels sont les centres d'intérêt du forum ?

Luc Lemonnier : Le Global Estuaries Forum aborde tous les sujets, avec les analyses des scientifiques, le regard des économistes, les points de vue des politiques. On parle de mobilité, d'énergie, d'infrastructures, de patrimoine culturel et naturel, de gouvernance, de territoire... Ce sont des questions essentielles.

Les problématiques entre les différents estuaires sont-elles comparables ?

Luc Lemonnier : Le forum permet de s'informer des pratiques de gestion des estuaires dans le monde entier. Nous avons pu ainsi comprendre l'exemple du Saint-Laurent, qui couvre 12 juridictions (2 pays, 8 états, 2 provinces), ce qui néces-



© Erik Levilly

Luc Lemonnier,
Maire du Havre,
Président de la
Communauté
de l'agglomération
havraise,
Président du Pôle
métropolitain
de l'estuaire.

site une coordination complexe en termes d'harmonisation des réglementations, et qui recouvre des enjeux majeurs sur la qualité de l'eau, celle des Grands Lacs qui constituent 20 % de la réserve d'eau douce mondiale. Nous avons étudié le fonctionnement du « partenariat pour l'estuaire de la Tamise », et le projet Thames Vision, un plan de vingt ans autour du fleuve, de l'urbanisation et de l'eau. En France, il y a des comparaisons très intéressantes à faire entre les trois estuaires de la façade atlantique : Le Havre, directement en bord de mer, Nantes, avec Saint-Nazaire en avant-port, Bordeaux, en fond d'estuaire.

La Normandie était-elle légitime pour porter ce projet estuarien ?

Luc Lemonnier : La Normandie est on ne peut plus légitime ! Nous étions une région écartée entre deux rives, nous montrons désormais que l'estuaire de la Seine nous réunit plutôt qu'il nous sépare, que l'axe Seine est un enjeu déterminant de développement national, une colonne vertébrale. Le travail accompli par les CCI sur ce projet est essentiel. Nous voulons prouver aux Normands qu'ils vivent dans un territoire avec un potentiel formidable, et qu'on vient de très loin pour en parler ou pour travailler avec nous.

Les estuaires offrent de nombreux atouts touristiques naturels, en s'appuyant sur le patrimoine naturel, la biodiversité exceptionnelle et une vraie richesse historique et culturelle. Nous n'oublions pas le tourisme industriel ainsi que le tourisme fluvial et maritime, qui devient un élément moteur d'attractivité et de développement. Quand un gros paquebot accoste dans un port, c'est une petite ville qui vient booster l'économie locale et c'est un lieu de visite pour les habitants et les entreprises. Tout est lié. ◀

CONTACT

<https://www.globalestuariesforum.com/>

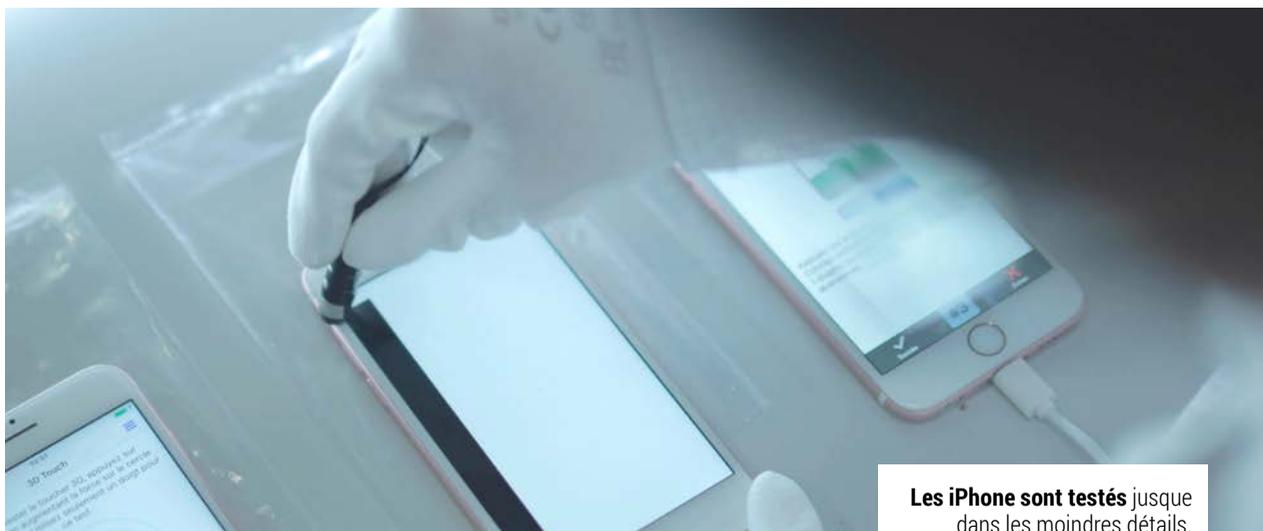
80 000 **km²** la superficie du bassin-versant de l'estuaire de la Seine.

18 % De l'emploi normand est concentré autour de l'estuaire de la Seine.

Poilly

Seconde vie

En reconstruisant des Smartphone Apple avant de les remettre sur le marché, Remade se positionne sur un secteur économique aux perspectives gigantesques.



Les iPhone sont testés jusque dans les moindres détails.

C'est un marché qui n'en est qu'à ses débuts, mais dont les chiffres impressionnent déjà. Celui des smartphones d'occasion, dont les spécialistes annoncent des taux de croissance de l'ordre de 50 % par an. En France, deux millions de téléphones reconditionnés ont été vendus en 2016, soit 10 % du parc national, souvent par des jeunes motivés par la possibilité de mettre la main sur des modèles haut de gamme à un prix plus abordable. À l'heure de l'économie circulaire, du recyclage, de la préservation des ressources, la reconstruction est on ne peut plus dans l'air du temps.

L'intuition géniale de Matthieu Millet de se positionner sur ce créneau, quand il a lancé Remade voilà quatre ans, porte ses fruits. Il n'a pas forcément choisi le chemin le plus facile, animé de la volonté de « reproduire un produit conforme aux attentes du consommateur, techniquement et esthétiquement, en le remettant sur le marché sous notre propre marque ». Il s'est doté des moyens techniques et humains pour effectuer cette

tâche en France, alors que les Chinois avaient pris la main. Il a privilégié la marque Apple, la plus appropriée pour assurer la viabilité de l'entreprise.

Ouvrir l'univers de la marque

Quand un mobile arrive dans l'usine, s'il est en parfait état, ses données sont effacées, on vérifie sa provenance, il est nettoyé, les batteries sont changées, et après emballage, il repart dans le circuit commercial. Ceux sur qui des problèmes sont constatés sont entièrement démontés et subissent une quarantaine de tests, qui peuvent durer jusqu'à cinq jours, sur l'ensemble de ses composants avant reconstruction. Des processus très techniques ont été développés par les équipes de R&D de Remade pour apporter les bonnes solutions, qu'il s'agisse du traitement de l'aluminium, des écrans, de la coque ou des batteries. Et comme ce sont des métiers qui ne s'apprennent pas dans les écoles, Remade a lancé sa propre structure de formation, la « Remade Academy »,

entre formation pratique (deux lignes sont dédiées à cet apprentissage) et théorique, pendant quatre semaines, avec ensuite un suivi par un tuteur. 170 personnes ont été ainsi formées l'an dernier.

Les relations avec Apple sont assez informelles. « Nous échangeons avec eux, ils inspectent de temps en temps nos produits, cela se passe bien », explique Stéphane Mermillod, directeur commercial. Un iPhone reconditionné par Remade offrant la même expérience qu'un téléphone neuf, le produit n'est pas dénaturé, et la marque à la pomme y trouve son compte : elle dispose ainsi d'une entrée de gamme, lui permettant de toucher de nouveaux clients, de faire tourner son Apple Store, de leur ouvrir l'univers de la marque. Tout le monde est gagnant. D'autant plus que la politique commerciale d'Apple est très exigeante, leurs smartphones ont une valeur résiduelle élevée, d'une décote moindre, ce qui encourage ses possesseurs à l'acte de revente.



Matthieu Millet a eu une intuition de génie, qu'il a transformée en process industriel innovant.



Remade a su se faire connaître et reconnaître dans la distribution traditionnelle (le Web n'a pas son terrain de chasse, le jeu est trop souvent faussé) avec une présence dans la quasi-totalité des grandes marques, qui apprécient la qualité et les volumes constants. Il a fallu aussi gagner la confiance des chefs de rayon, leur démontrer que les taux de retour sont relativement faibles, que le modèle économique est pertinent. La prochaine étape est de tourner sa

communication vers le grand public, pour remporter la bataille de la notoriété.

Les ambitions sont immenses, car les perspectives le sont. Le marché du téléphone reconditionné a le potentiel pour devenir le 3^e acteur de la téléphonie mobile. Et Remade peut légitimement revendiquer cette place. Pour cela, il faut continuer à accélérer, en conservant la parfaite alchimie entre le mode startup pour l'agilité, la vitesse, la réactivité, et le poids d'un industriel majeur. Une levée de fonds et de la croissance externe ont contribué à consolider le groupe.

La bataille de la notoriété

C'est dans le mode de fonctionnement de Remade de ne pas se reposer sur ses lauriers. Après des débuts en fanfare, qui l'ont conduit à produire 650 000 terminaux en 2016, le choix a été fait de repenser et renforcer les process industriels, d'écartier certains appareils de la gamme Apple, pour rester en cohérence avec le principe de « sortir un produit qui n'existe nulle part ailleurs dans le monde ». Le site est désormais calibré pour traiter de 5 à 6 000 téléphones par jour. « Mais on ne s'arrête pas là. On veut accroître la production », reconnaît Stéphane Mermillod.

Accélérer, c'est construire d'ici 2021, à Tirepiéde, dans l'écoparc en bord de l'autoroute A84, un campus innovant et éco-responsable. Les premières images font immédiatement jaillir à l'esprit les sites des GAFA, avec des vastes espaces verts, des bâtiments modernes, des services pour les salariés, un site totalement innovant et unique dans la région. Accélérer, c'est aussi aller à l'international. Une première opportunité a été saisie au Maroc, par le biais d'un distributeur, offrant à terme l'occasion de se lancer vers le marché africain, où les produits Apple sont très en demande. L'Europe est également dans la ligne de mire de Remade, avec l'Espagne et l'Allemagne comme priorités. « Nous sommes allés au Mobile World Congress de Barcelone, nous avons rencontré un vif succès. Beaucoup de distributeurs sont à la recherche de la qualité et de la fiabilité des reconditionnements que nous proposons », remarque Stéphane Mermillod. « Nous allons avancer pas à pas, avec la volonté d'avoir des implantations pérennes dans les différents pays, donc avec un SAV et une hotline ». ◀

CONTACT
www.remade.com



Le nucléaire est l'un des sujets dans lequel CCI Business joue un rôle essentiel pour la mise en relation donneurs d'ordres / sous-traitants.

Normandie

De l'énergie à revendre

EDF et CCI renforcent leur coopération afin d'ouvrir l'accès aux grands chantiers du groupe aux PME/PMI territoriales.

Ce n'est pas un hasard si c'est au MIDEST, le salon de la sous-traitance, qu'EDF et CCI France ont signé un « accord-cadre », visant à renforcer les coopérations entre les deux acteurs et développer la plateforme CCI Business afin de faciliter l'accès des TPE/PME/PMI du territoire aux chantiers industriels d'EDF. D'autres enjeux figurent dans le texte, comme la mise en place de nouveaux outils tels que des diagnostics territoriaux, des cartographies d'entreprises et de compétences, l'adaptation des besoins de formation et l'organisation de forums industriels.

Comme le remarque **le président de CCI France, Pierre Goguét**, il s'agit de concrétiser « une culture commune, un dialogue de longue date ».

EDF mène de front de nombreux chantiers, comme le détaille **Jean-Bernard Lévy, Pdg d'EDF**, dans « des secteurs d'investissements prioritaires du groupe, en matière de production d'énergie bas carbone, la performance et la sûreté du parc nucléaire et le développement des énergies renouvelables, avec des programmes comme le grand carénage, le plan solaire, le lancement de la filière éolienne offshore, la mo-

dernisation du parc de production hydraulique, le programme CAP ENR pour les PME et startups de la filière renouvelable ».

CCI Business se retrouve au cœur de l'accord, confirmant son rôle essentiel dans la mise en relation entre donneurs d'ordre et sous-traitant, mais aussi d'organisateur d'événements, le tout appuyé et relayé sur les territoires par les experts CCI. « C'est un nouveau modèle d'organisation des marchés, une méthode qui a tous les atouts pour continuer son déploiement an niveau national. Nous sommes pleinement dans notre rôle de proximité, d'identification et de qualification des projets », estime **le président de CCI Normandie, Vianney de Chalus**. La déclinaison nationale se réalise parfaitement sur les projets offshore, puisque désormais toutes les régions côtières de France, de la frontière belge à la frontière italienne, adhèrent à CCI Business.

Organiser les marchés

Deux exemples démontrent toute l'utilité de la plateforme. Dans les énergies renouvelables, en premier lieu l'éolien en mer, l'information est cruciale, la lisibilité fait la

différence. Les acteurs sont nombreux, les alliances sont mouvantes, le cadre réglementaire bouge, ce n'est pas simple pour un dirigeant de s'y retrouver, de suivre précisément les évolutions pour se positionner en temps et en heure. Il dispose de tous les éclairages nécessaires sur la plateforme.

Dans le cas du nucléaire, le programme de grand carénage représente en France une manne de 50 milliards d'euros. Les PME des territoires ont la possibilité d'en récupérer le quart ou le tiers, et là aussi c'est CCI Business qui joue son rôle d'intermédiaire, comme ce fut le cas à Paluel, se souvient **Alban Verbecke, directeur régional d'EDF**. « J'étais directeur de la centrale de Penly, la CCI est venue me voir pour organiser un réseau BtoB sur notre site et celui de Paluel, dupliquant ce qui s'était mis en place à Flamanville puis autour de l'éolien en mer. Cela a parfaitement fonctionné, et il est important pour nous d'ancrer nos actions localement : tout le monde était gagnant ». ◀

CONTACTS

fabrice.baudeau@normandie.cci.fr

frederic.saffroy@normandie.cci.fr





Manneville-la-Goupil

Suivre le fil

Start-up responsable, Francofil répond à la dynamique 3D des entreprises.

À l'heure où les professionnels plébiscitent la fabrication additive, Francofil propose des consommables dédiés originaux, « des filaments 3D à valeur ajoutée », définit son créateur, Florent Port. Les siens sont en PLA, ABS (les polymères n° 1 en impression 3D) et autres matières techniques, à partir desquels il développe des gammes particulières. Cet ingénieur en plasturgie a misé sur les petites et moyennes séries, avec à cœur de valoriser les écomatériaux « made in Normandie ». Se lançant en mai 2017, il est aujourd'hui fabricant spécialiste des filaments 3D adaptés aux projets R&D de haute technologie, ou qui réclament une technicité à la carte.

S'agissant d'esthétisme et de pigments na-

turels, Florent Port a notamment imaginé des fils 3D intégrant des coquillages broyés (huîtres, St-Jacques, moules), du marc de café, des résidus de blé. Des collections d'origine bio-sourcées aidant à recycler les déchets de filières locales (restauration, céramiques), « bientôt le lin, les algues, etc. ».

Jusqu'à la solution

Visant les industriels, les architectes, les bureaux d'études, le créateur a prévu aussi des filaments « or, argent, bronze, laiton, etc. » répondant au boom de l'impression 3D métallique. Produisant sur-mesure, il offre de fournir « la couleur à la teinte exacte » ou la bobine de fils techniques « à façon », qui

facilite les prototypages, les maquettes en relief, la finalisation de pièces complexes. « Un gain de temps spectaculaire ». Enfin, il assure des missions de conseil en impression 3D « jusqu'à la solution ».

Accompagné par la CCI Seine Estuaire depuis l'origine, le créateur a installé chez lui son atelier de production. Cela n'empêche pas Francofil d'être incubée au sein de Normandie Incubation, labellisée Inocéane. Prélude au succès, elle vient d'intégrer des portails en ligne, commence à intéresser les grands comptes du luxe et de l'automobile. ◀ I.P.

CONTACT

<http://francofil.fr>

DEAUVILLE

44^e FESTIVAL DU CINÉMA AMÉRICAIN
DU 31 AOÛT AU 9 SEPTEMBRE 2018

Pass Vip

À partir de
159€ HT

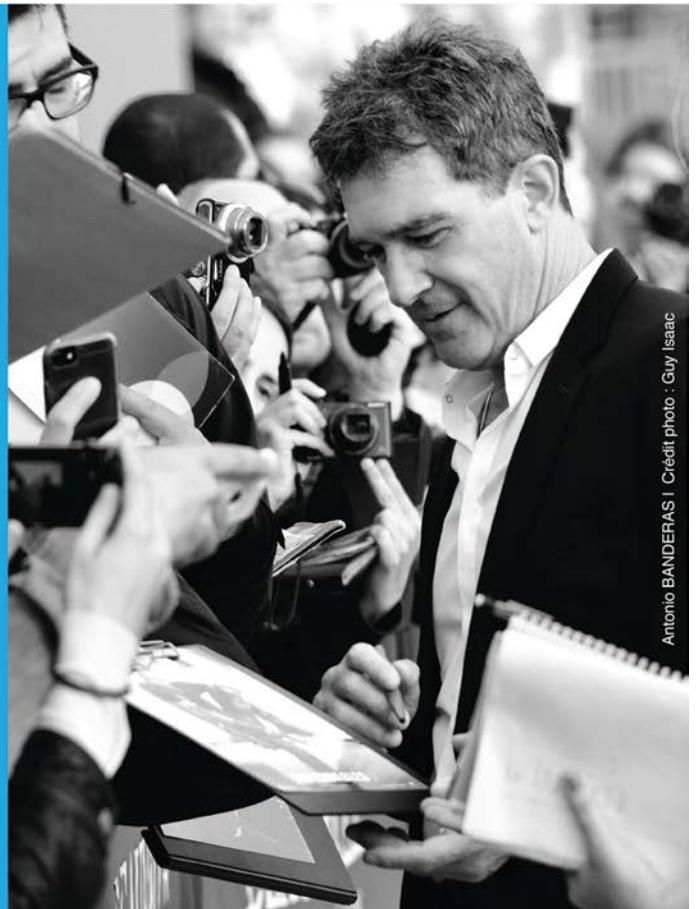
Offrez à vos clients une expérience hors du commun.
Créez un souvenir fédérateur
lors d'une soirée exceptionnelle !

↳ PRECIOUS moment
FOR all cinema lovers*

* Un moment unique pour tous les amoureux du cinéma



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



Antonio BANDERAS | Crédit photo - Guy Isaac



© Aurore Dupont-Sagorin

Crepuscule est à l'aube
de sa croissance.

Flers

Boîte à tubes

Artisan d'art autodidacte, Théophile Michel signe des luminaires d'exception.

Capter la lumière dans des pipettes en verre? Il fallait être à la fois ingénieur et artiste pour y penser. Depuis trois ans, le créateur de Crepuscule, à Flers, en a fait son produit phare. Designer audacieux, Théophile Michel met la lumière en tubes à travers une gamme de luminaires qui séduit les décorateurs de Paris aux Îles Caïman!

« MES COLLECTIONS
SONT INTÉGRALEMENT
PERSONNALISABLES »

Lanterne chaleureuse, lampe à poser, appliques murales singulières ou chandeliers hors normes, il utilise jusqu'à 1 700 pipettes en verre pour une seule réalisation, croisant la transparence du verre avec le cristal, le chêne normand, les alliages de métaux, le marbre, la feuille d'or.

Il fabrique aussi du mobilier d'intérieur entremêlant les courants Art Déco, design industriel et minimalisme scandinave. « De la couleur du câble au choix des matériaux, mes collections sont intégralement personnalisables », souligne l'artisan d'art, qui recycle de vieux trésors tels des assises de tracteurs et des tableaux de bord d'avion, pour en faire « des tabourets, des tables basses ». Une éthique vertueuse qui lui fait rechercher l'excellence écologique « les dernières technologies d'éclairage LED, une empreinte carbone faible, une conception éco-responsable », attentif à proposer des objets vegan et durables. Gage de haute qualité, Théophile Michel manufacture chaque pièce en Normandie, s'appuyant sur les PME et les ESAT qui l'entourent pour « la découpe laser/au jet d'eau, l'assemblage, l'emballage ».

L'argument plaît, son talent fait le reste : aujourd'hui, les clients majoritaires de Crepuscule sont les architectes, les décorateurs,

les distributeurs spécialisés, « 60 % de la production destinée à l'export ».

Éthique vertueuse

Internet est sa première vitrine, référencée sur des portails dédiés à travers l'Europe, le coup de pouce fut le salon Maison & Objet à l'automne 2015, alors qu'il venait de se lancer comme auto-entrepreneur. Pourtant, à 27 ans, Théophile Michel a déjà eu mille et une vies avant Crepuscule, étudiant voyageur, bricoleur amoureux des matières nobles, diplômé en sciences et génie des matériaux, arts appliqués, puis arboriste-grimpeur, avant d'aller se former « au culot » chez des artisans locaux : « un forgeron, un ébéniste, un chaudronnier, un marbrier-doreur ». ◀ I.P.

CONTACT

www.steelwoodandglass.com

**JEUDI 31 MAI
VENDREDI 1^{er} JUIN
2018**

**CENTRE
INTERNATIONAL
DE DEAUVILLE**



IN

NORMANDY

**LE RENDEZ-VOUS
DE L'INNOVATION
ET DU NUMÉRIQUE**

**POUR LES ENTREPRISES
ET LES COLLECTIVITÉS**

un événement des



CCI NORMANDIE

**#InNormandy
www.in-normandy.com**





Bretteville-sur-Odon

Force d'attraction

À bientôt 30 ans, Festyland offre une promenade spectaculaire dans l'histoire normande, entre attractions de haute voltige et références culturelles.

Il fallait une capacité à rêver, à imaginer et à entreprendre, assez exceptionnelle, pour voir dans cette ancienne casse automobile l'endroit qui allait devenir Festyland, le plus grand parc d'attractions de Normandie. C'était en 1989. Hervé Lebel, rejoint à la tête de l'entreprise par son gendre Alexandre Lair, directeur général, peut parcourir avec le sourire d'une légitime satisfaction les allées du parc. Le pari a été réussi, 225 000 personnes (dont près des trois-quarts d'adultes) s'y pressent, l'esprit conquérant des Vikings, de Guillaume, flotte partout dans l'air.

La thématique normande est partout présente, elle est l'âme et le cœur de Festyland. Il n'est pas question de proposer au visiteur une simple succession d'attractions

spectaculaires, mais de l'amener, s'il le veut bien, à un parcours à travers l'histoire et les grands personnages de la région. Des panneaux pédagogiques rythment la visite, avec des explications, des anecdotes, pour s'amuser et apprendre. Un parc où l'on parle de Maupassant et d'Esnambuc, de la tapisserie de Bayeux et du baptême de Rollon, du préfet Poubelle et des impressionnistes, n'est pas tout à fait comme les autres.

Sensations fortes

Le parc n'a cessé de grandir au fil des années, jusqu'à prendre un virage majeur en 1997, avec l'implantation du premier Roller Coaster, le Drakkar Express, donnant le ton à la thématique Viking. « Pour être vraiment

reconnus, il faut ce genre d'attraction », reconnaît Hervé Lebel. Une évolution qui a contribué à déverrouiller la fréquentation, à attirer de plus en plus de familles, jusqu'à atteindre cette année-là le cap des 75 000 personnes. Comme il est « impératif d'avoir des nouveautés tous les ans », le parc a offert à ses visiteurs toujours plus de sensations fortes.

Mais avec continuellement à l'esprit l'idée normande. Ce n'est pas un simple empilement de manèges spectaculaires, c'est une vraie stratégie où les genres se mélangent habilement. Rien n'est rédhibitoire, tous les âges y trouvent leur compte. On implante le Kaskade, sa descente de 80 mètres et son parcours de 130 mètres plein de vagues et tourbillons, et on construit la place 1900,



« IL EST IMPÉRATIF D'AVOIR
DES NOUVEAUTÉS
TOUS LES ANS »

Les cinq espaces du parc :
Préhistoire, Vikings, Moyen-
Âge, Pirates, Belle Époque.



qui immerge dans l'atmosphère d'un village du XIX^e siècle. On plonge dans les 400 mètres du Spirit of Conqueror, on se téléporte dans le passé avec une balade dans les tacots de la N13, de Paris à Cherbourg. Pour comprendre la façon de penser et de travailler des concepteurs du parc, le Miolnyr est un parfait cas d'école. Sa création a commencé par un voyage en Norvège. Alexandre Lair et Hervé Lebel sont allés sur place reconnaître des sites, faire des photos, effectuer des recherches pour dessiner cette attraction conçue autour du marteau de Thor. Tous les détails sont soignés, même les runes gravées sur les pierres ont un sens et évoquent Festyland, les couleurs du Drakkar sont documentées par des scientifiques, le marteau est à l'identique de celui de la légende.

La nouveauté 2018, c'est l'agrandissement du Vikland, le village des Trolls, un parc dans le parc réservé aux 3-10 ans, qui y trouvent les mêmes attractions que leurs parents, mais à leur taille. Deux nouveaux manèges ont été inclus, un circuit de train, et « Niorty », une balade en Drakkar dont le nom est un hommage à Njord, le dieu du vent et de la navigation.

Tout a un sens, est pensé longuement. « Je réfléchis beaucoup sur la conception, la conception d'univers, de thèmes, la façon de raconter une histoire », confie Alexandre Lair. « Je fais ensuite appel à un designer, je lui raconte mes idées, il les dessine, on fait

évoluer le concept. Cela dure trois mois en moyenne ». Des constructeurs spécialisés, qui travaillent dans le monde entier, sont sollicités pour réaliser ces engins uniques, qu'on ne retrouve qu'à Caen. Puis des sculpteurs de béton, des décorateurs, des peintres interviennent pendant la fermeture hivernale pour effectuer les travaux.

Le marteau de Thor

Si l'imagination est reine, si Festyland fait rêver, le parc est avant tout une industrie du loisir, qui a investi 10 millions € ces sept dernières années, qui emploie plus de 40 salariés en pleine saison, qui est un des vecteurs de l'attractivité régionale. Et comme toute entreprise, il lui faut être présente sur plusieurs créneaux, mener plusieurs plans de front pour consolider sa croissance. Festyland cherche ainsi à imposer sa marque autour de son logo, déjà bien iden-

tifié, de sa mascotte, le stégosaure Festy (inspiré de celui découvert à Argences, on est Normand ou on ne l'est pas) et de sa compagne, Dina, venue combler sa solitude en 2014, et maintenant d'une signature, le casque Viking siglé d'un F, qui sera décliné comme véritable outil marketing. La boutique entre dans la même logique. Parmi ses 2 000 références, la grande majorité a été créée de toutes pièces pour Festyland, avec quelques pièces drôles et originales qui vont sûrement séduire le public. Sur les murs de ce magasin, cinq mots sont peints : passion, plaisir, surprise, douceur, sensation. Un programme auquel il est impossible de ne pas adhérer. ◀

CONTACT
www.festyland.com

Argences

Sculpteur numérique

Frédéric Gasson donne corps et âme aux concepts des designers.

Sculpteur numérique... C'est ainsi que Frédéric Gasson définit son métier. Fasciné par le design, la 3D, motivé par la volonté de créer de beaux objets porteurs de durabilité dans le temps, il est celui qui modélise les idées des designers, pour les concrétiser.

Il a fondé Take Off Concept dans cet esprit, après un parcours auprès de très grands noms de l'automobile, en France comme en Allemagne, où il a confronté sa passion aux réalités de la production. « J'étais à la confluence des attentes des ingénieurs, des designers, du marketing. Mon rôle est comme celui d'un interprète, au service de ces trois parties, le but final de ce travail d'équipe étant que le véhicule soit beau, en respectant des contraintes précises et en sachant anticiper sur les attentes et les goûts du marché, puisqu'entre le temps du dessin et celui de la production, environ quatre années s'écoulent ».

Frédéric Gasson a promené son talent dans les ateliers de Bugatti ou chez Renault, avec comme marque de fabrique sa capacité à faire évoluer les modèles très rapidement,

sans avoir tout à repenser, une souplesse d'adaptation qui fait la différence. Il s'est aussi au fil des années construit un solide carnet d'adresses, où se rencontrent des collaborations avec les plus grands noms du design du monde entier.

L'arrivée de nouveaux métiers

Il a décidé de voler de ses propres ailes et de fonder son entreprise en Normandie, avec toujours un pied dans le monde de l'automobile, mais en élargissant son cap vers d'autres productions, et notamment le nautisme. « Je travaille depuis trois ans pour VPLP, cabinet d'architecture naval de haut niveau ». Il a ainsi ouvert ses horizons vers de nouveaux défis, de nouvelles approches. Des projets normands l'attirent aussi, comme le bateau hybride Wettoncraft. L'aviation, le ferroviaire, les tramways s'ajoutent à sa panoplie.

« L'étape d'après, c'est la réalité virtuelle », assène-t-il. Pour la franchir, il s'est associé avec un Toulousain, Geoffroy Louis, pour fonder Realnum, afin de « chercher des pro-

jets qui me sortent de ma zone de confort, me confronter à de nouvelles problématiques, se préparer à l'arrivée des nouveaux métiers, des nouvelles techniques numériques ». À la clé aussi, des recrutements. « On va se tourner vers des jeunes qui pensent faire leur métier du jeu vidéo en leur proposant de faire mieux, de participer à la modélisation d'objets qui seront réellement produits, ou vers des experts, pour asseoir notre savoir-faire ».

Pour accompagner cette croissance, Frédéric Gasson a investi dans des locaux à Argences, afin de créer un espace de coworking qui pourrait voir le jour en septembre prochain. Outre les habituelles salles de visioconférence, espace de travail commun et hébergement d'entreprise, il y installera une salle de réalité virtuelle, « une première dans la région ». ◀

CONTACT

www.takeoffconcept.com

« L'ÉTAPE D'APRÈS,
C'EST LA RÉALITÉ
VIRTUELLE »



Le design selon
Frédéric Gasson.

© Solveig de la Hougue

Grand-Couronne

Artisans du pistolet

Spécialiste des peintures intérieures, Airless Déco sera bientôt une marque déposée.

Décidément, la reprise lui va bien : témoin, le dernier contrat remporté par Airless Déco SAS, entreprise de peintures décoratives. Candidate à l'appel d'offres des Franciscaines à Deauville, la PME de Franck Lecorney couvrira l'ensemble des peintures murs et plafonds du futur pôle culturel. « 18 000 m² de surface à peindre, une vitrine exemplaire », s'enthousiasme celui qui a repris l'activité (ex-CAD) il y a 18 mois.

Commercial dans l'âme, Franck Lecorney a sauté le pas à 50 ans passés, ayant eu « le coup de foudre pour les savoir-faire en place », menacés de disparition. Se rapprochant de la CCI Rouen Métropole, soutenu par Rouen Initiative et Total Développement, il a repris fin 2016 le passif social et « 16 Compagnons de confiance, dont 3 anciens carrossiers maîtrisant la peinture au pistolet ». Dès lors, il a parié sur la mixité des compétences et tout mis en œuvre pour valoriser une équipe d'artisans-peintres polyvalents, les uns experts des peintures à la brosse ou au rouleau, les autres pros de la technique Airless. Il faut dire que le procédé force l'admiration chez les opérateurs, garantissant de travailler deux fois plus vite avec un fini haut de gamme « au détail près ». Déclinable en peintures, enduits, lasures, le résultat bluffe en général « sans comparaison avec les méthodes traditionnelles ».

Aujourd'hui, Airless Déco compte 20 personnes (dont un apprenti), rayonne à travers la Normandie et l'Ouest parisien. Son champ de prédilection, « les peintures intérieures sur supports neufs », lui vaut un réseau de prescripteurs « architectes, bureaux d'études, promoteurs immobiliers » qui la sollicitent pour peindre ou rénover



Airless donne des couleurs aux entreprises.

des logements, des bureaux, des commerces, des écoles, piscines, etc. Mais à présent, la cible concerne l'habitat neuf individuel, une démarche dépôt de la marque Airless Déco est en cours, préambule à des communications BtoC.

Vitrine exemplaire

Le potentiel existait, néanmoins, ce fut « un réel challenge » confie Franck Lecorney. D'abord, il a procédé à une remise à plat complète, déménagé sur un site plus grand (120 m² de bureaux, 130 m² de stockage) à proximité de l'A13. Depuis, il prospecte sans relâche, relayé en interne par Stéphane Varillon, conducteur de travaux, son bras droit dans la stratégie de conquête Clientèles. ◀ I.P.



À L'HORIZON 2020

Repensé par l'architecte Alain Moatti, l'ancien couvent Les Franciscaines offrira un pôle d'exploration culturelle 4.0, à la fois musée, bibliothèque et médiathèque, lieu de vie, de spectacles et de programmations artistiques. Chez Airless Déco, le chantier mobilisera « une dizaine de Compagnons sur 15 à 20 semaines », mais ce sera à l'horizon 2020. « Nous intervenons toujours en phase finale » note Franck Lecorney. Il a appris à composer avec le paramètre « j'anticipe systématiquement ».

et si nous rendions vos collaborateurs encore plus heureux !

Avec **Kletone** by Wellko

VOUS ALLEZ BIEN VOUS ENTENDRE

dans les salles de réunions, espaces de travail partagé, open-spaces, bureaux, halls d'accueil ... Kletone est une gamme de panneaux, baffles, cloisons et objets acoustiques hautes performances éco-conçue, fabriquée et éco-distribuée par Wellko.

Wellko
le promoteur du confort acoustique

www.wellko.fr
+33 (0)7 89 52 86 83
contact@wellko.fr

Isbam / 04 2018

International

Missions de prospection

Préparer son développement à l'export, consolider ses partenariats, rencontrer des prospects : l'international se construit avec les missions de CCI International Normandie.

• Mission Australie

(Sydney / Adélaïde, 17 au 25 septembre)

L'Australie, c'est quatorze fois la France, 24,6 millions d'habitants, une croissance économique de 3,3 % en moyenne depuis 1990, la treizième économie mondiale. L'île-continent est dans une situation économique très positive, et devient de plus en plus attractive, portée par une stratégie d'expansion et de modernisation. Le pays est ouvert à l'innovation, à la qualité et au savoir-faire français dans le secteur naval, les énergies, les nouvelles technologies de l'information et de la communication, l'agrobusiness.

La mission est organisée en collaboration avec CCIFA et Business France. Elle comprend notamment des visites de sites pour les entreprises du secteur naval et des rendez-vous individuels ciblés avec des prospects qualifiés. ◀

En savoir plus

stephanie.dolpierre@normandie.cci.fr

guillaume.bigot@normandie.cci.fr



• Mission Pologne

(Varsovie, 23 au 28 septembre)

La Pologne, c'est un marché de 38 millions d'habitants, tiré par trois facteurs de croissance : les fonds européens (pour la période 2014-2020, ils représentent 82,5 milliards € de fonds structurels et 32 milliards € au titre de la PAC), les investissements étrangers (ils représentent 8,5 % des emplois du pays) et la consommation des ménages (en hausse de 3,5 % en moyenne annuelle). La France y est un investisseur majeur, le troisième européen après l'Allemagne et les Pays-Bas. Les principaux secteurs porteurs sont les systèmes de transport intelligent, le Smart Grid, l'électromobilité, la santé, les TIC.

La mission est organisée en partenariat avec Business France. ◀

En savoir plus

rachel.lasvaladas@normandie.cci.fr

aziza.el-senbawi@normandie.cci.fr

Numérique

Mission CES Asia

Participez au grand rendez-vous de l'électronique et des technologies grand public.

Le CES Asia de Shanghai (du 10 au 15 juin) est devenu un salon international majeur des nouvelles tendances technologiques, en particulier en ce qui concerne les biens de consommation électronique, mais également les nouveaux usages du numérique dans les milieux professionnels.

Il épouse la montée en puissance de la Chine dans l'économie numérique et l'innovation technologique et ses avancées dans l'électronique grand public, le génie numérique et la robotique.

C'est la quatrième édition du salon, qui a accueilli en 2017 35 000 visiteurs originaires de 80 pays.

CCI International Normandie organise, en collaboration avec Business France, une présence d'entreprises normandes au CES, avec l'organisation de rendez-vous ciblés et un accompagnement complet (validation des marchés ciblés et des objectifs, conseils sur l'approche des marchés, identification des bons interlocuteurs). ◀

En savoir plus

stephanie.dolpierre@normandie.cci.fr

guillaume.bigot@normandie.cci.fr

Îles

Rendez-vous BtoB à Jersey

Découvrir les potentialités d'affaires des îles Anglo-Normandes.

Les « Norman Business meetings » se dérouleront le 27 juin à Jersey. L'édition précédente a vu plusieurs contrats ou partenariats signés entre entreprises normandes et anglo-normandes, de toutes tailles et de tous secteurs.

La journée est organisée par la Maison de la Normandie et de la Manche avec l'appui de CCI International Normandie et Jersey Business. ◀

En savoir plus

xavier.souris@maisondenormandie.com



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

ADEME



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

DIRECTION RÉGIONALE
Normandie

ENTREPRISES

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

L'ADEME vous propose

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

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

RETROUVEZ L'ACTUALITÉ DE L'ADEME

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

sur www.normandie.ademe.fr

ADEME
Direction régionale Normandie

Tél : 02 35 62 24 42

Mail : ademe.normandie@ademe.fr



piirell - www.pirelli.fr - 02/2017 - crédits photo : ADEME - E. BEUARD - R. BOURGUILLET - B. AMEY - S. LEFEBVRE

Une solution qui paye
vos factures
clients

en moins de

24h*

N'attendez
plus !

CASH
GROUPE CRÉDIT AGRICOLE
Time

Parce qu'un besoin de trésorerie n'attend pas, le groupe Crédit Agricole a créé Cash in Time : la solution sécurisée qui paye vos factures clients en un rien de temps.

Proposez vos factures clients en ligne, vous savez instantanément si elles sont acceptées. Vous avez la garantie d'être payé en moins de 24h*. Profitez de cette solution en toute liberté, à un prix fixe et sans demande d'engagement, ni de caution.

N'ATTENDEZ PLUS, RENDEZ-VOUS

WWW.CASH-IN-TIME

A Y E Z U N T E M P S D ' A V A N C E S U R V O T R E T R É S O R E R I E

CAISSE RÉGIONALE DE CRÉDIT AGRICOLE MUTUEL DE NORMANDIE, société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit - Siège social situé 15 esplanade Brillaud de Laujardière CS 25014 14050 CAEN CEDEX 4 - Immatriculée au RCS de CAEN sous le n°478 834 930 - Société de courtage d'assurance immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance sous le n°07 022 868. CAISSE RÉGIONALE DE CRÉDIT AGRICOLE MUTUEL DE NORMANDIE-SEINE, société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit, dont le siège social est à la Cité de l'Agriculture, Chemin de la Bretèque, 76230 BOIS-GUILLAUME - Inscrite au RCS de Rouen sous le n°433 786 738 - Société de courtage d'assurance immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance ORIAS sous le n° 07 025 320. Adresse postale : CS 70800 - 76238 BOIS-GUILLAUME CEDEX - Tél : 02.27.76.60.30.