#27
Juillet-Août 2018

IN Normandy
Images fortes
p.4

Néoma Business School
Promesse éducative
p.50

OptimHal
Un air plus léger
p.52

NORMANDIE

CCI Normandinamik

Le magazine d'information économique des **CCI de Normandie**

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

Enjeux p.32

Tourisme : les nouveaux codes

© elenabsl-shutterstock_691364914

www.normandinamik.cci.fr

CCI NORMANDIE

ccibaseco-normandie.fr

Toutes les données économiques et territoriales normandes

CCI NORMANDIE

sommaire

CCI en actions

04 **IN Normandy.** Innover, une idée normande.

08 **CCI Linkhub.** Premier partenariat.

09 **CCI Store.** Le numérique pour les TPE/PME.

10 **Silver Day.** Préparer demain.

à la rencontre des Entrepreneurs

16 **Galettes Saint-Michel.** Savoureuse croissance.

18 **Dispositif AGPE.** Apprendre à gérer.

24 **Mercure d'Or.** Les fruits de la passion.

26 **Normand'Asie.** À toutes les sauces.

29 **Agence SIM.** L'esprit navette.

Enjeux
Le tourisme

32

© Shutterstock

Dans la féroce concurrence à laquelle se livrent les territoires pour attirer les voyageurs du monde entier, la Normandie a son mot à dire.

initiatives, Innovations, tendances

40 **OpenHydro.** L'éolien prend racine.

42 **E-commerce.** Explorateur d'avant-garde.

44 **YuSit.** Passeur de patrimoine.

46 **Simon Frères.** Le patrimoine vivant.

dynamique Normande

52 **OptimHal - ProtecSom.** Des fonds qui respirent.

56 **Sodex.** Les bienfaits du sport.

58 **Cerza.** Safari normand.

60 **Éditions.** Les grands pas de Petit à Petit.

région en CCI Agenda et actualités

11 **CCI OUEST NORMANDIE**
CCI PORTES DE NORMANDIE

12 **CCI ROUEN MÉTROPOLE**
CCI CAEN NORMANDIE
CCI SEINE ESTUAIRE

62 **CCI NORMANDIE**

en Focus

14 Le commerce et l'artisanat

région en Échos

50 **Michel-Édouard Leclerc,** président de Neoma Business School.

PEFC 10-31-1141 Certifié PEFC Ce produit est issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées. pefc-france.org

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 Vespier - 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**

+ Innovation CCI NORMANDIE

INcontournable

Succès pour le premier salon IN Normandy. Les entreprises régionales ont démontré que le numérique et l'innovation faisaient définitivement partie de leur quotidien. Photos © David Commenchal

Ce fut un temps fort de l'économie normande. IN Normandy fut l'endroit où « nous avons concrétisé durant ces deux journées l'écosystème du numérique et de l'innovation en Normandie, présenté les solutions des start-up et des entreprises innovantes, et incité les TPE, les PME, mais aussi les collectivités, à passer au digital », comme le résume **le président de CCI Normandie, Vianney de Chalus**. IN Normandy a gagné le pari, celui de faire prendre conscience que face aux défis de demain, le tissu économique régional détient de multiples réponses. D'ailleurs, ce n'est pas d'avenir dont il est question, comme l'a remarqué le **secrétaire d'État au numérique, Mounir Mahjoubi**, qui s'est longuement attardé dans les allées du salon : « Ne parlons pas d'économie numérique, d'industrie du futur. Ces notions ont disparu. Aujourd'hui, on les appelle tout simplement économie et industrie ». Et il est vrai que discuter avec un robot, faire des gestes dans le vide en portant un casque de réalité augmentée, construire virtuellement un bâtiment, ce fut extrêmement banal dans les couloirs du CID de Deauville. Les entreprises normandes ont apporté la preuve par l'exemple qu'elles ont pris à bras-le-corps ces questions, et que rien ne pourra es arrêter.

Il fallait être présent

Ce qui a fait le succès de IN Normandy et des autres événements, salon de l'Industrie du Futur, Rencontres d'Affaires de Normandie, Forum des Achats Publics Innovants, c'est la mobilisation pleine et entière de l'ensemble des partenaires. Un regard extérieur permet toujours mieux de juger ce qui est accompli, celui de **Mounir Mahjoubi** fut ainsi très évocateur : « Je constate l'engagement fort de la Team Normandy, et je me réjouis de voir que tous les acteurs sont réunis, travaillent en commun. Quand on se parle, le plus dur est passé, on peut se lancer dans l'étape suivante, celle des réalisations ».
Il y en eut, des réalisations, à IN Normandy. Comme le raconte **Cyril Carratt, directeur de Kappalys** (fournisseur de services managés dans le cloud) : « On est venus

Inauguré par Mounir Mahjoubi, IN Normandy a attiré tous les regards.

grâce aux contacts enrichissants que nous entretenons avec la CCI, et sous la suggestion de NWX. On a retrouvé la plupart des entreprises que nous connaissons, la Normandie qui bouge était là. On a eu des contacts passionnants, des salons comme celui-ci permettent de discuter, de trouver des synergies ». Un discours qui s'entendait

« JE ME RÉJOUIS DE VOIR QUE TOUS LES ACTEURS SONT RÉUNIS, TRAVAILLENT ENSEMBLE »

partout, à l'image de celui tenu par **Étienne Poirot-Bourdain, PDG d'Oohee** (plateforme de mise en relation entre entreprises françaises et Français expatriés). « Il fallait être présent. On a rencontré des TPE/PME, on a pu leur montrer notre projet, faire de la prospection commerciale utile ». Il y eut même des signatures, comme celle entre les Ornais de Jean Fréon Élagage et les Eurois de Table Tech. Un parfait exemple de synergie entre un métier traditionnel, celui du bois, mais qui a besoin d'évoluer et d'innover (notamment dans la dématérialisation) et une start-up. Les deux ont fait connaissance au CES de Las Vegas, et ils ont concrétisé leur partenariat à IN Normandy de Deauville. Comme une passerelle entre le plus grand salon du monde et le tout nouvel événement normand, appelé lui aussi à croître et devenir incontournable.

ILS ONT DIT

Quelques propos recueillis au fil des conférences et des ateliers organisés à l'occasion du salon.

Mounir Mahjoubi, secrétaire d'État au numérique :

« La France est bien placée sur l'hyper innovation, avec des start-up de haut niveau. Mais elle ne doit pas rater la transformation numérique de TPE / PME, c'est un enjeu essentiel. Notre projet national consiste à créer une économie active, compétitive, partout dans le territoire, de réussir les grandes transformations aussi bien que les petits pas numériques ».

Thierry Leroux, PDG d'Eldim :

« Le numérique a transformé notre business. Ce que nous fabriquions en un an en 2016, nous le faisons désormais en quelques jours. Il a permis de se libérer d'actes consommateurs de temps, de gagner de l'énergie, d'être créatifs et rapides ».

Vianney de Chalus, président CCI Normandie :

« Sans transition numérique, 50 % de nos PME risquent de disparaître dans cinq ans. Le numérique est incontournable, il ne faut pas le craindre dans les relations avec les donneurs d'ordre, la fidélisation de la clientèle, la réponse aux appels d'offres…

Vincent Jauneau, vice-président Siemens :

« Le numérique, c'est une transformation qui demande du temps, de la réflexion. Il est essentiel que les chefs d'entreprise ne soient pas seuls, qu'ils puissent partager, s'informer. Un salon comme IN Normandy est fondamental pour trouver des idées ».

Pascal Laurin, directeur industrie 4.0, Bosch :

« Les ETI et les PME doivent aller vers l'industrie du futur et le numérique. Les Chinois ne vont pas nous attendre. Ils sont déjà sur le 3.0, ils s'automatisent à fond, ils accélèrent vers les 4.0, avec la volonté de continuer à être l'usine du monde, puisque leur programme s'appelle « Made in China 2025 ».

Oussama Ammar, fondateur de The Family :

« La révolution numérique a déjà eu lieu. Quand une technologie est utile, elle rentre dans la vie des gens. Les technologies sont naturelles et répondent à un besoin profond. La mode des incubateurs, des start-up, des pitchs, va passer. Il faut accepter que des choses qui ont cru être vraies puissent disparaître du jour au lendemain. Ce qui va rester, c'est un monde fondé sur l'idée qu'on a tous besoin de s'exprimer, que notre parole a autant de valeur que celle des autres ».

Jérôme Lotterie, sous-directeur de l'usine Renault-Cléon :

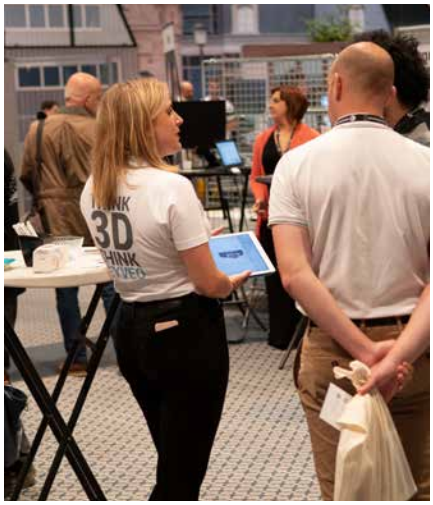
« Il faut être ouvert, c'est une obligation. Accompagner le tissu local, c'est un enjeu de compétitivité. Nous le faisons avec l'écosystème 4.0, et nous travaillons avec sept start-up, notamment sur la formation via la réalité virtuelle, l'automatisation de la conduite des ponts, le tracking des camions ».

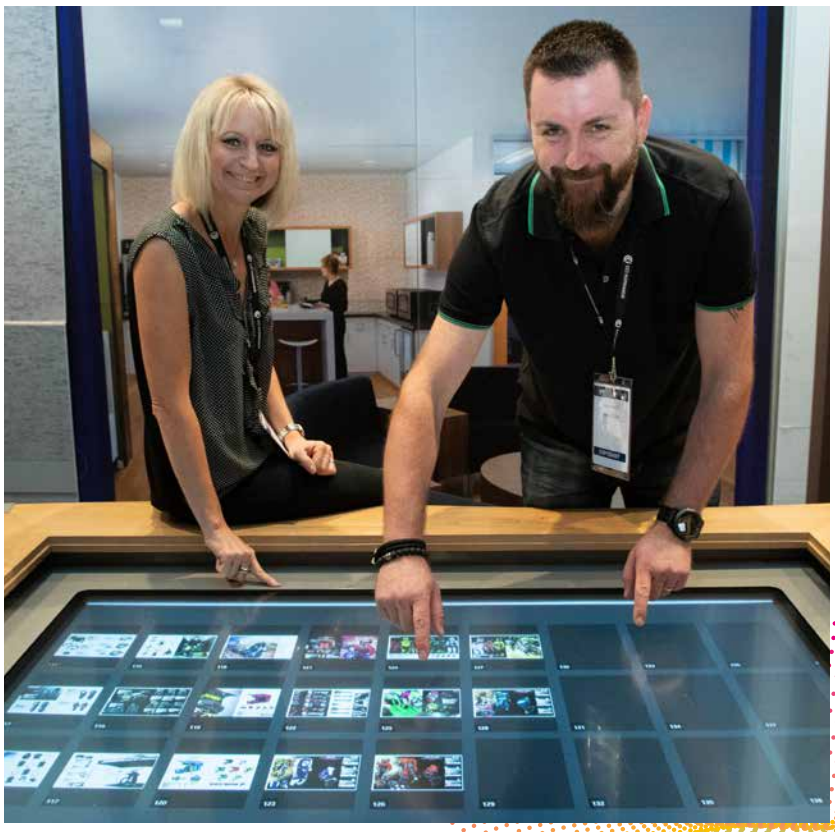
Dans les allées du futur

Il y avait tant de choses à voir et à faire à IN Normandy. Au fil des parcours, des visites, des découvertes, les exposants ont séduit, interpellé, fasciné les visiteurs. Photos © David Commenchal

Tous les savoir-faire du numérique et de l'innovation normands se sont donné rendez-vous à Deauville.

IN Normandy, ce furent aussi des conférences, des pitchs et des parcours de visite et **un grand succès d'audience.**





Des robots, bien sûr, mais aussi une table connectée made in Normandy. **L'imagination est au pouvoir.**

La réalité se transformait à IN Normandy, la virtualité devenait la loi, le futur se dessinait.

+ Linkhub CCI PORTES DE NORMANDIE

Rencontre du 3e type

Première signature à Bernay pour l'opération CCI Linkhub. L'économie traditionnelle et les start-up déclinent sur tous les tons le verbe coopérer.

« J'ai vu que nous avions des intérêts communs, **une vraie complémentarité ».**

C'est la rencontre de deux mondes, qui ont tout à gagner à évoluer ensemble. Celui des PME / ETI et celui des startups. Celles-ci apportent leur agilité, leur disruption, leur capacité à bouger. Leurs aînées leur offrent des conditions idéales pour progresser. C'est CCI Linkhub, porté par les CCI de Normandie, pépinière dédiée aux startups. Elles sont hébergées en entreprise, créant une synergie de compétences, une mutualisation d'idées et d'innovations, mélangeant la fougue des unes et l'expérience des autres.
Le concept a séduit Sylvie Van Den Driesche, directrice de Bernay Automation, qui fabrique des machines pour les lignes de production, et qui est totalement impliquée dans le mouvement vers l'industrie du futur, comme en témoigne sa récente adhésion à la French Fab. Quand, à l'initiative de la CCI, elle a rencontré la start-up Assisoft, spécialisée dans l'internet des objets, il n'a pas fallu longtemps pour la convaincre. En deux réunions, le partenariat était noué. « J'ai vu que nous avions des intérêts communs, avec une vraie complémentarité », remarque la dirigeante. « Ils vont pouvoir faire tester leurs solutions, et nous allons intégrer de l'innovation. L'IOT constitue une façon de se différencier, d'élargir notre offre, notamment avec des capteurs intelligents, et d'avancer sur les questions essentielles de maintenance prédictive et d'usure des matériaux ».

Nouvelle approche

Une fois les détails juridiques et techniques réglés, et ils ne constituent pas une difficulté, les deux partenaires s'engagent pour une durée de six mois, qui pourrait très bien être prolongée. « J'aime le fait que nous soyons allés vite, cette spontanéité du système », appuie Sylvie Van Den Driesche.
L'idée a germé au commencement de la pépinière Smart'Up, avec la BA 105. « Plus l'expérience s'amplifiait, plus il était évident que les startups en tiraient bénéfice, mais aussi les militaires, qui découvraient une nouvelle approche des marchés, des systèmes », se souvient Gilles Treuil, qui préside la CCI Portes de Normandie à cette époque. L'idée a fait son chemin, parfaitement dans l'air du temps où le travail collaboratif devient indispensable pour avancer, où il n'est plus possible de rester seul dans son coin au risque de regarder passer les trains de la croissance. C'est ainsi qu'est né CCI Linkhub. « Nous venons en complément des dispositifs qui facilitent l'émergence des jeunes pousses. Quand il y a besoin de passer à une phase de test, d'avoir des partenaires industriels, CCI Linkhub donne sa pleine mesure », explique **Éric Rouet, président de la CCI Portes de Normandie.**
Cette première signature en appellera d'autres, probablement une vingtaine dans toute la région, d'ici la fin de l'année. « Les entreprises et les startups peuvent évoluer dans des domaines concomitants ou très différents », précise Éric Rouet. Le réseau consulaire joue le rôle d'intermédiaire en organisant régulièrement des rencontres entre les deux entités, qui permettent de se rendre compte que, très vite, des histoires communes peuvent s'écrire.

CONTACTS
morgane.legoff@cci.normandie.fr
www.ccilinkhub.com
www.bernay-automation-distribution-automatique-eure-bol-vibrant-27.com/fr

+ Innovation CCI SEINE ESTUAIRE

Sur les traces de VIKin_

Une nouvelle marque dédiée à l'innovation et au numérique.

C'est en 2016 que la CCI Seine Estuaire a pris les rênes d'Inocéane, créé en 2007 par la CCI, la Ville, la CODAH et l'université du Havre pour soutenir et accompagner l'innovation. Afin de booster le dispositif, à la fois dans son champ de compétences et dans sa territorialité (estuarienne), il est désormais baptisé VIKin_, et s'appuie sur le mot d'ordre « à la conquête de l'innovation et du numérique ».
« Dans l'esprit, VIKin_ se rapproche d'un incubateur ou d'un accélérateur. Mais il ne s'adresse pas qu'aux projets de création et aux jeunes entreprises. Celles qui sont en développement sont aussi concernées. L'innovation, comme le numérique, peuvent intervenir à toutes les étapes de la vie d'une société, et dans tous les secteurs d'activité », commente la **présidente de la CCI Seine Estuaire, Léa Lassarat.**

Challenge mensuel

C'est un dispositif complet d'accompagnement qui est mis en place, pour guider l'entreprise dans chaque étape, de l'idée à la commercialisation, en passant par le prototypage, l'expérimentation, l'obtention des financements, l'hébergement, la communication ou encore la préparation au pitch.
En parallèle, plusieurs animations collectives seront organisées tout au long de l'année sous le label VIKin_, dont un « challenge » mensuel, au cours duquel les entreprises, laboratoires et start-up présenteront les évolutions de leur secteur d'activité et la façon dont ils peuvent l'influencer. S'ajoutent les cafés du numérique, les 90 minutes, les ateliers business, des séminaires techniques. Un Fablab professionnel pourrait également voir le jour.

CONTACT
iboutroy@seine-estuaire.cci.fr

+ Numérique CCI

Un store complet

Avec CCI Store, le numérique n'aura plus de secrets pour les TPE/PME.

Savoir utiliser le numérique devient de plus en plus complexe, face à la croissance de l'offre de logiciels et de solutions, portée par la mutation des éditeurs vers le service, la dynamique des start-up du numérique et la transformation numérique des acteurs publics.

La Marketplace des entrepreneurs

C'est pour aider les TPE/PME à s'y retrouver dans le foisonnement de solutions digitales et surtout à trouver le bon service pour le bon usage et au bon moment que les CCI ont mis au point CCI Store, marketplace de e-services en ligne pour les créateurs, dirigeants et repreneurs d'entreprise.
La plateforme donne accès à une diversité de services gratuits ou payants, des applications à télécharger, des solutions innovantes (accès à des solutions SaaS, à des applications mobiles, web app, serious game, simulateur), sélectionnées par des entrepreneurs, avec pour objectif unique la simplification de l'entrepreneuriat et de la vie des entreprises. Elle s'adapte à toutes les étapes de la vie des entreprises : entrepreneuriat, financement, développement, management, performance et gestion.

CONTACT
www.ccistore.fr

À savoir

Quatre critères d'éligibilité ont été définis afin que le catalogue d'e-services proposé par CCI Store soit uniforme : la solution doit être 100 % on line, instantanée de la souscription à la consommation du service et le premier niveau de paramétrage doit être simple. La disponibilité 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et 365 jours par an est requise. Des règles d'éthique doivent être respectées avec un contenu approprié.

+ Silver Day CCI NORMANDIE

Les seniors **sont l'avenir**

La 3e édition du Silver Day Normandie sera axée sur le logement et l'innovation

Rendez-vous à Evreux, le 4 octobre prochain, pour la 3e édition du Silver Day Normandie, une journée pour s'informer et échanger sur les opportunités que représentent ces nouveaux marchés pour les entreprises, et l'occasion de faire émerger de nouvelles collaborations.
Deux tables-rondes, en matinée, permettront d'échanger sur les défis à relever pour adapter le logement ainsi que sur l'innovation dans la Silver Economie (objets connectés, applications numériques…). Une étude, sur les attentes des normands (55/65 ans) en terme d'évolution du logement, (domicile, résidence autonome et autres formes d'habitats intermédiaires), sera présentée lors d'une mini-conférence.

Hackathon

Trois ateliers thématiques seront proposés en début d'après-midi, dédiés aux collectivités, à l'innovation managériale dans les SAP et au silver-marketing. Visite du truck prévention SOliHA Aquitaine, à la fois outil pédagogique et de prévention, speed meetings, rendez-vous BtoB personnalisés et pitchs des participants au premier Hackathon Silver Economie « numérique et services à la personne » complètent le programme de ce moment fort de la filière.
Le Silver Day Normandie est co-organisé par les CCI de Normandie et l'Agence de Développement pour la Normandie.

Programme complet et inscription en ligne sur : www.silverday-normandie.fr

CONTACTS
anne.zerkovitz@normandie.cci.fr
elisa.tofoni@adnormandie.fr

+ Formation CCI OUEST NORMANDIE

Au tour des tuyauteurs

Après le soudage, les entreprises du Cotentin se mobilisent autour du métier de tuyauteur.

L'Action Soudage Cotentin a permis l'émergence d'une nouvelle formation pour les soudeurs, financée par la Région Normandie, et assurée par l'AFPA et l'UIMM.
De l'avis unanime des entreprises et des formateurs, la 1re promotion des soudeurs est d'un très bon niveau et a révélé de beaux potentiels.
Cette réussite repose en grande partie sur l'implication des entreprises dans le processus de sélection et sur la mobilisation de tous les partenaires : la CCI Ouest Normandie, Région Normandie, la MEF du Cotentin, l'UIMM et Pôle Emploi.
Cette première action démontre qu'il est possible de valoriser un métier, de mettre en place une formation au plus près des attentes des entreprises et surtout de trouver des candidats en mesure de répondre aux attentes des employeurs.

Perspectives

En s'appuyant sur cette première initiative, les entreprises du Cotentin ont exprimé la nécessité d'intervenir sur un autre métier, celui de tuyauteur, une profession relativement méconnue mais qui offre de réelles perspectives de carrière. À horizon de 6 mois, dans le Cotentin, 66 postes sont ainsi à pourvoir, et près de 130 dans les trois prochaines années. Il existe déjà plusieurs formations qualifiantes dans la région, en formation continue (dispensée par l'AFPA) ou initiale (lycées Tocqueville et Edmond Doucet). Plusieurs entreprises vont s'engager pour assurer la promotion de ces enseignements, montrer les enjeux industriels forts du territoire et les besoins en main-d'œuvre qu'ils entraînent.

CONTACT
www.ouestnormandie.cci.fr

CCI Ouest Normandie

Ressources Humaines

Avez-vous pensé à l'alternance pour vos recrutements ?

Recruter un jeune en contrat de professionnalisation ou d'apprentissage permet d'anticiper ou de conforter la croissance de votre entreprise, sans prendre le risque de la fragiliser financièrement. Ces contrats sont en effet d'excellents outils de gestion des compétences et d'ajustement tout en valorisant vos collaborateurs dans une fonction de tuteur.

FIM CCI Formation Normandie propose l'accessibilité à de nombreux métiers par la voie de l'alternance et de l'apprentissage et à tous les niveaux :
- Vente-Commerce-Management d'affaires : 26 formations du CAP au Bac+5
- Gestion-Finance-Organisation : 12 formations du niveau Bac au Bac+5
- Industrie-Environnement : 8 formations du CAP au Bac+2
- Web-Multimédia-Stratégie digitale : 3 formations du Bac+2 au Bac+5
- Tourisme-Hôtellerie-Restauration : Tous les métiers du THR (cuisine- service-réception…) avec 23 formations du CAP au Bac+3
- Logistique et management des opérations : 4 Bac+3 /Licence et Master
- International : 1 cycle Bac+3/4 et 1 cycle Bac+5 sur 2 ans.

Pour concrétiser vos projets d'embauche et définir le type de profil, le niveau de formation, le type de métiers… selon vos besoins, contactez nos conseillers en formation dans le Campus le plus proche de chez vous !

En savoir plus
- **Campus de Cherbourg :**
  laurence.samb@normandie.cci.fr
  alexandra.szymanski@normandie.cci.fr
- **Campus de Saint-Lô :**
  pierre-etienne.turbelier@normandie.cci.fr
  sandrine.legrand@normandie.cci.fr
- **Campus de Granville : gerard.joly@normandie.cci.fr**

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

CCI Portes de Normandie

Formation

Holiday school

Apprendre l'anglais autrement pendant les vacances

Une semaine de stage intensif en anglais pour les jeunes du **9 au 13 juillet ou du 27 au 31 août à Evreux** et du **27 au 31 août à Alençon**.

Aussi bien pédagogiques que ludiques, ces stages allient l'apprentissage au jeu.
Holiday School donne à tous les jeunes une expérience positive, agréable et enrichissante, approfondit leurs connaissances ou renforce leurs compétences dans la pratique de l'anglais.

Des petits groupes (maximum 12 participants) permettent à chacun d'appréhender l'apprentissage de la langue de manière ludique, vivante et interactive, grâce à des jeux de communication, films et exercices oraux afin d'améliorer la compréhension et l'expression orale.

En savoir plus **Informations et inscriptions**
Evreux : Angèle Rysdale - 02 32 28 70 55 - holidayschool@normandie.cci.fr
Alençon : Mathilde Chanteloup - 02 33 80 84 03 - mchanteloup@groupeisf.com

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

Manifestation

Fête de la Chasse et de la Pêche

Haras National du Pin

Après avoir fêté avec panache ses 25 ans en 2017, la Fête européenne de la chasse et de la pêche vous donne rendez-vous **samedi 4 et dimanche 5 août** pour poursuivre l'aventure à **l'hippodrome de la Bergerie** (commune de Ginai) sur les terres du Haras National du Pin.

Au programme :
animations, concours, spectacles, grande messe de la Saint-Hubert et nombreuses activités pour les jeunes.
Neuf villages présenteront des activités et démonstrations telles que les chiens d'arrêt et de troupeau, la pêche, les métiers de la forêt, du bois et de l'agriculture, le terroir normand, les exposants, la chasse et l'armurerie, ainsi que les équipages dans une ambiance festive et conviviale.

En savoir plus **www.fetedelachasse.fr**

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

CCI Rouen Métropole

Événements

Nouvelle adresse

La CCI Rouen Métropole déménage pour s'installer dans l'écoquartier d'affaires Luciline

À partir du 16 août, retrouvez-nous :
20 passage de la Luciline
Bâtiment L'Opensèn
76000 Rouen

Contact : 02 32 100 500

Club des Jeunes Entreprises

Vous souhaitez :
• Partager une expérience avec d'autres chefs d'entreprise
• Réseauter
• Développer votre business

Nous vous proposons de rejoindre le Club des Jeunes Entreprises :
• Une rencontre mensuelle
• Une prise de recul
• Un accompagnement CCI
• L'accès à une plateforme collaborative

Prochaines rencontres mensuelles :
• 25/09 : Témoignages de dirigeants
• 16/10 : Comment appréhender la relation client avec les outils actuels du net

Adhésion : 120 € TTC/an.

Contacts : 02 32 100 500
christine.grandjean@normandie.cci.fr
sophie.stallin@normandie.cci.fr

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

CCI Caen Normandie

Événement

Impulsion Business

Entrepreneurs, devenez partenaires du Festival des Entrepreneurs — Impulsion Business — les 18 et 19 octobre au Parc des Expositions de Caen !

Un événement au concept novateur et différenciant voit le jour en Normandie !
Premier festival pour entrepreneurs en France, Impulsion Business est un rendez-vous unique et inoubliable, une source d'inspiration et de motivation pour tous les entrepreneurs…

Avec un mélange unique de contenus concrets et de partage d'expériences, ce festival incomparable et convivial, porté par la CCI Caen Normandie, insuffle l'esprit entrepreneurial, crée des connexions, favorise les mises en relation !
Vous êtes créateur, repreneur, franchiseur ou une entreprise en développement ? Rejoignez le village des partenaires pour vivre l'expérience et ainsi :
• Associer votre image à un événement novateur
• Partager une expérience unique avec les acteurs du territoire
• Déclencher des opportunités de business
• Faire rayonner votre savoir-faire
• Insuffler l'esprit entrepreneurial.

En savoir plus **02 31 54 54 54**
www.impulsion-business.com - contact@impulsion-business.com

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

CCI Seine Estuaire

Objectif Business

Semaine de la TPE-PME au Havre

Du 16 au 18 octobre, 3 jours pour développer son activité

Les temps forts :
- 43 rendez-vous pour développer son entreprise : ateliers business, rencontres experts, débats, rendez-vous BtoB ou réseaux, etc.
- Des déjeuners débats thématiques pour envisager l'avenir de son entreprise : « La PME de demain ». Des thématiques pour prendre du recul et anticiper les mutations en cours, par exemple les nouvelles organisations pour réaliser de nouveaux business, les achats responsables…
- Un dîner carrousel pour rencontrer une centaine de chefs d'entreprise et une dizaine de clubs en une seule soirée !

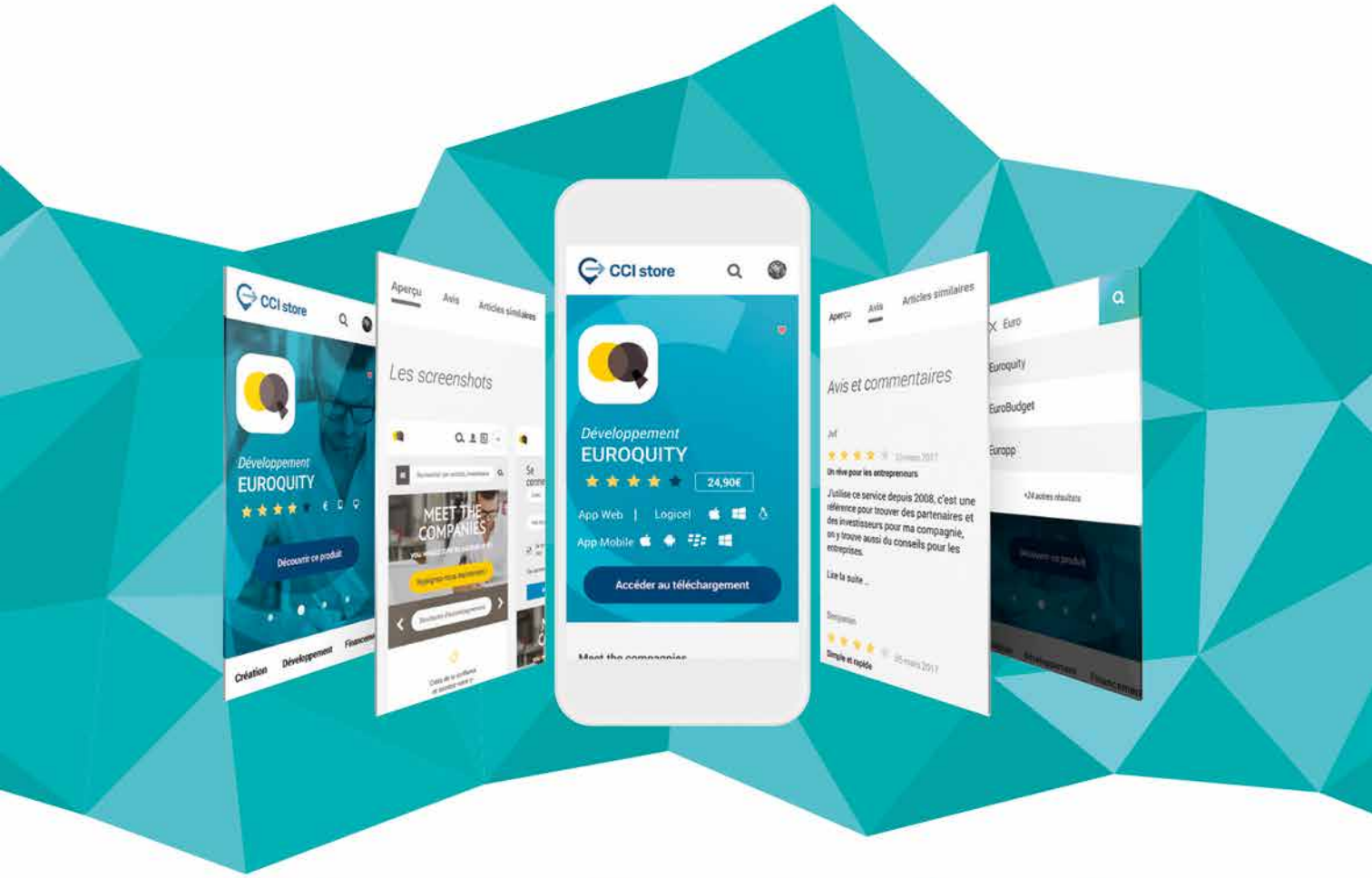
Et aussi :
- Des outils pratiques : repartez avec une clé USB contenant les outils et matrices vus en atelier, pour une mise en pratique immédiate !
- Un espace business à disposition des participants pour organiser des rendez-vous avec d'autres participants.
- Un espace accueil pour les entreprises pour développer son réseau à tout moment durant les 3 jours.

En savoir plus **Réservez vos places aux ateliers et aux rencontres sur : www.semaine-pme.fr**

+ d'informations sur www.seine-estuaire.cci.fr

CHEZ NOUS, ON NE TROUVE PAS TOUT ET N'IMPORTE QUOI.

SUR CCI STORE VOUS TROUVEREZ DES INNOVATIONS DIGITALES SÉLECTIONNÉES PAR DES ENTREPRENEURS, POUR LES ENTREPRENEURS.



Entrepreneuriat | Financement | Gestion | Développement | Performance | Management

CCI store
Made for entrepreneurs

CCI NORMANDIE

ccistore.fr

en Focus

Le commerce et l'artisanat

Secteur en mutation, face au numérique et aux nouvelles attentes des consommateurs, le commerce reste un élément clé de la dynamique et de l'attractivité territoriale.

> Le commerce en Normandie

162 600 emplois

[**12,3 %** de l'emploi normand]

50,9 **commerces de détails** pour 10 000 habitants

11 200 embauches prévues en 2018 [**9 000** en 2017]

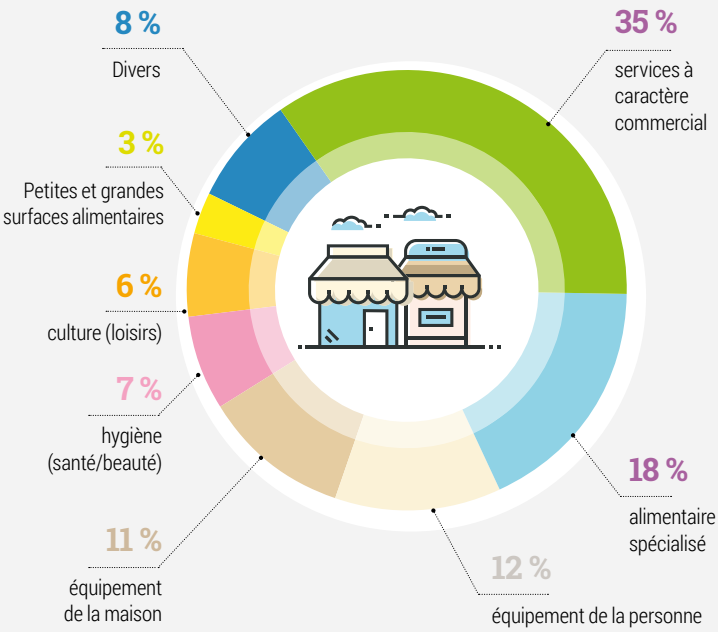
Ces recrutements s'effectueraient pour les trois quarts d'entre eux dans le « commerce de détail »

RANG NATIONAL

7e région pour les grandes surfaces

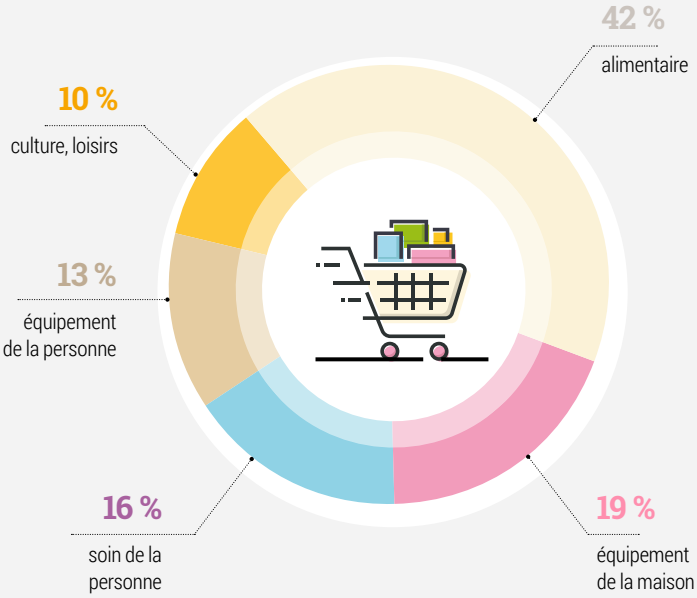
6e région pour le commerce de détail alimentaire

42 300 établissements



14 120 € par an dépensés par ménage normand

[Pour les produits de consommation courante]



> En France

873 000 entreprises

95,6% de TPE

150 nouveaux commerces de détail par jour

3,5 millions d'emplois

10,2% de la valeur ajoutée de l'économie française

> Le e-commerce en France en 2017

+14,3 % en 2017

+10 % de sites marchands

65,50 € le montant moyen d'un achat

81,7 milliards € d'achats (Prévisions 2018 : 90 Mds €)

37 millions de cyber-acheteurs

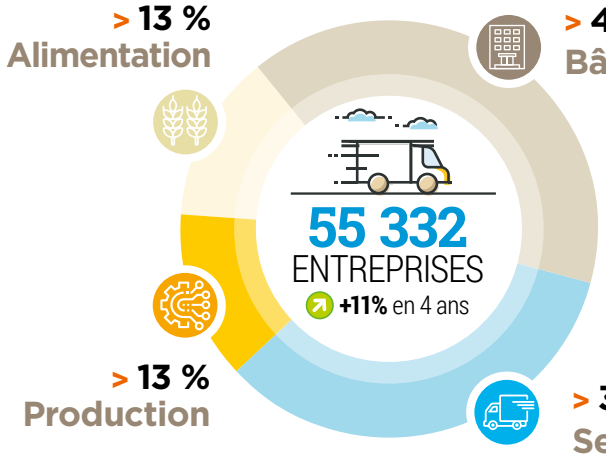
Les 5 marques les plus visitées /
Amazon • Cdiscount • voyages-sncf-com • Fnac • vente-privée

4 000 sites de drives en 2016

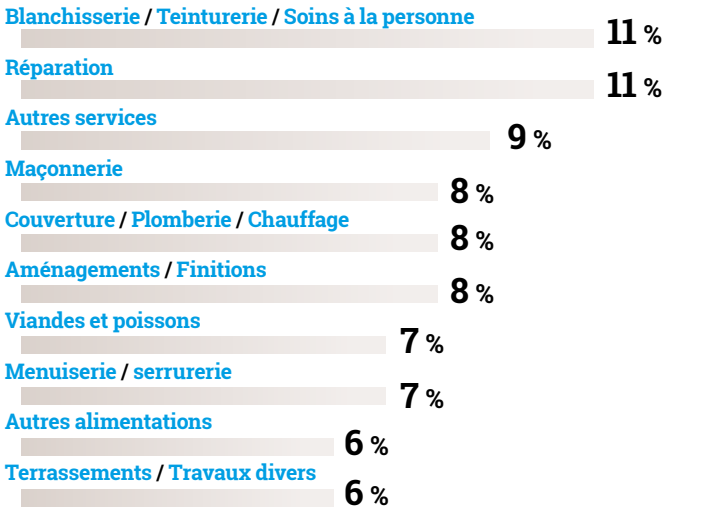
80 % des Français ont un click & drive à moins de 15' de chez eux

6,2 % du chiffre d'affaires de la grande distribution se réalise sur le web

> L'artisanat en Normandie



> Répartition par familles d'activité



Sources : Panorama économique CCI Normandie, INSEE, CCI Observatoires, Fédération e-commerce et vente à distance, Conseil du commerce de France, Institut Nielsen, Observatoire régional de l'artisanat normand CMA, Pôle emploi.

Avranches

Saint-Michel, merveille gastronomique

L'usine Saint-Michel d'Avranches lance une nouvelle ligne de production, avec un fort recrutement en parallèle.

Saint-Michel, ce n'est pas seulement une merveille architecturale, c'est aussi une des marques préférées des gourmands. Elle a été fondée par Joseph Grellier, à Saint-Michel-Chef-Chef, près de Pornic, en 1905. Depuis, c'est un plaisir continu pour les amateurs de biscuits et pâtisseries, des spécialités dont elle occupe respectivement la 3e et la 1re place en France. Elle est construite autour de quatre entités, Saint-Michel, les Ateliers Saint-Michel, Bonne Maman et Jean Ducourtieux, qui contribuent à une production de 96 000 tonnes par an, dans onze sites (dont deux à l'international, aux États-Unis et en Tunisie). Le best-seller reste la galette Saint-Michel, dont la recette n'a pas changé depuis 113 ans, quand elle était vendue sur les plages de Pornic. Mais Saint-Michel, ce sont aussi 500 références, avec le lancement d'une vingtaine de nouveautés par an. « Les consommateurs sont très en attente d'innovation. Elle représente 30 % de notre tonnage », explique Johann Le Du, directeur du site d'Avranches, qui dispose de son propre site de R&D, fort de sept ingénieurs.

Un des derniers articles sorti par Saint-Michel est le Doonut, qui a aussitôt rencontré un succès foudroyant. À tel point que la production a du mal à suivre.

Des machines traditionnelles, une part de plus en plus importante, **et toujours le savoir-faire humain, la recette des usines Saint-Michel.**

Vingt nouveautés par an

Elle était effectuée sur le site de Contres, elle sera désormais étendue à Avranches. Une nouvelle ligne de fabrication verra le jour en mars 2019, entraînant la création d'une quarantaine de postes dans la fabrication et le conditionnement, la maintenance et la logistique, le tout accompagné d'une forte stratégie de formation, pouvant aller de 7 à 12 mois en alternance. « La pérennité du site est garantie », se réjouit Johann Le Du.

C'est une étape de plus dans une histoire née en 1927, qui a connu sa première évolution en 1976 avec son implantation actuelle, puis trente ans plus tard avec l'entrée dans le groupe Saint-Michel. L'usine d'Avranches, ce sont dix lignes de production, dont certaines ultramodernes, où le laser contrôle la qualité des biscuits (palet breton, galette au beurre, cookie, tartelette, goûter au chocolat…), six fours de production, 180 salariés, et une croissance à deux chiffres des plus régulières depuis plusieurs années.

Plaisir continu

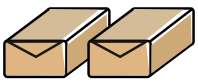
La France est le premier consommateur des produits Saint-Michel, mais « le développement international est une priorité », affirme Johann Le Du. D'Avranches, partent des Sablés de Retz livrés en Chine et en Corée

© St Michel

© St Michel

En chiffres

2,5 millions
de biscuits sont produits par jour dans l'usine d'Avranches.



112 millions
de paquets vendus en France chaque année.

36 millions
de paquets vendus à l'export.

du Sud. Il faut savoir s'adapter aux usages et aux goûts locaux, mais les recettes restent identiques d'un pays à l'autre, seul le packaging peut changer, l'usine s'étant dotée ainsi d'une ligne spécifique pour cela.

Croissance citoyenne

Saint-Michel ne se contente pas de faire des bons biscuits ancrés dans la tradition. L'entreprise veut aussi s'inscrire dans une « croissance citoyenne », expression dont elle a fait son projet d'entreprise. « Nous avons créé une filière de proximité pour la farine et le beurre en travaillant avec les coopératives et les agriculteurs. La traçabilité, la sécurité, l'absence de pesticides font partie des fondamentaux », précise Johann Le Du. Même principe pour les œufs, issus de poules élevées en plein air. L'huile de palme, les colorants, les conservateurs, sont bannis. La marque est tout aussi active dans les questions de responsabilité sociale. Elle a proposé à ses salariés l'accès à des formations aux connaissances de base (français, mathématiques, informatique, anglais…), dont 30 % ont bénéficié. Elle s'implique dans la sensibilisation au handicap. Et elle pense à son empreinte carbone. La dernière usine, à Contres, est pionnière sur la gestion des énergies, de l'eau, des déchets. Les avancées qui y ont été effectuées seront déployées dans d'autres sites du groupe.

CONTACT
www.stmichel.fr

Caen

4 mois pour 1 projet

Accueillir un chef de projet (4 mois) dans votre entreprise : c'est l'offre du dispositif AGPE piloté par l'AIFCC à Caen.

Conçu pour les dirigeants qui ont « 1 000 idées à l'heure », mais ni le temps ni les moyens de les exploiter, le dispositif « Accompagnement et Gestion de Projets d'Entreprises » est la solution. Impulsé et financé par la Région, il forme des demandeurs d'emploi à la gestion de projet et permet aux PME-PMI-TPE ayant un projet de développement (Commercial, Marketing, RH, Technique) d'accueillir un collaborateur en stage pour 4 mois « sans obligation financière ni d'embauche ».
Déjà 26 entreprises et 26 managers de projets stagiaires ont bénéficié du programme piloté par le Groupe AIFCC – l'organisme de formation des CCI Caen Normandie et Seine Estuaire.
Le cursus prévoit 17 jours de formation collective animés par des formateurs de l'AIFCC, finalisé par un Certificat de Compétences en Entreprises « Manager un projet », précise Natacha Pavis, responsable Formation Continue AIFCC. Chaque promotion accepte jusqu'à 16 stagiaires de tous âges et tous horizons, « c'est la garantie d'un contenu interactif qualitatif ».
Les premières promos étaient à Caen, Le Havre (2017), en 2018 la 3e s'est déroulée à Cherbourg, la 4e débutera en octobre, de nouveau à Caen. Avis aux entreprises intéressées, les candidatures sont ouvertes jusqu'à fin juillet. ❮ I.P.

CONTACT
Natacha Pavis
n.pavis@aifcc.com
www.aifcc.com

Paroles de stagiaires

Falaise

Miriam Desquesnes, 28 ans,
auteure du blog « Gourmand et Curieux »

Profil Communicante

© Eva Le Goubey

À ceux que son parcours étonne – un Master en Histoire de l'art, un CAP de pâtissière – Miriam Desquesnes répond « il y a des passerelles entre l'entreprise et l'apprentissage en pâtisserie, qui exige une capacité d'excellence à toute épreuve. Si je n'avais eu qu'un cursus universitaire, ma valeur ajoutée ne serait pas la même ». De là, son blog Gourmand et Curieux, né en janvier. Elle y publie ses recettes, ses astuces conso, ses adresses en Normandie, « le moyen de rester dynamique, tisser des liens avec d'autres passionnés des circuits courts ».
Sa mission : intégrant Schuller Graphic, Miriam a conduit « une étude go/nogo » sur le développement à l'export d'une solution de référencement Web multilingue, produit-phare de l'agence spécialiste du digital. « Un travail passionnant d'enquête et de prospective auprès des PME-PMI normandes actives à l'international ». ❮

CONTACT
https://gourmandetcurieux.com

Cuves

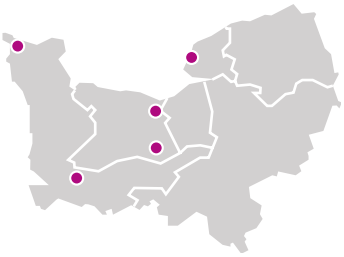
Éric Delandes, 59 ans,
responsable Spiruline, marque RessourSée

L'artisan spirulinier

© Thomas Jouanneau

Un bagage d'ingénieur en agriculture, des missions dans la com', la supply chain, la R&D : l'expérience d'Éric Delandes collait à merveille au projet « culture de spiruline ».
Sa mission : Éric a eu carte blanche pour « étudier la mise en place d'une éco-production de spiruline dans le Cotentin ». En amont, « je me suis documenté, j'ai visité des producteurs », avant de rencontrer Simon Loisel, directeur des Champs Jouault, PME du Val de Sée spécialiste de valorisation énergétique, qui disposait d'une installation à optimiser « 4 bassins hors sol pour 600 m² ». Le projet RessourSée prenait corps. La première récolte a eu lieu le 29 août 2017. Aujourd'hui, Éric Delandes vend la spiruline RessourSée sur une e-shop, la distribue en épiceries fines, magasins bio. Cultivée sous serres chauffées par cogénération, 100 % naturelle la sienne offre une saveur unique. ❮

CONTACT
https://ressoursee.fr



Paroles de dirigeants

© Erik Levilly

Cauville-sur-Mer

Bertrand Maillard,
créateur de Solutions Océanes Services, LH Boats & LH Boats Club

Naviguez comme vous voulez

Havrais de cœur, Bertrand Maillard a tout de l'entrepreneur créatif, mais « navigateur d'abord ». Créateur de Solutions Océanes Services, il manage une unité qui entretient, répare, conçoit, construit des bateaux de plaisance. L'offre AGPE est arrivée pile quand son prototype était prêt, « un bateau à moteur design et novateur ».
Le projet : lancer le LH Boats 700, monocoque évolutif, customisable à façon, couplé au concept de bateau-portage. C'est pour promouvoir un service global « naviguez comme vous voulez » que Bertrand Maillard a accueilli François Le Berre. Son stage AGPE a fait éclore la charte graphique, le LH Boats Club, un site internet.
Et maintenant ? La solution « LH Boats & LH Boats Club » est relayée dans des ports de Bretagne et du Sud par des chantiers navals partenaires, et François Le Berre est free-lancer pour Solutions Océanes Services.

CONTACT
www.lhboats.fr

Beaumont-Hague

Olivier Longueval,
entrepreneur social (Lav'Auto Bio, Ecoreca, La Conciergerie solidaire du Cotentin)

Esprit citoyen

Signe de succès, les entreprises d'insertion par l'économie d'Olivier Longueval affichent « 85 % de recettes », soit Lav'Auto Bio, nettoyage esthétique des véhicules ; Ecoreca, entretien espaces verts, petite maçonnerie ; La Conciergerie solidaire du Cotentin et son FoodTruck, qui rayonne sur les deux sites EDF de Flamanville. Prochaine étape de même esprit citoyen « monter la première conciergerie seniors du Cotentin ».
Le projet : L'idée d'une spiruline responsable Made in Normandie s'est inspirée d'un séjour dans le Sud où, « on la cultive à ciel ouvert ». Le stage AGPE était « l'opportunité de déléguer le où-quand-comment ». Il a retenu aussitôt Éric Delandes : « Je voulais quelqu'un d'autonome à 100 % ».
Et maintenant ? Démarrée en tandem, la mission a fait jaillir RessourSée, marque des Champs Jouault, unissant Simon Loisel, Éric Delandes, Olivier Longueval.

CONTACT
http://conciergerie-solidaire-cotentin.fr

Bénouville

Christine Lelong,
créatrice de Couleurs de Fête

La couleur du cœur

En juillet 2014, le mariage de sa fille a été le déclic. Six mois plus tard, Christine Lelong a lancé Couleurs de Fête, offre spécialiste des mariages (et événements privés) qui propose un matériel dédié en location et prestations de déco sur-mesure. Aujourd'hui, ils lui valent une clientèle en majorité parisienne qui se marie « entre Deauville et Pont-L'Evêque ».
Le projet : « Je travaille d'avril à novembre » note la créatrice, soucieuse de capter aussi les professionnels. Ce fut l'objet du stage AGPE, Christine accueillant une stagiaire experte du numérique « elle voulait s'ouvrir à l'événementiel, chacune a profité du talent de l'autre ».
Et maintenant ? Elles ont refondu l'ancien site en une nouvelle vitrine Internet où bientôt, seront publiés des tutos décos, des vidéos.

À voir sur www.couleursdefete.fr

Solutions CCI +

BIENVENUE EN NORMANDIE

Intégrez un réseau de professionnels et bénéficiez d'outils pour optimiser votre accueil (guides, fiches techniques, formations…) pour promouvoir la Normandie et valoriser votre entreprise.

www.bienvenue-en-normandie.fr

L'Aigle

400 printemps

Fleuron mythique du Pays de L'Aigle, l'Hôtel du Dauphin a 400 ans cette année.

© David Commenchal

Régis Ligot dirige le plus vieil hôtel de Normandie.

Si sa façade impressionne, l'ancien relais de diligence édifié en 1618 est aujourd'hui un complexe hôtelier 3 étoiles de 47 chambres – 1 suite familiale, 4 appartements-kitchenette, 2 chambres PMR – complété d'un restaurant gastronomique, une brasserie « la REnaissance » (la RE) qui régale les amateurs de bistronomie. Les fidèles ajouteront le charme du salon-bar, le patio, la terrasse aux beaux jours, ou la salle fitness. Enfin des espaces & prestations séminaires ouverts à l'accueil de groupes et réceptions privées (« jusqu'à 330 personnes »), le tout labellisé Qualité Tourisme, Maître Restaurateur.

> « Chambre après chambre, nous embellissons »

À sa tête, Régis Ligot, chef-cuisinier d'excellence, son épouse Brigitte et leur fils Erwan, entourés d'une équipe efficace (25 permanents dont son alter ego en cuisine, Didier Godefroy). Grâce à lui, l'hôtel est en rénovation perpétuelle, une 2e terrasse vient d'être aménagée pour les petits-déjeuners, « chambre après chambre, nous embellissons ».

Pourtant, lorsqu'ils avaient repris la gestion en 1999, l'établissement était vétuste (« 30 chambres à l'époque »), menacé de fermeture. Mais il est né à deux pas de là et c'est au Dauphin qu'il a débuté, « à 14 ans, je portais les valises, en tant que chasseur », deux bonnes raisons de forcer le destin.

REnaissance

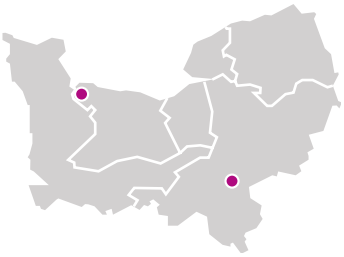
En 2018, il a tout lieu de s'en féliciter. Président du plus vieil hôtel de Normandie, il affiche « 250 couverts par jour » et des visiteurs étonnamment cosmopolites. Entre les touristes, les habitués et des clients d'affaires, « venus du monde entier », fournis par la proximité des grandes entreprises, Le Dauphin ne désemplit pas. De fait, le « fluent english » est un minimum exigé en interne et les services BtoB sont à l'avenant : « visio-conférences à l'international, tour en ULM, cours d'œnologie chez le producteur du coin, nous pouvons tout organiser ».

Régis Ligot pourrait prendre son temps. Ce serait mal le connaître. Exemple, l'Hôtel Artus acquis en 2015, pour prévoir l'avenir : « Si la demande explose, j'ai la surface pour 20 chambres de plus ». Ainsi les 400 ans sont l'occasion d'une nouvelle image : fraîchement affilié au réseau Brit Hotel – plus de 130 hôtels étoilés indépendants Made in France – Le Dauphin est en pleine révision de sa charte graphique, optimisant son référencement sur la Toile. ❮ I.P.

CONTACT
www.hotel-dauphin.fr

CARNET DE BAL

Parce que Régis Ligot sait y faire, rien de tel que le plaisir dans l'assiette pour célébrer les 400 ans. Animations, démonstrations culinaires (Salon de l'Agriculture, Goût de food, les 4 jours de l'Orne avec les Toques Normandes), tournée des écoles à la prochaine Semaine du Goût. Mais le clou de la fête sera le grand bal du 14 juillet « notre jour-anniversaire », Place de la Halle à L'Aigle, la mairie lui a donné carte blanche.



Isigny-sur-Mer

Manutention d'urgence

Reprise par la 2e génération, Cadel est spécialiste de levage, manutention, transports exceptionnels.

1978-2018 : tout un symbole pour Sloane et Vincent Cadel, jumeaux de 26 ans, qui ont repris en co-gérance l'affaire fondée par Alain, leur père, 40 années plus tôt. Leur PME assure ses prestations en direct « manutention lourde, levages, transports spéciaux » ou propose ses équipements en location (avec chauffeur) : grues mobiles (25 à 130 tonnes), camions à bras de grue (55 à 135 T/m), une nacelle de 46 mètres, une semi-remorque extra-surbaissée, un système sur coussins d'air dédié aux manutentions de machines en intérieur, un véhicule atelier.

Convois d'exception

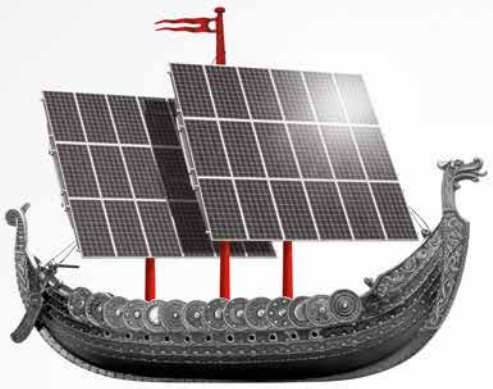
« Nous avons un métier d'urgence, du genre dépannage de poids lourd sur une autoroute un dimanche soir » évoque la nouvelle dirigeante. Se rapprochant de la CCI Caen Normandie, elle a suivi le cursus de l'École des Managers (promo 2017) « il m'a fourni la bonne approche, et les compétences de base essentielles pour appréhender la fonction ». Elle qui rêvait d'être vétérinaire, a grandi dans l'univers paternel au point d'avoir choisi comme job d'étudiante « un poste de chauffeur-livreur ». Si bien que peu à peu, l'idée de pérenniser ensemble l'entreprise familiale a pris tournure, poussée par la motivation de son frère Vincent. Déjà en place, il avait développé les services d'exception, les convois « grande longueur, grande largeur, grande hauteur ». « Nous transportons et manutentionnons des œuvres d'art, des cloches, des silos, des voiliers, des charpentes bois-métallique, des chars… ». La liste est non exhaustive, alors « à l'horizon 2021 », l'ouverture d'un 2e site Cadel à Granville est planifiée. ❮ I.P.

CONTACT
www.cadel-levage.fr

Solutions CCI +

FORMATION-ACTION

Disponible à Caen et Rouen, l'École des Managers forme les jeunes repreneurs, les créateurs, les dirigeants débutants à travers un parcours personnalisé en alternance (14 mois), validé par le diplôme « Chef d'entreprise développeur de PME ».
patricia.rodriguez@normandie.cci.fr (Caen)
agnes.petit@ceppic.fr (Rouen)



Élargissez votre horizon !

Capitalisez des compétences et des expériences

Formation Pass' Manager en présentiel sur Caen ou Le Havre (10 jours / 4 mois)

Compatibles avec une activité professionnelle,
Éligibles au CPF (Compte Personnel de Formation)

Valide un bloc de compétence (en management d'équipe et conduite du changement) du grade de Master. Possibilité de suivre tout ou une partie du Pass' Manager.

Connaissance de soi et des autres • Défis du management en période de changement • Gestion du temps et des priorités • Management d'équipe • Gestion des situations difficiles ou conflictuelles, Conduite de réunions • Prise de parole en public • Entretien individuel et professionnel • Droit du travail.

EM NORMANDIE
EXECUTIVE EDUCATION

AACSB ACCREDITED · EFMD EQUIS ACCREDITED · FT FINANCIAL TIMES

Marion ROUSSEL
Tel. : +33 (0)6 87 73 91 04
mroussel@em-normandie.fr
fc.em-normandie.fr

CAEN • LE HAVRE • PARIS • DUBLIN • OXFORD

© Eva Le Goubey

Deux frères et des bières.

À savoir

Présents sur les événements répondant à leur univers, les brasseurs des 9 mondes sont visibles à la Fête de la bière normande et sur les festivals-types Médiévales de Bayeux, la Fête des Remparts (Dinan), Cidre & Dragon (Merville-Franceville), les Boréales à Caen.

Ranville

Bières et fantasy

Au croisement de l'imaginaire et des bières artisanales, il y a la Brasserie des 9 mondes.

Micro-brasseurs inspirés à Ranville, Thomas et Nicolas Fournier sont devenus Normands par évidence. Pour ces fans de Tolkien et de mythologie scandinave, la Brasserie des 9 mondes ne pouvait s'implanter ailleurs qu'en « terre des Vikings ». Ils rêvaient d'une brasserie-atelier à taille humaine, une brasserie-dégustation ouverte à tous les publics pour valoriser les méthodes traditionnelles.

Aujourd'hui, leur offre tient ses promesses. Thomas et Nicolas produisent des bières atypiques et originales, chacune a ses légendes. Elles séduisent les amateurs autant que ceux qui n'ont jamais goûté que les marques standards. Croisant des arômes de miel, d'épices, de gingembre ou fleurs d'hibiscus, ne serait-ce que par l'esthétisme des étiquettes, conçues avec un graphiste, la gamme des 9 mondes est immédiatement reconnaissable. Cinq bières à 5,5° sont disponibles : Midgard (la blonde), Muspellheim (l'ambrée), Vanaheim (la rouge), Jotunheim (la brune), Niflheim (la blanche). La sixième « Helheim, une bière à 9°, aux saveurs malt fumé et baies de genévrier » sera bientôt prête. Évidemment, neuf sont prévues à terme.

En famille

Assurant seuls la fabrication, les deux frères ont investi au minimum en matériel et depuis l'origine, ils ont accueilli « toute l'année » les visites touristiques. De même, ils ont proposé des tireuses à bières-pression en location à la carte, associés à des fûts compatibles. En retour, la vente directe reste leur premier canal, bien qu'on retrouve leurs bouteilles en épiceries fines, chez des cavistes et des restaurateurs. Thomas et Nicolas ne comptent plus les demandes de bières personnalisées ou de cours d'initiation brassicole… Des pistes pour l'avenir, sachant qu'ils produisent 240 hl de bières/an, et que le double est visé d'ici 2020.

Comme beaucoup, les créateurs s'étaient d'abord amusés à produire en famille, mais la passion prenant le pas, l'idée d'une brasserie artisanale a pris tournure. Déjà « pour le plaisir », chacun s'était formé auprès d'un professionnel, alors le temps de transformer l'envie en projet d'entreprise, accompagnés par la CCI Caen Normandie tout au long du parcours, ils ont ouvert la Brasserie des 9 mondes en 2014. ❮ I.P.

CONTACTS
cconnan@caen.cci.fr
www.brasseriedes9mondes.com

Caen

Penser et construire

Les contraintes techniques et environnementales changent la façon de construire. Le bureau d'études Areha est prêt à faire face.

Solutions CCI +

BOURSE DES LOCAUX

Trouver des bureaux, des locaux d'activité ou des terrains à bâtir adaptés à ses besoins actuels et futurs est crucial pour une entreprise. Votre CCI vous propose un accompagnement personnalisé.

www.normandie.cci.fr

La façon de construire des bâtiments, de les occuper, d'y vivre, ne cesse d'évoluer au gré des réglementations techniques, de la prise en compte des questions environnementales. À très court terme, 2020, un nouveau changement majeur va impacter l'ensemble des professions gravitant autour du BTP, le label E+C-, pour « bâtiment à énergie positive et réduction carbone », qui va mesurer l'impact carbone des constructions et des matériaux. « C'est une vraie révolution. Il faut s'habituer à développer autrement les bâtiments », résume Valéry Thomassin, qui dirige Areha, bureau d'études thermiques et fluides, spécialiste de la construction.

Il est parfaitement dans son élément avec ces évolutions techniques. Dès le départ, en 2007, il a choisi d'apporter des prestations intellectuelles de haut niveau, tout en organisant son activité avec une rigueur issue de son passé professionnel dans le monde industriel, en misant sur des process, des planifications précises et en cherchant surtout à ne pas s'appuyer sur des solutions catalogues.

Exigences techniques

Avec son équipe de 6 personnes, il est régulièrement dans l'anticipation, car il devine que « notre façon d'habiter va changer, on va construire la ville sur la ville. Il est indispensable de s'ajuster tout en gardant l'accessibilité financière et l'habitabilité ». Il sera nécessaire pour cela d'être encore plus collaboratif entre les différents corps de métier, et la mise en place du BIM y contribuera pour Areha. « Nous savons nous former, investir, nous adapter à des demandes de plus en plus complexes. Les exigences techniques ne baissent pas alors que la pression sur les coûts reste très importante. C'est compliqué de faire face », remarque Valéry Thomassin.

C'est en cela que l'inventivité de ses équipes fait la différence. Elles savent trouver des solutions qui font gagner en efficacité, en encombrement, quels que soient les lieux et les problèmes. La salle des fêtes de Tihy, où l'implantation d'une nouvelle machinerie a permis de diviser par quatre la consommation d'énergie, l'EHPAD de Valognes, où la remise en cause du système de chauffage a libéré de la place pour construire quatre nouveaux logements, en témoignent.

Très présent dans l'habitat, le tertiaire, auprès des collectivités locales, Areha cherche à se développer plus encore dans l'industrie. « On y rencontre des difficultés techniques, des contraintes qui sont très intéressantes, et on a en face de nous des dirigeants qui sont en capacité de comprendre la nécessité d'investir », explique Valéry Thomassin.

CONTACT
www.areha.fr

À savoir

Areha est installé dans le quartier de la Guérinière, en Zone Franche Urbaine. « Ce fut au début une opportunité, c'est devenu désormais un plaisir, avec des conditions de vie excellentes, un quartier dans lequel il est agréable de travailler ». L'ancrage territorial n'est pas un vain mot pour Valéry Thomassin, qui le pousse jusqu'à être exclusif dans la façon dont il consomme. « Il faut penser local, regarder ce qui se passe dans la région, trouver des fournisseurs de proximité. C'est une question de bon sens, pour soutenir ceux qui travaillent, vivent ici. J'aimerais que tous les chefs d'entreprise puissent réfléchir à ce type de démarche ».

© Solveig de la Hougue

L'équipe d'Areha se prépare aux évolutions réglementaires dans le bâtiment.

Bernay

La passion distinguée

Mercure d'Or pour Les Magasins de la Passion : une récompense pour un parcours professionnel exemplaire.

Un Mercure pour **un travail de trente ans.**

On ne sait pas ce qui frappe le plus quand on entre dans les Magasins de la Passion. Les odeurs ou les couleurs. C'est en tout cas une symphonie des sens, entre les blancs des fromages et les rouges et verts des fruits et légumes de saison. Avec un mot d'ordre, la fraîcheur, une notion qui coule dans les veines de Jocelyn Gosse, troisième génération d'une famille de commerçants, et qui vient de recevoir la plus haute récompense de sa profession, le Mercure d'Or. Un deuxième, en plus, après celui de 2001. Et un plaisir supplémentaire, puisqu'il s'agit du Mercure de l'année, distinguant le meilleur parmi tous les lauréats.

« C'est une reconnaissance pour le travail effectué depuis plus de trente ans. C'est aussi, et surtout, un témoignage pour l'équipe qui est en train de s'installer, qui prendra ma suite, un socle pour continuer à bâtir », résume Jocelyn Gosse.

Un socle pour bâtir

Les fondations sont solides, elles viennent de loin. Si son magasin, avec ses 9 salariés, sa clientèle qui va jusqu'au Havre, Rouen et même Paris, son Mercure, est aujourd'hui une réussite incontestable, Jocelyn Gosse se souvient d'où il vient. Parti de sa Picardie natale pour s'installer à Bernay, il a connu des débuts plus que difficiles, presque désespérant. Deux rencontres ont changé sa destinée, deux cadeaux de la vie. Un banquier, Michel Baudin (CIN), qui a toujours cru en lui, qui a oublié les découverts pour le pousser à aller de l'avant et un comptable, Christian Bénard, qui l'a aidé à faire les bons choix. « Sans eux, nous n'aurions pas tenu », relève, non sans émotion, Jocelyn Gosse. Après, avec son épouse Élisabeth, c'est leur volonté de ne pas baisser les bras, de faire leur métier, qui a porté ses fruits, les clients sont arrivés, le

© Eric Benard

Des couleurs, des sourires, de la qualité, des clients... Les Magasins de la Passion sont des dignes lauréats du Mercure d'Or.

bouche-à-oreille a fonctionné, le décollage s'est produit.

Le temps de servir

Jocelyn n'est pas resté sur la satisfaction d'une affaire qui marche. Toujours à la recherche de nouveautés, d'adaptation, il a agrandi sa boutique puis, considérant qu'il fallait voir plus grand pour accompagner la réussite de son commerce, il a acheté un autre magasin, à quelques dizaines de mètres, en mars 2016. « Ce fut un tournant, cela a fait exploser l'activité », constate-t-il. Son métier a changé, avec des consommateurs en recherche du plus juste rapport qualité / prix. « Nous sélectionnons les produits en fonction de cet aspect. Il faut qu'ils soient accessibles à tous, quel que soit son budget, le client trouve ce dont il a besoin. Nous cherchons à approfondir la gamme, à fournir sans cesse de la nouveauté. Nous essayons de privilégier des fournisseurs de proximité, mais il faut qu'ils aient une vraie démarche qualitative et qu'ils jouent le jeu sur les coûts ». En corollaire, avec son équipe, il veille à apporter un vrai service, livraison à domicile, composition de paniers ou de plateaux… « On prend le temps de servir, on peut porter le sac d'une clientèle dans sa voiture, notre tâche ne s'arrête pas à l'acte de vente », souligne-t-il.

Tout ce savoir-faire, cette passion, ne seront pas perdus quand Jocelyn partira en retraite. Il a préparé sa succession en prenant comme associé Kevin Carré, entré il y a quelques années dans le magasin. « Il avait envie d'avoir des responsabilités, nous avons une perception identique du métier », remarque Jocelyn Gosse. « Je suis prêt à continuer sur le même chemin », confirme Kevin. Les deux partenaires ont des idées qui ne demandent qu'à éclore : un drive en fait partie, comme des évolutions dans d'autres lieux, mais toujours animés du même esprit de qualité et de fraîcheur. « C'est un métier exigeant, complexe, qu'il faut savoir maîtriser, et qui réclame de ne jamais rester sur ses acquis », affirme Jocelyn. Une recette qui a fait ses preuves.

CONTACTS
nathalie.coze@normandie.cci.fr
www.lesmagasinsdelapassion.com

Saint-Lô

À toutes les sauces

La world food est à la mode, et les petites sauces N'oye, pont culinaire entre l'Asie et la Normandie, en sont un exemple parfait.

Julie a toujours été baignée dans une atmosphère où la cuisine représente la tradition, le partage, l'émotion. Sa mère lui enseignait la découverte des saveurs des produits de leur Laos natal. Arrivée en France, la famille a découvert et apprivoisé d'autres ingrédients, d'autres bouquets. Julie a développé sa propre sensibilité, sa curiosité dans les mélanges des goûts et des parfums, et à force de ravir ses convives par ses trouvailles, à force d'entendre, de la part d'amis restaurateurs, qu'elle devrait aller encore plus loin, elle a décidé, avec son mari Jean-Pierre Boucey, « d'oser dépasser les frontières de sa cuisine », comme dit joliment le couple.

C'est ainsi que sont nées les sauces N'oye. N'oye, cela signifie « petite » en laotien, c'est le surnom de Julie donné par son père. N'oye, c'est « la petite sauce qui chamboule vos plats », résume Jean-Pierre. Il faut beaucoup de travail pour créer ces sauces, de nombreux essais pour définir les bons ingrédients et parvenir à l'équilibre idéal. Il a fallu aussi beaucoup de travail avant de lan-

UNE AFFAIRE DE FAMILLE

Est-ce facile de travailler en couple, de lancer une entreprise avec toute la charge de travail que cela représente, le temps et l'énergie qu'il faut y consacrer ? Pour Jean-Pierre et Julie, tout cela est très simple : « Notre projet, c'est une histoire d'amour », ce qui est somme toute le meilleur ingrédient pour que tout se passe bien. Ils ont aussi su partager les tâches, avoir chacun leur domaine de compétence, ce qui fluidifie encore les échanges. Alors, certes, leurs deux filles aimeraient parfois que « on parle un peu d'autre chose », mais elles sont aussi partie prenante dans la transmission culturelle du savoir culinaire de Julie. N'oye, c'est vraiment une affaire de famille.

cer l'entreprise. Jean-Pierre et Julie ne sont pas partis à l'aveuglette. Des enquêtes de marchés, des études organoleptiques, des tests auprès de consommateurs. Et puis « nous avons frappé aux bonnes portes », expliquent-ils. Auprès de la CCI, de la Chambre de Métiers, de Latitude Manche, de Saint-Lô Agglo, un des partenaires majeurs de N'oye « On se rend compte qu'on peut trouver d'énormes soutiens, des gens compétents qui sont là pour aider les créateurs. On ne se sent pas seuls ».

Comme une grande

Ils ont également établi une stratégie marketing très élaborée, misant sur une communication très digitale, qui mobilise les blogueurs et les influenceurs, qui distille auprès du public, conseils et bonnes idées d'utilisation. Ils ont dessiné une belle étiquette, un amusant logo mariant les références asiatiques et normandes. Les circuits de distribution se sont ouverts à eux, en Normandie puis en Bretagne, avec des signatures de prestige comme la Grande Épicerie de Paris et, plus récemment, la Centrale de Monoprix. Et comme le social est au cœur de leur réflexion, ils s'appuient sur l'ESAT de Condé-sur-Vire pour la production. « Nous les manageons en direct, nous les emmenons vers d'autres compétences, c'est un bonheur de vivre cette relation professionnelle », s'enthousiasme Jean-Pierre. Tout est conçu dans les locaux loués par Saint-Lô Agglo, et c'est important pour Jean-Pierre qui veut que sa petite entreprise ait les fondamentaux d'une grande, dans tous les secteurs.

Mais avant tout, ce sont les sauces qui font le succès de N'oye. Des saveurs inédites,

> « Chaque sauce a son identité, son équilibre »

qui changent des accompagnements habituels, des condiments où chaque note est une découverte. « Nous sommes différenciants sur le produit, et nous répondons pleinement aux attentes de produits frais, sans conservateurs, colorants ni émulsifiants, équilibrés et originaux, faits maison », résume Julie, capable de disserter sur l'importance de choisir un vinaigre de Crète ou sur l'art du biphasé et pour qui l'innovation est essentielle. Elle explique à la perfection les mariages de N'oye, qui relèvent crudités, salades, légumes, viandes, poissons, en sauce ou en marinade, chaude ou froide. « Chaque sauce a son identité, son équilibre, je suis toujours à refaire, à détricoter », poursuit-elle, toujours à la recherche de nouvelles idées et de nouveaux parfums, avec la volonté de s'ancrer dans un terroir normand, elle qui s'appuie déjà sur le vinaigre de cidre.

Car la petite N'oye va grandir. « Nous sommes très en avance sur ce que nous avions prévu, car nous nous sommes posé les bonnes questions », analyse Jean-Pierre. Sur ce solide socle, il peut prévoir les futurs développements, avec en ligne de mire la construction d'une usine à Saint-Lô et une ouverture à l'international, dans les cinq ans. Avant, c'est de recrutement dont il est question, pour se consolider sur les aspects de productions et community management, mais aussi, pour la commercialisation, l'adhésion à une marketplace et une présence toujours plus forte auprès des centrales de distribution de la GMS et des épiceries fines. Et surtout, sans doute au début de l'année prochaine, deux nouvelles sauces viendront renforcer la gamme.

CONTACT
www.noye.fr

LES TROIS RECETTES

N'oye sésame et piment du Japon. les saveurs des graines de sésame sont rehaussées par le piment très doux du Japon, pour de riches sensations qui se révèlent tout au long de la dégustation.

N'oye gingembre. Un arôme camphré et citronné qui apporte une touche exotique aux plats.

N'oye saté. Le saté, un mélange à base de piment, ail, sucre, cacahuète, sels, sésame et épices, très populaire en Asie du Sud-Est et qui séduit de plus en plus les gourmets européens.

Du Laos à Saint-Lô, une petite sauce qui a tout pour devenir un grand succès commercial.

© Thomas Jouanneau

Argentan / Caen

Sorti du bois

Venu des forêts brésiliennes, un charbon de bois est produit en Normandie pour des applications agricoles.

© Christophe Aubert

Un ancrage normand comme valeur étendard pour Terra Fertilis.

Les arbres n'ont pas de secret pour Stéphane Ledentu. Exploitant forestier, il a décidé en 1991 de développer son activité à l'international, d'abord en Roumanie puis au Brésil. Le groupe SLB est aujourd'hui à la tête de 11 000 hectares de forêts, gérées durablement. Il a même développé au Brésil un concept d'afforestation et de compensation carbone. Quand des opérations d'éclaircissement de ces bois sont nécessaires, les arbres abattus sont utilisés pour produire un amendement organique, biostimulant pour les sols, les cultures, les plantes, sous la gamme Terra Fertilis, basé sur le charbon de bois végétal.

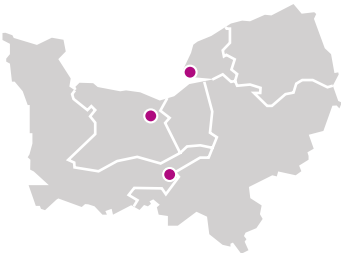
> « Stimuler l'activité biologique des sols »

Ses propriétés nombreuses, en premier lieu une forte capacité de rétention d'eau, limitent donc la consommation puisque l'humidité des sols est préservée. Il permet d'améliorer la ventilation souterraine et stimule l'activité biologique des sols, réparant les sols pauvres et stabilisant ceux qui sont de bonne qualité, en évitant l'utilisation d'engrais. Grâce à son rôle de niche pour les micro-organismes, il améliore les échanges entre le sol et les plantes, qui ont un meilleur accès à leurs nutriments.

Charbon de bois

C'est un amendement 100 % naturel, fabriqué dans l'usine d'Argentan, ouverte en fin d'année dernière. Les arbres, essentiellement des eucalyptus, sont traités par pyrolyse (chauffage sans oxygène), ce qui permet d'obtenir ce charbon végétal, utilisable pour l'horticulture ou la jardinerie, les vergers ou les potagers.
« Nous nous adressons à plusieurs secteurs d'activité, viticulteurs, sylviculteurs, horticulteurs, mais aussi les mairies et les collectivités locales, les paysagistes et les pépiniéristes », commente Vanessa Lecuyer, directrice commerciale et marketing. La marque a pour objectif d'être de plus en plus présente dans les jardineries, pour renforcer sa présence auprès du grand public, « qui utilise peu le charbon végétal, alors que sa simplicité d'utilisation est un atout important ». Plusieurs tailles de conditionnement permettent de répondre aux différents besoins. Un site e-commerce vient d'être mis en ligne, pour appuyer cette stratégie. Des développements à l'international sont également en prévision.
Produit totalement écologique, utilisable en agriculture bio, Terra Fertilis est pleinement dans l'air du temps. Son ancrage normand s'inscrit dans cette même démarche. « Il était important pour nous d'avoir un site de production en proximité, cela donne du sens à notre démarche », explique Vanessa Lecuyer. « Les consommateurs sont attentifs à cela ».

CONTACT
www.terrafertilis.com



Le Havre

Un taxi pour un job

Spécialiste du travail temporaire, l'agence SIM havraise facilite les bonnes pratiques.

De l'intérim à la citoyenneté, il n'y avait qu'un pas ! Édouard Lefebvre, directeur de l'agence SIM au Havre, l'a franchi avec bonheur en lançant son concept-pilote – en cours de finalisation – d'une navette gratuite pour ses intérimaires.
Depuis un mois et jusqu'à la fin juillet, une Navette de l'emploi (9 places) propose de les emmener « là où les bus ne vont pas », en sortie de ville.

> « Là où les bus ne vont pas »

Customisé rouge et blanc, le taxi SIM circule 5 jours sur 7, de 5 heures à 20 heures. Seule condition requise : « être inscrit dans nos fichiers clients », complète l'instigateur du projet. « J'ai voulu rapprocher mes candidats sans voiture des sociétés qui recrutent, toujours en panne de main-d'œuvre mais éloignées des zones urbaines ». Action solidaire, la navette en appelle aux bonnes volontés, « que le co-voiturage prenne le relais ».

Choix de vie

Édouard Lefebvre travaille au quotidien avec les entreprises du port, les plates-formes logistiques du Pont de Normandie, « des postes de manutentionnaires, de caristes, de chauffeurs en urgence, mais aussi des agents de transit ou d'import-export ». Ses autres clients sont les grands comptes et les PMI-PME dans « le BTP, l'industrie, les métiers du tertiaire », confirmant que l'intérim a le vent en poupe. « Chez les jeunes générations, il est synonyme de flexibilité, c'est devenu un choix de vie ».
Pourtant, rien à voir avec une franchise : né à Saint-Lô, le réseau SIM Agences d'Emploi (20 ans en 2017) fédère une quinzaine d'antennes locales indépendantes « notamment sur l'axe Seine, Port-Jérôme, Fécamp, Paris », indique Édouard Lefebvre, qui a rejoint le groupe familial (son père Yves est cofondateur) au printemps 2014, après une carrière dans les relations publiques. Aux commandes de l'agence havraise (9 personnes), il a développé trois pôles autour des contrats d'intérim, CDI, CDD « SIM Travail Temporaire, SIM Solution RH, SIM Hôtes et Hôtesses ».
Aujourd'hui, ce volet d'expertises dédié au personnel d'accueil et d'events lui vaut des missions partout. De la maison Cartier « une soirée VIP parisienne » au Stade Océane « 200 intérimaires pour un match du Havre AC », l'équipe répond sur-mesure. Comble du chic, reine des partenariats de mode, elle peut fournir jusqu'aux tenues du jour J, signées « par des créateurs ou des marques 100 % françaises ». ❮ I.P.

CONTACT
www.sim-emploi.fr

© Erik Levilly

Une navette qui en appelle **aux bonnes volontés.**

Le Grand-Quevilly

Études poussées

Vesa fait sa différence sur la proximité et l'accompagnement complet de ses clients.

© Julien Paquin

Philippe Buquet, un grand professionnel et un vrai humaniste.

Bureau d'études et d'ingénierie, Vesa réalise 70 % de son chiffre d'affaires dans l'industrie pharmaceutique, un secteur où chaque étape d'un dossier doit être traitée avec le plus grand professionnalisme. Une école de rigueur et de précision que l'entreprise apporte dans ses autres domaines d'intervention, comme l'industrie, la santé, la grande distribution, pour laquelle elle développe une approche autour du froid alimentaire. « C'est essentiel de consolider notre réseau pour aller de l'avant avec prudence mais certitudes. Ce qui est important c'est de mener de vrais projets d'entreprise, des opérations riches techniquement, qui sont motivantes à porter », commente Philippe Buquet.

Il a fondé Vesa en 2005 : « J'ai voulu prendre mon destin en main, ce fut une des meilleures idées de ma carrière. Je savais que sur beaucoup de dossiers, il manquait une présence locale, c'est une de nos forces ». Il voit son métier comme le management d'un projet dans sa globalité, de l'étude de faisabilité à l'exécution des travaux.

Le concept et l'avenir

Dans tous les cas, il met en avant la connaissance parfaite de l'environnement de l'entreprise, du suivi, de l'assistance, et beaucoup d'écoute : « nous cherchons à réfléchir avec nos clients sur le concept et sur l'avenir de l'outil de production ».

La réflexion se mène aussi en interne, autour de la transition numérique : « nous devons penser à nos méthodes et nos outils de demain. Nous sommes prêts à évoluer, nous avons toujours investi », informe Philippe Buquet. Avec, en permanence, l'idée d'avoir le sourire, de miser sur l'aspect humain et sur un vrai esprit d'équipe pour avancer. « La confiance, l'entente, sont essentiels chez Vesa », conclut-il.

CONTACT
www.vesa.fr

Rouen

Bon voisinage

Le Club des entreprises des Bords de Seine fête ses 15 ans.

On y produit chaque année 150 millions de boîtes de mouchoirs Kleenex, on y torréfie 16 000 tonnes de café, on y forme 1 000 personnes, on y trouve une crèche de 30 berceaux… La zone d'activité des Bords de Seine est l'une des plus emblématiques de l'agglomération rouennaise, des mutations de son économie, avec des activités traditionnelles qui restent en place et d'autres qui prennent de l'importance, comme le e-commerce et le stockage du dernier kilomètre.
Pour faire vivre cette ZA, le Club des entreprises des Bords de Seine, qui regroupe 75 adhérents représentant 2 000 salariés (soit le tiers des effectifs de la zone), se mobilise depuis une quinzaine d'années. « Nous cherchons à fédérer les entreprises, à faciliter la vie des salariés, à mettre en place des dispositifs permettant le développement des relations entre nos adhérents. Nous sommes là pour porter une démarche collective, pour faire en sorte que les voisins se parlent et se connaissent », détaille Pierre Bellanger, nouveau président du Club.

Déficit de notoriété

Une des préoccupations majeures est de travailler sur l'attractivité de la zone : « Nous sommes un vaste pôle économique, situé à proximité du centre-ville, mais il y a un déficit de notoriété sur lequel nous devons progresser pour attirer les compétences », estime le président, qui mise sur un dialogue actif avec la Métropole pour avancer sur des questions comme celle de la signalétique.
Le Club veut aussi faire entendre l'opinion de ses adhérents sur les grands projets. La liaison A28-A13 en est un, pour lesquels les entreprises sont pleinement mobilisées : « Nous espérons beaucoup de cette infrastructure pour redonner de la fluidité au trafic », souligne Pierre Bellanger, attentif également à faire valoir les intérêts de sa zone d'activité quant à l'implantation de la future gare rive gauche.

CONTACT
www.clubdesbordsdeseine.fr

Normandie

Imaginer et réaliser

Le concours des Entrepreneuriales fait vibrer l'esprit créatif des étudiants

Étudier et entreprendre, c'est possible, les Entrepreneuriales le démontrent chaque année. La promotion normande de 2018 ne l'a pas démenti, avec 200 étudiants mobilisés sur un projet de création d'entreprise. « Ils sont motivés, ils ont des idées. C'est une excellente promo, avec un remarquable état d'esprit, des jeunes pragmatiques, qui ont réfléchi à ce qu'ils veulent faire », témoigne Marc Pérignon, président du jury.

Modernisation

Le concours ne cesse d'étendre son champ d'influence, s'appuyant sur les universités de Caen, de Rouen, d'Évreux, signant un partenariat avec la CCI Seine Estuaire, allant vers Alençon, s'ouvrant à d'autres publics (jeunes des quartiers de la ville, réfugiés diplômés…). « Notre communauté s'accroît, nous avons de nouveaux partenaires et nous modernisons nos outils de coaching avec des cours en ligne de type MOOC et SPOC », constate Marc Pérignon.
Le grand prix Normandie a été décerné à une équipe de l'UniLaSalle de Rouen, pour la création d'un agitateur biodégradable sucrant les boissons chaudes. On trouve parmi les autres lauréats des idées très variées comme un portefeuille connecté permettant de recharger les smartphones, une plateforme connectée de mise en relation entre particuliers et coachs, de la cohabitation intergénérationnelle, la vente d'appareils électroniques en Afrique…
Beaucoup d'imagination, mais aussi de la réalisation, puisqu'alors que les Entrepreneuriales fêteront l'an prochain leur dixième anniversaire, 150 entreprises sont fonctionnelles en France, dont une quinzaine en Normandie.

CONTACT
www.les-entrepreneuriales.fr

Quand l'esprit d'entreprendre vient aux étudiants, cela mérite bien un gros chèque.

© Maria Savenko-shutterstock

L'imagination **au pouvoir**

La Normandie dispose de solides atouts pour faire sa place dans l'impitoyable concurrence entre territoires pour attirer la manne touristique. Quand on peut s'appuyer sur le Mont-Saint-Michel, Giverny, les sites de la bataille de Normandie, la tapisserie de Bayeux ou la basilique de Lisieux, quand on sait renouveler son offre en créant des lieux d'attraction, d'intérêt comme Festyland, Biotropica, la Cité de la Mer, le Panorama XXL, quand on est en mesure de mobiliser toutes les forces vives autour d'événements majeurs, de l'Armada au 500e anniversaire du Havre, du Tour de France aux Jeux équestres mondiaux, quand on est accessible par l'air, la mer, la terre, on se dit qu'on est bien situé pour susciter l'attention des visiteurs potentiels, de France ou d'ailleurs.
Les professionnels savent toutefois que rien n'est acquis. Ce n'est pas par hasard qu'en moyenne, plus de 530 M€ d'investissements touristiques ont été effectués dans la région en 2014, 2015 et 2016, selon les statistiques du Comité régional de Tourisme. La consommation touristique en Normandie est de l'ordre de 4,6 milliards €, des chiffres qui pourraient donner le vertige, mais qui placent la région au 9e rang français. Peut mieux faire, c'est certain.

Nouvelles expériences

Ce qui complique la tâche, c'est que le touriste est un oiseau de passage. L'attirer et le fidéliser demande une imagination sans cesse renouvelée. Les comportements touristiques évoluent tellement qu'il devient impossible de rester positionné sur ses fondamentaux. En Normandie, trois types de destinations drainent six visiteurs sur dix : les lieux de mémoires, les sites religieux, les parcs et jardins. C'est un atout considérable, mais ce n'est plus suffisant, il faut être en mesure de diversifier, d'offrir de nouvelles expériences. Les clientèles changent, car en plus de l'internationalisation galopante, les seniors sont de plus en plus nombreux, avec leurs propres attentes. La baisse des dépenses, le « moins cher et autrement », l'exigence de qualité demande d'augmenter systématiquement les prestations.
Et il faut être en mesure de s'adapter à ce que recherchent les visiteurs. On parle de « slow tourisme », dans lequel par exemple le vélo tient une place importante, et la Normandie n'est pas complètement à la page sur le sujet. Le tourisme se pare de vert, respectueux de la nature, porté vers les rencontres. Il se développe dans les espaces naturels, il est équitable, durable, il se préoccupe de biodiversité. L'avion, fort pollueur, peut être négligé au profit de courts séjours de proximité. Et tout cela sans ne rien concéder au confort, à l'image du « glamping », le camping glamour. La consommation collaborative, les offres entre habitants, deviennent monnaie courante.
Et bien sûr, comme partout ailleurs, le préfixe « e » s'ajoute au mot « tourisme ». Le big data et l'intelligence artificielle prennent toute leur mesure pour permettre l'immersion totale des touristes, faciliter le parcours client. Les applis sont en train de passer de mode, remplacées par le « messaging », cette façon de créer du lien via les messageries, avec le risque toujours présent de saturer.

Tourisme : la Normandie, destination internationale à défendre

Secteur économique majeur, le tourisme en Normandie pèse pour 5,7 % du PIB régional et représente à lui seul 38 600 emplois (jusqu'à 51 000 en haute saison). Et pour la saison qui s'annonce, les voyants sont au vert. « Le nombre des nuitées dans le secteur de l'hôtellerie est en hausse et vient de franchir la barre de 5 millions. Celui de l'hôtellerie de plein air enregistre une croissance de + 8,2 % », se réjouit **Marie-Agnès Poussier-Winsback, vice-présidente de la Région Normandie en charge du Tourisme, de l'Attractivité et du Nautisme** et 1re vice-présidente du Comité Régional du Tourisme (CRT), à l'occasion des 3es Assises normandes du tourisme.
Des chiffres qui ne doivent cependant pas occulter les efforts de promotion pour vendre la destination « Normandie » à l'international pour contrer les effets liés aux comportements des touristes. En effet, si les Britanniques arrivent toujours en tête du classement de la fréquentation internationale (près de 800 000 nuitées à eux seuls), leur fréquentation est en baisse de 2,5 % tout comme celle des Japonais dont la fréquentation a été divisée par 7 depuis 2014.
Pour ce faire, plusieurs axes de travail ont été identifiés : la poursuite des actions liées au tourisme de mémoire qui demeure la 1re thématique de sites visités en Normandie, la promotion du Mont-Saint-Michel (1er site visité en Normandie) auprès de la clientèle coréenne, l'impressionnisme avec la montée en puissance progressive de l'édition 2019, la structuration du tourisme médiéval. « Notre objectif est que d'ici 2 à 10 ans, Domfront ou Château-Gaillard soient de hauts lieux du tourisme en Normandie comme peut l'être Rocamadour en Dordogne », complète Michael Dodds qui cumule depuis le mois d'avril les fonctions de directeur de l'agence Normandie Attractivité et du CRT de Normandie.

Tourisme 4.0

De plus en plus de touristes parcourent le monde, et il devient de plus en plus difficile d'attirer leur attention.

Avec ses 90 millions de visiteurs, la France demeure la première destination touristique mondiale, talonnée par les USA, l'Espagne et la Chine, et dépassée par les USA, l'Espagne et la Thaïlande quant aux recettes générées. « La destination touristique française a de très beaux jours devant elle, mais aussi de gros défis à renouveler », estime Frédéric Pierret, directeur exécutif de l'Organisation Mondiale du Tourisme.
La difficulté majeure est celle de la compétition internationale, avec une diversification croissante des destinations et des marchés sources, dans un secteur économique qui ne cesse d'évoluer. Il y avait 25 millions de touristes en 1950, 1,2 milliard l'an passé, et l'accélération n'est pas prête de se tarir. « On est au début de l'explosion du marché chinois », constate Frédéric Pierret. « Ils sont 55 millions aujourd'hui, ils seront 115 millions en 2021 ». Les visiteurs venus de Russie, du Moyen-Orient et d'Amérique du Sud vont aussi grossir les bataillons. La part des humains qui voyagent progresse, et surmonte les crises (SRAS, terrorisme, crises économiques…), même s'il faut parfois de deux à trois ans après un événement majeur pour retrouver les tendances de long terme.

Chercher ailleurs

Face à cette manne, la France perd des parts de marchés, car les trois-quarts de ses arrivées proviennent de voisins immédiats. « Il faut chercher des clients ailleurs, et loin », prévient Frédéric Pierret. « Les marchés et les activités s'ouvrent, on ne cesse d'en inventer. Tout territoire peut devenir touristique ».
Le numérique, ici comme ailleurs, va s'avérer déterminant, pour promouvoir l'image d'un pays, d'une région, attirer les touristes, enrichir leur expérience. « C'est un champ immense pour les start-up », constate Frédéric Pierret.
La résidence Tourism'Up de Deauville a permis à dix d'entre elles d'affiner leurs projets et leurs idées sur l'innovation du parcours des voyageurs autour du digital, de la réalité virtuelle : accessibilité des données, réservation d'activité, réseau social, découverte du patrimoine… rien ne doit échapper à la panoplie touristique d'un territoire pour attirer et séduire.

CONTACT
www.deauvilletourismup.com

Les grands évènements, comme l'Armada, **sont essentiels à l'attractivité d'une région.**

Moins chers, plus connectés

Les comportements des touristes évoluent nettement ces dernières années.

Les vacanciers savent faire jouer la concurrence, en multipliant les demandes de réduction avant de réserver au dernier moment chez le plus offrant. La baisse des dépenses se manifeste sur un menu unique pour deux personnes, des nuits d'hôtel sans petit-déjeuner, des séjours de moins longue durée. Les effets de la crise perdurent jusqu'en 2014. On constate que les hausses de fréquentation ne s'accompagnent pas de hausse des nuitées marchandes : on privilégie l'hébergement chez des proches, de la famille. Les clientèles étrangères sont moins regardantes à la dépense.

Les réservations de dernière minute deviennent une tendance quasi générale. Il devient impossible d'anticiper pour les professionnels, qui signalent aussi un intérêt croissant pour des prestations haut de gamme. La saisonnalité entame aussi sa mutation, juillet et août ne sont plus les seuls mois qui comptent.

Le numérique prend de l'ampleur à partir de 2015, avec la montée en puissance effective des « OTAs » (Online Travel Agencies) et des touristes qui sont de plus en plus informés sur ce qu'ils veulent faire. Ils préparent leur séjour, effectuent leurs réservations en ligne, consultent les avis… Gîtes de France a ainsi mis en place un système de réservation par SMS, en direct avec les propriétaires.

Grands événements

Si les évolutions de comportement sont indéniables, il n'en reste pas moins vrai que des événements majeurs, classiques, influent considérablement sur la manne touristique. En 2013, la pluie printanière avait freiné le début de saison, mais l'Armada de Rouen puis le Festival Normandie Impressionniste ont fait monter la fréquentation. L'année suivante fut encore plus exceptionnelle, avec en ouverture les cérémonies du 70e anniversaire du Débarquement et en clôture les Jeux équestres mondiaux. En 2015, le Tour de France a constitué un boost intéressant, appuyant les retombées très positives de la saison 2014, qui avaient placé la Normandie sous le feu des projecteurs. En 2016, la thématique médiévale (950e anniversaire de la bataille d'Hastings) a très bien fonctionné, mais les impacts des attentats et des mouvements sociaux ont considérablement réduit la venue de touristes étrangers. Et l'année 2017, avec le succès majeur du 500e anniversaire du Havre, a retrouvé des chiffres de fréquentation qui n'avaient pas été constatés depuis 2013, avec 10,5 millions de nuitées.

Il reste le facteur essentiel, celui sur lequel on ne peut rien, mais qui détermine tout : la météo. Le printemps catastrophique de 2012, les pluies de 2013 ont ajouté à la morosité générale. Dès que le soleil est présent sur le long terme, comme en 2015, cela va mieux. Mais là aussi, la vérité n'est pas unique et les visiteurs s'adaptent. En 2017, août a connu un taux d'ensoleillement inférieur de 30 % par rapport en 2016, les sites et les lieux de visite ont fait le plein de visiteurs qui se sont réfugiés à l'intérieur pour éviter la pluie. Les campings, pourtant particulièrement météo-dépendants, furent également satisfaits.

« S'ouvrir sur le monde »

Le tourisme est un vecteur essentiel de l'attractivité d'un territoire. Michael Dodds le démontre.

Michael Dodds, porte-drapeau d'une Normandie haute en couleurs.

Garance et bleu

Dernier fabricant français d'aiguilles et d'épingles pour la couture, la Manufacture Bohin organise, en plus de la visite des ateliers de production et de l'espace muséographique, une exposition d'art textile actuel « Du rouge garance au bleu horizon ».

www.lamanufacturebohin.fr

Soleil levant

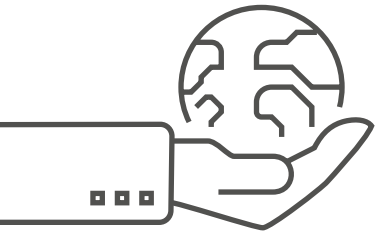
L'exposition « Japonismes/ impressionnismes » du musée de Giverny réunit, jusqu'au 15 juillet, 120 tableaux et estampes portant sur l'impact du japonisme dans l'œuvre des peintres de la génération impressionniste des années 1870 et à l'aube du XXe siècle. Claude Monet, qui a compté parmi les premiers artistes français à s'intéresser à l'estampe japonaise, sera au centre de cette exposition.

www.mdig.fr

Découvrir Dior

Seul musée de France consacré à un couturier, le musée Christian Dior de Granville, installé dans la maison de famille du créateur, propose à travers l'exposition « Les trésors d'une collection, vingt ans d'acquisition » de découvrir plus d'une soixantaine de robes, de parfums, d'accessoires, de documents, de photographies, pour comprendre l'histoire et l'évolution personnelle de Christian Dior.

www.musee-dior-granville.com



> « Maintenir un haut niveau d'exigence. »

Vous êtes directeur de Normandie Attractivité et du Comité Régional de Tourisme. Il fallait un même responsable pour ces deux entités?

Michael Dodds : Les synergies sont très nettes entre les deux structures. Les composantes de l'attractivité d'un territoire sont nombreuses. Il y a l'activité économique, le dynamisme des villes, le rayonnement culturel, le sport… autant d'éléments qui contribuent à l'image, à la réputation, qui permettent d'attirer des investisseurs, des talents. Mais la première brique, c'est le tourisme et la réputation de la région comme lieu de détente, de vacances, de villégiature. Le tourisme, c'est s'ouvrir sur le monde, et cela correspond parfaitement à l'esprit de conquête et d'audace que nous mettons en valeur pour nous positionner comme région-monde.

Quels sont les atouts de la Normandie pour se différencier face à une concurrence de plus en plus forte?

Michael Dodds : Nous sommes gâtés par la présence des lieux historiques et de grands sites. Le 75e anniversaire du Débarquement, l'an prochain, marquera encore un temps très fort. Et si nous obtenons le classement des plages du Débarquement à l'Unesco (et c'est en très bonne voie), cela nous positionnera plus encore sur la carte mondiale, cela élargira l'audience au-delà des visiteurs américains, britanniques, allemands. Cela nous donnera une nouvelle dimension, et contribuera à maintenir un haut niveau d'exigence, qui est essentiel.
La Normandie est aussi une référence par son influence artistique, et les événements autour de l'Impressionnisme le démontrent. Et puis il y a le Mont-Saint-Michel, une icône nationale. Les contrats de destination permettent de fédérer les acteurs autour de ces trois thèmes, on doit continuer ce travail structurant pour continuer à élargir l'audience internationale. Nous devons également montrer notre gamme d'activités pour la clientèle parisienne, la convaincre que nous sommes une destination idéale.

On parle là de destinations traditionnelles. La Normandie est-elle aussi présente sur le numérique, sur le tourisme du futur?

Michael Dodds : Nous sommes des précurseurs avec le site www.secrets-normands.com. C'est assez rare de voir que toutes les énergies se regroupent pour mettre en ligne un outil aussi pratique, qui va évoluer bien sûr, mais qui nous donne une longueur d'avance. Et l'idée que les Normands s'ouvrent, partagent leurs secrets, leurs astuces, leurs pépites, cela démontre que les professionnels du tourisme sont mobilisés pour accueillir à bras ouverts les visiteurs du monde entier.

La clé reste l'accueil. Des progrès doivent-ils être accomplis ?

Michael Dodds : Il est essentiel de renforcer en permanence la culture de l'accueil et des services, face aux exigences fortes de la clientèle. L'aisance en anglais est ainsi essentielle, et nous serons très vigilants sur cette question. J'ai pu constater que la thématique de la qualité de l'accueil est prise très au sérieux avec un engagement majeur des CCI de Normandie, avec Normandie Qualité Tourisme et ses 500 entreprises qui s'engagent à respecter pas moins de 300 critères, ou avec Bienvenue en Normandie qui s'ouvre aux commerçants. Cela correspond parfaitement à notre conception de valoriser tout ce qui peut contribuer le plus globalement possible à l'expérience des visiteurs.

CONTACTS

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

www.normandie-qualite-tourisme.com
www.normandie-attractivite.fr

Souvenirs de pêche

Ouvert le 8 décembre dernier, le musée Les Pêcheries de Fécamp est situé sur l'îlot central du Grand Quai, dans une ancienne sécherie de morue, un lieu emblématique de la ville. Cet établissement de 5 000 m² est dédié à cinq thématiques, la marine, la galerie historique, les beaux-arts, l'enfance et l'ethnographie régionale. Peintures, maquettes et matériels de pêche, ivoire, porcelaine et dessins sont mis en valeur par une scénographie originale.

www.ville-fecamp.fr

Ode à la pomme

Dans le berceau historique du Calvados, « Calvados Expérience » propose la boisson à travers des espaces thématiques, ludiques et scénographiques, de l'histoire jusqu'à la dégustation. On découvre les secrets de l'élaboration de cette eau-de-vie unique au monde, l'art de la distillation et le savoir-faire séculaire du vieillissement et de l'assemblage, avec une mise en valeur de la Normandie et une immersion dans un village typique d'avant-guerre.

www.calvados-experience.com

Le tourisme qui bouge

L'offre touristique se doit d'être en perpétuelle évolution pour satisfaire la soif de curiosité des visiteurs.

Le Havre

À l'heure du thé

Nouvelle adresse havraise, la pâtisserie Mazzoni est un rêve de gourmandises.

© Erik Levilly

Des créations à déguster.

Un an après l'ouverture, le couple qui a repris l'ancienne crêperie du bord de plage n'en revient toujours pas. « Le créneau tea-time était à prendre » évoque Clément Mazzoni, créateur avec son épouse Yoko, d'une pâtisserie-salon de thé délicieusement régressive. À l'évidence il manquait au Havre une boutique du sucré haute couture, conjuguant les talents d'un chef-pâtissier et d'une chocolatière virtuose.

Service à l'assiette ou vente à emporter, on vient y chercher – ou déguster sur place – des gâteaux-bijoux au design irréprochable, merveilleux en bouche. En tête (du moment) : une tarte praline rose/cœur de coulis framboise, les tartes aux agrumes acidulées, des entremets chocolats, un baba à la Bénédictine… Que des créations « 100 % maison ». Sans oublier sa ligne de bonbons-chocolats – signés Yoko – qui s'achètent à la pièce ! Les commandes grand format, petits fours à la carte sont également possibles.

Côté fabrications, Clément Mazzoni n'utilise que des matières premières de qualité supérieure « œufs bio, farines Label Rouge, beurre et crème d'Isigny, grands crus Valrhona », des fruits de saison non traités, des produits du terroir et d'origine « pistaches de Sicile, noisettes du Piémont, yuzu importé du Japon ».

100 % maison

Il suffit de goûter ses desserts signatures, souvenirs d'une enfance (à Montivilliers) face à la mer : le galet « café, noix de pécan, chocolat blanc, glaçage pâte de sésame noire », les voiliers « noix de coco, ananas, fruit de la passion ». Quant à son gâteau pomme de pin, devenu le préféré des plus jeunes « j'ai remplacé les bases originales (café infusé/pignons de pin) par un chocolat lait-praliné noisettes ».

Accompagné par la CCI Seine Estuaire, le projet de Clément Mazzoni a bénéficié d'une aide Coup de Pouce régionale. De quoi investir dans la remise à neuf du laboratoire, du mobilier, des vitrines, le créateur conservant la déco intérieure « plafond en toile tendu, moulures Art Déco ». Une offre de glaces artisanales viendra « plus tard », l'actualité 2019, ce sont les chocolats « nous allons aménager un laboratoire dédié à l'étage » et l'apprentissage… ❮ I.P.

CONTACTS
cduboc@seine-estuaire.cci.fr
facebook.com/PatisserieMazzoni

Solutions CCI +

MÉCÉNAT VIP

Invitant à conjuguer échanges Business, rayonnement touristique et mécénat de proximité, le nouveau Club des Entrepreneurs du Territoire – initié par la CCI Seine Estuaire – est ouvert à tous les chefs d'entreprise du bassin fécampois, volontaires pour promouvoir et s'impliquer dans la dynamique locale. Originalité du réseau : l'adhésion/an se fait via un don de mécénat culturel territorial, cette année en faveur du musée Les Pêcheries à Fécamp.

Fécamp

Le digital à table

Brasserie-pilote fécampoise, La Cave du Salut parie sur les menus digitalisés.

Fils de restaurateurs à Fécamp, c'est presque naturellement qu'Antony Benavides a repris, au printemps 2015, la brasserie-crêperie familiale ouverte face au port de plaisance, vingt ans auparavant.
S'il a gardé l'esprit sans prétention, « des recettes simples à toute heure », Antony a révisé chaque paramètre en s'inspirant de son ressenti « quand je suis client d'un restaurant ». Exemple, le Wi-Fi gratuit, « indispensable » et ses travaux axés sur les mises à niveau, l'accessibilité PMR, le confort toutes saisons « une terrasse extérieure avec chauffage et pergola à toit ouvrant ». Il a aussi modernisé sa façade, sa déco intérieure (2 salles), repensé l'espace dans une ambiance épurée contemporaine. Enfin, il a revisité la carte de A à Z, favorisant la pêche du jour, le « cuisiné sur place », les circuits les plus courts : « Nous avons deux bateaux partenaires au port, nos cidres sont issus de la production locale ». À l'arrivée, la Cave du Salut assure un service continu pour 80 couverts, dont 24 en terrasse.

Papier et tablettes

Sa dernière trouvaille devrait faire école, car à présent Antony propose un menu papier (en français) ou version digitale : trois tablettes sont à disposition, traduites en six langues (anglais, allemand, espagnol, italien, russe, chinois) avec photos, description des plats. Un clic suffit pour renseigner sur « les allergènes », le format est « idéal pour sublimer nos assiettes, nos cocktails, nos desserts ». Il a choisi la solution d'une start-up parisienne (TastyCloud) qui, couplée à son logiciel de caisse, optimise la prise de commandes, actualise sa gestion des stocks « en temps réel », et fait le bonheur de ses clients étrangers : « Souvent le ticket-moyen augmente, chez les Chinois en particulier qui raffolent des fruits de mer ». ❮ I.P.

CONTACTS
fquemion@seine-estuaire.cci.fr
facebook.com/lacavedusalut

© Erik Levilly

Une tablette au menu.

Des hydroliennes en partance pour le Japon et le Canada.

Cherbourg-en-Cotentin

L'hydrolien sur courant fort

Avec la première usine d'hydroliennes au monde, Cherbourg devient l'épicentre du nouvel Eldorado de "l'or bleu"...

La toute première usine d'assemblage d'hydrolienne au monde s'est implantée sur site de 5 500 m² disposant d'un accès direct aux quais du port, réalisé par OpenHydro, filiale de Naval Énergies. C'est ici que seront assemblées les deux hydroliennes commandées par le Japon et le Canada ainsi que les 7 hydroliennes destinées au projet Normandie Hydro.

« Nous allons commencer les premiers assemblages avec une quinzaine de personnes et nous espérons monter à une quarantaine de collaborateurs lorsque nous tournerons à plein régime », explique Frédérick Lelarge, directeur de l'établissement. Dimensionné pour une production de 25 machines par an, le site peut accueillir en parallèle jusqu'à 8 hydroliennes de 16 mètres de diamètre et de 300 tonnes chacune à différents stades d'assemblage.

« Nous sommes à l'aube d'une nouvelle ère », affirme Kermenu Vella, commissaire européen aux Affaires maritimes, à la Pêche et à l'Environnement.

2 000 machines

Toutes les parties prenantes ont désormais les yeux rivés sur l'État qui doit désormais « s'engager sur les fermes commerciales afin d'assurer la pérennité de cette filière. Mais le problème est le même ici qu'au Havre avec les éoliennes », souligne **Hervé Morin, président de la Région Normandie**. Et de rappeler qu'à elles seules,

À savoir

Le projet Normandie Hydro, porté par EDF Energies Nouvelles en partenariat avec Naval Energies, consiste en l'installation de 7 hydroliennes dans le Raz Blanchard. Sa puissance (14 MW) permettra d'alimenter en électricité environ 13 000 habitants à l'horizon 2020, lors de son raccordement au réseau d'électricité.

les régions de Normandie, de Bretagne et des Pays de la Loire avaient déjà investi près de 560 millions d'euros dans les énergies renouvelables. « Nous avons un besoin urgent de visibilité commerciale et espérons des décisions des États, et notamment de la France, pour le lancement d'un appel d'offres pour des fermes commerciales », s'inquiète **Laurent Schneider-Maunoury, président de Naval Énergies et d'OpenHydro**, et d'évoquer un risque de fermeture du site alors même que le potentiel mondial de l'énergie hydrolienne représente un marché de plus de 2 000 machines…

Un horizon qui pourrait cependant s'éclaircir grâce aux commandes réalisées à l'étranger. C'est en tout cas le message positif que retient de cette journée **Dominique Louzeau, président de la délégation Cherbourg-Cotentin de la CCI Ouest Normandie.** « Je suis persuadé que le fait que les deux premières éoliennes assemblées ici soient pour le Japon et le Canada permettront d'autres commercialisations dans la foulée. Alors, la filière bénéficiera d'une meilleure lisibilité ».

UNE VRAIE URGENCE

Lors de cette inauguration, l'éventualité d'une fermeture du site à 2 ans a été évoquée. Le risque est-il si présent ?

Laurent Schneider-Maunoury, président de Naval Energies et d'OpenHydro : S'il n'y a pas d'appels d'offres commerciaux dans de très brefs délais, l'ensemble de la filière hydrolienne va s'arrêter. Pas simplement Naval Energies, l'ensemble de la filière !
On verra bien dans la programmation pluriannuelle de l'énergie ce que l'État va pouvoir planifier comme appels commerciaux.

Est-ce que Cherbourg pourrait alors ne fabriquer des hydroliennes que pour l'étranger ?

Laurent Schneider-Maunoury : Ce que je pense, c'est que si l'État français ne lance pas une filière industrielle et ne lance pas les appels d'offres commerciaux, je ne suis pas sûr que les étrangers lancent non plus une filière hydrolienne. L'État est regardé pour ça. Les différents contacts que j'ai pu avoir avec le Président du Chili, le Japon, l'Indonésie… tous disent que fait l'État Français ? Que fait la France dans le domaine des Energies Marines Renouvelables ?

Solutions CCI +

ACTIONS COLLECTIVES

Avec d'autres entreprises normandes, CCI International Normandie vous facilite l'exploration de nouveaux marchés et vous accompagne sur place avec une offre clé en main.

www.normandie.cci.fr

Caen

Explorateurs d'avant-garde

Pour ne rien rater des tendances et des évolutions du commerce en ligne, une seule adresse : e-commerce nation.

Sur la page d'accueil du site e-commerce nation, on trouve des réponses à des questions aussi complexes et déterminantes que « Voice commerce et blockchain, le futur du e-commerce » ; « Les applications vocales sont-elles la prochaine révolution du e-commerce ? » ; « Utiliser la date en temps réel pour améliorer votre taux de conversion ». Bienvenue chez les « explorateurs » du e-commerce, puisque c'est ainsi que se définit Nicolas Chevalier. « Ce n'est pas simple de se retrouver dans cette jungle où tout bouge très vite », explique-t-il. E-commerce Nation, média collaboratif, est conçu pour accompagner les e-commerçants dans toutes leurs démarches, des premiers pas au développement international, par des articles, des avis d'experts, des échanges entre les membres de cette communauté. La pédagogie et les compétences sont les maîtres-mots, portés par un authentique esprit communautaire. « Les échanges sont constructifs, les gens n'ont pas peur de la transparence, d'expliquer leur façon de travailler. Cette horizontalité, cette ouverture, c'est toute la force d'internet », constate Nicolas Chevalier, qui s'adresse à tous les acteurs du e-commerce, des commerçants de proximité jusqu'aux plus grands noms du secteur : « Nous sommes dans une logique de collaboration avec Amazon et Google ».

Sans frontières

Pour bâtir « un écosystème complet », il est présent dans les grands rendez-vous professionnels et met en place des événements, à l'image de ces master class, très suivies, qui abordent des cas pratiques : « Nous cherchons à concentrer le savoir en un endroit », précise Nicolas Chevalier, qui souhaite renforcer ses prestations avec de la vidéo, de la production d'interview, des reportages. La récente installation dans les locaux de Plug N'Work, après avoir été hébergé depuis ses débuts chez SupplyWeb, permettra de mettre en place un studio pour la production de ces nouveaux contenus.

Le e-commerce n'ayant pas de frontières, Nicolas Chevalier s'ouvre déjà à l'international, visant d'abord l'Europe (Allemagne, Grande-Bretagne, Italie, Espagne) puis aller progressivement vers l'Amérique du Nord et l'Asie. Ce n'est pas pour rien qu'il revendique pour son site le titre de « première communauté e-commerce mondiale ».

Trois ans après sa naissance, le blog est devenu une start-up structurée, ambitieuse, qui vient de réussir sa première levée de fonds auprès de NCI, Normandie Business Angels et Bpifrance. 400 000 € ont été réunis, afin de renforcer les effectifs (7 personnes à Caen, 5 en Espagne). Une dizaine de recrutements sont prévus cette année. « Je suis agréablement surpris par l'optimisme du marché, la confiance des acteurs », se réjouit Nicolas Chevalier, ardent défenseur de sa région : « C'est une chance d'entreprendre en Normandie, on est très bien accompagné, on peut s'appuyer sur un vivier de talents ».

CONTACT

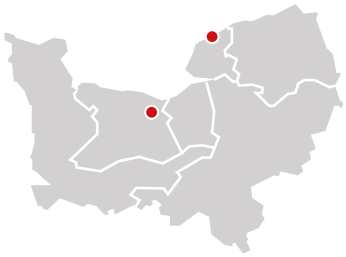
www.ecommerce-nation.fr

© Solveig de la Hougue

Un vivier **de talents.**

À savoir

Comme dans tous les secteurs, l'Intelligence Artificielle va impacter le e-commerce. « Elle va permettre d'anticiper les besoins, de proposer au bon moment le produit qui répond aux attentes, avec une approche de conseil, d'apport de solution », estime Nicolas Chevalier. La réalité virtuelle, qui permet de se déplacer dans un magasin, de voir les objets, les produits, de faire ses choix sans bouger de chez soi est une autre tendance forte, ainsi que le paiement mobile.



Fécamp

Testez l'e-comptabilité

Précurseur en Normandie, ECE expérimente l'expertise-comptable digitale.

© Erik Levilly

ECE est à la pointe du virage numérique.

« Les médecins des entrepreneurs », définit Édouard Schild en guise de présentation : expert-comptable et commissaire aux comptes, il est associé en charge des évolutions technologiques d'un groupe ECE (115 personnes) présent à Fécamp, Criquetot, Le Havre, Yvetot depuis peu. « Une opportunité de croissance externe », précise celui qui partage la cogérance avec six associés. Lui-même dirige le bureau fécampois, antenne principale d'un réseau d'expertise-comptable au service de 2 500 clients.

Société pluridisciplinaire, ECE accompagne les professionnels « majors, PMI-PME, professions libérales, artisans, commerçants », renseigne les associations et les particuliers.

Mais les entreprises sont sa clientèle n° 1 en matière de bilans et sur les questions paie, ressources humaines, droit des affaires, création, transmission, retraite, patrimoine… Et Édouard Schild et ses associés ont mis l'accent sur les prestations personnalisées, développant un secrétariat juridique ou encore un pôle social, qui fournissent des réponses à la carte : « Nos missions de conseil généraliste ont changé de dimension pour des solutions d'optimisation fiscale, management des risques, stratégie financière. De plus en plus, nous intervenons comme force de proposition auprès des dirigeants ».

S'en inspirant, dès 2016, ce passionné d'informatique (et ses associés) ont investi dans des logiciels à valeur ajoutée, « des applications collaboratives de comptabilité, gestion RH, CRM ». Un pari raisonné, sachant que la démarche impliquait une révolution des méthodes et des formations en série, « toujours en cours, nous sommes en phase expérimentale ». Quant à susciter la curiosité, en 2018, ECE diffuse gratuitement ses nouvelles ressources en ligne, invitant à tester l'e-comptabilité « dématérialiser ses fiches de paie, suivre son CA, relancer sa facturation, modifier ses devis en temps réel », une assistance dédiée a même été prévue facilitant les prises en main.

Révolution des méthodes

Dernière offre en date : un coffre-fort virtuel relié à un Cloud « 100 % confidentiel et sécurisé ». Les primo-bénéficiaires sont enthousiastes et le satisfecit est unanime en interne, déjà le cabinet normand fait la différence « une productivité accélérée, un canal de fidélisation fédérateur ». En bonus, ECE se place à l'avant-garde du virage numérique de sa profession, « une logique gagnant/gagnant » conclut Édouard Schild. ❮ I.P.

CONTACT
www.ece.experts-comptables.fr

Solutions CCI +

ATELIERS BUSINESS

Des ateliers collectifs pour accélérer et réussir la transformation numérique de votre entreprise. Les thèmes abordés : créer et optimiser son entreprise sur Google My Business / Utiliser Facebook pour être plus visible / La gestion de la e-reputation…

www.normandie.cci.fr

Le Petit-Quevilly

Passeurs de patrimoine

Coopérative du numérique, YuSit dépoussière « la culture pour tous » sans frontières.

Solutions CCI +

IMPULSION EXPORT

Soutenue par la Région, accompagnée par CCI International Normandie depuis 2016, YuSit est engagée dans un dispositif Impulsion Export avec l'AD Normandie. Fidèle à ses racines (Normandie FrenchTech, Museomix), elle est notamment membre associée du Club CLIC France, réseau n° 1 sur les pratiques culturelles innovantes et l'e-patrimoine.

www.normandie.cci.fr

2018, année d'excellence ! En janvier, YuSit a sorti son application d'aide à la visite par géofencing (pratique marketing qui permet de cibler précisément les personnes présentes sur un site) du fort de Galle au Sri Lanka, classé au patrimoine mondial. Disponible en trois langues (français, anglais, cingalais), truffée d'anecdotes, références inédites et visuels d'archives, l'appli mobile « Visit Galle » – reconnue par le label Unesco – a été partout plébiscitée. Trois mois plus tard, la pépite normande était parmi les lauréats 2018 du programme Grow Up de la Louvre Lens Vallée, le cluster d'innovation culturelle du Musée Louvre Lens. Projet retenu : un portail Web collaboratif autour des musées.

© Julien Paquin

Les musées n'ont pas de secrets pour Claire Delalande et son équipe.

DONNER L'ENVIE, PARTAGER DES ÉMOTIONS

C'est dire si ses créateurs ont eu raison de lancer un bureau d'études et de médiation culturelle passionnément pluridisciplinaire, maîtrisant les codes scientifiques comme le digital, avec la vocation de valoriser le patrimoine autrement. « Faire bouger les lignes, promouvoir une culture vivante a été notre moteur », raconte Claire Delalande, présidente cofondatrice de YuSit. « Ensemble, nous réunissions les cartes pour réinventer des ponts entre les musées, l'histoire, les arts et le public ».

Médiation culturelle

Montée en juin 2015 par quatre associés qui, depuis 20 ans, réalisaient des projets culturels – trois archéologues, un informaticien – la jeune pousse a développé une offre multifacettes. Productions en ligne, commissariat participatif (La Chambre des Visiteurs), modélisations 3D, immersions en réalité virtuelle, ses solutions technologiques sont la partie visible. S'agissant de culture inclusive, YuSit n'a qu'un credo « favoriser l'innovation d'usage pour donner l'envie, partager des émotions ».

L'équipe (6 personnes) assure des prestations de conseil et d'ingénierie culturelle, continue ses publications universitaires (« Nous gardons le lien avec la communauté des chercheurs-archéologues »), anime des workshops, s'implique dans les commissions Unesco. De plus en plus, elle intervient dans les colloques mondiaux du patrimoine (Living Heritage 2017). En écho, plusieurs contrats sont en cours à l'international.

Pionnière de la culture tech en France, YuSit met en avant son statut de SCOP, « une éthique entrepreneuriale ». Avec la CRESS Normandie, Claire Delalande témoigne souvent « qu'il y a des start-up d'économie sociale et solidaire ». Elle précise « comme les autres, nous pouvons lever des fonds, accueillir des Business Angels au capital ». ❮ I.P.

CONTACTS

simon.guillaume@normandie.cci.fr

http://yusit.fr

Bosroumois

Tests et matière grise

Spécialiste des chaînes de traction, EMC change de dimension.

Pépite du bassin parisien, elle a l'allure et l'agilité d'une start-up, mais derrière elle, 25 ans d'expertises dans les systèmes de contrôle pour l'automobile. Autant dire que la société d'Olivier Crastre, son repreneur en 2003, fait partie des entreprises inclassables.

Spécialiste des chaînes de traction conventionnelles et innovantes, EMC est à la fois un bureau d'études et d'ingénierie qui diffuse ses solutions à la carte. Partant d'un cœur de métier originel, « les essais moteurs », elle propose d'accompagner les projets d'optimisation des systèmes de propulsion « de l'étude jusqu'aux tests de développement et validation ». Conseil, conception sur mesure, détachement de collaborateurs sur site, mise à disposition de moyens ou campagnes d'essais réalisées clés en main, la palette EMC couvre l'ensemble du cycle, affichant des compétences premium en mécatronique, automatique, contrôle-commande, logiciels embarqués, informatique industrielle, énergie, thermique, climatique, génie électrique. « Nous avons un engagement de résultat », souligne Olivier Crastre, président d'une PME devenue, sous son impulsion, un acteur de premier rang s'agissant des essais moteurs. C'est lui qui, grandissant par croissance externe, a retransformé les champs d'applications d'une unité née à Poissy dans la proximité de l'usine PSA.

Aujourd'hui, EMC travaille toujours avec les grands constructeurs, les équipementiers de l'automobile (y compris moteurs de compétition), et aussi l'aéronautique, la défense (Safran, Bombardier…). Son siège est à Achères mais elle rayonne partout en France, forte d'un centre technique évolutif – 31 moyens d'essais « bientôt 34 » (essais organe, moteur hélice, GMP électrique) – qui vient d'être redéployé entre l'Ile-de-France et la Normandie.

Mobilité durable

Quant à l'effectif, ruche de 200 collaborateurs « une centaine de consultants mobiles », il rassemble des ingénieurs, des techniciens, des développeurs hardware-software. « Nous recrutons en permanence de nouveaux profils » indique Alice Alzon, chargée de communication EMC, qui met en musique l'approche 2018. Car en avril, le groupe inaugurait son laboratoire flambant neuf à Bosroumois, scellant sa fusion avec MTT-Moteur Test, jusqu'ici filiale-partenaire experte des tests d'endurance. Ainsi le site eurois – extension de l'existant – va servir exclusivement à la R&D, soit 650 m² de surface, laboratoire, salle de montage-démontage moteurs « la brique qui manquait ». En écho, EMC a changé d'accroche et d'identité visuelle, ciblant de conquérir d'autres clientèles – pourquoi pas à l'international ? – autour des véhicules hybrides, électriques, autonomes, des motorisations de demain, « tous les projets de mobilité durable ». ❮ I.P.

CONTACT
www.emcfrance.fr

© Éric Benard

Olivier Crastre a porté EMC **au premier rang pour les bancs d'essais moteurs.**

© Thomas Jouanneau

Daniel Schmit commercialise **le beurre normand partout dans le monde.**

Cherbourg-Octeville

Au bon beurre

Marque pionnière mondiale, Simon Frères est experte en process beurriers.

Cherbourgeoise authentique, elle a fêté ses 160 ans à bord du Marité. C'était en 2016, année où son marché de prédilection faisait la une – flambée des prix, collecte en baisse, risque de pénurie dans les rayons – où on redécouvrait les bienfaits santé du beurre... « La consommation mondiale s'envole, mais l'offre ne suivait plus » détaille Daniel Schmit, directeur général d'une PME connue partout pour ses machines « à faire le beurre ». Filiale du Nantais Linxis Group (ex-Bretèche Industrie), Simon Frères est installée depuis 2013 dans un atelier de 1 200 m² sur la base navale de Cherbourg. Sa renommée fut amorcée dans les années cinquante, après que l'entreprise (alors familiale) ait racheté un brevet 100 % innovant, un procédé de barattage en continu : « Nous n'étions que deux sociétés au monde à y croire ». Depuis, elle continue de développer sa gamme emblématique, « les contimab ». Ou comment reproduire à l'infini, 24h/24h sans relâche, le tour de

Solutions CCI +

DYNAMIC EXPORT

Exportateur passionné – ex-Conseiller du Commerce extérieur, il a rallié l'association Adepta qui œuvre pour valoriser l'agro-industrie française – localement, Daniel Schmit est membre du club consulaire Dynamic Export (élu au bureau) et du réseau DCR qui réunit des Dirigeants et Cadres Régionaux du Cotentin.

Le patrimoine vivant s'accompagne aussi **de technologies de pointe.**

main qui « transforme la crème en beurre ». Sept décennies plus tard, l'unité manchoise reste sans véritable concurrent direct, seule monospécialiste, ce qui la rend incontournable.

L'autre talent a été de se tourner presque aussitôt vers l'export, faisant que son champ d'action couvre « plus de 50 pays en 2018 », dont les zones productrices principales : la Nouvelle-Zélande, l'Australie, les États-Unis, l'Argentine, l'Europe, également le Mexique, le Canada, le Japon, la Corée du Sud, la Chine « là-bas, le beurre est une gourmandise de luxe, consommé à travers les pâtisseries à l'occidental », les Émirats et le Moyen-Orient, l'Afrique, la Russie, etc. Le « client majeur depuis vingt ans » demeure l'Inde, 1er producteur de lait, 1er consommateur de beurre au monde. Et la crise du beurre – toujours d'actualité – impacte finalement peu Simon Frères, tant la marque fait référence à l'international.

Fierté collective

En vérité, dès lors que Daniel Schmit a pris les commandes – en 2016, soit 21 ans après son entrée chez Simon Frères – la stratégie s'est resserrée. « Nous avons un savoir-faire d'excellence dans les process du beurre, il était inutile de s'éparpiller ». La suite lui a donné raison avec le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant) reçu récemment, « une fierté collective ».

Aujourd'hui experte de barattage et des mélanges en continu, la PME du Cotentin fournit des équipements de pointe autour du beurre (fabrication, malaxage, séparation babeurre, traitements, automatismes, conditionnement en vrac…) et ses dérivés : les recettes premix, mixtes allégées (beurre/margarine), spécialités à tartiner « beurre aux pépites de chocolat, beurre ail & persil, beurre aux cristaux de sel, beurre aux algues ». Ses solutions sont des pièces uniques, et de la conception sur site à l'installation clés en main, en passant par l'assistance R&D, le SAV, etc., l'offre s'appuie sur un tissu d'agents et techniciens locaux. Travaillant sur-mesure, ses équipes (38 personnes) répondent à des exigences qui varient sans cesse : « Le goût, la performance, l'optimisation technologique, les contrôles qualité ». L'unique critère des saveurs peut engendrer mille et une déclinaisons selon le pays de destination, ses cultures alimentaires, les modes, les régimes en vogue…, c'est un éternel recommencement. Comme le raconte le dirigeant, qui connaît sa cartographie par cœur « en France, on préfère le beurre lactique traditionnel, plutôt non salé. Tandis qu'en Inde, le beurre parfait doit être neutre, systématiquement clarifié et salé ». ❮ I.P.

CONTACT
www.simon-sas.com

En chiffres

Au pic de la crise
(automne 2017),
le prix du beurre avoisinait

7 000 €/tonne

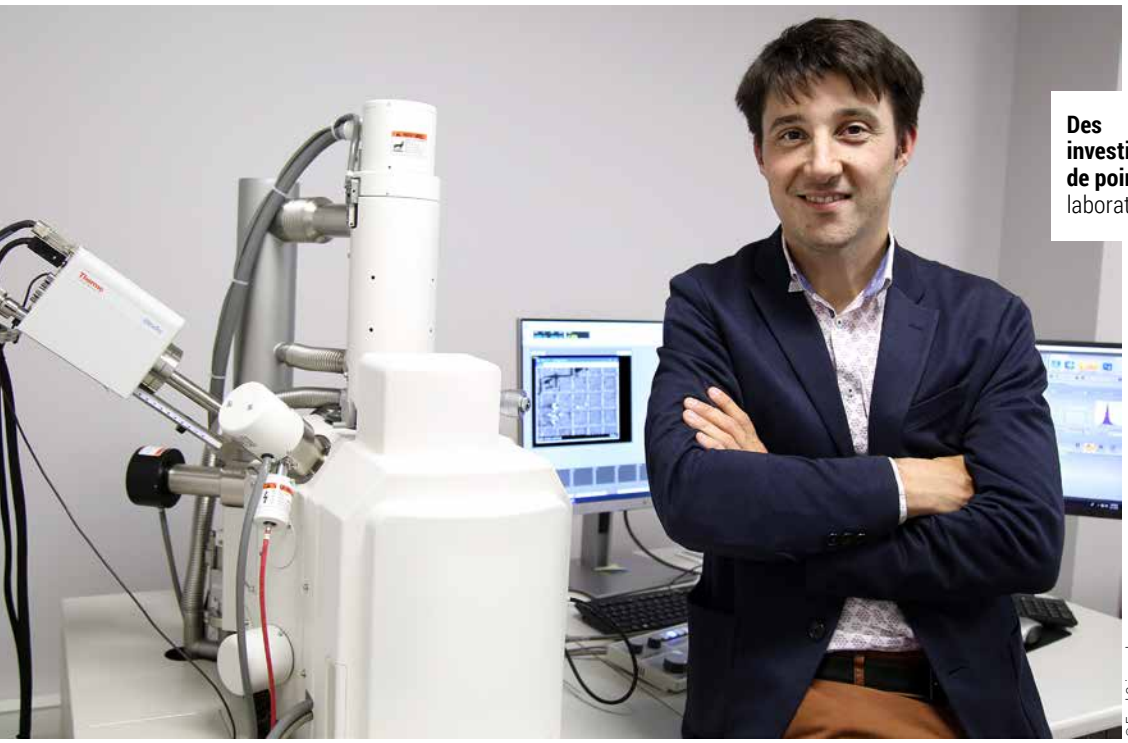
sur le marché mondial.

Mai 2018 :
les experts redoutent
une nouvelle flambée des tarifs.

Val-de-Reuil

Esprit d'analyse

L'étude du cycle de vie des produits est le savoir-faire principal du laboratoire Analyses et Surface.



Des investissements de pointe pour le laboratoire.

© Fred Grimaud

On y travaille sur le traitement thermique pour comprendre les phénomènes d'oxydation, on contrôle le vieillissement environnemental avec des enceintes climatiques, on caractérise des poudres par la granulométrie laser, on étudie les polymères… Le laboratoire Analyses et Surface, qui fête ses vingt-cinq ans, est devenu une référence en France et à l'étranger pour ses prestations dans les domaines de l'expertise et des essais matériaux.

Il fait partie des sept CRT (Centre de Ressources Technologiques) normands, structures jouant le rôle d'interface entre les laboratoires académiques et le monde industriel, en particulier les PME, pour les accompagner dans la définition et la caractérisation de leurs besoins et le développement de leurs activités par le biais de l'innovation et de la technologie. Et cela marche, puisque le laboratoire, fondé par Éric Beucher, affiche une croissance de 30 % de son chiffre d'affaires et de sa clientèle (plus de 300 entreprises) sur ces deux dernières années, avec des efforts spécifiques réalisés sur « la dynamique de R&D et les projets collaboratifs », comme le décrit Fabrice Fouquer, directeur commercial. Les compétences d'Analyses et Surface intéressent les filières fortes de la région comme la pharmacie, l'aéronautique, l'automobile ou l'agroalimentaire.

Projets collaboratifs

« Nous avons la volonté de maintenir des investissements dans des moyens technologiques de pointe », commente Fabrice Fouquer. « Nous avons avancé ces dernières années sur les polymères ou les matériaux métalliques. Nous sommes l'un des leaders français dans l'analyse de défaillant ou dans celle des corps étrangers ». Des évolutions sont ainsi prévues pour être présent sur la fabrication additive, les essais spéciaux ou encore l'apport de la simulation dans la caractérisation des matériaux.

CONTACT
www.analyses-surface.com

Saint-Mards-de-Blacarville

Habillages haute précision

Spécialiste des habillages de tôleries électroniques, Serbe a l'avenir pour elle.

Quand un déménagement donne des ailes..., Reprise en 2014 par Jean-Marc et Mélanie Coquerel – tous deux anciens salariés – la Société d'Étude et de Réalisation de Boîtiers Électroniques (SERBE) rassemble 35 personnes « sans nos intérimaires » et, elle travaille avec les plus grands « Airbus, Thalès, Safran, Zodiac Aérospace, Engie, la Ratp. ».

Riche d'un savoir-faire en tôlerie fine – jusqu'à la nano-précision – la PME euroise est reine des boîtiers « prêts-à-intégrer », spécialiste des solutions d'habillages de tôleries électroniques à façon. Serbe conçoit, développe, industrialise et fabrique des racks 19 pouces standards et spécifiques, des paniers à cartes, des blindages CEM, des coffrets, des châssis, des pupitres de contrôle-commande, etc. Habile à fournir clé en main « du prototype à la petite et moyenne série », ses produits servent à des applications-systèmes dans l'aéronautique, la Défense & Sécurité, les réseaux telecoms, le ferroviaire, le médical, etc.

De fait, la société fondée par Michel Charlemaine, membre-pionnière de la filière NAE, a toujours excellé dans les boîtiers électroniques 19 pouces, travaillant main dans la main avec ses majors donneurs d'ordre, entourée d'un tissu normand partenaire. Or c'est ici que Jean-Marc et Mélanie se sont rencontrés, si bien que dès 2012, anticipant la succession, le couple s'est porté volontaire.

Aujourd'hui, Serbe offre les compétences d'un bureau d'études expert de compatibilité électromagnétique (CEM) et d'électronique embarquée, un parc machines high-tech, des services de personnalisation : modélisations 3D, études et assistance technique, usinage et découpe laser, préconfigurations (cartes, câblages), finitions sur mesure « traitement de surface, gravure, peinture, sérigraphie, polycarbonates ». Et parce que les dirigeants ont mis les bouchées doubles, en 2018, ses boîtiers se sont multipliés dans la robotique, les drones civils et militaires, les énergies nouvelles (solaire, éolien), les bornes des parkings, les radars et les caméras autoroutières. Serbe aura 40 ans en 2019, mais l'immédiat vise une certification EN 9100, la démarche en cours doit aboutir en fin d'année.

Situation porteuse

Une montée en gamme qui s'est accentuée depuis deux ans, Serbe quittant l'atelier de Campigny pour l'ex-usine Preciohm (3 000 m²), à Saint-Mards-de-Blacarville. « Doubler notre surface a permis d'organiser la production en îlots, avec des retombées sur la flexibilité, la productivité, le confort des équipes » détaille Mélanie. De plus, ils sont à 10 km de l'A13, situation porteuse. « Compétitivement, nous avons franchi un cap ». ❮ I.P.

CONTACT
www.serbe.fr

COMPTE À REBOURS

« Personne ne connaissait aussi bien les atouts et les faiblesses de l'existant » confie Mélanie, évoquant la reprise. Un challenge car à l'époque, malgré ses 250 clients, Serbe manquait de souffle « il fallait renforcer le Bureau d'études, renouveler le matériel, réviser les méthodes », ce qu'ils ont entrepris bien avant la date officielle, s'engageant dans un modèle de lean management (avec NAE), investissant dans « un laser de découpe, une fraiseuse, une plieuse 8 axes ». Depuis, fidèles à leur credo « progresser en continu», Jean-Marc et Mélanie ont embauché, acquis d'autres machines ou encore impulsé une politique sociale favorisant la formation par tutorat.

Michel-Édouard Leclerc, président de Neoma Business School.

© Adobe Stock

« une promesse éducative et humaine »

Repères

8 256 **Le nombre de candidats issus des classes prépas** inscrits au concours Ecricom, la banque d'épreuve de Neoma Business School.

Une personnalité médiatique et un entrepreneur de talent : Michel-Édouard Leclerc donne une nouvelle dimension au projet et aux ambitions de Neoma Business School.

Quelques semaines après avoir été élu à la présidence du conseil d'administration de Neoma Business School, Michel-Édouard Leclerc est venu sur le campus rouennais pour prendre le pouls de ceux avec qui il va travailler pour les quatre prochaines années.

> Interview

Quelle est la raison de cette visite à Rouen?
Michel-Édouard Leclerc : Cela fait partie de ma mission de président. Je serai présent autant qu'il est nécessaire. Je m'étais déjà rendu aux campus de Paris et de Reims. Et j'étais venu à Rouen avant ma nomination, pour comprendre les enjeux, les problématiques, le fonctionnement, pour voir ce que je peux apporter. Cette visite m'a permis de rencontrer le corps enseignant et le personnel administratif, j'ai vu une vraie équipe, avec des personnalités fortes et attachantes, portées par le projet. J'ai aussi eu beaucoup de plaisir à discuter avec les étudiants, dans un échange chaleureux et constructif. Enfin, il était important de rencontrer les partenaires, les entreprises, la CCI, car l'ambition que nous avons pour Neoma ne peut être que collective.

Quelles sont vos ambitions pour l'école?
Michel-Édouard Leclerc : Neoma Business School est une très bonne école, qui dispose d'un potentiel d'amélioration considérable. La fusion est une réussite, elle est riche de la complémentarité des tissus économiques des deux régions. Il convient maintenant de faire émerger un contenu différencié, qui attirera les meilleurs professeurs et les étudiants venus du monde entier. Nous travaillons sur un label, une signature, sur la promesse éducative et humaine, un contenu qui donne envie de suivre nos cursus. Toutes les écoles se revendiquent de la notion de « Business », il faut redonner du sens à ce mot, lui apporter notre façon de le concevoir.

Michel-Édouard Leclerc, président de Neoma Business School.

CONTACT
www.neoma-bs.fr

Comment voyez-vous votre rôle de président?
Michel-Édouard Leclerc : C'est un vrai engagement, comme ceux que j'ai dans d'autres domaines de la vie associative. C'est une philosophie personnelle de m'impliquer pleinement. Sur le fonds, ma présidence ne sera pas hiérarchique. Je me vois comme un animateur, un fédérateur, un éveilleur. Je vais apporter de la médiatisation à Neoma, porter le projet à l'interne et rechercher des partenaires forts. J'ai été un gros employeur, j'ai une vision de l'économie, de l'entreprise, qui peut bénéficier à l'école. Je ne suis pas là pour m'insérer dans l'équipe pédagogique, ce n'est pas mon expertise, mais pour la valoriser. L'ambition qui m'anime est de faire entrer l'école dans le top 5 français. Je tiens aussi à saluer le travail remarquable accompli par mon prédécesseur, Yves Bénard, que je compte poursuivre avec la même détermination.

Le rôle territorial d'une Business School est-il important à vos yeux?
Michel-Édouard Leclerc : Neoma est une école de la CCI Rouen Métropole. Alors que l'avenir des CCI est débattu, j'estime que le projet que nous portons est fondateur de leur utilité. Nous permettons au territoire de disposer d'une source d'expertise et de recrutement, un vivier de compétences, de formations, d'apprentissage, d'incubation, pour l'emploi et les entreprises. Nous sommes résolument tournés vers l'international, mais nous n'oublions pas nos racines.

Michel-Édouard Leclerc, président des centres E.Leclerc, fédère le groupement d'entrepreneurs indépendants de l'enseigne et en anime le comité stratégique. Il est titulaire d'un doctorat en Sciences Économiques. Développeur, il a étendu et continue d'ouvrir le champ d'action de l'enseigne à de nouveaux marchés : le carburant, les bijoux, la parapharmacie, les voyages… et enclenche la transition de l'enseigne vers un mode de distribution multicanal. Il a enrichi l'identité de l'enseigne créée par son père en ajoutant aux valeurs historiques qu'elle défend celle de la responsabilité sociétale.

17 **Le nombre de nouveaux partenariats signés cette année** avec des écoles ou universités étrangères, notamment en Chine, Russie, Japon, États-Unis.

4 000 **étudiants fréquentent le campus de Rouen,** dont 20 % d'internationaux. Tous campus confondus, Neoma compte 9 500 étudiants.

Valognes

Un air plus léger

Pour appuyer le développement de OptimHal – ProtecSom, rendez-vous sur la plate-forme Kiosk to Invest.

Thierry et Alexis Porée, un succès en famille.

C'est par le biais du financement participatif que OptimHal – ProtecSom a décidé d'ouvrir un crowdfunding normand, puisqu'appuyé sur l'outil OZE Investir, porté par le Conseil départemental de la Manche et opéré par la plateforme Kiosk to Invest, labellisée CCI France, conçue et animée par la CCI de Caen Normandie.
L'entreprise a déjà bénéficié d'une première levée de fonds de 850 000 €. Elle cherche ici à recueillir 500 000 €. « Nous avons des projets qu'il faut industrialiser et commercialiser, et qui doivent s'accompagner d'un renforcement dans le marketing, la R&D, la force commerciale », précise le président de l'entreprise, Thierry Porée.

Il a fondé OptimHal – ProtecSom en 2003, les premiers succès vinrent rapidement avec la production de housses anti-acariens, une activité qui représente encore 30 % du chiffre d'affaires. Un nouveau positionnement est survenu en 2009 dans le secteur de la thérapie par aérosol pour les pathologies respiratoires, avec la création d'une chambre d'inhalation souple en silicone, issues de la R&D maison. Elle permet de maîtriser la déposition pulmonaire des médicaments, afin que les particules puissent atteindre leur objectif avec le maximum d'efficacité. Plusieurs dispositifs ont été déclinés à partir de cette technologie, à tel point que l'entreprise compte sur un portefeuille de 27 marques et 15 brevets.

« Près du quart de notre chiffre est réinvesti dans la R&D. Il est indispensable de garder l'avance et développer de nouveaux produits », explique Thierry Porée.

Un beau métier à partager

Son savoir-faire dépasse les frontières, avec plusieurs partenariats stratégiques. Celui engagé auprès de la Virginia Commonwealth, université de Richmond, concerne une chambre d'inhalation intelligente. Avec les Canadiens de l'université de Sherbrooke, c'est autour de l'apnée du nourrisson que sont menés des travaux, et sur la ventilation mécanique en néonatologie avec l'hôpital pour enfants Sainte-Justine

Solutions CCI +

KIOSK TO INVEST

Avec la plateforme de financement participatif Kiosk to invest, les PME et les start-up peuvent lever des fonds pour financer vos projets de développement et renforcer vos fonds propres.

www.kiosktoinvest.com

© Thomas Jouanneau

Des produits de pointe, qui ont obtenu **une reconnaissance internationale.**

de Montréal. Un « MedStart-up Award », qui distingue les meilleurs projets scientifiques franco-américains, est venu couronner cette stratégie. Sur un plan plus général, les produits OptimHal – ProtecSom sont commercialisés dans plus de 25 pays, avec de fortes avancées en Asie du Sud-Est l'an dernier. « C'est le fruit de dix ans de recherche, de partenariat, de notoriété », estime Alexis Porée, directeur général.

« CE N'EST PAS QUE DE L'ARGENT, C'EST DU SENS »

« Nous avons un beau métier à partager », explique-t-il en faisant référence à la campagne de crowdfunding. « Ce n'est pas que de l'argent, c'est du sens : au bout du compte, ce sont des enfants qui se portent mieux ».

Les CCI sont particulièrement mobilisées sur la question du financement. « Il est de notre rôle d'être des facilitateurs de la recherche et de l'accès au financement des entreprises, et de chercher des solutions et des outils innovants », témoigne Bruno Archembeaud, vice-président de la CCI Ouest Normandie. « Le financement participatif représente des opportunités et des solutions nouvelles et complémentaires aux systèmes traditionnels ».

Pour le président de Kiosk to Invest, l'épargne des Français doit se tourner vers l'entreprise, « pour générer de l'emploi et du développement ». « Le financement par la foule est un outil moderne qui est appelé à se développer », conclut-il.

CONTACTS

www.protecsom.com
www.kiosktoinvest.com
www.ozeinvestir-manche.fr

Les équipes de Vakom portent des valeurs fortes.

Rouen

Humain, trop humain

Par le discours et par l'exemple, avec son réseau de franchisés Vakom, Jean-Louis Fel démontre que l'humain a toute sa place dans l'entreprise.

Un visionnaire ? Peut-être. Mais, sûrement un homme de convictions, et au premier rang d'entre elles la certitude que l'humain est la clé de la réussite de l'entreprise. Jean-Louis Fel répète ce credo depuis bientôt trente ans, quand il a fondé Vakom, qui accompagne les dirigeants et leurs équipes dans la gestion et le développement des ressources et relations humaines.

Ce ne fut pas toujours facile de se faire entendre, par exemple dans ces dernières années où le mot de crise revenait plus souvent dans les discours que celui de sens. Cela pourrait être compliqué aujourd'hui de parler d'humain alors que le numérique semble tout devoir emporter. Mais non, affirme Jean-Louis Fel, « le sens de l'humain est de plus en plus adapté à l'entreprise d'aujourd'hui et à ce qu'elle sera demain. La quête de sens prend de plus en plus d'importance. Elle devient un élément essentiel de la réussite. Elle permet de mettre son talent au service du collectif, d'associer bien-être et croissance, de faire se conjuguer les performances économiques et humaines pour obtenir une authentique performance durable ».

Ce ne sont pas que de simples mots, mais des valeurs ancrées sur une démarche rigoureuse (avec notamment la création d'une méthode spécifique, l'OPR, pour « optimiser le potentiel relationnel ») et sur la preuve par l'exemple. Le succès de Vakom démontre que son discours est entendu. Depuis dix ans, les ouvertures de franchises se multiplient dans toute la France (et en Suisse). On en comptera 35 d'ici la fin de l'année, peut-être 100 en 2025, dont plusieurs en Normandie : Rouen et Le Havre en noms propres, Évreux et Caen par des franchisés. Outre ces implantations, Vakom, ce sont 22 salariés « des hommes et des femmes qui ont de l'enthousiasme et de l'envie ».

7e sens

Doué du sens de la formule, Jean-Louis Fel en a fait mûrir deux nouvelles pour accompagner ses conférences, ses conseils, ses formations. Tout d'abord, « l'entreprise du 7e sens ». Au cinq traditionnels, il en superpose un sixième, celui de l'intuition, l'audace de faire confiance, puis un septième, le sens de l'humain. Et il ajoute une autre définition clé, le « haut débit relationnel », le 4G pour gratitude, générosité, gentillesse, grandir et faire grandir, avec, pour suivre le rythme de la technologie, un cinquième G, pour « générer ».

Ce qui passionne Jean-Louis Fel et ses équipes, c'est que les chefs d'entreprise sont de plus en plus ouverts à ces notions, porteuses de développement et de résultats : « Cela leur fait du bien de revenir à des valeurs plus simples, d'aller chercher la part d'humanité de chacun, de miser sur le bien-être relationnel, de libérer les talents », constate-t-il, avec au passage une certaine dose d'optimisme : « Les nouvelles générations nous entraînent vers un monde où la coopération remplace la compétition, où la loi du plus sympa remplace la loi du plus fort ».

CONTACT
www.vakom.fr

TOUTE NOTRE ÉNERGIE, NOUS LA PARTAGEONS AVEC VOUS

Venez découvrir les sites de production d'électricité normands d'EDF : Penly, Paluel, Le Havre et Flamanville.

Faites partie des **35 000 visiteurs** que nous accueillons chaque année.

Plus d'informations sur edf.fr/visitez-nos-centrales

EDF 552 081 317 RCS PARIS, 75008 Paris – Centrale nucléaire de Penly – Crédit photo : ©EDF – Didier Marc

L'énergie est notre avenir, économisons-la !

Carpiquet

Les bienfaits du sport

Une histoire à succès au Vietnam, c'est ce que vit depuis vingt-cinq ans Sodex.

Les nouveaux atelier de Sodex au Vietnam.

C'est un peu de Normandie qui, depuis plus de vingt-cinq ans, se déploie au bord de la mer de Chine, dans la belle cité balnéaire de Nha Trang. Alain Bouvot, créateur de Sodex Sport, société de matériel de sport, achetait jusqu'alors des filets en Asie. Afin de mieux maîtriser le produit, il a décidé de s'implanter au Vietnam, qui commençait à s'ouvrir. C'est un reportage télévisé qui lui a donné l'idée : « Il a vu des gens qui fabriquaient des filets de pêche, il a trouvé un partenaire, recruté dix personnes », raconte son fils, Alann, qui a pris la tête de l'entreprise. « Nous sommes l'une des premières sociétés françaises à nous être implantées au Vietnam, et nous sommes la seule PME familiale à être parvenue à rester ».

Le pari a en effet été très réussi, puisque c'est une toute nouvelle usine de 15 000 m² qui vient d'être inaugurée, alors que dans le même temps, à Carpiquet, une structure de commercialisation des produits a été implantée. « Nous avons la pleine maîtrise de notre outil de production, ce qui nous permet de recréer de l'emploi en France », analyse Alann Bouvot.

De la pêche au but

Dans son histoire, Sodex a connu quelques grands moments de prestige, comme celui de fournir les filets de la Coupe du Monde de Football 1998 en France. « Cela a eu un gros retentissement au Vietnam. Le gouvernement nous a sollicités pour le développement de son parc sportif », se souvient Alann Bouvot. Cela a entraîné une diversification des produits, vers le sur-mesure et le matériel métallique et aluminium. Sodex est également distributeur de grandes marques françaises (Obut, Bodet, Marty Sports, Gymnova…).

Le Vietnam cumule toutes les caractéristiques des états en fort développement : une croissance économique musclée, une démographie jeune, une classe moyenne qui se construit, avec une appétence pour le sport et la forme. Les salles de sport, le fitness outdoor, deviennent des marchés très porteurs pour Sodex, comme ceux, plus classiques, du basket, du volley, du badminton ou du football. Ainsi, l'État vietnamien veut équiper ses écoles de deux courts de baskets, ce qui ouvre d'intéressantes perspectives.

La bonne santé générale du pays attire les convoitises des grands voisins, Coréens, Chinois, Japonais, qui supplantent petit à petit les Américains et les Européens, ceux-ci étant en plus pénalisés par des barrières douanières. Mais les opportunités existent, Sodex en est la preuve éclatante, et Alann Bouvot est pleinement disposé à soutenir des entreprises françaises à s'implanter, en leur apportant du conseil, en les aidant à identifier les bons interlocuteurs, partenaires ou fournisseurs.

CULTURE ET LANGUE

Alann Bouvot a fait le choix de s'installer au Vietnam, avec son épouse et ses enfants, voilà sept ans. « C'était indispensable pour maîtriser l'outil de production », explique-t-il. Il a fallu s'adapter à un nouveau mode de vie, et apprendre la langue : « Le vietnamien est très complexe pour un palais européen. Il comprend des tonalités difficiles à maîtriser, et qui changent la signification d'un mot. De plus, les sonorités sont différentes entre le Nord et le Sud ». Un point délicat est celui des différences culturelles, « qui peuvent donner lieu à des échanges épiques », constate-t-il. « Les Vietnamiens ne se fâchent jamais, ne veulent pas perdre la face, et ce n'est pas simple de déchiffrer leur comportement, de savoir vraiment ce qu'ils pensent ».

CONTACT
www.sodexsport.com

Granville

Un carrefour pour le bulot

Le groupe Carrefour s'engage auprès des producteurs de bulots de la baie de Granville.

En obtenant sa certification pêche durable MSC, le bulot de la baie de Granville s'est ouvert les portes d'un accord majeur avec le groupe Carrefour. « Notre ambition est de devenir leader de la transition alimentaire, de rencontrer l'appétence des consommateurs pour la qualité et le terroir », commente Bruno Lebon, directeur des produits frais Carrefour France. La marque s'est alliée à la Nouvelle Pêcherie de Normandie, à Tradimer et à l'usine de cuisson Le Bulotier pour lancer sa « Filière Qualité Carrefour de bulots cuits ». 500 tonnes (sur les 6 000 récoltées dans la baie) vont être vendues dans les 6 000 magasins du groupe. « Nous nous engageons pour trois ans sur les volumes et les prix », poursuit Bruno Lebon.

Évoluer et investir

Une nouvelle accueillie avec satisfaction par Damien Levallois, dirigeant de Nouvelle Pêcherie de Normandie. « Ce genre d'accord est important pour une petite entreprise comme la nôtre. Le dialogue et les négociations se sont parfaitement déroulés. Cela nous tire par le haut, la visibilité sur la durée nous permet d'évoluer et d'investir ».
La pêche des bulots se déroule de février à décembre. Le tri et le calibrage s'effectuent directement à bord des bateaux, la cuisson et le conditionnement se réalisent dans les 48 heures. « La demande de bulots a explosé. Il n'y a plus de plateau de fruit de mer sans bulot », constate Arnauld Manner, directeur de Normandie Fraîcheur Mer. « La logistique nous permet maintenant de développer nos ventes partout en France ».
Pour aller confirmer encore plus son engagement dans la logique de qualité, de pêche durable, de préservation de la ressource, le bulot de la Baie de Granville devrait obtenir sa labellisation IGP dans les prochains mois.

CONTACT
www.normandiefraicheurmer.fr

FIATPROFESSIONAL.COM/FR

IL Y A LES AMATEURS

ET LES PROS, COMME VOUS.

FIAT DOBLÒ : VOTRE MEILLEUR ALLIÉ AU TRAVAIL

À PARTIR DE 9990€ HT(1) SANS CONDITIONS

FIAT DOBLÒ ESSENCE PACK PRO TRIO NAV 1.4 I.E. 95 CH 3 PLACES AVANT > DE 750 KG À 1 005 KG DE CHARGE UTILE (SELON VERSION) > RADIO ET NAVIGATION SUR ÉCRAN TACTILE 5" > BLUETOOTH®, USB ET COMMANDES AU VOLANT > RADARS DE RECUL > CLIMATISATION > RÉGULATEUR DE VITESSE

(1) Tarif au 01/06/2018 du Doblò Fourgon Tôlé essence 1.4 i.e. 95 ch Pack Pro Trio Nav : 18 125 € HT - 8 135 € HT de remise constructeur = 9 990 € HT. Offre réservée aux professionnels, valable jusqu'au 31/08/2018 chez les Distributeurs participants. Dans la limite des stocks disponibles.

FCA CAPITAL

FIAT PROFESSIONAL

PROFESSIONNEL COMME VOUS

GROUPE MARTENAT

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 Coursons - 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

© CERZA

Des contacts privilégiés avec la nature.

Hermival-Les-Vaux

Safari normand

L'accueil des visiteurs est l'atout séduction du parc de Cerza.

À Hermival-Les-Vaux, non loin de Lisieux, les touristes, on connaît. C'est sur cette commune que depuis 1986, le CERZA (Centre d'Étude et de Reproduction Zoologique Augeron) accueille près de 320 000 visiteurs, petits et grands (chiffres 2017), pour un dépaysement animalier en plein cœur du Pays d'Auge.

Sur près de 70 hectares, ce ne sont pas moins de 1 500 animaux, issus de 120 espèces, qui coexistent dans un espace naturel privilégié, où la protection des espèces en voie d'extinction demeure depuis 32 ans la raison d'être de Thierry Jardin, propriétaire et cofondateur des lieux avec son frère Patrick. « Ici nous voulons montrer des animaux heureux, en pleine nature, dans un environnement qui soit le plus proche possible de leur habitat naturel… Nous ne voulons pas de bêtes savantes dressées en fonction des attentes du public ». Des propos tranchés et assumés par Thierry Jardin, qui ont également contribué à asseoir la notoriété du parc.

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

Forcément, pour capter ce public et l'inviter à revenir (en moyenne tous les 2/3 ans), le parc organise ses nouveautés par l'arrivée de nouveaux locataires. Après les ours bruns en 2017, c'est au tour des ours polaires de parader dans un enclos de 3 hectares, le plus grand d'Europe. Mais pas seulement. « Aujourd'hui, le public ne se contente pas de simplement déambuler dans un parc. Il faut construire avec lui une véritable « expérience », tant au niveau de la visite que de l'offre d'hébergement », détaille Guillaume Lemarinel, directeur du site.

Pas de bêtes dressées

À l'attention du grand public mais aussi des entreprises, les équipes du CERZA proposent désormais plusieurs offres « privilège » : préparation des repas, accom-

© CERZA

À savoir

De nouvelles espèces, pour de nouveaux projets conformes à son éthique de sauvegarde des animaux, le parc de Cerza accueille cette année deux nouveaux pensionnaires. Deux ours polaires (des femelles) qui viennent de prendre possession d'un parc de 3 hectares, dont l'aménagement aura coûté un million d'euros. « Nous avons créé une maison du trappeur, où le public peut commencer à s'informer sur ces animaux dont l'espèce est en voie d'extinction, avant de se rendre sur la partie basse, proche des bassins en eau qu'affectionnent les ours et près desquels nous avons installé des postes d'observation », explique Thierry Jardin, propriétaire des lieux.
Une sensibilisation préparée sur la base d'informations émanant de Polar Bears International (PBI), une ONG canadienne engagée dans la préservation des ours polaires et avec laquelle la fondation CERZA Conservation (l'entité du CERZA spécialisée dans les programmes internationaux de protection et de sauvegarde des espèces) collabore activement. Et à ceux qui ne comprendraient pas comment un ours polaire peut s'adapter facilement à un climat aussi clément que celui des prairies normandes, Thierry Jardin s'empresse de le rappeler : « En été, les ours polaires qui vivent dans la toundra s'accommodent sans difficulté des 26 °C des lieux… »

pagnement du soigneur sur une matinée, « Safari » de 2 heures à bord d'une voiturette, très prisées lors des séminaires. « Nous avons régulièrement des entreprises locales, mais aussi des grands groupes qui viennent profiter de nos installations pour leur assemblée générale », souligne le responsable. Des clients qui peuvent bénéficier sur place de 6 salles de séminaires, d'un auditorium et d'un espace restauration de 400 places.
Et après avoir été le premier parc zoologique de France à proposer des séjours avec hébergement sur place, les équipes du CERZA peuvent compter sur une nouvelle « immersion » en 2018 : les « tentes Safari ». « Il s'agit de 10 tentes « grand luxe » pouvant accueillir jusqu'à 5 personnes, installées sous les arbres et offrant une vue unique soit sur les rhinocéros indiens et les chameaux, soit sur les ours à lunette », complète le guide. Des tentes « grand confort », équipées de cuisines, salons et salles d'eau en dur et bénéficiant d'un salon de jardin sur une terrasse ouverte sur le parc. Un investissement de 400 000 euros qui porte désormais à 266 lits sa capacité d'hébergement.

CONTACT
www.cerza.com

Rouen

Une grande maison

Avec le docu-BD, les Editions Petit à Petit sortent du lot.

Nous sommes une petite maison d'édition. Nous publions 25, 30 titres par année ». Olivier Petit ne joue pas les faux modestes. Il sait qu'il n'a pas la force de frappe des grands noms du secteur. Alors, il est à l'affût des bonnes idées, il va plus vite que les autres, il se faufile dans des chemins qui n'ont pas encore été explorés, il fait « tout pour aller plus haut ».

Dans cet esprit, il a réussi un coup de maître en développant le concept de Docu-BD. Un beau livre, qui associe à une bande dessinée une partie documentaire permettant d'approfondir le sujet. Il l'avait abordé il y a une vingtaine d'années avec un ouvrage sur Boris Vian, il lui a porté très récemment une vraie impulsion, en multipliant les centres d'intérêt. Un livre sur Rouen a donné le coup d'envoi, et son succès (plus de 10 000 exemplaires vendus) a ouvert la voie.

« Le docu-BD est devenu notre ligne éditoriale », commente Olivier Petit. « Il rend la culture accessible au plus grand nombre. La BD offre une approche ludique, elle raconte des histoires qui sont des déclencheurs d'envie, qui emmène le lecteur vers une narration plus complète, vers des informations nouvelles. On joint à l'impact visuel de l'image des textes courts, c'est dans l'air du temps, cela permet de picorer, de piocher, de zapper ». Il y eut Le Havre, Dieppe, bientôt Caen, Nantes aussi, avec dans cette ville un fort succès qui va conduire « Petit à Petit » à ouvrir une filiale pour couvrir le Grand Ouest.

Sortir du lot

Tous les sujets peuvent être abordés sous cette forme originale. L'Histoire, avec un splendide livre sur la guerre de 14-18, en suivant le destin de trois frères. Le tourisme, avec un guide de Paris qui donne un vrai coup de vieux aux autres productions, et qui sera suivi par Montréal, Barcelone, New York, Tokyo, ce dernier traité évidemment sous la forme de docu-manga. Car l'international ne fait pas peur à Olivier Petit, contacté par de nombreux éditeurs étrangers et qui s'est doté d'un directeur de collection spécifiquement dédié à l'Asie.

« LE DOCU-BD EST DEVENU NOTRE LIGNE ÉDITORIALE »

L'actualité est abordée, avec la Coupe du Monde de football, les institutions et les entreprises sont approchées, car le genre se prête parfaitement à raconter leurs histoires. Parmi les projets qui peuvent faire avancer l'éditeur rouennais, un docu-BD est en cours de réalisation d'après « Mourir sur Seine », le best-seller du Normand Michel Bussi, dont les vagabondages se prêtent à merveille à l'exercice. « Il est très excité par le concept », prévient Olivier Petit.

C'est avec une passion jamais démentie qu'il défriche ces nouveaux territoires, et aussi le sens de l'urgence : « 70 000 livres, 8 000 BD sont publiés chaque année. Les librairies se font rares, elles ont de moins en moins de place. Il faut absolument innover, sortir du lot, être visible, se développer sur la partie commerciale ».

Avec en toile de fond l'idée de s'épanouir, de réaliser des produits qui ont du sens, qui donnent du plaisir. Et qui se vendent : 90 000 albums en 2017, 100 000 cette année. Petite maison d'édition, vraiment ?

CONTACT
www.petitapetit.fr

© Eric Benard

Olivier Petit, un éditeur qui innove.

Normandie

La fête des entreprises normandes

Les trophées de l'économie normande ont mis sur le devant de la scène six parcours exemplaires.

La deuxième édition des trophées de l'économie normande, organisée par l'AD Normandie, avec l'implication de la CCI Normandie au sein du comité de coordination, a confirmé que le talent, l'innovation, le dynamisme irriguent le tissu des entreprises régionales.
Comme un symbole de la diversité et du succès, le titre de « personnalité de l'année » a été remis à Matthieu Millet, président de Remade in France. Depuis Poilley, et partant d'une intuition de génie, le reconditionnement des téléphones portables, il signe une des plus éclatantes réussites de toute l'histoire de l'économie normande.

Création : ZeCarrossery (Colombelles), une enseigne de carrossier-réparateur proposant aux artisans une nouvelle solution digitale. Elle a été créée par deux sœurs, Laura et Lucie Marie, en septembre 2017. « Nous sommes à un tournant », confient-elles. « Nous avons fait le choix de recruter. Nous avons fait la preuve du concept, nous avons beaucoup d'ambitions ». Si elles comptent pour l'instant dix carrossiers comme clients, elles espèrent passer à 25 d'ici la fin de l'année et à plus de soixante en 2019.

Innovation : Linkinfarm (Mouen), solution de simplification pour les prestations de travaux agricoles. « Notre plateforme est un outil d'aide à la décision. Nous aidons les agriculteurs à mieux se mécaniser, à mieux gérer ou à externaliser leur parc machines et ainsi à mieux vivre leur métier », explique l'un des créateurs, Philippe Fournier. La solution est en phase de test en Normandie, et va se développer avec la mise en place de modules météo pour affiner encore les temps d'intervention.

Développement : Linière du Ressault (Le Neubourg). Le lin et la Normandie, c'est une longue histoire qui a parfois connu des difficultés, comme en témoigne cette entreprise qui a dû stopper pendant dix ans sa ligne de peignage. Mais le marché textile européen reprend des couleurs, la Chine n'est plus la panacée, et la Linière du Ressault peut mettre en avant son savoir-faire pour gagner des marchés, à raison d'une production de 600 tonnes par an pour le peignage.

Enjeux de demain : Nomotech (Poilley). C'est la question cruciale de l'aménagement numérique des territoires qui est en jeu. Avec le Très Haut Débit Radio, Nomotech déploie une solution qui permet un accès plus rapide, moins cher et très performant au haut débit, en partenariat avec les collectivités locales, le département de la Manche ayant été pionnier en la matière. Nomotech, présent dans une quarantaine de départements français et une dizaine de pays européens a triplé son chiffre d'affaires et doublé ses effectifs les cinq dernières années. L'entreprise prépare son avenir en investissant sur les objets connectés.

Made in Normandie : Fabrique-moi un bonbon (Vimont). Une confiserie régionale qui revendique haut et fort son ancrage normand avec des créations portant le nom de « Cailloux de Vieux-la-Romaine », un caramel fondant au chocolat au lait, de « Truffes de Vimont », meringue au chocolat ou de « Patates du Pays d'Auge », noix torréfiée et chocolat blanc. L'une de ses plus belles réussites est la « Pomme au Calvados », réalisée à partir d'un cœur liquide au Calvados, enrobée d'une pâte d'amande. La prochaine douceur sortie de l'imagination de Ghislain Gréaume sera la « Pierre de Caen », jus de pomme et gomme d'acacia.

Économie positive

LH Forum

Du 27 au 29 septembre, la 7e édition du LH Forum le positionne comme le nouveau rendez-vous international des villes et territoires positifs.

Organisé au Havre, le forum historique de l'économie positive souhaite mettre en lumière les expériences menées dans les villes du monde entier et rassembler tous les acteurs engagés pour une transition positive et durable des territoires.

Pendant trois jours, la ville deviendra un formidable laboratoire de l'économie positive territoriale, au travers de conférences, ateliers et sessions networking. De grands témoins ainsi que des acteurs publics et privés, français et internationaux, seront présents pour présenter les initiatives et expérimentations sur leurs territoires ; débattre sur les défis inhérents aux territoires et partager bonnes pratiques et solutions innovantes.

Chaque citoyen est concerné durant ces trois journées, et tous les publics seront accueillis : maires et représentants d'agglomérations, départements et régions du monde entier, chefs d'entreprise, dirigeants politiques, responsables d'ONG et d'associations, entrepreneurs, artistes, économistes, scientifiques, mais également les plus jeunes et le grand public.

À noter qu'une programmation spéciale est prévue pour les plus jeunes (enfants et lycéens) afin de les sensibiliser aux enjeux de demain.

En savoir plus **www.positiveplanet.ngo**

+ d'informations sur **www.seine-estuaire.cci.fr**

Forum

Silver Day

L'Agence de Développement pour la Normandie et la CCI Normandie organisent la troisième édition du Silver Day Normandie, la rencontre annuelle des acteurs de la silver économie, le **4 octobre** prochain à la CCI Portes de Normandie (Evreux).

Programme prévisionnel :
10h - 12h30 : Conférences.
- Le parcours senior, les étapes de l'adaptation au logement.
- 55-65 ans, quels logements de demain ?
- Innovation au service des seniors et des aidants.

13h30 - 14h30 : Speedmeeting Business.
14h45 - 15h45 : Ateliers.
- Innovation managériale dans les SAP.
- Silvermarketing.
- Longévité et aménagement du territoire.

14h45 - 15h45 : RV BtoB préprogrammés.
16h - 17h : Pitch « Hackathon » numériques et services à la personne.
Visite libre du Truck SOliHA « Aménagement du logement » proposée par Saint-Gobain Distribution Bâtiment France.

En savoir plus **Inscriptions sur www.silverday-normandie.fr**
anne.zerkovitz@normandie.cci.fr
elisa.tofoni@adnormandie.fr

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

Rendez-vous

Data

S'informer sur le RGPD

• Que sera l'impact sur les entreprises normandes exportatrices du nouveau règlement général sur la protection des données ?
• Quels sont les points à retenir de ce texte, quelles sont les protections à prendre dans l'utilisation des données à des fins commerciales ?
À ces questions et à d'autres encore, un « 90 minutes » y répondre le **11 octobre prochain** à la CCI Portes de Normandie, 215 route de Paris à Evreux, de 9h à 10h30.

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

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

International

Amérique Latine

Identifier et rencontrer des prospects, consolider ses partenariats en Amérique du Sud.

CCI International Normandie organise du **28 octobre au 7 novembre** une mission multisectorielle en Amérique Latine.
La destination principale est la Colombie, portée par une croissance très dynamique, une hausse de l'investissement public et privé et une demande intérieure très soutenue.
De nouvelles perspectives s'ouvrent avec la poursuite de la mise en place de l'accord de libre-échange avec l'Union européenne.
Les secteurs porteurs sont les biens de consommation, la pharmacie, les machines industrielles et agricoles, les équipements pour les secteurs des télécommunications et des transports.
Trois extensions sont possibles vers l'Argentine, le Chili et le Pérou.

En savoir plus
caroline.desouches@normandie.cci.fr
aziza.el-senbawi@normandie.cci.fr

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

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

cci linkhub 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

05/2018 – F39903 – Édité par Crédit Agricole S.A., agréé en tant qu'établissement de crédit – Siège social : 12, place des États-Unis, 92127 Montrouge Cedex – Capital social : 8 538 313 578 € – 784 608 416 RCS Nanterre. Crédit photo : Getty Images.