



#14
Mai-Juin 2016

Innovations
Emergences numériques
p.38

Entreprises
Un second souffle
pour l'éolien ?
p.16

Normandinamik

Le magazine d'information des CCI de Normandie

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



Enjeux p.24

Entreprises : la place des femmes

TARIFS BAS

AU DÉPART DE DEAUVILLE
NORMANDIE

19,99€



LONDRES
STANSTED

À une heure

Du 1er avril au 28 octobre 2016

2 départs par semaine

Lundi et vendredi



RYANAIR

VOYAGER MOINS CHER, TOUT SIMPLEMENT.

Réservez jusqu'au 30/06/2016. Achat 7 jours à l'avance requis. Tarifs aller simple.
Voyagez entre Mai-Juin 2016. Soumis à disponibilité. Visitez Ryanair.com pour plus de détails.

Par **Cédric Challamel**, président de la Fédération régionale des Jeunes Chambres économiques de Normandie



“ Nous sommes là pour formuler des propositions concrètes. ”

La jeunesse est-elle une qualité, quand il s’agit de parler d’économie, d’entreprise, de citoyenneté ? La Jeune Chambre économique en porte la preuve.

Notre mouvement pourrait justifier de sa crédibilité par son histoire. Il a plus de cent ans (et plus de 60 en France) et a essaimé dans 130 pays pour totaliser 200 000 membres. Mais notre présence sur le terrain est plus encore parlante. Nous sommes là pour nous impliquer, pour peser, pour aller chercher les problèmes et formuler des propositions concrètes.

Il nous importe de mener des actions qui influent sur la dynamique des territoires. Nous avons été à l’origine de la Cité des Métiers, nous avons fait dialoguer des lycéens et des chefs d’entreprise pour promouvoir la création et l’esprit d’entreprendre, nous sommes en pointe sur l’économie circulaire. En 2016, notre priorité sera de valoriser la jeunesse, par exemple avec les rencontres « parlementaires » pendant lesquelles des parlementaires seront invités à visiter des entreprises dirigées par de jeunes entrepreneurs, afin de les sensibiliser à la réalité du terrain, du

quotidien. Nous sommes parties prenantes du Grenelle normand de l’apprentissage. Et je pourrais multiplier les exemples.

Les JCE apportent à leur environnement, parce qu’elles croient en l’économie, en l’entreprise, en la jeunesse. Elles apportent à leurs membres en les formant aux responsabilités, au leadership, à l’autonomie. Je peux en témoigner : ayant arrêté l’école très tôt, les JCE m’ont permis de me former, d’évoluer, de gravir des échelons.

De plus, elles sont en perpétuel renouvellement.

Un président n’est élu que pour un an. Cela oblige à se remettre en cause, à aller vite, à aborder constamment de nouveaux angles de réflexion, et cela d’autant plus que nos membres représentent un panel très large en terme de compétences, de métiers. Ce sont des visions différentes qui permettent d’ouvrir les discussions. Oui, nous sommes une bande de jeunes (la limite d’âge est fixée à 40 ans), mais actifs, convaincus, désireux d’apporter des réponses innovantes aux problèmes de notre société, localement comme internationalement. Rien que le fait que les JCE soient reconnues d’utilité publique, ce qui n’est pas courant pour un mouvement économique, montre que nous avons quelque chose à dire.

l'actualité des Territoires

06 Grand Départ.
La Manche se prépare
au Tour.

© D. Daguerre CCI 50



08 International.
Pour mieux s'implanter.

10 Formation
La semaine de
l'apprentissage.

12 Tourisme.
Des hôtels de charme.

à la rencontre des Entrepreneurs

16 Forum MRE.
Second souffle.

18 ACGM.
Confection isolante.

19 Ofracar.
Une agence qui grandit.

21 AMG.
Usinages à façon.



23 Ets Tessel.
Maisons normandes.

initiatives, Innovations, tendances

38 Numérique.
Silicon Louviers.

39 Impression 3D.
Vraiment addictif.



42 Arteko.
Bonnes pâtes.

44 Minut'Rit.
Le sens du service.

47 HPE Ingredients.
Tout est bon dans l'escargot.

en Focus

14 L'apprentissage.

C'est une voie royale vers l'emploi, mais qui reste encore à défricher,
comme le démontrent les statistiques.



Normandinamik

Le magazine d'information des CCI de Normandie

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



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

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

dynamique Normande

50 **Pêche.**
L'âme du bulot.

51 **Bijoux.**
Place à la fantaisie.

54 **Transports.**
Confort sensoriel.

55 **Parfums.**
Marques originales.

56 **Textile.**
Tradition sauvegardée.



Enjeux

Les femmes et l'entreprise.



© Rui Vale Sousa - Shutterstock

L'entreprise est-elle l'ultime bastion du machisme ordinaire ou est-elle à la pointe du modernisme en matière d'égalité hommes-femmes ? Comme souvent, la vérité est un peu à mi-chemin, car si d'incontestables progrès ont été réalisés, il reste encore du travail à accomplir.

région en Échos



58 **Philippe Augier,**
président
de l'agence
d'attractivité.

région en CCI

Agenda et actualités

60 **CCI CAEN
NORMANDIE
CCI OUEST
NORMANDIE**

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

62 **CCI
NORMANDIE**

Vous souhaitez communiquer dans **Normandinamik** ?

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

Contactez **Nathalie MERLIN**

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



+ Événement NORMANDIE

Plus d'un Tour dans sa Manche

Le Tour de France partira de la Manche le 2 juillet prochain. C'est tout un territoire qui se mobilise pour être à la hauteur de l'Événement.

Le Tour de France est indémodable. Il résiste à l'absence de vainqueur français depuis bientôt 35 ans, aux scandales à répétitions, à la concurrence d'autres disciplines plus modernes. Il fait se presser pendant des heures sur les bords de route des millions de spectateurs, qui voient passer pendant quelques secondes des coureurs dont il est impossible ou presque de deviner le visage. Le Tour, c'est une certaine idée de la France. Le charme de ses paysages, la douceur d'un été qui commence, des souvenirs d'enfance, la sublimation de l'effort aussi, car chacun est monté une fois au moins sur une bicyclette et peut mesurer la difficulté de l'exercice. Recevoir une étape, c'est déjà beaucoup. Alors, accueillir pendant trois jours l'ensemble des coureurs et des suiveurs, les faire rouler sur 435 km, soit 14 % du parcours, un record, les amener dans des endroits magiques, c'est exceptionnel.

Logique comptable

La Manche relève ce défi, en accueillant du 2 au 4 juillet prochain le Grand Départ du Tour de France. Pourquoi accueillir le Tour ? Pourquoi engager environ 5 millions d'euros (2,4 millions de tickets d'entrée et autant pour l'organisation générale) dans ce « Grand Départ » ? On peut se contenter de stricte logique comptable pour l'expliquer. Les études sur les Grands Départs démontrent qu'un euro investi en rapporte 4 ou 5 dans l'économie locale. Si le million de spectateurs est atteint (soit deux fois la population de la Manche), ce qui devrait facilement être le cas, et que chacun dépense entre 20 et 25 €, on arrive donc à



Le Tour avait été séduit par le Mont-Saint-Michel lors du passage de l'édition du centenaire, en 2013.

20 ou 25 M€ de retombées immédiates. C'est déjà beaucoup, mais ce n'est pas que cela. Le Tour est un événement qui fait parler d'un territoire. Dans la compétition de communication et de marketing à laquelle se livrent région et département, c'est une façon exceptionnelle de montrer son attractivité, de se valoriser. Pour la Manche, c'est d'autant plus vrai qu'elle est le seul département français à accueillir le grand départ en 4 éditions. Les deux précédentes sont parties d'Angleterre et des Pays-Bas, la prochaine d'Allemagne. Ce qui tombe bien, c'est que la clientèle étrangère du nord de l'Europe, celle que la Normandie cible particulièrement, est férue de cyclisme, et sera motivée pour le déplacement.

Tout le monde veut être présent

Tout un territoire se mobilise autour du Tour. C'est pour cela qu'a été créée l'association

« Grand Départ du Tour de France Manche-Normandie », sous l'égide du conseil départemental, présidée par Jean-François Le Grand, assurant l'interface entre les collectivités et ASO pour l'organisation logistique et impulsant les initiatives dans les territoires. « 500 dossiers d'animation ont été déposés », constate Paul-Vincent Marchand, qui dirige l'Association. « La notoriété de l'événement, l'affection du public, font que tout le monde veut être présent ». Toutefois, tout ne peut pas être organisé, d'une part parce que le cahier des charges de l'organisateur est assez strict, d'autre part parce que « l'événement est suffisamment fort pour qu'il n'y ait pas besoin de trop en rajouter ». Pour contribuer à faire « pétiller le territoire », le Tour ce ne sera pas que la course : le 26 juin, une « cyclo » permettra de reconnaître le parcours de la 1^{re} étape, avec trois distances différentes. Le lundi 27 juin ce sera l'ouver-



Fiers supporters

L'Association du Grand Départ du Tour de France Manche-Normandie a tenu à ce que des partenaires privés soient présents aux côtés des collectivités locales, sous le titre de « supporters du grand départ ». « Les partenariats public/privé sont un enjeu majeur du financement des grands événements. Nous nous sommes donné les moyens de nos ambitions », souligne Jean-François Le Grand. « Ce partenariat avec le Grand Départ du Tour de France 2016 est une évidence pour Brittany Ferries », commente Jean-Marc Roué, président du Conseil de Surveillance de l'entreprise. « La Manche est un territoire intimement lié à l'histoire et l'activité de la Compagnie, le cyclisme est un sport universel dont nos clients sont de fervents adeptes et l'engouement des Britanniques pour le Tour ne cesse de se renforcer, avec les victoires de Wiggins en 2012 et Froome en 2013 et 2015 ».

Puis la coopérative des Maîtres Laitiers du Cotentin est arrivée à son tour dans le peloton. La coopérative, dont le siège est situé à Sottevast, appartient aujourd'hui à plus de 1 200 adhérents répartis sur près de 900 exploitations agricoles de la Manche. Plus de 400 millions de litres de lait sont collectés annuellement dans les trois sites de production de Sottevast, Valognes et Tribehou. Elle construit cette année une nouvelle usine à Méautis et lance la marque « Campagne de France ». ◀

ture de la permanence d'accueil, puis le mercredi 29 juin, l'arrivée des journalistes (2 000, venus du monde entier), au pôle hippique de Saint-Lô. Le jeudi, dans Sainte-Mère-Eglise, la présentation des équipes.

Ensuite, place à la course, entre le Mont-Saint-Michel et Utah Beach (2 juillet), Saint-Lô, et Cherbourg (3 juillet). Le lendemain, c'est de Granville que s'élanceront les coureurs pour rejoindre Angers. Et comme le départ de la course donne souvent le ton au reste de l'épreuve, quelque chose nous dit que ce Tour 2016 sera un des plus beaux de ces dernières années. ◀

CONTACT

www.tourdefrance-manche.fr

FIAT PUNTO PACK PROFESSIONAL

UNE OFFRE QUI NE MANQUE PAS D'AIR À UN PRIX RENVERSANT

À PARTIR DE

8990 € HT (1)



UNE GRANDE PRO À UN PETIT PRIX.

- Motorisation 1.3 Diesel MultiJet 16V 75 ch
- Pack Professional : climatisation, régulateur de vitesse, téléphonie mains-libres à commande vocale, port USB, lecteur multimédia, radio CD MP3 avec commandes au volant, radars de recul, rétroviseurs électriques et dégivrants
- Bac thermoformé
- Seulement 4,2 L/100 km⁽²⁾

DIESEL 75 CH MULTIJET : 4,2 L/100 km⁽²⁾



PROFESSIONAL

www.fiatprofessional.fr

(1) Tarif au 01/03/2016 de Poste Commerciale 1.3 MultiJet 16V 75 ch Pack Professional : 13 945 € HT - 4 855 € HT - 9 990 € HT. Offre réservée aux professionnels dans la limite des stocks disponibles jusqu'au 31/05/2016 chez les distributeurs participants. (2) Consommation mixte selon Dn 2004/3/CE. Version présentée : Punto Commerciale 1.3 MultiJet 16V 75 ch Pack Professional avec option projecteurs antibrouillard (+ 100 € HT).

GRUPE
MARPENAT
www.marpensat.fr

ROUEN Normandie Distribution
Rue de la Grande-Épine - Z.I.
76635 St-Étienne-du-Rouvray
Tél. 02 35 02 79 50

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

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

SAINT-LÔ Martenat
2, Route de Bayeux
50660 St-André-de-l'Épine
Tél. 02 33 57 96 81

+ International

S'implanter à l'étranger



Pour aider les entreprises à posséder tous les fondamentaux de l'export, de la préparation à l'installation, les CCI proposent un nouveau dispositif de soutien.

Le nouveau dispositif "CCI Implantation +" joue sur les deux cylindres de la dimension internationale des CCI :

la proximité des équipes dans les régions, qui détectent, conseillent et accompagnent les entreprises en amont et la présence d'antennes à l'international, par leur connaissance du terrain, des marchés, des fondamentaux pour réussir l'export. Cette « méthodologie partagée », comme la décrit Dominique Brunin, délégué général CCI International, permet d'utiles interactions, donne de vrais atouts aux entreprises souhaitant franchir le cap de l'implantation ou de la création de filiales.

Le premier module, en France, consiste en une phase de conseils. Les Conseillers en Développement International apportent leurs éclairages sur les obligations légales, fiscales et sociales, la stratégie commerciale et technique, le recrutement de personnel, la maî-

trise du marché, la validation des ressources (humaines ou financières), les financements et aides (dont le dispositif VIE) ainsi qu'une mise en relation avec des entreprises normandes présentes dans le pays visé.

Modules au choix

Puis, une fois ce travail important et essentiel accompli, c'est au tour des conseillers présents sur place de prendre le relais (avec le concours éventuel de sociétés prestataires référencées). On entre dans la phase réelle, en abordant les questions de domiciliation (recherche de site, location de bureaux...), de mise en relation, de recrutement, de portage et gestion salariale, de développement commercial, d'élaboration d'un business plan. Le recours aux deux modules est une offre de continuité d'accompagnement au sein des réseaux CCI, conçue pour faciliter le parcours de l'entreprise, sans obligation ni contrainte d'utiliser les deux composantes. L'entreprise

peut se contenter du premier module conseil de la CCI, si elle décide de ne pas concrétiser son projet d'implantation, ou si elle bénéficie à l'étranger d'un autre prestataire que la CCI FI, voire aucun. À l'inverse, elle peut approcher directement la CCI FI pour des prestations du deuxième module, si elle estime que son projet est déjà réfléchi, ou parce qu'elle s'appuie sur un courant d'affaires existant. ◀

CONTACTS

Philippe Bagot

Directeur Services d'Appui aux Entreprises
CCI France International -
CCI International

pbagot@ccifrance-international.org

www.ccifrance-international.org



+ Immobilier LISIEUX

Bureaux à la carte

La CCI Seine Estuaire met des locaux fonctionnels à disposition d'entreprises misant sur la mobilité.

Pour les entreprises à la recherche d'une adresse de travail ponctuelle ou durable à Lisieux, la solution de la CCI Seine Estuaire est idéale. Depuis septembre 2015, elle propose, au cœur du nouvel immeuble consulaire, une dizaine de bureaux nomades qu'il est possible de louer à l'heure, à la journée, au mois, etc. Dans le détail, dix bureaux meublés sont à disposition (9 à 21 m²), « chacun comprend au minimum, un bureau et son fauteuil, une armoire, deux chaises d'appoint, les accès Internet », précise Régine Saiter, du service Appui aux Entreprises. De plus, qu'il s'agisse d'une domiciliation d'activités ou pour recevoir des contacts d'affaires, tout bail de location ouvre l'accès à des outils partagés : une salle de réunion sur réservation (20 personnes, possibilités de vidéo-projecteur), un photocopieur, une cafété-

ria avec kitchenette. Déjà, des sociétés de conseil en management, études et conseil en assainissement (Asencio SAS, Duseo) ou encore l'antenne régionale du Conseil national de la Propriété Forestière ont pris place. Six surfaces restent encore à prendre.

100 % fonctionnel

L'initiative fait suite à la livraison, en juillet dernier, de l'immeuble « Le Conquérant », bâti sur la zone d'activités de l'Espérance, à proximité des locaux de la CCI, afin de compléter l'existant. Couvrant 2 000 m² sur trois niveaux, ce bâtiment BBC regroupe aujourd'hui l'AIFCC (Centre de formation des CCI du Calvados), la Mission locale et Pays d'Auge Expansion. Les surfaces laissées vacantes en rez-de-chaussée sont rassemblées dans la démarche « hôtel d'entreprises » de la CCI

augeronne. Adaptable à la carte, l'offre peut satisfaire aussi bien les créateurs et porteurs de projets que les professionnels en quête d'espace d'accueil design, ou les décideurs de passage à Lisieux recherchant un point de chute 100 % fonctionnel, 100 % connecté. Elle s'ajoute aux structures CCI, notamment la pépinière d'entreprises havraise Le Vaisseau, la pépinière/hôtel d'entreprises Le Drakkar à Saint-Romain-de-Colbosc. ◀ I.P.

CONTACTS

Régine Saiter

Service Appui aux Entreprises
rsaiter@seine-estuaire.cci.fr
www.seine-estuaire.cci.fr



Cadres au ralenti



Le marché de l'emploi-cadre normand peine à retrouver des couleurs.

La Normandie devrait être l'une des deux seules régions françaises (avec la Bourgogne – Franche-Comté) à ne pas voir son effectif cadre augmenter cette année, selon une étude de l'APEC. « Le secteur tertiaire, qui représente les plus forts gisements d'emplois-cadres, est moins représenté chez nous qu'au niveau national », analyse Marc Lesueur, délégué territorial Normandie de l'agence. Ce sont entre 3 800 et 4 300 cadres qui devraient être recrutés sur l'ensemble de l'année, loin des chiffres d'avant crise (plus de 6 000 en 2007 comme en 2008).

Demi-teinte

Les entreprises vont se tourner principalement vers de jeunes cadres ayant eu une première

expérience, alors que le taux d'emploi des nouveaux diplômés s'améliore légèrement. Les secteurs les plus porteurs, la chimie, la cosmétologie, l'aéronautique, l'électronique embarquée, la pharmacie, ou encore l'agro-alimentaire. « On constate beaucoup de demandes pour les ingénieurs de productions, les fonctions commerciales, ainsi que les métiers de la maintenance et de la transition énergétique », détaille Marc Lesueur.

En 2015, ce sont 4 040 cadres qui ont été recrutés, une année « en demi-teinte », car 360 emplois de cadres ont été perdus (départs à la retraite, démissions, licenciements...).

On compte 110 000 cadres en Normandie, 35 % dans la métropole rouennaise, 20 % à Caen, 15 % au Havre, 7 % à Évreux et 7 % à Cherbourg. ◀



Bienvenue en Normandie

Le tourisme est l'un des piliers économiques majeurs de la Normandie.

Les CCI de Normandie, avec le soutien de la Région viennent de lancer le réseau « Bienvenue en Normandie ». Ouvert à toutes les entreprises régionales, il est constitué d'un kit d'accueil (autocollant, drapeau, badges de bienvenue, sacoche, clé USB avec visuels et vidéos des principaux sites touristiques normands) et d'outils pour optimiser son accueil : guide des événements, guide d'accueil de la clientèle britannique, lexique

de traduction en quatre langues, support d'auto-évaluation, fiches techniques. Les adhérents signent une charte d'engagement valorisant les notions de courtoisie, de contact avec les clientèles étrangères, de propreté, d'information, etc. ◀

EN SAVOIR PLUS
www.normandie.cci.fr



Un COCKTAIL
sur **UNE foire**
D'ART
contemporain ?
ORIGINAL !



ROUEN PARC EXPO
7>9 OCTOBRE 2016

art-up.com

UN ÉVÈNEMENT :



PARTENAIRE OFFICIEL :



Retrouvez
Art Up !
sur votre
mobile



Rejoignez-nous !
#ARTUP2016

+
Apprentissage NORMANDIE

Toujours à apprendre

La semaine de l'apprentissage rapproche jeunes et entreprises sur la question cruciale de l'alternance.



Des professionnels à l'écoute.

Organisée par le réseau des CCI de France, avec l'ONISEP, la semaine nationale de l'apprentissage a pour objectif de donner à chaque jeune une chance d'apprendre un métier et d'offrir à chaque entreprise l'opportunité d'accueillir un jeune. Les CCI travaillent toute l'année sur cette question cruciale, avec leurs développeurs de l'apprentissage, conseillers Point A, conseillers relation-entreprises des CFA, etc. Mais la semaine de l'apprentissage est l'occasion de mobiliser encore plus les entreprises et les jeunes. Car si pratiquement plus personne ne met en doute tous les bienfaits de l'apprentissage, tant pour les entreprises que pour les jeunes, les chiffres tardent à décoller (voir p. 14-15) et des a priori négatifs restent à lever.

« Les faire avancer »

Clotilde Chiret, artisan fleuriste à Houlgate (boutique Alysse) depuis 12 ans est une fervente utilisatrice de l'apprentissage. « C'est important de transmettre », affirme-t-elle avec conviction. « Je fais ce métier depuis 35 ans, j'en ai vu les évolutions, tant dans les produits que dans la façon de communiquer. Il y a toujours des choses à montrer et à apprendre aux jeunes ».

Quand elle recherche un apprenti, c'est avant tout la motivation qu'elle met en avant. C'est l'élément clé, car elle n'oublie pas qu'en face d'elle, ce sont des adolescents, avec les problèmes de leur âge. « Ils sont jeunes, il faut bien sûr avoir un rôle de patron face à eux, mais aussi les comprendre psychologiquement ». C'est tout l'art du maître d'apprentissage, aussi complexe que de réussir un bouquet, mais aussi beau quand le résultat est là. « Cela demande un investissement important. Il faut être en permanence auprès d'eux, arriver à les faire avancer, les mettre en position d'évoluer », souligne Clotilde. Quand ils arrivent chez Alysse, ils ont certes des bases, mais ne connaissent pas l'aspect technique et artistique. « Je les aide à exprimer leur créativité », explique-t-elle. Les apprentis participent à tous les domaines de la vie du magasin.

« Je n'ai pas eu d'échec depuis que je suis à Houlgate », poursuit Clotilde. D'ailleurs, elle entretient toujours des relations avec tous les apprentis qui sont passés chez elle, ravie de constater qu'ils sont restés dans la même voie. ◀

À savoir

Les « mercredis de l'apprentissage » s'adressent tout au long de l'année aux personnes en recherche d'informations sur l'apprentissage. Sont présentés aux jeunes le fonctionnement de l'alternance, les acteurs concernés, des conseils sur les techniques de recherche d'emploi, des entreprises et des centres de formation.

Les principaux rendez-vous

- **Journée apprentissage**: mardi 10 mai (9h30-17h), CFAIE Val-de-Reuil.
- **Rallye de l'alternance** (visite d'entreprises pour les sensibiliser à l'alternance et collecter leurs offres): mardi 10 mai, Alençon (9h-18h).
- **Journée d'affichage**: mercredi 11 mai, Groupe FIM, Saint-Lô, Cherbourg, Granville, Agneaux (14h-17h), les offres d'apprentissage seront affichées dans les halls des 4 établissements du Groupe FIM.
- **Job Dating – Chronos de l'Alternance** (rencontres employeurs / candidats pour des contrats en alternance): mercredi 11 mai, Rouen - CCI Seine Mer Normandie (9h-13h), Alençon – Halle au Blé (13h30-16h30), Bernay – Salle des Fêtes (14h-18h).
- **Café-Coaching** (conseiller et informer les jeunes): mercredi 11 mai, Dieppe – CCI Seine Mer Normandie (13h30-17h30).
- **À la rencontre des entreprises** (5 équipes partent à la rencontre des dirigeants pour promouvoir l'apprentissage): jeudi 12 mai (9h-17h), dans dix villes du Calvados.

À savoir

Movil'App est un programme européen de mobilité qui permet aux apprentis de réaliser des stages dans des entreprises européennes. La CCI de Normandie coordonne ce dispositif en région depuis 1999 avec douze CFA partenaires. 1 500 apprentis ont pu en bénéficier, dans 22 pays européens. www.cci.fr/web/apprentissage/apprendre-en-europe.

+
BtoB NORMANDIE

Ils se donnent rendez-vous à l'économie

Les partenaires des Rendez-vous d'Affaires expliquent la raison de leur engagement.

Les Rendez-vous d'Affaires de Normandie, qui se tiendront le 16 juin à Deauville, permettent aux entreprises de se rencontrer et de tisser des liens dans un cadre favorisant l'échange entre donneurs d'ordre et sous-traitants.

La réussite de cette organisation par le réseau consulaire normand est aussi celle des partenaires, à l'image de Dalkia, présent depuis l'origine de la manifestation : « La raison de notre soutien est de faire que cette opération génère des opportunités pour l'activité des entreprises à l'échelle de la région ». Dalkia, filiale du groupe EDF, est le leader des services énergétiques en France, autour d'une maîtrise complète de l'ensemble de la

chaîne énergétique, de la fourniture d'énergie jusqu'à l'optimisation de leur consommation, en passant par la maintenance et le pilotage des installations.

Tisser des liens

Pour le groupe Crédit du Nord, c'est sa « politique de banque relationnelle et de proximité » qui est mise en avant pour la participation aux RAN « qui développent un réseau relationnel source d'affaires ». La banque est implantée dans les régions Normandie et Picardie depuis plus de 100 ans, avec 91 agences, particuliers et professionnels, dont une dédiée aux entreprises, dix centres d'affaires entreprises et institutionnels, deux centres régionaux de finan-

cements immobiliers et une banque privée. Néoma Business School a également rejoint le mouvement. L'école de management, née de la fusion de Rouen Business School et Reims Management School affiche une double ambition : être classée parmi les meilleures Écoles européennes, tout en étant reconnue comme le partenaire privilégié des entreprises. « Nous soutenons et participons, pour la première fois, aux Rendez-Vous d'Affaires de Normandie pour tisser des liens plus étroits avec les entreprises de la région et les accompagner au mieux dans l'amélioration de leurs performances ». D'autres entreprises se sont jointes à la manifestation, comme Audi et Audera. ◀

Bénéficiez d'un enseignement ultra-pointu



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

DIPLÔMES ACCRÉDITÉS PAR LA CONFÉRENCE DES GRANDES ÉCOLES

11 SPÉCIALISATIONS :

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

*1ère MCF 2014-2015

PROGRAMME GRANDE ÉCOLE

DIPLÔME VISÉ BAC+5 - GRADE DE MASTER

POST BAC

POST BAC+2

POST BAC+3/4



em-normandie.fr



CAËN - LE HAVRE - PARIS - OXFORD

L'ESPRIT DE CONQUÊTE

+ Bien-être DONVILLE-LES-BAINS

Quête de(s) sens

Prendre soin de son corps et de sa tête, dans un cadre naturel et reposant, avec une gamme de prestations des plus complètes. C'est l'offre de Prévithal, seul centre de thalasso de la Manche.

Marie-Claire Taillis mériterait de pouvoir profiter des nombreux services de soin et de bien-être proposés par le centre de thalasso et de spa Prévithal. Trois ans après l'ouverture, la directrice n'a pas ménagé ses efforts, avec ses équipes, pour donner des perspectives encourageantes et un rythme de croisière plus que satisfaisant à son établissement, fort de 75 chambres.

La clientèle est extrêmement variée. On vient beaucoup de Paris (la ligne directe SNCF restant un argument incontournable), du nord de la région, de la Manche. Le week-end, de jeunes couples, âgés de 20 à 30 ans, remplissent l'hôtel, un effet probable des bons échos reçus sur Internet par Prévithal, laissant la place à une clientèle senior pendant la semaine. Des profils variés, mais une même recherche d'authenticité, de déconnexion. « Les gens apprécient l'aspect dépayasant. Ils se sentent dans une bulle, avec la plage, la nature, tout en bénéficiant de la proximité de Granville », constate Marie-Claire Taillis. On vient aussi pour travailler dans les quatre salles de séminaire, qui ont rapidement trouvé leur public.

Subtil pilotage

Le centre sublime ces atouts dans son offre : l'eau de mer, les boues du Mont-Saint-Michel, c'est toute la Normandie qui soigne et vivifie ses visiteurs. Les matelas d'eau massant, les hydrojets, les salles de fitness, le bassin de 120 m², tout est réuni pour chasser le stress et le burn-out, s'offrir une parenthèse bien-être et détente. « Tous les sens sont apaisés », résume Marie-Claire Taillis, qui, experte de la thalasso en connaît tous les ressorts : faire déguster des infusions dans une lumière tamisée, avec un volume sonore adapté, dans la senteur de la



Des soins pour le corps et du repos pour l'esprit.

boue marine, et avec le sourire d'un personnel qualifié. Le restaurant, et ses 90 couverts, est une autre étape plaisir.

S'il fallait une preuve que Prévithal a su parfaitement faire sa place dans le paysage normand, c'est sa présence au sein des grands événements qui rythment la vie régionale : il fut privatisé pour les Jeux Équestres Mondiaux, et accueillera coureurs et journalistes pendant le prochain Tour de France. Marie-Claire Taillis se tourne aussi vers l'avenir. Loin, comme l'éventualité d'ouvrir ailleurs dans la région un nouvel établissement. Plus proche, avec le réaménagement de la terrasse pour plus d'intimité, et la reconfiguration de l'espace spa en vue de la création d'une salle de repos. ◀

+ Fête PORT-EN-BESSIN

Avec des fleurs...

Le Château la Chenevière célèbre les 21 et 22 mai (10 h – 18 h) sa deuxième « fête des plantes ». Un hommage à la nature qui trouve un parfait terrain d'expression dans le parc de deux hectares qui accueillera une trentaine d'exposants venus de toute la France.

Pépiniéristes, artisans, associations spécialisées feront découvrir leurs produits (roses anciennes, sauges, plantes rares ou carnivores...) et leurs idées et astuces, notamment lors de petits ateliers gratuits. Ce sera aussi l'occasion de flâner dans le parc, de profiter de ses 36 espèces d'arbres.

L'entrée est fixée à 5 €, mais gratuite pour les moins de 16 ans, les personnes handicapées et les femmes portant le nom d'une fleur. La totalité des bénéfices sera reversée aux parents de Rogers, atteint d'une maladie génétique évolutive. ◀

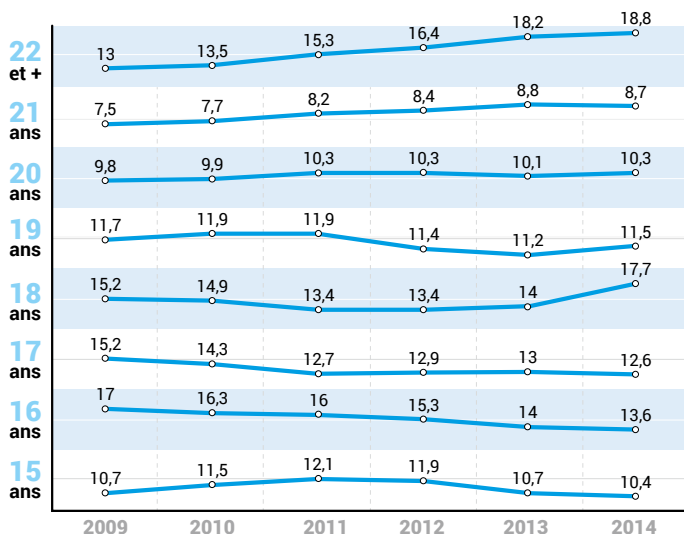
CONTACT
www.previthal.com

en Focus

L'apprentissage

500 000 apprentis formés d'ici 2017 (dont 10 000 dans la fonction publique) : l'objectif fixé par le gouvernement est ambitieux compte tenu de la situation actuelle de l'apprentissage en France, mais essentiel, tant ce type de formation est l'un des chemins les plus sûrs pour trouver un emploi. Mais le déficit d'image tant auprès des familles que des entreprises est encore lourd, et de nombreux efforts doivent être accomplis pour que la France devienne une terre d'apprentissage et d'alternance. ◀

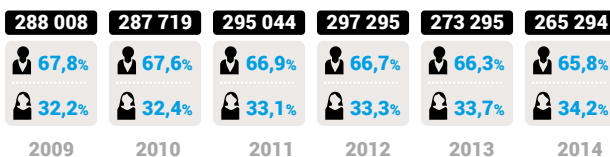
> Les contrats d'apprentissage en France (en %)



> Selon la taille des entreprises (en %)



> Nombre de contrats et répartition par sexe



Six jeunes apprentis sur 10 sont recrutés à la fin de leur formation



Les diplômes préparés :
CAP et BEP : 43 %,
Bac pro et Brevet : 23 %,
Bac + 2 (et plus) : 32 %



Combien gagne un apprenti :
de 25 % du SMIC en 1^{re} année avant 18 ans à 78 % du SMIC en 3^e année après 21 ans

4,7 milliards Le montant des dépenses nationales alloué à l'apprentissage en 2012. Les entreprises restent le principal financeur de ce type de formations (43 %), devant les régions et l'État (14 % chacun)

11% le taux d'abandon des contrats d'alternance

Plus de **1 000** Le nombre de métiers accessibles du CAP au master en alternance



> Les salariés par formation en alternance en Europe

(pour 1000 salariés)



Un Grenelle normand

La Cité de la Mer de Cherbourg-en-Cotentin accueillera, les 24 et 25 juin, l'université d'été du Grenelle de l'apprentissage en Normandie, point culminant de la consultation lancée par la Région Normandie, pour développer l'apprentissage en Normandie et augmenter de 50 % le nombre de bénéficiaires de formations en alternance à l'horizon 2021. **Dix pistes de progrès ont été identifiées** : Améliorer la connaissance des métiers (familles et jeunes); Faciliter le passage de la connaissance des métiers vers l'orientation; S'inspirer des bonnes pratiques dans d'autres régions et pays; Travailler avec les filières et les branches professionnelles dans le cadre de contrats d'objectifs; Développer l'ensemble des voies de formation en alternance (retour à l'emploi, lutte contre le décrochage,

secteur public); Mieux soutenir les apprentis: logement, transports, accompagnement individualisé; Mieux cibler les aides aux entreprises en incitant notamment celles-ci à embaucher des jeunes de + de 18 ans; Mutualiser les plateaux et outils de formation; Stimuler l'innovation pédagogique pour construire de nouveaux parcours avec les CFA et formateurs; Adapter la carte des formations aux besoins des entreprises en lien avec l'État.



L'apprentissage en Normandie

• **La Normandie compte 71 CFA** et 3 sections d'apprentissage.

• **Les niveaux CAP et Bac professionnel (niveaux V et IV) attirent le plus grand nombre d'apprentis**: plus de 76 % des jeunes apprentis en Normandie. Une proportion plus importante qu'au niveau national puisque les CAP et autres diplômes de niveau V représentent 48 % des effectifs contre 40 % au niveau national.

• **L'enseignement supérieur gagne du terrain**: plus de 24 % des apprentis en Normandie (34 % au niveau national) suivent des formations post-Bac (BTS, master, diplôme d'ingénieur).

Les établissements de CCI Formation Normandie

Ils reçoivent et forment plus de 30 000 stagiaires (salariés et alternants) en formation professionnelle, 6 300 apprentis.

AIFCC à Caen et Lisieux

CCI & Caux au Havre, Lillebonne et Fécamp

CCI Formation Eure à Evreux

Ceppic/ICD à Mont-Saint-Aignan et Dieppe

CFAIE de Val-de-Reuil

École des travaux publics de Normandie à Saint-Paterne

Groupe FIM à Granville, Saint-Lô, Agneaux, Cherbourg-en-Cotentin et Flers

Groupe ISF à Damigny, Le Mans et Argentan

ICEP/CFA à Caen

ICF Elbeuf

IFA Marcel Sauvage à Mont-Saint-Aignan

3IFA – CFA Alençon

Irsap à Saint-Paterne

Viséo Formation à Blangy-sur-Bresle

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Énergies Marines Renouvelables

Second souffle ?

Beaucoup de questions restent encore à lever autour des énergies marines renouvelables. Entre espoirs, avancées, impatiences, inquiétudes, les entreprises et les acteurs du secteur continuent à avancer.



© Pleigmann

Le 25 mai 1961, Kennedy lance le programme Apollo. Un peu plus de huit ans après, Neil Armstrong pose le pied sur la lune. 11 juillet 2011, le ministère du Développement durable lance le premier appel d'offres éolien en mer. Il faudra au moins attendre neuf ans avant que les premières éoliennes posent leurs fondations au large de Fécamp, Courseulles-sur-Mer ou Le Tréport. La comparaison, signée de l'expert en questions maritimes Thierry Soudet lors du dernier forum MRE, organisé à Cherbourg-en-Cotentin, est peut-être un peu outrée, mais elle n'en démontre pas moins l'aspect extrêmement novateur et complexe du challenge qu'ont à affronter les différents acteurs. « C'est une succession de défis à relever, des investissements lourds, du temps long, de nombreuses étapes à franchir. Percher 450 tonnes à 100 mètres de haut en pleine mer représente un savoir-faire particulier. Il faut anticiper, prendre des risques, tenir la distance », poursuit Thierry Soudet.

Tenir la distance. C'est bien le problème. Les entreprises locales sont prêtes, elles veulent y aller, elles accomplissent les efforts nécessaires pour répondre aux exigences du marché, mais, pour bon nombre d'entre elles, ne rien voir venir de vraiment concret peut les conduire à s'es-souffler, se décourager. « Nous sommes dans l'agenda prévu », explique pourtant Laurent Smaghe (EDF Énergies Nouvelles). « Les travaux débuteront en 2018 et les premières éoliennes produiront du courant en 2020 ». Après la « phase de déploiement du projet », depuis 2012, 2016 est « une année charnière », précise Thierry Soudet. Elle verra l'achèvement des différents montages techniques et financiers, l'obtention des autorisations du comité de risque scientifique, la désignation des partenaires de Rang 1. Cet effet « starting-block » est encore plus prégnant pour l'hydrolien, qui devra patienter quelques mois avant que les résultats des AMI lancés en France soient connus. Cela permettra notamment de répondre aux questions

De la mobilisation et de l'inquiétude autour de l'éolien offshore.



sur le type de machines qui pourraient être utilisées.

Sur l'éolien, même si toutes les incertitudes ne sont pas levées, nombreux sont ceux qui ont décidé de prendre leur chance. « Les EMR représentent 15 % de notre chiffre d'affaires en 2015 », calcule Benjamin Bon, dirigeant de l'entreprise. « On se rend compte que les derniers mois ont été un peu longs, très administratifs. On attend la prochaine phase concrète de travaux, qui verra de nombreux moyens mobilisés ».

Année charnière

Et quand on entend de la part de donneurs d'ordre: « Vous avez des compétences, mais vous êtes trop petits », pourquoi ne pas se rassembler? C'est ce qu'ont su faire onze PME industrielles de l'Orne, en créant ACN Normandie, qui leur a permis

d'obtenir auprès d'Adwen un marché pour la construction d'un roulement à billes de 4,6 m et 17 tonnes. « La multiplicité des profils donne une vraie capacité d'adaptation, facilitée par notre rapidité en circuit de décision et notre expertise », souligne Daniel Roux, directeur général de la structure. Les EMR font naître des initiatives, comme celle de Cherbourg Manutention: « Pour rattraper le retard français en matière de logistique, nous envoyons nos équipes en formation en Allemagne ou au Danemark pour développer les savoir-faire », explique Arnaud Dehondt. Du côté du parc de Dieppe – Le Tréport, Olivier Meslin Le Bail (STO Logistique), ancien pêcheur professionnel, a créé dès 2008 une société spécialisée dans le transport de personnel et de matériels pour l'éolien offshore: « Nous sommes précurseurs en

la matière. Si le marché reste difficile économiquement, il est nécessaire d'avoir une vision d'avenir autour de la construction de navires en France. C'est la construction d'une filière inédite qui se joue. On pourra compter d'ici quelques années sur un vrai tissu local d'entrepreneurs, de navires que l'on pourra facilement identifier et utiliser ». Puissent ces espoirs et ces ardeurs ne pas être refroidis par les vents mauvais qui se sont levés ces derniers temps. Les grandes manœuvres de consolidation du secteur amènent à s'interroger sur le devenir des projets normands. ◀

INFORMATIONS

Toutes les informations sur les Énergies Marines Renouvelables: www.ccibusiness-normandie.fr



HAROPA

PREMIER SYSTÈME PORTUAIRE FRANÇAIS



LE HAVRE
ROUEN
PARIS

UNIS POUR UN MEILLEUR SERVICE

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

HAROPA
Ports de Paris Seine Normandie

@Haropaports

www.haropa-solutions.com

Alizay

Confection isolante

Fabricant des matelas isolants industriels, ACGM se développe à vue d'œil.



Michel Gomes et ses équipes mettent en forme des tissus techniques.

A peine douze mois d'exercice et ACGM, créée par Michel Gomes, fait exploser les compteurs. Démarrée « dans ma véranda avec une machine à coudre », l'activité mobilise aujourd'hui dix personnes et rayonne partout jusqu'à décrocher des contrats au Maroc ou en Nouvelle-Calédonie. Il s'agit bien d'un atelier de confection textile, mais rien à voir avec la mode : spécialisée dans la

mise en forme de tissus techniques, ACGM fournit à la carte « des solutions isolantes industrielles ». Soit des matelas isolants de calorifugeage et des matelas chauffants « pour la mise hors gel des cuves de laiteries, par exemple ». Des produits faciles à monter et repositionnables aussi souvent qu'il faut, puisqu'ils ne servent jamais aussi bien qu'en cas de maintenances récurrentes. « Un créneau de niche, nous sommes moins de dix en France ».

Répondant principalement à ces contextes, ACGM travaille en direct ou en sous-traitance, l'équipe assurant les relevés sur site : « Un crayon, du papier, un mètre-ruban suffisent » note Michel Gomes qui peut coter 400 pièces en une journée ! Son atelier fabrique en particulier les matelas d'isolation thermique de réseaux vapeur, touchant les secteurs pharmacie, chimie-pétrochimie, le nucléaire et le naval, l'agroalimentaire,

les environnements ATEX (ATmosphères EXplosibles). Posées sur les vannes, les tuyauteries, les façades de chaudières, ses protections résistent à haute température, de 180 à 900°, sécurisent le personnel et garantissent l'efficacité énergétique, pour un investissement « amorti dans l'année ».

Créneau de niche

Utilisant des textiles certifiés, « les tissus siliconés pour la souplesse, le kevlar pour la robustesse », le créateur s'est installé à Alizay. Autour de lui, il a des couturières et des techniciens, un bureau d'études capable de modéliser des plans 3D transmis à distance, plus une machine de découpe automatique qui permet d'afficher « 800 matelas par mois ». ACGM propose aussi l'isolation acoustique et s'est lancée dans un projet-pilote dédié au froid « des tests sont en cours chez un client qui nous fait confiance ». Si l'innovation se poursuit, ce serait « une première sur le marché ».

Pour avoir l'expérience d'une première entreprise avec un associé, Michel Gomes a monté son projet en solo. Accompagné par la CCI Eure, notamment pour les outils financiers, il a bénéficié du dispositif Nacre (prêt d'honneur, suivi sur 3 ans). La suite est écrite, « conquérir l'Europe, les pays du Maghreb, à terme passer l'habilitation nucléaire ». ◀ I.P.

À savoir

Nom de code.

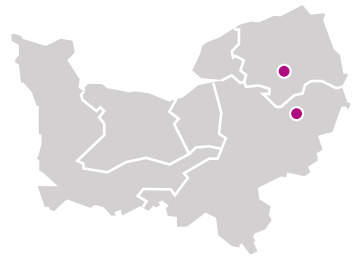
Les produits ACGM sont éligibles aux Certificats d'Économie d'Énergie (CEE- fiche IND-UT-121).

CONTACTS

Espace Créateurs
Anne-Joëlle Aubé
Conseillère Création/Reprise d'entreprise
anne-joelle.aube@normandie.cci.fr

www.acgm.fr





Mont-Saint-Aignan

L'agence tous risques

Le courtier en assurances Ofracar poursuit une stratégie de croissance externe et de développement de ses produits, notamment autour de la gestion du risque.

Ofracar a fêté ses 50 ans en grand l'an passé. Stéphane, Jérôme et Nicolas, les trois fils du fondateur Jean-Pierre Lecomte, ont célébré cet anniversaire à l'Opéra de Rouen. Un cadre prestigieux que méritait bien cet acteur de l'excellence normande en matière d'assurance, secteur qui compte quelques grands noms dans la région.

Ce qui anime Ofracar aujourd'hui, c'est « la volonté de grandir », affirme Ambroise Baron, quatrième associé à la tête du courtier, dont il a développé notamment la branche spécialisée dans le froid, Assur-froid. Cela passe par la croissance externe, avec des objectifs vers Rennes, Lyon et Paris (« il faut y être pour attirer des compétences »). Ofracar a déjà procédé avec succès à des opérations de ce genre. Dernier épisode en date, le rachat d'une société basée à Dreux, spécialisée dans l'assurance chômage du dirigeant. Un secteur spécifique, précis, qui répond à un vrai besoin. Typiquement ce qu'aiment à dénicher les équipes d'Ofracar. « Notre force est de nous positionner dans le service aux entreprises », relate Ambroise Baron. « Nous les accompagnons par exemple dans la mise en place du document unique, qu'elles ont parfois tendance à oublier, ou dans le compte pénibilité ». Cette connaissance pointue du terrain s'exprime dans des propositions de formation (comment remplir un constat amiable, vérifier les assurances des sous-traitants...) ou dans la mise en œuvre d'expertises préalable, qui permettent de connaître précisément le patrimoine de l'entreprise et de matérialiser le niveau des assurances. « C'est une approche de risque manager externalisé », souligne Ambroise Baron. « L'idée est de ressentir quels vont être les besoins du marché, les domaines qui vont monter en puissance ». Le prochain gros sujet est ainsi le cyber-risque : « A nous d'identifier les bonnes offres en simplifiant les démarches ».

toujours, et même à peu près jamais, ce que nous leur racontons ». Mais les détails techniques ne font pas tout : « Toutes les entreprises partagent la même préoccupation : être mieux accompagnées. C'est notre responsabilité de leur apporter une valeur ajoutée, dans une relation de confiance. C'est ce qui nous permet de mieux comprendre les métiers de nos clients ».

Les avancées qui seront effectuées cette année autour de la cartographie des risques, qui permettra de définir les bons

moyens de prévention ou autour de l'accompagnement financier des entreprises, participeront aussi au développement d'Ofracar. Le tout étant saupoudré d'un vrai engagement au profit du territoire, d'une culture de l'exigence et de l'humain dans l'esprit CJD qui anime l'équipe dirigeante. ◀

CONTACT

www.ofracar.fr



Eure

Flécher les parcours

Outil d'aide à la décision, le pack Stratégie de Développement Commercial de la CCI Portes de Normandie est ouvert à tous les volontaires.

Fondé sur l'accompagnement individuel, le pack Stratégie de Développement Commercial (SDC) cible les patrons de TPE-PMI-PME soucieux de booster leurs ventes à un moment-clé de leur cycle de vie. « Nous les aidons à se projeter dans l'avenir, prendre du champ, envisager tous les scénarios possibles », indique Christophe Meganck, conseiller à la CCI Portes de Normandie. Tout commence par un diagnostic réalisé avec le chef d'entreprise. Il est ensuite possible d'enchaîner

les étapes pour fournir une étude stratégique personnalisée, un plan d'actions commerciales, un coaching. « Nous proposons la feuille de route qui permet de flécher les parcours, mais jusqu'au bout, il garde la main », souligne Bénédicte Laubé qui accompagne les commerçants.

« Faciliter la réflexion »

Olivier Tauty a créé Electroman en 2004 (Saint-Ouen-de-Thouberville), spécialisée dans les solutions électriques de maintenance légère jusqu'aux chariots personnalisés. Sa problématique : une activité qui, à force de s'enrichir, apparaissait dispersée face au succès grandissant. Membre du Club Plato, Olivier Tauty a rebondi vers le dispositif SDC : « Les retours d'expérience ont accéléré ma prise de conscience », commente-t-il. « J'étais prêt à me remettre en cause, mais pour faciliter ma réflexion, j'avais besoin de formaliser mes atouts et mes points faibles ». Aujourd'hui, il a en main « un plan d'action pour trois ans », sachant qu'il vise « 40 % de produits à façon » (contre 20 % en 2015). Dans cet esprit, il développe des projets « de chariots connectés, d'outils de maintenance à distance et télé-diagnostic ». Déjà, il a recentré ses expertises autour d'une signature unique « j'ai gagné en visibilité », a prévu de refondre sa communication avec une agence, et il compte embaucher « au niveau technique et commercial ».

« Une stratégie visionnaire »

Historiquement quincaillerie de quartier, aujourd'hui fournissant « du tournevis à la bétonnière », l'enseigne de Stéphane Mahieux (Bricofer/Master Pro au Neubourg) est le paradis des artisans, des bricoleurs et jardiniers réunis. Sa problématique : se différencier face à la double concurrence des chaînes grand public et surfaces BtoB spécialisées. « Nos 600 m² sont en deçà de nos compétences, nous pouvons équiper des projets complets », souligne Stéphane Mahieux, qui s'est engagé dans la démarche SDC en vue de redéployer son offre, attirer d'autres flux de clientèles,



Stéphane Mahieux
(ci-dessus)
et Olivier Tauty
(à gauche)
sont adeptes du pack SDC.

“ Une stratégie concrète et visionnaire. ”



peut-être mettre une e-shop en ligne, car « les acheteurs industriels la réclament ». À ce stade, le diagnostic a conforté son projet d'agrandissement sur la nouvelle zone commerciale à proximité. Mais l'investissement « un espace neuf de 1 000 m², fluide et lumineux » est important, entraînant des aménagements horaires, des recrutements. Alors en amont, il s'appuie sur le dispositif pour « définir une stratégie concrète et visionnaire ». I.P. ◀

CONTACTS



christophe.meganck@normandie.cci.fr

benedicte.laube@normandie.cci.fr

www.electroman.fr

www.bricofer.fr



Domfront

Usinages à façon

Moins de dix salariés, mais AMG a l'étoffe des grands: depuis quinze ans, l'activité de Daniel Fermin trace sa route en toute discrétion.



Des machines numériques de pointe dans un souci de compétitivité.

Né d'un projet de reprise, l'Atelier de Mécanique Générale (AMG) dirigé par Daniel Fermin compte neuf personnes en 2016 (dont Mylène, son épouse), déployant ses services en sous-traitance sur 600 m². Experte d'usinage de précision, la PME est réputée pour sa maîtrise d'ouvrage « sur les métaux techniques, les inox et aciers les plus durs, les super-alliages type Inconel ». Reprenant l'atelier AMG traditionnel en 2001, Daniel Fermin a fait le pari d'investir, intégrant dans son parc des tours à commandes numériques de haut vol (dont un centre UGV), « d'abord le tournage, puis le fraisage ». Parallèlement, il a formé son équipe aux logiciels associés, développé un bureau de contrôle tout au long des process et racheté des unités à Caen et Condé-sur-Noireau.

Parc de pointe

Aujourd'hui, AMG fournit des pièces mécaniques unitaires ou des petites et moyennes séries vers des clients PMI et industriels. Coutumière des commandes en flux tendus, l'entreprise assure du prototypage jusqu'aux « 300 à 400 exemplaires en moyenne ». Toujours soucieux de compétitivité, l'entrepreneur vient d'acquérir un centre de fraisage 5 axes qui l'a fait monter au cran supérieur, pour répondre à des projets R&D innovants, des applications de formes originales, « le moyen de réaliser des pièces infiniment plus complexes en un temps record ». À peine installé, le nouveau matériel attire d'autres donneurs d'ordre, AMG ciblant les grands comptes de l'aéronautique et

de l'aérospatial, « pour nous, les marchés porteurs ». Fidèle du réseau consulaire, AMG a bénéficié deux fois du Fonds Départemental des Très Petites Entreprises (FDTPE), accompagnée par la CCI Ouest Normandie. Elle est aussi membre du Club Essor MPI Bocage. ◀ I.P.

CONTACTS

Tony Machado

Conseiller d'Entreprises,
animateur Club Essor MPI Bocage
02 33 64 68 00

tony.machado@normandie.cci.fr

amg.domfront@wanadoo.fr



Pomme Print
VOTRE
IMPRIMEUR NORMAND
en ligne

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

cliquez ! Imprimez !

www.pommeprint.fr

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

à la rencontre des **Entrepreneurs**

Notre-Dame-de-Gravenchon

Un élan collectif

PME de services en maintenance industrielle, Bataille s'offre une nouvelle jeunesse.



Une équipe qui mise sur la formation et les démarches de progrès.

Situés à proximité des raffineries normandes, en 2017 les Établissements Bataille auront 80 ans. C'est dire si la PME de Philippe Dentu, spécialiste de nettoyage et maintenance industriels, est une institution à Notre-Dame-de-Gravenchon. Mais l'anniversaire est loin, aujourd'hui le mot d'ordre est au foisonnement d'idées, encourageant les retours d'expériences et les démarches de progrès. Ici, « chacun se forme au moins une fois par an », confirme le directeur, qui connaît par cœur le vécu de l'entreprise. Car Éric Dajon y a fait ses armes de 1984 à 1991, avant de partir faire carrière ailleurs, « mais j'ai toujours gardé le lien ». Et revenant en avril 2014, il a fait le constat d'une société 100 % qualifiée (310 personnes), en quête d'un second souffle lui permettant de dépasser sa clientèle historique « les grands comptes de la pétrochimie ». Or à lui seul, le chiffre d'affaires démontre la polyvalence

de l'offre Bataille, partagée entre les prestations magasinage « la gestion des stocks, la logistique, le conditionnement à façon », l'activité nettoyage (manuel, mécanique, à sec) notamment sur les plates-formes oil & gas ou l'agroalimentaire, enfin la gestion de production sur site et les arrêts techniques « nous savons déléguer des bases-vies complètes, de 7 à 70 opérateurs » chez des unités clientes.

En réaction, le nouvel élan collectif va de pair avec l'éventail de services disponible « du lavage haute pression au chantier de dépollution, du génie civil au transport des déchets » et l'on sait mettre en avant « une hot line 365 jours/an, une flotte de 45 camions ». Les premiers investissements ont concerné « une aspiratrice excavatrice, notre solution de nettoyage cryogénique », d'autres viendront. La stratégie vise à la fois de rayonner en Normandie et de diversifier les donneurs d'ordre « le nucléaire, l'aéronautique, l'auto-

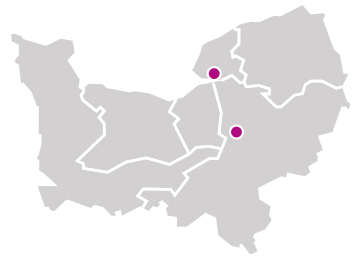
mobile ». À cette échelle, il est prévu d'amplifier les expertises de maintenance préventive, voire engager une certification CEFRI propre au nucléaire.

Politique participative

Passionnés de management, les dirigeants mènent une politique sociale participative qu'ils déclinent en clientèle, impliquée dans les projets « plus ils nous aident à optimiser nos performances, plus ils seront productifs ». En écho, ils ont embauché un ingénieur chargé d'étudier les process Bataille potentiellement automatisables. De quoi « éviter les actions à risques en améliorant le confort et la sécurité individuels ». ◀ I.P.

CONTACT

www.bataille-sa.fr



Bernay

Le souci du détail

Pour Guillaume Tessel et ses équipes, les maisons normandes n'ont aucun secret.

La maison normande est un des joyaux du patrimoine architectural et géographique régional. Il existe des entrepreneurs qui savent encore travailler sur de tels édifices. C'est le cas de Guillaume Tessel. Défenseur d'un savoir-faire « à l'ancienne, dans les règles de l'art », qu'il s'agisse d'extension, de rénovation ou de construction, il se déploie dans un rayon d'une heure autour de Bernay, dans un secteur porteur pour les résidences secondaires.

C'est un rêve d'enfant qu'il réalise. Il a toujours voulu créer, et si possible dans le métier de charpentier, pour travailler cette matière noble, passionnante qu'est le bois. Après avoir effectué ses classes dans d'autres entreprises, il s'est lancé dans l'aventure dans un petit local (deux personnes à l'époque). Dix ans plus tard, ils sont dix-huit dans 1 000 m² d'atelier auxquels viennent tout récemment de s'ajouter 500 m² pour le stockage.

Ces chiffres prouvent la réussite de l'entreprise. Même si rien n'est simple. Avec une passion

à fleur de peau, un engagement permanent, Guillaume Tessel, qui reconnaît, avec l'âge, « avoir appris à être moins impulsif », pointe toutes les contraintes que peut rencontrer un entrepreneur, de l'empilement administratif ou normatif jusqu'aux dernières évolutions législatives dont cette loi Alur qui est un de ses pires cauchemars. « Il faut être costaud et optimiste », soupire-t-il.

Procédé ancestral

Mais cela ne l'empêche pas d'avancer, avec une méthode bien établie. D'abord, ne proposer à ses clients qu'un seul interlocuteur, et non pas une succession de corps de métier, hors plomberie et électricité. Puis beaucoup dialoguer, écouter, esquisser pour « s'imprégner » de ce que veulent ses clients, quelles que soient leurs attentes.

« Je fais comme si elle était pour moi, j'essaie de penser à tout, des éléments fonctionnels jusqu'aux plus petits détails, pour donner un vrai caractère à la maison, qu'elle soit différente des autres. Et si c'est un peu compliqué, c'est encore plus amusant ».

Et surtout, il s'appuie sur une équipe qualifiée en qui il a une totale confiance. « Le procédé est ancestral », constate Guillaume Tessel, qui ne cesse toutefois d'investir, à la fois pour que le rendement suive, mais aussi pour le confort de son personnel « je sais d'où je viens, j'ai été à leur place, je peux comprendre leurs besoins ».

Techniquement, tout est fabriqué dans ses ateliers, puis emmené sur place pour le montage. C'est sa façon d'être certain que le travail sera bien accompli. ◀

CONTACT

www.construction-maison-normande-eure-colombage-27.com/

ALPAK TRANSPORTS | Transport routier et stockage

ALPAK TRANSPORTS, LE TRANSPORTEUR DE VOTRE CROISSANCE

Transport routier de marchandises au niveau régional (Normandie, Île-de-France) ; stockage et préparation de commandes

Pour tous clients industriels, logisticiens, e-commerçants, transitaires

Souplesse, réactivité, solutions sur mesure, suivi en temps réel

Fondée en 1999, Alpak Transports est spécialisée dans le transport routier de marchandises au niveau régional (Haute-Normandie et Île-de-France). Implantée près d'Évreux, la société propose aux PME/PMI ainsi qu'aux grands groupes des solutions de transport sur mesure, économiques et efficaces, avec des interlocuteurs disponibles et des chauffeurs professionnels et polyvalents. "Flexibilité et réactivité sont nos deux principaux atouts",



Alpak Transports à Fauville (27).

souligne Kamran Riaz, directeur d'Alpak Transports.

UNE VARIÉTÉ DE VÉHICULES, UN STOCKAGE SÉCURISÉ

Alpak Transports dispose d'un parc de 20 véhicules de tous types, de la camionnette au semi-remorque, en passant par des porteurs 20 m³ et des porteurs 19 tonnes avec hayon. L'ensemble du parc est récent, aux normes Euro 5 et Euro 6 et géolocalisé. Il lui permet ainsi de "proposer toute une gamme de prestations : distribution vers l'Île-de-France et retours vers les départements 27 et 76, navettes régulières entre sites industriels et agences, location de véhicule avec chauffeur, collecte et livraison en local (Eure et Seine-Maritime),



Un parc véhicules complet.

transport express vers toutes destinations..."

La société a également développé une activité de stockage et de préparation de commande. "Nous disposons pour cela d'un site de stockage de 1 200 m², moderne, entièrement sécurisé avec alarmes et vidéosurveillance, parfaitement adapté pour des opérations de stockage de courte ou de longue durée", explique Kamran Riaz. ■

CONTACT

SERVICE COMMERCIAL

5 rue des Pommiers 27930 Fauville
Tél. 02 32 31 21 52
Fax 02 32 30 50 06
contact@alpak-transport.com
www.alpak-transport.com

Enjeux



Revendiquer les mêmes qualités à diriger. >>>

Entreprise, mot féminin ?

C'est l'histoire d'une jeune femme qui vient d'intégrer le service informatique d'une grande collectivité. Participant à une importante réunion avec des partenaires, elle est surprise de voir que le temps traîne, que la réunion ne commence pas. Au bout d'un moment, quelqu'un dit « on attend le responsable informatique ». Mais c'était elle, ce responsable informatique.

Cette anecdote n'est qu'une parmi d'autres. On en a beaucoup entendu, en discutant avec des femmes chefs d'entreprise ou cadres. L'entreprise n'est pas avare de sexisme, de représentations caricaturales, d'injustices flagrantes.

La disparité salariale y est encore bien trop élevée (environ 20 % de plus en faveur des hommes, qui peuvent être ramenés à 10 % en tenant compte de critères comme l'âge, le temps de travail ou le secteur d'activité), on ne compte qu'une femme sur trois à la tête des entreprises (50 % aux États-Unis) et 7 à 8 % de femmes dans les comités exécutifs et les organes de surveillance de grandes entreprises. Et on connaît aussi la sous-représentation des femmes dans les filières techniques et scientifiques. Mais il faut être honnête, on rencontre de beaux parcours, de fières réussites de la part de femmes dirigeantes qui ont su s'imposer, faire fi des obstacles et des clichés.

Injustices et opportunités

Certaines d'entre elles avouent bien volontiers la difficulté du chemin, la sensation permanente de

devoir faire ses preuves, plus qu'un homme. Pour d'autres, en revanche, il n'y a rien que de très naturel, elles sont arrivées aux commandes et agissent sans se poser de questions existentielles. Histoire de tempérament, d'opportunité, de génération, aussi.

Elles dirigent aussi différemment. Il est reconnu que le management féminin est, souvent, plus humain, plus ouvert, plus à l'écoute que celui des hommes. Rien n'étant simple dans ce domaine, revendiquer ce fonctionnement comme spécifiquement féminin peut être négatif, comme le note avec beaucoup de justesse Noëlle Harmand (Université de Reims), dans un rapport de recherche Master 2 'Le management au féminin, les femmes et le leadership' : « Étant attribuées — essentiellement — aux femmes [ces qualités] risquent de les enfermer durablement dans un rôle de genre. Les femmes ont intérêt à revendiquer les mêmes qualités à diriger, ni plus ni moins ».

Dès lors, l'entreprise peut-elle montrer l'exemple ? Elle n'est pas le meilleur des mondes, mais, après tout, elle est aussi le reflet de la société. Une étude de l'Insee démontrait que le « temps domestique » est de 4 h 1 min par jour pour les femmes (5 h 7 min il y a 25 ans) et de 2 h 13 min pour les hommes (2 h 7 min il y a 25 ans). Mais il ne serait pas plus mal que l'entreprise soit en première ligne d'une indispensable modernité donnant aux femmes les mêmes chances et les mêmes droits qu'aux hommes. La mondialisation doit être exemplaire dans ce domaine. ◀

« Arrêter d'avoir peur »

Elle possède une triple qualité, qui n'est pas forcément gage de réussite dans la société française : être femme, jeune, issue de l'immigration maghrébine. Fatma Djazia Bensbaa renverse les obstacles avec une rare détermination. Arrivée en France à l'âge de 12 ans, sans parler un mot de la langue, elle l'a apprise en trois mois (et aussi plus tard l'anglais et l'allemand).

Et parce qu'elle aime « savoir comment fonctionne ce qu'on utilise au quotidien », elle s'est orientée vers un bac ST, puis un DUT (et une licence pro) Réseaux et Télécom. Dans ses études, elle a entendu, quelques fois, alors qu'elle rejoignait les salles de cours : « Le bâtiment des secrétaires, ce n'est pas celui-là », mais, comme elle le dit d'un haussement d'épaules : « Ce n'était pas grave, cela ne me touchait pas vraiment. Je savais pourquoi j'étais là ». Ce qu'elle voulait, c'était être sur le terrain, et quand un professeur qui la soutenait (ce qui n'était pas forcément le cas de tous) lui a parlé de la possibilité de poser sa candidature pour Orange, elle n'a pas hésité,



Fatma Djazia Bensbaa impose sa vision et son savoir-faire sur le terrain.

même si c'était loin de son Alsace d'adoption. « L'éloignement de ma famille me faisait un peu peur, mais il faut savoir faire des compromis quand on veut avancer », affirme-t-elle. Cette famille qui l'a toujours

encouragée, y compris ses quatre petites sœurs, qui voient en elle un exemple, a aussi joué un rôle essentiel dans sa progression.

Bien à ma place

Arrivée dans une Normandie dont elle n'est pas loin de tomber amoureuse, Fatma a été, de son propre aveu, très bien accueillie. « Je ne m'attendais pas à cela. J'ai eu notamment un tuteur formidable ». Elle a su aussi s'imposer, montrer sa différence, après un petit temps d'adaptation : « J'apporte une vision différente, une façon de chercher des solutions plus en profondeur, une complémentarité. Je me sens écoutée, j'ai appris à me faire entendre. Je suis bien à ma place ». Elle est aujourd'hui sur le terrain, à participer au déploiement de la fibre dans toute la région. « Ce sont des défis quotidiens, des problèmes techniques à résoudre, des interlocuteurs à convaincre. D'ailleurs, j'ai remarqué qu'ils sont plus calmes quand ils s'adressent à une femme ». Elle se projette dans l'avenir, avec l'ambition de devenir chargée d'études ou chef de projet. « Je constate que la place des femmes est en train de se développer dans le métier. En tout cas, il faut arrêter d'avoir peur, de penser que des métiers nous sont interdits. Nous pouvons obtenir ce que nous désirons ». ◀

Savoir oser. « L'égalité professionnelle hommes – femmes fait partie de notre stratégie d'entreprise, qu'il s'agisse de recrutement ou de mobilité interne ». Pascale Homs, déléguée régionale d'Orange pour la Haute-Normandie, parle avec beaucoup de chaleur de ces questions. On sent que, pour elle, ce n'est pas seulement véhiculer un message « corporate » dont il s'agit, mais d'un réel engagement. Peut-être parce qu'en tant que femme, elle sait ce qu'il en coûte de se retrouver à des postes de management.

« Il faut oser... », sourit-elle quand on lui demande quelles sont les qualités requises pour faire sa place dans un monde qui reste encore très masculin. Et elle regrette de ressentir « une régression par rapport aux années quatre-vingt-dix, quand les femmes allaient dans tous les secteurs, avec une ambition affirmée ». Aujourd'hui, quand elle va dans les établissements scolaires porter la bonne parole, elle rencontre des jeunes filles marquées par les stéréotypes, « peut-être plus qu'avant ». « Elles se positionnent dans des situations défensives par rapport aux métiers techniques ».

La solution peut-être l'alternance, à l'image du recrutement effectué par l'opérateur avec l'AFPA de Saint-Etienne-du-Rouvray, pour le recrutement de 15 femmes sur des métiers de techniciennes en réseaux de télécommunications. Pour le reste, Pascale Homs continuera à lutter contre les clichés qui existent encore, les commentaires sexistes qu'elle a pu entendre, et réclamer que « les femmes puissent avoir une liberté de choix dans leur carrière », ce qui passe entre autres par l'égalité salariale ou le respect de la vie privée. Quoi qu'il en soit, il faut, pour une femme plus que pour un homme « s'imposer, se légitimer et donner l'exemple ». ◀

L'aide active



© shutterstock - Jorgen McLeiman

Le Fonds de Garantie à l'Initiative des Femmes (FGIF), lancé en 2002, a pour objectif de soutenir la place des femmes dans la création/reprise d'entreprise. « Il aide à lever les freins à l'installation », complète Dominique Savio, directeur de Basse-Normandie Active. Avec le FGIF, c'est l'État qui se porte garant auprès des banques par l'intermédiaire de France Active, évitant ainsi la mise en œuvre d'une caution personnelle. Ses résultats sont convaincants, le taux de réussite à trois ans étant de 82 %. En France, près de 2 100 femmes ont été accompagnées en 2015 et 56 M€ mobilisés. À noter que près de 8 créatrices sur 10 étaient au chômage avant de lancer leur entreprise. « Il ne s'agit pas d'apporter une simple garantie, mais une vision sur le projet », souligne

Dominique Savio qui insiste sur le triptyque « la créatrice, le projet, le business plan », tout en mettant la femme au cœur de la question : « La personne est centrale. C'est son envie de réussir, ses compétences, sa volonté de mener à bien son activité qui feront la différence ». Basse-Normandie Active, après étude du dossier, le soumet à un comité qui accorde (dans 80 % des cas) la garantie. En cas de refus, les raisons sont données, et demeure la possibilité de repasser. « Déconseiller, c'est aussi parfois aider », résume Dominique Savio.

Les projets sont très divers. BNA a édité un DVD qui présente certains d'entre eux : livraison de colis, fleuriste, échafaudages, prêt-à-porter, esthéticienne et même une très rare dentiste équine. De ce témoignage, une phrase forte ressort : « C'est la liberté d'être soi-même ». ◀

CONTACTS

www.bna.asso.fr

www.hautenormandieactive.org

+ Statistiques

La lutte déclasse

Globalement, en France les jeunes filles réussissent mieux leur scolarité que les garçons, qu'il s'agisse de son déroulement, des compétences acquises, des résultats aux examens ou du taux de diplômés. Pourtant, les garçons sont surreprésentés dans les filières les plus sélectives (baccalauréat scientifique, classes préparatoires aux grandes écoles), mais également dans l'enseignement professionnel.

Au bout du compte, les femmes sont davantage au chômage, moins bien rémunérées, plus souvent à temps partiel ou cumulent plusieurs emplois.

Le « déclassement professionnel » est la nouvelle embûche sur le chemin des femmes : il s'agit, pour des diplômées, d'exercer un emploi plus faiblement qualifié que celui auquel elles pourraient prétendre. C'est un cas très fréquent chez les jeunes actives très diplômées, qui en sont bien plus victimes que leurs homologues masculins. En Normandie, selon une étude de l'Insee, 33 % des femmes (contre 25 % des hommes) connaissent une situation de déclassement. Ce n'est donc pas seulement la faute d'un marché du travail particulièrement tendu, mais de choix effectués en fonction du sexe. Toutefois, le déclassement tend à se résorber avec l'ancienneté dans l'activité, notamment pour les femmes de plus de 35 ans : 25 % d'entre elles (15 % des hommes) ont à faire avec cette problématique. En revanche, en dessous de cet âge, 50 % des jeunes femmes sont en déclassement. ◀



© Pressmaster / Fotolia

Un sujet de société

Directrice régionale aux droits des femmes et à l'égalité, Marion Perrier évoque la place grandissante des femmes dans l'économie et les progrès qui restent à accomplir.

Cela fait près de dix ans que vous occupez les fonctions de déléguée régionale, puis de directrice régionale. Une décennie pendant laquelle la place des femmes dans l'économie a évolué positivement?

Oui. Je n'en ai aucun doute. Et on peut mesurer ces progrès, ce mouvement collectif. Les femmes chefs d'entreprise font partie du paysage. De plus en plus de femmes montent des projets qui aboutissent. Je le vois aussi par rapport à une symbolique. Dans très peu de temps, tout le monde écrira « cheffe d'entreprise », ce n'est pas anodin, c'est la reconnaissance que l'entre-

preneuriat s'accorde au féminin. Le milieu économique a compris que l'apport des femmes est source de développement, pourvoyeur de business, autant que celui des hommes.

Au début de cette mission, il fallait persuader, c'était dur, frustrant. Aujourd'hui, je suis submergée par les demandes, à tel point que nous allons recruter au sein de la direction. Avant, j'entendais « oui, mais... ». Désormais, les gens sont convaincus, cherchent des solutions. Ils me disent : « On fait comment ? ».

Mais il reste encore des avancées à accomplir?

Bien sûr, ne serait-ce que dans la compréhension et l'application des dispositifs légaux, comme le label égalité. Mais au-delà, il reste un énorme effort de société à accomplir sur l'articulation des temps de vie. Les tâches de la vie quotidienne continuent à incomber ultra-majoritairement aux femmes. Elles ne s'autorisent pas à privilégier leur travail. Il faut vraiment faire évoluer cela. On peut avoir l'espoir que les nouvelles générations se répartissent davantage les activités, d'autant plus qu'on arrive à un moment charnière dans le rapport au travail. J'espère que la société, en général, comprend que les rôles doivent être mieux partagés.

Quelles sont les actions qui vous semblent les plus symboliques que vous avez menées?

Je pourrais en évoquer de nombreuses. Mais comme je crois beaucoup au poids de la formation, je citerais celle que nous avons lancée l'an dernier. Nous formons tous ceux qui accompagnent les femmes dans la créa-

tion d'entreprise, en décrivant les stéréotypes, en expliquant les différences, en parlant de cas concrets. On montre comment agir pour que les femmes ne renoncent pas. Et on voit les mentalités évoluer, c'est très gratifiant.

La prise de conscience est donc réelle?

Ce n'est plus du tout une question qui porte à sourire. Nombreux sont ceux qui ont compris qu'il s'agit d'un problème très grave de société. Les sujets de l'émancipation, de l'autonomie, du choix d'orientation, qui reste extrêmement clivant, de l'entrepreneuriat féminin, sont tous liés. Mais la vigilance ne doit jamais se relâcher. ◀



Marion Perrier,
directrice régionale aux
droits des femmes.

Honfleur

« D'abord

Janette Cacioppo porte un

« C'est un peu lassant. Ce sont des questions récurrentes. Cela m'intéresse bien sûr, je lis les articles qui paraissent sur le sujet, en me disant que je vais enfin comprendre, mais je m'aperçois qu'il n'y a pas de recette miracle ». Janette Cacioppo est sans détour quand on vient l'interroger sur la place des femmes dans l'entreprise. Elle préfère parler de la vie de BS2i, spécialisée dans l'impression numérique, de ses 400 clients dans tout le territoire, des investissements qu'il a fallu faire pour tenir son rang,

Sarceaux - Argentan

Rien de spécifique

Dirigeante d'une entreprise de communication, Petra Danissen prône l'ouverture d'esprit et la confiance. Des vertus féminines ?

Petra Danissen reconnaît qu'à ses débuts à la tête de TG Pub, elle a ressenti, parfois, de la réticence. Elle a même entendu « vous n'allez pas y arriver ». « Puis, ils nous ont vus à l'œuvre. Les chantiers ont avancé, on a apporté des solutions », commente-t-elle. Ce n'est pas pour autant que la question des femmes chefs d'entreprise doit être balayée d'un revers de la main. « Il faut que les femmes osent davantage », croit-elle. Se mettre en avant, aller de l'avant, ce n'est pas forcément naturel chez elles, peut-être parce qu'elles sont « plus humbles » que les hommes, et que le « rôle d'épouse, de mère », contraint à mettre la chose économique « au deuxième rang ». Mais ce que pense fondamentalement Petra Danissen, c'est qu'il n'y a pas de rôle, de poste réservés aux femmes ou aux hommes. Diriger une entreprise est un métier difficile, pour lequel il convient d'être armé psychologiquement,

quel que soit le sexe. « C'est comme au rugby », compare-t-elle. « Tous les profils sont utiles pour contribuer à la réussite de l'ensemble ». La notion d'équipe est d'ailleurs celle qui arrive spontanément dans son discours. On cherche à lui faire développer la question d'égalité entre hommes et femmes dans l'entreprise, elle répond « management ». « Je travaille dans la pub, la communication, c'est donc tout naturel que l'échange, le dialogue, l'entraide soient des notions de base ».

Comme au rugby

Son autre caractéristique est sa volonté permanente d'apprendre. Elle le fait en participant au dispositif PLATO (« je m'appuie beaucoup sur la CCI »), où elle adore s'enrichir des expériences des autres, ou encore en ayant rempli le questionnaire « Synthèse 360 » mis en place par la Chambre de Métiers.



Petra Danissen,
une approche
très humaine du
management.

Elle va prochainement intégrer le réseau APM (association progrès du management) : « On est venu me chercher, c'est une belle reconnaissance ». Elle en a reçu une autre, avec le prix « Stars et Métiers », qu'elle a évidemment partagé avec son équipe.

Un management humain, une soif de progrès, ne seraient-ce finalement pas des vertus féminines ? Petra Danissen le réfute d'un sourire : « Le bon sens, le respect, la confiance, l'écoute, ce n'est pas spécifique aux femmes ». ◀

CONTACT
www.tgpub.com

chef d'entreprise »

regard distancié et argumenté sur la question de la place des femmes dans l'entreprise.

de la réflexion stratégique qu'elle mène entre nouveaux créneaux et technologies et partenariats éventuels, de l'importance accordée à la qualité, qui est dans les gènes de son entreprise, au même titre que la réactivité et la souplesse. « En fait, on est d'abord chef d'entreprise. Les problématiques sont les mêmes, passionnantes et complexes. Je suis une femme, et j'ai à gérer du changement, une croissance, à relever des challenges dans un environnement très concurrentiel et avec de nombreuses contraintes législatives ».

Certes, elle a rencontré certaines vilaines traces de machisme ordinaire. Quand elle travaillait avec son mari, il est arrivé qu'on s'adresse à lui et pas à elle. « Tout cela ne m'est pas arrivé depuis longtemps. J'ai fait mes preuves, je suis connue, je

m'investis. Je sais toutefois que les préjugés existent toujours ». Des préjugés que les femmes s'imposent parfois à elle-même, comme le reconnaît Janette : « J'ai beaucoup voyagé au cours de ma carrière. À chaque fois, je me suis demandé comment faire pour les enfants en mon absence. Je ne pense pas qu'un homme s'embarrasse de ces questions ».

Chacun peut réussir

Le recul qu'elle porte sur ces questions vient peut-être de ses débuts dans l'informatique, un milieu très masculin. « Je travaillais pour une société américaine, plus ouverte que les françaises sur la place des femmes dans l'entreprise. L'idée était que chacun peut réussir en fonction de ses capacités, point final. De fait, je ne me suis

pas posé de questions ». Alors, si elle reconnaît qu'il « faut donner leur chance aux jeunes femmes, les encourager », ce qu'elle accomplit notamment au sein d'Initiative Calvados, elle s'oppose à toute forme de discrimination positive, de parité à tout prix. Janette concède toutefois que les femmes dirigeantes ont un côté plus bienveillant, plus empathique, une volonté de créer une ambiance harmonieuse, mais sans en faire de généralité : « Il y a autant de types de management que de femmes. Dans certaines grosses boîtes, on rencontre de véritables tueuses ». ◀

CONTACT
www.bs2i.net

WiN fait gagner les femmes

Le réseau WiN France ouvre aux femmes les portes du nucléaire.



Les métiers du nucléaire font appel, pour beaucoup d'entre eux, à des compétences techniques et sont, de ce fait, plutôt perçus comme masculins. Depuis 1993 (et depuis 2007 en Normandie), le réseau WiN France (Women in Nuclear) cherche à retourner cette image en montrant aux femmes qu'elles peuvent y trouver leur place.

Pouvoir se regrouper peut être un déclencheur de progrès : « J'ai noté que la difficulté commune à beaucoup de femmes est le manque de confiance en soi, couplé à un manque d'information pour élargir leur domaine du possible. Les réseaux de femmes sont un très bon outil pour s'entraider : on est tour à tour mentoré et mentor », déclare Marie Kirchner, présidente de WiN Normandie.

C'est agir, expliquer, démontrer, qui motive Marie Kirchner et son équipe. Elles ne reculent pas, par exemple, quand il faut animer des débats sur l'énergie avec des opposants au nucléaire. Mais c'est face aux

jeunes qu'elles aiment le plus s'exprimer, dans les Nuits de l'Oriental, les forums des Métiers, les Journées Portes Ouvertes des Lycées. WiN Normandie a conclu de nombreux partenariats dans le monde de la formation, à l'image de celui avec Campus des Métiers et des Qualifications de l'Industrie des Énergies Cotentin Normandie.

Nombreux débouchés

Le message est partout martelé avec la même force : « Tous les métiers peuvent être exercés par un homme ou une femme. La formation de base n'est pas différente de celle de secteurs d'activités comparables ». Et certains d'entre eux sont d'ailleurs empreints de parité, comme ceux liés à la maîtrise des risques, ou sont déjà très largement féminisés (médecine nucléaire, environnement, juridique...). « Le nucléaire offre de nombreux débouchés auxquelles les femmes ne pensent pas toujours », regrette Marie Kirchner. « Ce sont des métiers qui demandent de la compétence, de la motivation, de la passion », poursuit-elle. Des qualités qui collent bien aux femmes : « Elles apportent souvent de la

créativité, de l'altruisme, une communication plus fluide, du savoir-faire de négociatrices, la capacité de mener plusieurs objectifs de front, la prise en compte intuitive du retour d'expérience et l'importance du partage d'expérience. Elles aident leurs collègues dans leur développement et sont d'excellentes formatrices ».

Le monde du nucléaire a montré l'exemple au plus haut niveau, quand Anne Lauvergeon tenait les rênes d'Areva, une des très rares femmes à occuper un tel poste. Pour Marie Kirchner, elle a élargi la gouvernance de l'entreprise au développement durable et nous a apporté une nouvelle vision managériale axée sur la responsabilité sociétale des entreprises, en mettant notre industrie au cœur de la société civile. ◀



À l'honneur



Le prix « FEM'Énergia » (organisé par EDF et WiN France) met en valeur les femmes qui s'engagent dans le nucléaire. Deux Normandes ont été récompensées lors de la dernière promotion. Sophie Baio a reçu le 1^{er} prix dans la catégorie « CAP – BEP – Bac Pro ». À 43 ans, elle a obtenu un bac pro « pilotage de ligne de production » en alternance au lycée Edmond Doucet d'Équeurdreville et à l'usine Areva de La Hague. Après avoir exercé de nombreux métiers dans le secteur tertiaire, elle n'a pas eu peur d'effectuer une reconversion dans le technique. Même si cela a pu être parfois un peu étrange de se retrouver dans le même lycée que son fils, elle ne regrette évidemment pas cette expérience, et souhaite par son exemple « montrer aux femmes qu'il ne faut pas avoir peur de se reconverter, quel que soit son âge ». Chloé Stryjakowski a également obtenu la 1^{re}

place dans la catégorie « Bac +2/3 ». Elle a effectué un BTS en alternance (lycée Alexis de Tocqueville d'Équeurdreville / centrale de Flamanville) en « contrôle industriel et régulation automatique ». « J'avais un peu d'appréhension au début, en intégrant une équipe d'hommes, mais tout s'est très bien passé ». Elle aimerait porter la bonne parole dans les lycées et les collèges « pour montrer aux jeunes filles qu'elles ont leur place dans ces industries ». ◀

Audrieu

Exclusivement féminin

Un site internet pour que les femmes se fassent plaisir.

C'est un site de e-commerce pour les femmes, celles qui aiment les petits objets qui rendent plus joli le quotidien. Émilie Réault a eu envie de le lancer en arrivant à Caen, et a profité de sa deuxième grossesse pour lancer son site ell-m.fr. « J'ai toujours aimé dénicher des articles, des babioles, dans les salons, les marchés. J'ai envie aussi de faire découvrir les créatrices normandes. Elles sont nombreuses, talentueuses, prêtes à partager. C'est un univers très sympa ». Elle a travaillé avec l'agence caennaise Websign pour la réalisation du site, « parce que je voulais un résultat professionnel, facile d'utilisation ». Le résultat ? Des tons épurés, pastels, un graphisme « aux lignes scandinaves » et des rubriques pour toutes : bijoux, accessoires de mode, déco, coin enfants, couple, avec partout de bonnes idées. « Je veux être proche de ma clientèle », confie Émilie, qui se livre aussi dans un blog appelé

« inspirez-moi », où elle dévoile ses astuces, ses coups de cœur, ses recettes.

L'esprit pionnières

La jeune femme a mené une campagne de crowdfunding couronnée de succès, obtenu l'aide ACRE et d'Initiative Caen, a participé aux 5 jours pour entreprendre de la CCI (« c'est indispensable, on apprend beaucoup »). Un de ses soutiens les plus efficaces lui est venu de Normandie Pionnières, incubateur caennais d'entrepreneuses (qu'on retrouve aussi dans l'Estuaire). Émilie a participé à « go / no go », qui lui a permis de faire un point précis « ludique, mais sérieux », sur son entreprise, puis a été confrontée à un jury d'experts. « Je n'ai pas dormi pendant plusieurs nuits avant ce rendez-vous », se souvient-elle, forte aussi de vaincre au quotidien sa timidité naturelle pour défendre son site. Preuve que l'entrepreneuriat peut donner des ailes. ◀



CONTACT

www.ell-m.fr

La Ferté-Macé

Construire son image

Architecte, Sandra Sellos a fait sa place comme jeune diplômée, comme repenseuse d'entreprise, et sur les chantiers.

Toute jeune promue de l'école d'architecture de Rennes (« où nous étions autant d'hommes que de femmes, ce n'est qu'après qu'on s'aperçoit qu'on rencontre peu de femmes à des postes de responsabilités dans les cabinets d'architectes »), Sandra Sellos est arrivée en 2003 dans le cabinet d'architecte de M. Juillard, au milieu d'une équipe plus âgée qu'elle. Très vite, elle a su trouver sa place, misant sur l'écoute et le dialogue, et fait repérer ses compétences par son dirigeant : « Nous partageons la même façon de travailler ». Très logiquement, quand il a décidé de transmettre son entreprise, c'est vers Sandra qu'il s'est tourné. Elle le dirige aujourd'hui avec son associé, Jean-Pascal Guérin. Une place qu'elle a prise naturellement, sans se poser trop de questions sur un éventuel management au féminin. « C'est plus une question de rapport au pouvoir. Personnellement, je ne suis pas dans cette quête. Je dis ce que j'ai à dire, mais je privilégie le « faire ensemble », c'est beaucoup plus riche ».

Rapport au pouvoir

Sur les chantiers, s'il lui est parfois arrivé d'entendre « où est l'architecte ? », elle a su là aussi s'imposer. « Ce fut parfois un peu compliqué, mais j'ai surtout eu à faire à des partenaires qui ne me

mettaient pas en défaut. Je n'ai pas ressenti de situation de faiblesse liée au fait que je sois une femme ». Un sentiment qui tient certainement à sa volonté de « positiver les contraintes », car elle reconnaît, en réfléchissant un peu plus : « Qu'il faut en faire beaucoup plus qu'un homme pour acquérir une certaine crédibilité. On a moins le droit à l'erreur ».

Son expérience de dirigeante d'entreprise et de femme de terrain lui permet en toute connaissance de cause de réfuter toute question de parité : « Qu'on arrête d'en parler, parce qu'on se retrouve à mettre en avant des gens qui ne sont pas compétents », et de conseiller aux femmes « d'entreprendre par elle-même, plutôt que d'aller dans une grosse société, c'est nettement plus valorisant et motivant ». Un goût de la liberté qu'elle revendique, même s'il s'accompagne d'une charge de travail colossale (« un chef d'entreprise, quelque part, est un hyperactif »), mais qui ne doit pas aveugler : « Je sais où sont mes priorités. Et mon équilibre personnel passe avant tout par ma famille ». Pas sûr qu'un homme prononcerait cette phrase. ◀

CONTACT

www.atelierjsa.fr

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

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

1^{ère} entreprise
sur 3
cliente du CIC
dans votre région.

Conseil
et Expertise

Proximité
et Disponibilité

CIC Nord Ouest

BANQUE CIC NORD OUEST - Société anonyme au capital de 230 000 000 euros - 30 avenue Le Corbusier - 59000 Lille - RCS Lille Métropole 450 300 096 - Banque régie par les articles L.311-1 et suivants du Code Monétaire et Financier - Pour les opérations effectuées en sa qualité d'intermédiaire en opérations d'assurance - N°ORIAS - 07 908 090 - Crédit photo - Fotolia

cic.fr

NOUVEAU

Téléchargez l'appli

Norman
dinamik

GRATUITE

App Store

Google Play



Normandinamik

Le magazine qui en dit long sur l'économie normande

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

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

Vos projets, nos solutions CCI

NEWS DU RÉSEAU



Carte d'identité

Tout savoir sur la Normandie en cartes, faits et chiffres : c'est le principe du panorama économique, qui place la région dans le paysage institutionnel français.

En quinze chapitres, c'est une vision synthétique de la nouvelle région normande qui est proposée au lecteur, constituant la véritable carte d'identité de la nouvelle Normandie.

Document téléchargeable sur :

www.normandie.cci.fr

Rubrique « économie et territoire »



Tourisme

Le tourisme est un des piliers économiques de la Normandie et un levier de croissance majeur.

La qualité de l'accueil et de l'information touristique, les petites attentions envers les visiteurs, comme les clients régionaux, multipliées par nos milliers d'entreprises offrent un potentiel d'image et de croissance incomparable.

C'est pour cette raison que les CCI de Normandie, avec le soutien de la toute nouvelle Région Normandie, ont décidé de lancer le réseau « Bienvenue en Normandie ».

Le tourisme pèse pour près de 6 % du PIB régional, avec 1,1 million de lits touristiques recensés et une fréquentation moyenne de 12 millions de visiteurs, avec une pointe à 19 millions en 2014.

www.normandie.cci.fr



« Je vote l'action »

« Aller chercher des informations pertinentes, remettre la stratégie à plat, s'assurer d'être en corrélation avec le marché, adapter ses positions, c'est toujours utile pour un chef d'entreprise. Surtout dans mon cas, alors que j'en suis au début de l'aventure, et qu'il me fallait progresser en matière commerciale. Les Ateliers Business de la CCI Portes de Normandie m'ont ainsi permis de prendre conscience de mes points forts et faibles, tout en partageant avec d'autres dirigeants. Voir que l'on n'est pas seul, cela aide sur le plan moral. Je sais que le parcours est long, qu'il a été difficile, mais je ne vais pas lâcher. Je suis optimiste, et, bien que de nature prudente, j'envisage déjà des développements ».

Mickaël Halgand - Évreux

Gérant, Médic'Eure (spécialiste en matériel médical)

Avez-vous

« Un outil indispensable »

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



FRÉDÉRICA LEGARD

SARL Contact (Juvigny-le-Tertre), spécialisée dans le matériel audiovisuel.

« Dès la création de l'entreprise,

nous nous sommes naturellement tournés vers la CCI, chez qui nous avons trouvé des interlocuteurs très à l'écoute, en mesure d'apporter des réponses précises et rapides, quelles que soient les interrogations, sur le financement, le management, les partenariats. Le dernier exemple en date est le montage d'un dossier ARE pour lequel la CCI nous a été d'une grande aide. Ce fut le cas aussi pour les entretiens professionnels, nous ne savions pas forcément comment procéder de la manière la plus efficace possible.

D'autre part, notre fils s'est inscrit à l'École des Managers, et c'est très satisfaisant de le voir progresser dans son futur métier de dirigeant. La CCI est un outil indispensable au service des PME. Un chef d'entreprise est au four et au moulin, n'est pas expert dans tous les domaines, il faut pouvoir compter sur la vision et la connaissance techniques d'experts extérieurs. »

www.contact-sarl.com



OBSERVATOIRES

Les « CCI Observatoires » constituent un ensemble d'outils d'observation économique permettant de mieux connaître les territoires, les secteurs d'activité et les filières.

Il est ainsi possible d'avoir une meilleure compréhension des forces et faiblesses tout en apportant des éléments de décision. Les différents numéros déclinent les chiffres clés du territoire, le panorama économique, les éléments de conjoncture et éclairent ces données par des réactions de chefs d'entreprise.

Parmi les thèmes abordés, les pratiques de veille et l'intelligence économique, l'activité exportatrice, les porteurs de projet, les besoins en compétences des entreprises du commerce ou encore l'innovation...

www.normandie.cci.fr



JOURNÉES DE L'INTERNATIONAL

Premiers pas à l'export, financements à l'international, nouveautés du code des douanes de l'Union européenne, accessibilité aux marchés, force des réseaux : telles sont les grandes thématiques qui seront développées tout au long des journées de l'international. Entre réunions des clubs pays et des clubs export, rencontres experts, journée multi-pays, c'est un tour du monde en une semaine qui est proposé aux exportateurs. La prochaine édition se déroulera du 28 novembre au 2 décembre.

www.journees-international.com

essayé ?

SEMAINE DE L'APPRENTISSAGE

Si l'apprentissage est une préoccupation quotidienne pour les entreprises, il mérite aussi que lui soit consacré un moment fort, où tout l'intérêt de ce système de formation est mis en valeur. C'est la « Semaine de l'Apprentissage », pendant laquelle CCI Normandie joue son rôle d'acteur majeur de la découverte des métiers et de l'alternance.

En organisant des visites d'entreprises, en valorisant les « mercredis de l'apprentissage », en accueillant des opérations de coaching ou de job-dating, elle permet aux jeunes de prendre conscience de l'intérêt de l'apprentissage, aux entreprises de valoriser leur offre, et aux deux publics de se rencontrer.

www.semainedelapprentissage.cci.fr



ATELIERS BUSINESS

Des solutions pratiques pour des problématiques précises.

LE PUBLIC : Des dirigeants désirant trouver une réponse très pratique sur un thème précis, pour une application immédiate dans leur entreprise.

LE PRINCIPE : Une gamme d'ateliers qui permet d'aborder le fonctionnement de l'entreprise : création, formation, compétences, développement du business, compétitivité. Sur format court d'une demi-journée à une journée.

DES EXEMPLES : Tout comprendre du document unique, obligation réglementaire en matière de sécurité du travail ; se former au business-plan, l'entreprise et le digital, les usages du numérique.

J'AI TESTÉ POUR VOUS

Le programme PME +



ISABELLE MILESI

Co-gérante associée de la société IN CONCEPT* à Cairon

Pourquoi j'y suis allée ?

Après le rachat de la société en 2009, j'ai senti que le temps était venu de prendre du recul, de lever la tête du guidon, d'analyser la société et son organisation. Avec les deux autres associés, nous sommes ambitieux et il faut construire son ambition sur des bases solides.

Comment ça s'est passé ?

C'est un programme très intensif, qui demande une vraie disponibilité, une capacité d'écoute. J'ai pu aborder des questions importantes pour moi, sur l'organisation, le management, les ressources humaines. Tout cela est très riche. On acquiert vraiment de nouvelles compétences.

Qu'est-ce que cela m'a apporté ?

J'en retire de plus en plus les bénéfices au fil du temps. Il faut en quelque sorte digérer les informations, que cela mûrisse, qu'on positionne ce qu'on a appris par rapport à notre propre réalité. En fait, je replonge de temps en temps dans le cours pour mettre les préceptes en application. J'ajouterai aussi qu'il y a un « esprit promo », puisque je continue à côtoyer les autres participants à la formation, on se voit régulièrement pour discuter de nos entreprises et passer un bon moment ensemble.

Si je devais résumer le programme ?

Des idées nouvelles !

* Éditeur de logiciels pour les grossistes en pièces détachées automobiles.



PLATO

LE PUBLIC : Des dirigeants de PME / PMI cherchant à échanger sur leurs expériences et leurs compétences, confronter leurs points de vue, rejoindre un réseau actif, bénéficier de l'appui de cadres de grandes entreprises et d'experts.

LE PRINCIPE : Un programme sur 24 mois à raison d'une rencontre mensuelle de 3 heures, des séances animées par des experts de grandes entreprises, des thèmes d'intervention choisis par les participants, un réseau normand de plus de 480 PME et 90 grandes entreprises qui se réunit une fois par an.

DES EXEMPLES : Les thèmes traités : réussir un recrutement, patrimoine et fiscalité du dirigeant, fidéliser et développer son portefeuille clients, vie et fin du contrat de travail, l'art de déléguer, relations banques-entreprises, négocier en leader, la prévention des impayés...

www.plato-normandie.fr

Sur une autre planète

Le salon Planète Créa sensibilise, informe et accompagne les porteurs de projet de création, de reprise d'entreprise, et les jeunes entrepreneurs.

Pour son dixième anniversaire, Planète Créa va passer la vitesse supérieure. La prochaine édition du salon destiné aux porteurs de projet de création, de reprise d'entreprise et aux jeunes entrepreneurs endosse, pour la première fois, une dimension normande, et, du même coup, se déroulera sur deux jours, les 7 et 8 décembre prochains au Parc des Expositions de Caen.

Créer ou reprendre sont des actes complexes et essentiels de la vie de l'entreprise. Il faut des créateurs, pour porter des idées nouvelles, il faut des repreneurs, pour transmettre les flambeaux. Le salon leur donne la possibilité d'accéder, facilement et rapidement, à un parcours complet d'informations, de rencontres, d'échanges, de conseils d'experts et de professionnels. Et il permet aussi de se créer un réseau, de nourrir les contacts d'où naitront peut-être les affaires de demain.

L'édition 2016 aura pour thème principal le développement, autour de plusieurs villages : business et développement, communication et numérique, financement, franchise, innovation et start-up, territoires. Les « speed-meeting », moment de présentation toujours très apprécié, seront renouvelés, et un nouvel espace



100 exposants et 3 000 visiteurs sont attendus pour le 10^e anniversaire de Planète Créa, les 7 et 8 décembre prochains au Parc des Expositions de Caen.

sera ouvert, « La Ruche », où bourdonneront les jeunes talents. Plusieurs animations (ateliers, conférences...) rythmeront ce « Planète Créa » qui attend plus de 100 exposants et 3 000 visiteurs.

.....
Plus d'informations : www.planetecrea.com



Retours d'expérience

« Gagner du temps »

C'est parce qu'il avait de la difficulté à trouver une soufflerie pour pratiquer le parachutisme que Mike Brooke a décidé de créer Airfly, un simulateur de chute libre. En générant un flux d'air de 250 km/h dans un tube en plexiglas, l'engin permet d'obtenir les mêmes sensations qu'en sautant d'un avion. L'entreprise a été lancée en juin 2015, avec un vrai succès. Mike s'est rendu à Planète Créa dans l'objectif de « trouver de nouveaux contacts », avec des entreprises, et avec des collectivités locales, pour présenter son offre et obtenir quelques réponses techniques sur l'installation. Il a également bénéficié du soutien de la

CCI Caen Normandie : « cela m'a permis de gagner beaucoup de temps, par exemple dans les discussions avec les partenaires financiers. Un créateur doit aller dans plusieurs directions à la fois, ce n'est pas toujours facile de s'y retrouver ». Une fois le saut en chute libre effectué, pourquoi ne pas s'offrir une dégustation de vin ? On peut alors se tourner vers Fabrice Mauge qui a lancé Wine Up, qui accompagne des producteurs à l'export et qui anime des séminaires d'œnologie, dans lesquels il sensibilise au plaisir de la dégustation, avec la volonté de sortir un peu des sentiers battus, allant notamment vers des régions

comme le Roussillon, qui monte en puissance. « Je suis allé à Planète Créa alors que mon processus de création était déjà bien entamé. J'ai pu affiner mon projet en rencontrant des partenaires. En fait, on s'aperçoit qu'il existe de nombreuses entités capables d'aider un créateur, c'est utile de pouvoir les rencontrer en un seul lieu, d'avoir accès à l'intégralité des outils », témoigne-t-il. ◀

CONTACTS
www.airfly.fr
www.wine-up.fr



Entrez dans le mouvement

**CHOISIR
SA MUTUELLE
D'ENTREPRISE,
C'EST
ENCORE
POSSIBLE
ET C'EST
TOUJOURS
AUSSI
SIMPLE.**



^ FLASHEZ ^
CE CODE
POUR LE
SAVOIR.

UNE AGENCE
PRÈS DE CHEZ VOUS :
ROUEN

03 21 23 83 00
mcommemutuelle.com

initiatives, **Innovations**, tendances

Numérique

Silicon Louviers

L'Agglomération de Seine-Eure va-t-elle prendre des airs de Silicon Valley. Le souhait est en tout cas d'en faire un territoire d'où émergeront de nouvelles entreprises numériques.

Dans quelques jours, l'agglomération Seine-Eure dévoilera la feuille de route qu'elle entend suivre pour faire de son territoire un des acteurs de la révolution numérique. Ce sera l'aboutissement d'un processus de réflexion s'appuyant notamment sur la tenue d'un colloque en mars dernier, mettant en perspective les défis à relever et par la réalisation sur les atouts et faiblesses du territoire en matière de transition numérique, rédigé par Nicolas Colin, fondateur de l'accélérateur de start-up « The Family », avec la participation de l'institut Montaigne et de la fondation Terra Nova. « Il ne faut pas loupé le coche. Il est indispensable d'avoir une vraie stratégie », résume François-Xavier Priollaud, maire de Louviers. « Chaque territoire doit inventer sa propre équation pour s'insérer dans l'économie numérique », analyse Nicolas Colin, qui plaide pour un « partenariat public – start-up ». Les opportunités peuvent surgir de directions multiples : « Les entreprises numé-

riques ont toujours démarré en essayant d'apporter une réponse à des problèmes non résolus, à des besoins non satisfaits ». Cela pourrait être, dans le cas de Seine-Eure, sur les questions de santé / dépendance / cohésion sociale ou encore dans



© Sommer-Factalia

C'est une vraie stratégie numérique qui se met en place sur le territoire Seine-Eure.

L'IMPORTANT EST D'AGIR

l'adéquation entre habitat et emploi. « L'important est d'agir, de ne pas attendre que la révolution passe », résume le président de la Communauté d'agglomération, Bernard Leroy, qui souhaite faire avec le numérique ce qu'il a réussi par le passé avec la pharmacie. « De grandes entreprises numériques peuvent avoir leur siège ailleurs que dans les grandes métropoles », confirme Nicolas Colin. « Le numérique est basé sur un principe de réinventions de l'économie, de l'organisation générale de l'entreprise, de la répartition géographique, de la création de valeurs et de richesses qui sont redistribuées dans le monde entier. »

Des hommes, des fonds, des rebelles

Nicolas Colin a énuméré les trois éléments essentiels à l'émergence d'un écosystème entrepreneurial numérique : en premier lieu, la nécessité de disposer d'ingénieurs, de développeurs, de designers, de vendeurs. Un savoir-faire à identifier parmi les actifs déjà présents sur le territoire, les jeunes en formation, les personnes en recherche d'emploi ou envisageant un changement d'activité, ou, éventuellement à attirer de l'extérieur. Il faut aussi de l'argent (investisseurs particuliers, entreprises existantes, pouvoirs publics) et des infrastructures accessibles. Le troisième prérequis est celui de la « rébellion ». « Un entrepreneur va forcément contre le statu quo. Se mettre en quête de rébellion sur un territoire permet de détecter les entrepreneurs qui vont jouer un rôle critique dans l'amorçage de l'écosystème ». Ils feront émerger des institutions qui valorisent et sécurisent l'entrepreneuriat (modalités de financement) et attirent des entrepreneurs. « La dynamique qu'ils amorcent permet d'entraîner les entreprises traditionnelles dans une démarche d'innovation et de mettre à niveau des services publics » ◀

Cité du numérique

Louviers n'en est pas à son coup d'essai. La ville abrite la première formation de développeur codeur web mise en place en partenariat avec l'agglomération Seine-Eure, Pôle Emploi et la CCI, qui a bénéficié à quinze demandeurs d'emploi. Ces nouveaux métiers du numérique sont de plus en plus en demande et présentent de fortes opportunités d'embauche. Ce cursus s'inscrit dans le cadre de l'École Supérieure du Numérique. Et d'ici 2017, dans les anciens locaux de l'usine Cinram, devrait s'implanter une « cité du numérique » autour de la formation, du télétravail et de l'accueil d'entreprises. ◀



Evreux / Bernay

Nouvelles dimensions

Offrant de tester l'impression 3D, la CCI Portes de Normandie propose un atelier de sensibilisation.

Parmi les Ateliers Business de la CCI Portes de Normandie, celui consacré à l'univers 3D a été pris d'assaut. Mais cinq dates sont encore possibles – 24 mai (Pont-Audemer), 20 et 21 juin (Verneuil-sur-Avre), 23 et 27 juin (Evreux) – pour s'inscrire à l'atelier (gratuit) « Impression 3D : quel intérêt pour mon entreprise ? ». « C'est l'occasion

d'appréhender la technologie 3D sous toutes ses facettes utiles pour le chef d'entreprise, jusqu'à la tester en direct », précise Géraldine Lebarbanchon, chargée de mission, responsable du programme. Proposé au cœur du FabLab consulaire, l'Atelier permet l'apprentissage de la modélisation 3D (logiciel SketchUp) « l'outil de prise en main parfait, simple et intuitif, des fonctionnalités

sert à modéliser l'accessoire logistique sur mesure « pour rassembler les caméras afin de faire de la vidéo 360° » ou offrir des goodies personnalisés. De plus, naviguer si facilement « de la conception à l'objet physique », a généré des valeurs positives en interne, rejaillissant sur le mental de l'équipe (15 personnes). Basile Bohard anticipe : « Déjà, on fabrique en 3D des cartilages humains, des produits sucrés-salés, des tissus textiles, et demain ? ». Reste que sur ce marché mondial, les chefs d'entreprise français sont encore en retrait : « On réfléchit très souvent à court terme alors que la fabrication additive appelle à la construction de nouveaux usages ou métiers et nécessite du temps, de l'expérimentation, de la réflexion avant d'être transformée en valeur ajoutée. En offrant à chacun de donner vie à ses idées, elle invite à la créativité ». ◀ I.P.



Basile Bohard reconnaît l'utilité pédagogique et pratique de l'impression 3D.

“ Être cent fois plus réactif ”

de base », sur un matériel de pointe. Disponible sur réservation (6 personnes par séance), l'offre actuelle fédère les profils les plus divers. Car la fabrication additive (FA) n'est plus l'apanage des grands, devenue l'outil le plus accessible qui soit pour rentrer dans la Troisième Révolution Industrielle. « Elle donne à l'entrepreneur le pouvoir d'être cent fois plus réactif, elle est rentable jusqu'au point où la technique traditionnelle prend le relais », évoque Basile Bohard, fondateur de l'agence Néo Digital à Bernay. « Depuis dix ans, les meilleurs pâtisseries font leurs glaçages en 3D. Tous les métiers peuvent en tirer bénéfice ».

Valeurs positives

À l'agence Néo Digital, l'imprimante 3D trône au milieu de l'open-space. Dès qu'il s'agit d'expérimenter un prototype numérique, elle constitue « l'excellent moyen de valider un objet pédagogique en détail, avant d'entrer en production ». Au-delà, l'impression 3D

CONTACTS



geraldine.lebarbanchon@normandie.cci.fr

www.neodigital.fr

À savoir

CCI Business Numérique, plate-forme d'affaires du portail CCI Rézo Normandie,

en partenariat avec Normandy French Tech, fédère près de 450 acteurs normands du numérique avec la vocation de faire le lien entre l'offre et la demande, favoriser les échanges et les projets collaboratifs, diffuser des opportunités d'affaires et les appels d'offres des grands donneurs d'ordre.

www.ccirezo-normandie.fr

Le chiffre

38% la part des entreprises américaines équipées en machines 3D contre 3 % en France.

Rouen

Ensemble, c'est mieux

Now Coworking réinvente la façon de travailler, dans un cadre exceptionnel.



© David-Marganti

Une nouvelle façon de concevoir
la relation au travail.

« Nous avons voulu un lieu magique pour travailler ». Pascal Givon et Édouard Laubies ont réussi leur pari. Anticipant la montée en puissance du coworking, ils ont imaginé 1 200 m² dédiés à cette nouvelle tendance professionnelle. Une architecture soignée, une offre d'une grande souplesse, un lieu de vie unique : Now Coworking innove et donne envie de travailler.

Ce qui est peut-être le plus frappant, c'est la façon dont le site vit. La diversité des espaces fait passer d'une ambiance à l'autre en franchissant une porte. Le silence de la bibliothèque, la quiétude du bar à sieste, l'énergie de la salle de sport, la discrétion des alcôves, l'originalité des « cubes » (cabines privatives) ou des malles (un bureau sur roulette), les discussions du café, la tranquillité des bureaux, l'ambiance de la cuisine, on se déplace d'un lieu à l'autre en fonction de ses besoins et de ses centres d'intérêts, on peut être dans le totalement convivial ou le pleinement concentré à sa guise.

UN ESPRIT DE COMMUNAUTÉ

Le programme des animations mélange pareillement les styles. Une conférence sur la levée de fonds succède à un apéro, une retransmission d'une rencontre sportive précède un séminaire de direction ou une séance de formation... Pour reprendre un slogan connu, il se passe toujours quelque chose chez Now Coworking. Bien sûr, c'est à la nouvelle génération d'entrepreneurs que le lieu s'adresse en premier, celle qui veut briser les anciennes façons de concevoir ses relations au travail. Mais tout le monde va se mettre au coworking, tous les spécialistes en sont convaincus. Cela ne concerne donc pas que quelques startuper à la mode. « Le coworking n'est pas la disparition du travail d'équipe, mais il accompagne la spécialisation des métiers. Quand une entreprise n'a pas la taille suffisante, quel que soit son

domaine d'activité, pour faire appel à des compétences pointues, à des experts indépendants, elle peut le trouver grâce au coworking ».

Tutoiement de rigueur

Tout cela pourrait n'être qu'un happening où quelques privilégiés passent un bon moment, où quelques geeks échangent les derniers codes, si une cerise d'une certaine taille n'était pas déjà venue s'ajouter sur le gâteau. En quelques mois, 350 000 € de business ont été générés entre les différents coworkers. « Je fais des affaires presque quotidiennement. J'ai professionnalisé à la fois mon offre et mes devis », confie un habitué des lieux.

Le coworking implique, de fait, de laisser certaines habitudes défensives au vestiaire. Le tutoiement, quasi obligatoire, n'est pas qu'une pose. « Cela débloque des situations », affirme Pascal Givon. Il est concomitant de l'état d'esprit qui règne ici, où

la confiance, l'aide, le soutien, l'échange sont essentiels. Un « esprit de communauté » renforcé par le réseau social virtuel facilitant encore plus les rencontres.

Les deux créateurs ne veulent donc pas en rester là. « Ici, c'est notre numéro 0, nous n'arrêtons pas de le retoucher », remarquent-ils. Mais leurs objectifs vont au-delà. Ils visent une dizaine d'implantations dans les grandes métropoles françaises, mais cherchent aussi à déployer une stratégie plus locale, du coworking périurbain ou rural, en partenariat avec les municipalités. Une façon de contribuer à l'aménagement du territoire. Parce que l'exemple rouennais leur a montré « qu'il existe des gens qui ont envie de prendre des risques, d'entreprendre », et qu'il faut mettre tous les moyens à leur disposition pour les y aider. ◀

CONTACT

www.now-coworking.com

Val-de-Reuil

Datacenter exemplaire



Un datacenter « basse consommation » d'EDF a reçu la certification ISO 50001.

La haute technologie et la protection des ressources peuvent faire bon ménage. L'obtention par EDF de la certification 50001 pour les performances environnementales de ses Datacenters en porte témoignage.

C'est dans le site de Val-de-Reuil que l'électricien a fêté un événement auquel il attache une réelle importance, puisque le P-DG du groupe, Jean-Bernard Lévy, avait même fait le voyage.

Le Datacenter Noé a été lancé en avril 2010, comprenant cinq bâtiments et huit salles de machines. Il a été conçu dès l'origine pour intégrer les évolutions techniques et physiques (extension de locaux) et de capacité (très haut débit) dont l'émergence était prévue.

Captation de l'air

Il abrite les applications telles que la gestion du personnel, la facturation, les achats, la gestion technique, mais aussi les centres

d'appels, les équipements de modélisation et de calcul scientifique utilisés par la R&D ou par l'ingénierie nucléaire.

La mission d'un Datacenter est bien d'assurer la disponibilité permanente (Noé affiche un taux de 99,995 %) de l'accès aux données, et leur sécurisation, mais de plus en plus la performance énergétique est devenue une priorité, puisqu'elle représente le premier poste budgétaire d'un site.

EDF a donc décidé de mettre en œuvre plusieurs actions qui permettront d'ici 2018 de réaliser une économie estimée à 39 Gwh sur les deux Datacenters, celui de Val-de-Reuil et de Pacy-sur-Eure, qui ont cumulé 70 Gwh de consommation en 2015.

Pour y parvenir, EDF a privilégié l'utilisation de capteurs sans fil et d'éclairage LED, de cloud computing pour mutualiser la capacité des serveurs, de captation de l'air extérieur pour abaisser la température de l'eau du système

de refroidissement des serveurs (qui ne doit pas dépasser les 27°). Une prochaine étape de la valorisation de cette chaleur perdue est en cours d'étude. Elle consisterait à récupérer l'eau de refroidissement en fin de boucle, donc réchauffée, pour alimenter un circuit de serres biologiques des entreprises de cosmétiques voisines. ◀

Le chiffre

9%

La consommation d'électricité en France que représentent les Datacenters.

**VOTRE SANTÉ
100 % MUTUELLE**

**ASP BTP
mutuelle
santé**

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

Normandie Santé - Tél. 02 31 50 35 50

Notre-Dame-de-Bondeville

Pâtes modèles

Arteko, qui a su imposer le bio dans le monde du jouet et des loisirs, entre dans une phase de développement décisive.



Pauline et Marianna mettent la main à la pâte.

Le « bio » n'est pas uniquement réservé à la nourriture. Il peut trouver son expression jusque dans les jeux et les loisirs. Marianna Payovitch en a eu l'intuition quand elle a fondé en 2012 Arteko, et lancé deux gammes de produits, l'une de pâtes à modeler 100 % naturelle, colorées par des pigments végétaux, et l'autre de bioplastique.

Être « dans l'air du temps, en phase avec son époque », c'est évidemment positif. Mais ce n'est pas pour autant la garantie d'un succès commercial. Si « tout le monde souhaite de la nouveauté, ne jure que par le bio », il faut savoir trouver les bons arguments, parler aux bons interlocuteurs, en résumé, créer de l'adhésion. Arteko a connu ce « travail difficile » de mise sur le marché, pendant lequel il faut tenir, déployer d'intenses efforts, se serrer la ceinture, parfois. Mais Marianna n'est pas de celles qui fuient devant l'obstacle. D'une voix

“ Nous sommes dans l'air du temps ”

pourtant douce, elle assène : « Je me suis aperçue que chaque fois que je me suis trouvée devant une porte fermée, j'ai réussi à l'ouvrir ». Et, bien que reconnaissant aimer la solitude, elle a su faire appel à d'autres compétences pour faire grandir son entreprise, au-delà du soutien indéfectible de ses proches.

Le premier pas a été franchi en 2014, avec l'arrivée de Pauline Noack-Fraissignes, scientifique de formation, très au fait également des choses de la gestion et du

marketing. L'indispensable équilibre entre la création pure et la rigueur administrative fut ainsi atteint. « Chacune a son champ d'intervention. On échange beaucoup, on discute, on chemine, on partage nos intuitions, nos perceptions », disent-elles sans qu'on se souvienne laquelle des deux tient ce discours tant on les sent sur la même longueur d'onde. Une complémentarité qui trouve sa parfaite expression quand Pauline teste auprès de ses trois enfants les dernières innovations de Marianna.

Ressembler à une entreprise

Le duo a passé la vitesse supérieure en trouvant des financements à la fin de l'année 2014. « Nous étions parvenues à un certain niveau, avec des produits, des clients, une équipe, de quoi séduire des investisseurs ». Elles ont ouvert leur carnet d'adresses, et invité huit personnes de leur réseau à une présentation qui fut fructueuse, puisque 86 000 € furent récoltés. « Cela nous a permis de développer la gamme, de rendre le catalogue plus séduisant ». Et aussi de déménager, en juillet dernier, dans des locaux mieux adaptés à la production (et aux futures nouvelles machines) au stockage, au recrutement : « Il fallait ressembler à une entreprise », commente Marianna.

Une entreprise, ce sont des clients. Et justement, les premières commandes sur internet suivirent rapidement. Mieux encore, le nom d'Arteko sonne désormais familièrement auprès des marques de jouets, de loisirs créatifs. « Nous sommes entrés dans des catalogues scolaires », renchérit Pauline. Certes, les temps de décision sont parfois longs, mais la tendance est nettement favorable : « Notre savoir-faire dans les bio matériaux intéresse, car les enseignes savent que l'écoconception devient incontournable ». À tel point que la cadence de production d'Arteko pourrait bien s'emballer, passant de 2 tonnes de pâte à modeler à « quinze ou vingt tonnes » assez rapidement. ◀

CONTACT
www.arteko.fr



Hérouville-Saint-Clair

Voiles solidaires

Mariant la mode et l'up-cycling, R'Bag produit des pièces uniques en voiles de bateaux revalorisées.

Hors du storytelling, certains concepts concilient naturellement design, écologie et solidarité. La marque caennaise R'Bag en fait la preuve, qui développe des bagages et des objets déco textiles à partir de tissus nautiques et bâches PVC recyclées. Ses gammes vont du cabas de plage numéroté à la chilienne de jardin et du vanity au fourre-tout marin en passant par des troussees, des poufs, des luminaires, chaque pièce est unique. Le moindre produit R'Bag a connu sa première vie sur l'eau ou à terre, porteur d'une étiquette indiquant sa nature, son port d'origine, la signature de sa couturière.

« L'histoire était belle, pourquoi l'arrêter ? » évoque Christophe Perrot, co-repreneur en 2012 (avec Cyril Barranco) de l'activité écocitoyenne, « des sacs en voiles de bateaux, fabriqués par un chantier d'insertion », née du tissu associatif. Depuis, les créateurs de R'Bag la racontent à leur tour, sur un même modèle « nous avons récupéré les machines à coudre, des consommables, les savoir-faire de production ». Le temps d'identifier une association porteuse, puis transposer les process dans son atelier d'insertion (Asta Confection), et le pli était pris.

Aujourd'hui, R'Bag collecte les matières premières et joue les relations publiques, récupérant les toiles des écoles de voiles et des capitaineries, auprès des voileries, des chantiers navals ou bien d'imprimeurs. Elle a des box dédiés sur la côte Atlantique, dont « les ports de Caen-Ouistreham, Cherbourg, Le Havre, Granville, Barneville-Carteret », reprenant pêle-mêle les voiles de planches et ailes de kitesurf, les grand-voiles, les spis, gennakers, combinaisons de plongées, les bâches publicitaires et d'événementiels. Autour d'elle, des sportifs normands se mobilisent, spécialement les navigateurs (Nicolas Jossier, Claire Pruvot) qui lui confient leurs voiles de compétition et prêtent leur image jusqu'à l'édition de collections en série limitée. Enfin, R'Bag fabrique sur-mesure, l'atelier peut transformer les kakemonos d'entreprise en cadeaux VIP ou d'incentives 100 % recyclés. Résultat, après quatre ans, un showroom a pris place dans l'atelier d'Hérouville-Saint-Clair, qui s'ouvre à la vente cinq jours/sept. Comptant 12 personnes, la marque a son e-shop et rayonne « de Dieppe à Bordeaux », avec plus de 20 boutiques partenaires. Le meilleur est au cœur de l'aventure, fondée sur l'entrepreneuriat bénévole « R'Bag est sans but lucratif, tous les bénéficiaires vont à l'atelier d'insertion ».

Objets d'exception

Valoriser les voiles en fin de vie permet à R'Bag d'alléger les déchetteries et travailler sur des matières ultralégères de haute technicité. Ainsi les voiles de plaisance (Dacron) révèlent une résistance inégalée. Plus performantes sont celles des régates et des courses au large (fibres carbone, kevlar, spectra...) réservées aux objets d'exception. ◀ I.P.

Le chiffre

1 066

la nouvelle série millésime R'Bag
(les 950 ans de la Bataille d'Hastings).

CONTACT
www.rbag.fr



ALTICAP

LA PRODUCTIVITÉ DONNE DES AILES

SOLUTIONS DE GESTION,
RÉSEAUX ET TÉLÉCOMS

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

3 Agences en Normandie



Siège social
15 av. Pierre Mendès France
14000 CAEN

Tél : 0 800 200 890
info@alticap.com

WWW.ALTICAP.COM

Le Havre

Le sens du service

La Minut'Rit, conciergerie d'entreprise, fait de plus en plus d'adeptes au Havre, et s'étend en France grâce à la franchise.

C'est ce qui s'appelle être pluridisciplinaire : elle est une ancienne étudiante de Néoma Business School, il a fréquenté math spé, fait de la philo et du droit. Cécile et Antoine Tauvel ont mis ces compétences en commun pour lancer en février 2011, après avoir participé au programme « Entreprendre sur Mesure » de la CCI du Havre, la conciergerie d'entreprise Minut'Rit.

S'ils ont parfois entendu « cela ne prendra jamais au Havre », ils ont aussi d'autres échos plus positifs dans leur étude de faisabilité : « Très rapidement, des DRH ou des directeurs nous ont dit que cela leur paraissait intéressant ». Mais les belles déclarations d'intention ne débouchent pas automatiquement sur une signature de contrat. Antoine Tauvel a souvent été confronté à des réactions prudentes ou négatives de dirigeants n'identifiant pas l'intérêt de la démarche. C'est à la fois une question d'état d'esprit (qui tend à se modifier dans le sens du bien-être au travail dans des entreprises dirigées par de nouvelles générations d'entrepreneurs, à la tête desquelles se trouvent des femmes) et de sens des priorités.

Simplifier la vie

Fort heureusement, certains ont rapidement franchi le pas, et le premier fut Aircelle, qui a inclus le service comme élément de son programme d'accueil des nouveaux salariés. Douze autres sociétés ont suivi, de 20 à 2 000 salariés. Pour chaque client, la Minut'Rit analyse les problématiques et les demandes, adapte ses créneaux horaires : « Le programme est co-construit, c'est l'une des raisons du succès. Lors de nos permanences, les salariés nous donnent des idées que nous mettons en application ». C'est alors toute la déclinaison classique d'une conciergerie qui se propose : pressing, cordonnerie, paniers de produits locaux, pain, services en tous genres (contrôle technique du véhicule, formalités administratives, garde d'enfants...). On n'ira pas jusqu'à dire que la Minut'Rit accomplit des miracles, mais elle



Cécile et Antoine Tauvel ont sélectionné avec beaucoup d'attention leurs partenaires et fournisseurs.

simplifie la vie de ceux qui s'en servent, à des tarifs extrêmement attractifs. Et elle fait tout pour trouver la bonne solution au bon moment, même si Antoine Tauvel se souvient en souriant de la grande difficulté qu'il a eue de dénicher des scooters en location. Mais il y est finalement parvenu. La persévérance, on vous dit. La mise en ligne d'une application smartphone, en plus du site internet, rend encore plus aisée l'utilisation de la conciergerie.

Cécile et Antoine ont embauché un salarié, pour pouvoir assurer l'intégralité des plannings, et ont ouvert leur horizon géographique, d'abord en débordant un peu du Havre (un hôpital à Pont-Audemer) puis en essayant ailleurs en France, sous le statut de franchise. « On y va très progressivement », souligne Cécile, en charge du déploiement du réseau. « Il faut trouver

les bonnes personnes, les prestataires adéquats ». Quatre franchises ont déjà ouvert, à Rennes, Angers, Évreux et Lille, Valenciennes suivra prochainement. « Nous sommes au total 9 à travailler au quotidien sous l'enseigne Minut'Rit. Cela prend forme », se réjouit-elle. Quant à Antoine, il est encore plus affirmatif : « 2016 sera notre année ». Il prévoit ainsi d'atteindre le cap des 20 clients havrais, et (d'ici deux ans), d'arriver à 15 franchisés. ◀

CONTACT
www.laminutrit.fr



Marcey-les-Grèves

Modulable à merci

Avec la marque eKubs, le groupe Leroux Construction développe une gamme de logements modulables aux multiples destinations. De quoi renouveler la façon de consommer l'habitat.

Il est possible d'innover dans le monde de la construction. Nicolas Leroux le prouve avec succès en ayant lancé une marque de construction bois modulaire.

L'idée d'eKubs est née de plusieurs constats : tout d'abord la complexité des chantiers d'extension, nécessitant de coordonner de nombreux corps d'état, de travailler dans un environnement habité, et donc apportant de la nuisance, allant à l'encontre de la volonté du groupe de ne proposer que des chantiers exemplaires. « Il fallait trouver un fonctionnement différent », remarque Nicolas Leroux, conscient que le marché de l'extension reste extrêmement porteur : la tendance du « cocooning » est forte, et entraîne les particuliers à chercher à améliorer leur habitat. S'appuyant sur 18 mois de R&D pour développer le projet techniquement, identifier la cible, définir la stratégie commerciale, Nicolas Leroux a lancé en 2012 la marque eKubs, des constructions modulaires de 25 à 40 m², simples, parfaitement conçues, adaptables à la carte, et qui se posent rapidement en moins d'une semaine.

C'est le début d'une aventure bien plus complète, car Nicolas Leroux et ses équipes ont prévu plusieurs axes de développement. « Je travaille à lancer un système de franchise », révèle le dirigeant, qui espère, d'ici quelques années, avoir déniché quinze entrepreneurs, un par département français du grand-ouest où les eKubs se vendent aujourd'hui. Puis le eKubs se tourne vers une autre cible, les collectivités locales : « Nous avons installé 600 m² de bureaux pour une communauté de communes, deux classes dans l'école de Villedieu-les-Poêles ». La facilité de déplacement des constructions répond à un besoin immédiat, sans qu'il s'agisse de s'inscrire dans un projet définitif.

Spirale positive

Troisième idée, le « senior cottage ». Il s'agit, dans des zones rurales, d'implanter cinq modulaires de 50 m², permettant de regrouper des personnes âgées isolées, de les rapprocher aussi des centres-bourgs. On mesure immédiatement le bénéfice en terme de lien social, de redynamisation commerciale que peut présenter un tel projet. D'autant plus que les habitations, qui constitueraient une sorte de petit hameau, proposeront des services (aides à domicile, aides-soignants, ménage...) et disposeront de domotique médicalisée : des capteurs pour alerter en cas de chute ou de séjour trop prolongé au lit, de la lumière au sol pour guider les pas la nuit... De plus, ces bâtiments afficheront un label énergie positive, puisqu'ils sont équipés de cellules photovoltaïques. « eKubs crée une spirale positive dans l'entreprise, donne une nouvelle dynamique », commente Nicolas Leroux. Elle s'ajoute à une stratégie de croissance qui ne s'est pas démentie depuis qu'il a repris l'entreprise en 2004 : reprise des « Couvreurs de St-Pierre » et de la menuiserie « Anfray-Leroux », intégration au réseau « Combles d'en France »,

installation en 2008 dans la zone artisanale du Pavé, et dans moins d'un an, ouverture d'un nouvel atelier dans l'écoparc de Tirepiéd, avec une superficie suffisante pour envisager d'autres extensions. ◀

CONTACTS

www.leroux-construction.fr

www.ekubs.fr

SÉMINAIRES
bien-être
bien-entreprendre
à Cabourg

thalazur
Hôtel • Thalassothérapie & Spa
Thalassothérapie & Spa

les bains de Cabourg

Face à la mer, 5 salles de réunion,
165 chambres, restaurant.
Accès gratuit à l'espace marin
pour tout séminaire.

Informations et réservations
02 50 22 10 00

www.thalazur.fr
commercialcabourg@thalazur.fr

Lonlay-L'Abbaye

Express du froid

Spécialiste du transport frigorifique express, une PME de l'Orne fête dix ans de succès.



Richard Saunier
n'hésite pas :
il y va.

Si l'acronyme BPJV « Bougez Pas J'y Vais » de la société est amusant, pour le reste, c'est le sérieux qui prime et depuis dix ans qu'elle existe, l'activité de Richard Saunier ne connaît pas la crise (« +30 % de commandes en 2015 »). Offrant des prestations de transport express en températures dirigées, la PME domfrontaise compte aujourd'hui cinq camions frigorifiques, trois chauffeurs salariés et rayonne sans frontières. Spécialiste du frais « de porte à porte,

une plate-forme en Angleterre ou en Italie. Souplesse horaire et réactivité sont garanties six jours sur sept, assurées par une flotte de VU dédiés au froid, du 12 au 20 m³, qui vont « partout où les plus de 3,5 tonnes ne vont pas » souligne le créateur, tels « les centres-villes interdits aux poids lourds ou les ruelles du Mont-Saint-Michel ». Historiquement, ses clients sont les filières de l'agroalimentaire, les métiers de bouche et les traiteurs qui peuvent aussi louer ses camions, ou encore l'industrie du médi-

et chats. L'ensemble lui vaut une moyenne de 150 000 km/an au compteur, obligeant le créateur à investir, « tous les ans, j'achète un camion d'occasion ». L'an dernier, il a fait mieux en équipant son parc d'outils de géolocalisation, qui permettent aux donneurs d'ordre de suivre en temps réel leurs livraisons. En prime, il vient d'ajouter le transport de meubles à sa gamme, « l'esprit du service en plus ».

Frais express

Ex-ambulancier, Richard Saunier proposait à l'origine, la livraison de courses à domicile. Un concept vite abandonné au profit du frais en BtoB. « J'étais trop en avance » conclut l'entrepreneur qui, pour avoir suivi le stage « 5 jours pour entreprendre », est resté proche du réseau consulaire et recrute régulièrement ses chauffeurs via Cap Emploi. <I.P.

“ Partout où les poids lourds ne vont pas ”

toutes distances », elle approvisionne en poissons « pêchés du jour » près de vingt supermarchés dans l'Orne, la Manche, le Calvados, mais peut partir au pied levé rechercher en urgence la palette oubliée sur

cament. Dans sa proximité, la PME a des contrats partenaires avec Stef Seafood (ex-Tradimar), la Société Normande de Volaille (SNV), récemment Easy Bars, fabricant de barquettes surgelées pour chiens

CONTACT
bpjv61@gmail.com



Caen

Sortir de sa coquille

C'est à partir d'escargots qu'une entreprise caennaise développe des poudres pour la nutrition et la santé humaine et animale.

On connaissait les mérites de l'escargot quand il est accompagné d'un beurre aillé. On a découvert récemment que sa bave avait des vertus cosmétiques. Mais le gastéropode n'a pas fini de surprendre : Pascal Drevet, chef d'entreprise caennais, a imaginé à partir de la chair de la bête des produits santé appelés à un bel avenir. HPE Ingrédients développe de l'hydrolysate peptidique pour prévenir et réduire l'hypertension artérielle, et un extrait enzymatique pour améliorer le confort digestif (dégradation des fibres insolubles de l'intestin), adaptable aussi pour les animaux.

Ancien de l'industrie agroalimentaire et du conseil aux entreprises, il a eu le déclic quand on lui a proposé de racheter une société spécialisée dans l'escargot classique, pour l'alimentation. Des premières recherches lui ont prouvé que des universitaires s'étaient déjà intéressés à la question, mais sans aller plus loin. Fort de cette base, Jean-Pascal Drevet a missionné des laboratoires pour vérifier les assertions des articles scientifiques, puis pour pousser la réflexion vers de nouveaux domaines. C'est à partir de la chair d'escargot crue, mais aussi de son système hépato-pancréatique que sont apparues les solutions qui ont donné lieu à deux dépôts de brevet et plus tard à des publications sur la partie hypertension. « Nous avons effectué des essais cliniques sur des rats hypertendus, et les résultats ont été très satisfaisants en termes de baisse de tension », souligne le créateur, installé dans les locaux de la CCI de Caen pour lancer son entreprise.

100 % naturel

Son métier est celui d'ingrédientiste. Il conçoit une poudre grâce à un processus bien élaboré pour des clients fabricants de compléments alimentaires et d'aliments santé. Dans un marché très actif, pouvoir proposer des solutions nouvelles, attractives, innovantes, efficaces et 100 % naturelles, est un excellent argument commercial. Il a pris tout le temps nécessaire avant de se lancer : assurer la base scientifique, maîtriser la réglementation, localiser la



Pascal Drevet
mise sur les
vertus curatives
de l'escargot.

“ Le marché est à l'international. ”

ressource (le *Helix Aspersa Maxima*, ou Gros Gris, n'est pas ce qui manque), développer la stratégie marketing, organiser la logistique, anticiper la montée en cadence en trouvant les bons sous-traitants. Désormais, il se sent parfaitement armé pour une année 2016 qu'il prévoit comme « particulièrement importante ». « Je veux aller vite pour garder de l'avance », déclare-t-il, en pensant déjà à un développement export : « Le marché est à l'international, c'est certain ». ◀

CONTACT

www.hpeingrédients.com

initiatives, **Innovations**, tendances

Le Havre

Quelle chaleur !

Un portail internet pour la solution chauffage idéale.



Jérémie Bigo joue sur les deux tableaux, on et off line.

Déclinant des solutions chauffages à la carte « du conseil à la livraison clés en main », il était écrit que le portail de Jérémie Bigo allait réussir. Dès sa mise en ligne (août 2012), MyChauffage.com agrégeait tout ce qu'il fallait pour séduire les particuliers, simplifiant la corvée de remplacer sa chaudière défaillante ou facilitant les choix de performance énergétique. Affichant une exper-

tise multi-chauffages, un matériel de marques à des prix compétitifs, la plate-forme garantit un conseiller unique par client, l'installation et la mise en service par des artisans qualifiés. Ses forfaits vont jusqu'à la visite-fabricant réglementaire « qui valide les derniers réglages ». Toute l'astuce repose sur cette double dimension on/off line car si le pré-diag, le conseil et le suivi-chantier s'effectuent à distance, les

prestations de terrain s'appuient sur des chauffagistes de proximité, « des éco-artisans, labellisés RGE et Quali-Gaz, QualiBois, QualiPAC ». Évolutif en catalogue, MyChauffage.com couvre les chaudières, les chauffages à bois, les pompes à chaleur, les chauffe-eau, les adoucisseurs... Quatre étapes sont nécessaires en pratique et pour les plus hésitants, un simulateur virtuel d'économies d'énergies est disponible. In fine, la première année de contrat d'entretien est offerte.

Alors rien d'étonnant si la start-up a brûlé les étapes, montée par un créateur passionné d'efficacité énergétique. « Le créneau du chauffage sur mesure était à prendre » note Jérémie Bigo. Elle attire plutôt la clientèle CSP+, ravie de gagner du temps grâce à des services accessibles 24h/24 et les seniors internautes « qui cherchent aussi longtemps qu'il faut, la meilleure proposition ». La rénovation et les chaudières à gaz naturel dominent les commandes, cependant le conseil « sur plans » émerge aussi. À ce jour, MyChauffage.com compte 10 personnes au Havre, plus de 100 installateurs partenaires en France, elle a dépassé 1 500 installations et couvre 65 % du territoire.

Projet fédérateur

Accompagné par la CCI havraise depuis l'origine, le projet de Jérémie Bigo s'est révélé fédérateur. Ralliant l'incubateur Inocéane, MyChauffage.com est soutenu par Le Havre Développement, Total Développement Régional, il a remporté des Web'trophées (2013 et 2015). Quant au réseau Entreprendre Seine Estuaire, il l'a distingué 1er lauréat du programme Croissance, dédié aux jeunes entrepreneurs parisiens à fort potentiel. ◀ I.P.

À savoir

Initié par et pour les entreprises du réseau Entreprendre

le programme Croissance est destiné aux jeunes pousses lauréates en phase de développement dynamique (un cash-flow positif, l'ambition de doubler son CA d'ici 3 à 5 ans), l'accompagnement inclut un prêt Bpifrance (100 à 300 K€ sur 7 ans).

CONTACTS

CCI Seine Estuaire
Hôtel d'entreprises Dombasle 2
contact@inoceane.eu
www.mychauffage.com





Honfleur

Plus près des toiles

Spécialiste d'architectures textiles, Socotex habille les terrasses sur-mesure.



Pépité honfleuraise inspirée de la fabrication de bâches professionnelles, depuis bientôt 45 ans, Socotex frise l'excellence avec la chance d'évoluer en famille. La PME de Xavier Peyrucq est une centrale de confection design, experte des projets d'architectures textiles et des structures en toiles à la carte. « Du store aux cousins, nous savons fournir une déco outdoor complète », souligne Déborah Peyrucq, qui a rejoint son père aux commandes, il y a deux ans. Venue de l'univers mode « elle apporte une nouvelle dynamique culturelle »,

confirme Sophie Sansemat-Peyrucq, sœur du P-DG et la responsable communication du Groupe (Abritez-vous chez nous) devenu référent national. « Sur le marché, nous sommes moins de dix fabricants 100 % français ».

Ici, on conjugue les coutures automatiques et le cousu-main, pour des storistes et des distributeurs en clients directs, équipant au final les professions CHR (« les terrasses des restaurants, la signalétique des cafés, les façades des hôtels ») et les jardins des particuliers. L'évolution des matières, le potentiel des tissus techniques a généré des exigences nouvelles. Socotex a gagné « les paysagistes, les industriels et les architectes pour des toitures textiles et les projets de membranes, les agriculteurs pour des tunnels en toile... ». À l'arrivée, ses produits rivalisent de performances, mariant « l'esthétisme de la toile et les propriétés des composites, le confort thermique, l'idéal acoustique et l'hyper-protection ».

Projets capsules

En 2015, Déborah Peyrucq intégrait le Club Plato Estuaire de la CCI havraise, y croisant son répondant en matière d'éclairages, Cezary Leszko (Xelium). Désormais, leurs PME confondent leurs expertises dans des tentes Socotex intégrant des systèmes LEDs de nouvelle génération. Dernier-né : un parasol éclairage intégré et store avec lambrequin lumineux personnalisable. ◀

CONTACTS

www.socotex.fr
www.toilesetstructures.fr
www.ideeaterrasse.fr
www.abrivoile.fr

Préventica
CONGRES ET SALONS

SANTÉ / SÉCURITÉ AU TRAVAIL | SÉCURITÉ / SÔRETÉ

L'événement de référence en France
SANTÉ ET SÉCURITÉ au service de la
PERFORMANCE ÉCONOMIQUE

LILLE EUROPE | 7,8,9 JUIN
RENNES GRAND OUEST | 4,5,6 OCT
2016

Logo of the French Republic: République Française

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

Logos of partner organizations: CCI, CMAA, INRS, ANACT, ADEP, IN3, ILS-IG, ADRIS, FFE, GPMSE, etc.

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

www.preventica.com Code LRMB9J

Le bulot sublimé

À Granville, le bulot est roi, mais pas à n'importe quel prix. Les professionnels ont su développer une pêche responsable sauvegardant la ressource et sublimant la qualité du produit.

Granville a inventé le bulot. Il lui a donné son nom (alors que l'appellation première est celle de Bucin), et il en a fait un des produits favoris des Français. « Nous l'avons mis sur le plateau de fruits de mer, et rendu incontournable », sourit Didier Leguelinel, qui a pêché le coquillage pendant trente ans. Une période pendant laquelle les professionnels n'ont cessé de progresser en terme de durabilité et d'exemplarité, appliquant des mesures parfois contraignantes, dures à accepter de la part des marins, mais qui ont permis de préserver et même d'augmenter la ressource, tout en conservant une cohérence commerciale. Les quo-

tas, la diminution des jours de pêche, la taille minimum, la limitation des licences furent autant d'étapes qui ont rythmé l'évolution du port granvillais. Les 72 navires ramènent aujourd'hui 6 000 tonnes de bulots par an, contre 12 000 dans les années 1990. « Nous avons inventé ces mesures au fur et à mesure », se souvient Didier Leguelinel. La dernière en date, celle de 2007, qui a vu augmenter les exigences de tri, « a permis de faire basculer le processus dans le sens du renouvellement des bulots. On le mesure aux zones de pêche, qui sont de plus en plus proches du port ».

Ce long et patient travail va obtenir dans les prochains mois une reconnaissance sous la forme de label IGP et MSC sur le bulot de la Baie de Granville. « C'est légitime que nous soyons les premiers à l'obtenir », revendique Dimitri Rogoff, président de Normandie Fraîcheur Mer. « Nous sommes très en avance en terme de gestion. Nous avons construit le produit, le marché, le mode de consommation ». Cela permet aussi de se distinguer face à une concurrence qui se fait de plus en plus présente, venant du Royaume-Uni, ou plus récemment

du Nord, de Bretagne (Saint-Malo, Saint-Brieuc), du Calvados (Port-en-Bessin, Grandcamp, Ouistreham) et un peu de Seine-Maritime. En terme de qualité, Granville avait déjà plusieurs coups d'avance, grâce à la « grille de présentation » mise en place par Normandie Fraîcheur Mer, qui a fait progresser la qualité des produits récoltés. « Les bateaux ont sélectionné les zones de pêche, nettoyé les bulots. C'est fondamental pour les acheteurs et essentiel pour le marketing », constate Dimitri Rogoff. La traçabilité informatique, très récente, est venue s'ajouter à la panoplie d'exigence du bulot granvillais.

Menace sur la ressource

Tous ces efforts pourraient toutefois être réduits à néant par une nouvelle menace : le réchauffement climatique. Le bulot aime les eaux froides, et Granville se situe à la limite sud de la répartition du bulot en Atlantique. « Depuis 2013, on a noté une recrudescence de la mortalité, une diminution de la ponte », s'alarme Didier Leguelinel. « Nous serons peut-être amenés prochainement à prendre de nouvelles mesures restrictives ». ◀



Le tri des bulots en zone de pêche.

À savoir

Si le bulot est la première espèce du port de Granville, il n'est pas la seule espèce travaillée dans le premier port coquillier de France. Amande de mer, vanneau, coquille Saint-Jacques participent à la réussite de la place granvillaise, qui se complète par une excellente activité de poissons. En frôlant les 10 000 tonnes en 2015, Granville est sur une tendance positive de +15,7 % par rapport à 2014. Le port de commerce a totalisé l'an passé 64 000 tonnes de marchandises portées par les vracs graviers et les ferrailles. Enfin, plus de 190 000 voyageurs ont été comptabilisés, très majoritairement à destination de Chausey, mais aussi de Jersey.



Granville

Boîte à bijoux

Uniques et décalés, les bijoux brodés Macon & Lesquoy font la mode à l'international.



Si l'espèglerie était un bijou, il serait brodé main et signé Macon & Lesquoy ! Lancée par deux amies designers la marque granvillaise étincelle de Londres à Hong Kong. Elle vient d'investir un espace sur mesure à Granville, croisant les talents de Marie Macon à Paris et d'Anne-Laure Lesquoy en Normandie. Son succès tient à quelques fils de cannetille brodés, les créatrices ayant détourné l'art des broderies militaires pour imaginer des broches et des mini-rustines, des patches thermocollables, des barrettes et des clips à chapeaux. Aussi précieux que malicieux, ces bijoux textiles se posent et s'additionnent pour customiser sa tenue du jour, personnaliser les sacs, les ceintures, les baskets, les cartables ou bien camoufler des défauts. Chaque motif est porteur de message ou raconte une histoire : frivole ou poétique, le catalogue M&L est un abécédaire multicolore fantasque, carrément drôle ou d'humeur voyageuse. Le tout a rendu délicieusement vintage les écussons normands qui diffusent « la french touch » à travers le monde.

Petits luxes accessibles vendus de l'Europe à l'Australie, du Canada aux États-Unis, ils font fureur au Japon et dans les pays d'Asie. « Nous avons séduit l'export en même temps que le marché national » raconte Anne-Laure Lesquoy, co-créatrice d'une PME (5 personnes) née en 2009 d'une maladresse « une cendre de cigarette tombée sur un vêtement », réparée par une jolie rustine.

Petits luxes accessibles

Elle a connu son alter ego à l'École nationale supérieure de Création industrielle et c'est

après dix ans de design en free-lance qu'Anne-Laure et Marie ont ouvert leur boutique en ligne avec « 510 € au capital, 50 écussons pour commencer ». Douze mois plus tard, leurs premiers référencements parisiens (Merci, Le Bon Marché, Maison & Objet), les classaient marque branchée haut de gamme. Aujourd'hui, Macon & Lesquoy décline aussi des foulards en soie, des accessoires en cuir naturel, mais les bijoux brodés les emportent toujours plus loin. « Nous augmentons de 50 % le chiffre d'affaires d'une année sur l'autre » et les collaborations de prestige s'enchaînent avec Chopard, Diptyque, Bonton, le Musée Rodin, le Festival

de Cannes, Juliette Gréco en tournée, Wes Anderson au lancement du film Grand Budapest Hôtel, Petit Bateau ces jours-ci. Anne-Laure et Marie confient depuis l'origine, leurs broderies manuelles à un atelier pakistanais, la broderie mécanique relevant désormais d'un sous-traitant au Portugal. Leur credo reste le même : « Petits objets, petites séries, grande attention ». ◀ I.P.

CONTACT

maconetlesquoy.com

CRÉATION DE SITE INTERNET
RÉFÉRENCIEMENT SUR GOOGLE

Vous avez un savoir-faire ?

Faites-le savoir !

Depuis plus de 30 ans, nous vous accompagnons en stratégie de communication.

nouveau regard
AGENCE DE COMMUNICATION

9 rue Jean-Baptiste Colbert
14000 CAEN
www.nouveau-regard.fr

Contact :
Jean-Marie Joly
02 31 47 00 47

Liberté de parole

Pour aider à anticiper et vivre les transitions de sa vie, mieux vaut s'entourer de bons conseils.



Le sens de l'écoute,
une qualité première
pour comprendre l'autre.

Un jeune qui s'interroge devant un choix d'orientation, un actif qui se demande comment valoriser ses compétences dans de nouvelles filières professionnelles, un senior qui s'inquiète de la façon dont il va vivre sa retraite... Les transitions de la vie surgissent au fil des parcours, nombreuses, complexes, angoissantes et exaltantes. Parce qu'il n'est pas toujours simple de prendre les bonnes décisions, ou au moins de disposer de l'ensemble des cartes afin d'établir sa stratégie de carrière ou son projet de vie. S'appuyer sur l'éclairage d'un spécialiste peut alors s'avérer décisif. Émilie Lessard a fondé Realis'Avenir dans ce but : « Ma vocation est de faire grandir l'autre », résume-t-elle en une formule efficace, la raison d'être de son cabinet. « Quel que soit son âge, on se retrouve face à des questionnements. Mon rôle est d'aider les personnes à analyser qui elles sont, à comprendre les codes, à distinguer ce qui les intéresse vraiment », précise-t-elle.

Ce n'est pas toujours facile, quand il faut décrypter les regards d'un ado, la posture un peu défensive d'un cadre, les inquiétudes et les espoirs des uns et des autres. Mais elle y parvient, d'abord avec une authentique empathie, un sens de l'écoute, où le respect du silence voisine avec le savoir-faire de la relance.

Oser se lancer

Elle s'appuie aussi sur des techniques éprouvées de psychométrie et de réflexivité afin de définir au mieux et au plus vite vers quoi orienter les discussions. Elle mise enfin sur son expérience (plus de dix ans dans le recrutement, la gestion de carrière, la détection de potentiels) et sa formation au sein de l'Inetop (Institut du Cnam sur le travail et l'orientation professionnelle), pour lequel elle prépare une thèse de doctorat en gestion de transitions.

C'est à la frontière entre la psychologie, le coaching, le conseil, que se situe Émilie Lessard. En deux ou trois mois, à raison

“ Aider les personnes à analyser qui elles sont ”

de séances hebdomadaires d'une à deux heures, elle « aide les gens à se positionner sur un projet, à devenir autonome dans leur réflexion, à réfléchir sur la cohérence entre leurs aspirations, leur potentiel et la réalité, réaliser leur rêve ».

C'est un beau programme, qui rencontre un vrai succès : « Le besoin d'orientation est réel, mais c'est difficile d'oser se lancer. Je suis agréablement surprise par le début de mon activité », constate Émilie, installée dans le forum Digital avant de prendre son envol dans ses propres locaux, puis très rapidement, ailleurs en Normandie (on la consulte déjà de Cherbourg, Saint-Lô ou Alençon). Elle s'appuie aussi sur d'autres compétences (psychologue du travail, experte en orientation) pour compléter son offre. Il ne faut jamais lésiner sur le soutien, quand on entend « mettre en valeur le potentiel des personnes, qui effectuent une démarche volontaire, qui viennent quand elles ont vraiment envie de parler ». ◀

CONTACT

www.realisavenir.com



Les Pieux

Commerces recherchés

► Le Port de Diélette recherche ses futurs commerçants.

Le port de Diélette a connu ces derniers mois d'importants travaux venant ainsi achever sa construction : nouvelle gare maritime, aménagements piétonniers ou encore bureau du port. Des locaux à vocation commerciale (530 m² environ) viennent également compléter cet ensemble réalisé dans l'esprit des constructions scandinaves.

Aménagements

Dans le cadre de cette dynamique, la Communauté de Communes des Pieux a souhaité réaliser un appel à candidatures pour la mise en location de ces espaces commerciaux qui ouvriront au printemps 2017. Les dossiers d'appel à candidatures sont à retirer à la Communauté de Communes des Pieux (31, Route de Flamanville) ou téléchargeable sur le site internet : www.cc-lespieux.fr. Les aménagements proposés, les conditions locatives ainsi que les critères d'attributions sont détaillés dans le document. ◀

Rouen

Office de commerce

► Rouen vient de créer son « Office de commerce et de l'artisanat ». « Notre objectif est avant tout de fédérer les énergies pour soutenir et développer le commerce rouennais », souligne Bruno Bertheuil, adjoint au Maire en charge du commerce. « Cet office favorisera le débat sur les grands enjeux du commerce rouennais et garantira un processus de concertation, d'échanges, de réflexion et d'actions ». Il permettra également de consolider et élargir le partenariat engagé avec la CCI et les Vitrites de Rouen dans le cadre du FISAC Centre-Ville en impliquant davantage de partenaires (Comités commerciaux, 3CR, cabinets immobiliers, Rouen Normandie Tourisme...) et de mettre en œuvre un plan pluriannuel d'actions. ◀

L'immobilier commercial en Normandie

BUREAUX - LOCAUX D'ACTIVITÉS
COMMERCES - ENTREPÔTS

tercim.fr



52, avenue de l'Hippodrome - 14 000 CAEN

02 31 08 34 88

SEDELKA-EUROPROM 70 Avenue de l'Hippodrome 14 000 CAEN - 02 31 08 34 88 - SEDELKA au capital de 1 500 000 €
RCS CAEN B 301 100 756 - APE 4110 A - N° intracommunautaire FR 62 301 100 756 - EUROPROM sas au capital de 500 000 €
RCS 404 581 533 Code APE 4110 A - TVA intracommunautaire : fr 82 484 581 533

Transports olfactifs

Fruits d'un projet 100 % normand, les premiers bus parfumés de France sont à Evreux.



Ludovic Guignard
a accompagné
l'expérimentation.

Depuis trois mois, l'innovation sent bon le propre et se respire à bord du réseau Trans Urbain d'Evreux. À ce jour, huit bus circulant dans le Grand Evreux Agglomération (4 millions de passagers par an) intègrent un parfum de frais exclusif, diffusé à la fermeture des portes. Si les puristes y distinguent des notes mentholées, l'enjeu – réussi – consis-

taut surtout à neutraliser les odeurs incommodes de la promiscuité, des sacs de sport, des courses alimentaires, liste Ludovic Guignard, responsable Projets Développement et Qualité chez Trans Urbain. Il a accompagné au plus près le programme expérimental, soulignant l'objectif « que chacun voyage à l'aise sur nos neuf lignes, gagnant en confort sensoriel ». Dans cet esprit, le dispositif est invisible aux voyageurs, quant à la fragrance dispersée par nébulisation « elle se fait oublier au profit d'un ressenti de propreté ».

Toutefois, ni la ville d'Evreux, ni la SAEM gestionnaire des transports du GEA ne sont à l'origine du projet, inédit en France « mais ils nous ont suivis dès la présentation du concept » explique Jérôme Amiot, directeur commercial de Sensorys, jeune pousse experte du marketing olfactif pour les marques et les grands espaces. « Nos technologies parfumaient sur-mesure les aéroports, les gares, les parkings, les stations de métros de Paris à Marseille, il nous manquait les véhicules ».

S'adaptant au volume des bus ébroïciens,

l'équipe a développé une solution « vapeur sèche » spécial odeurs confinées : un jus en bouteilles, qui se transforme en brouillard à chaque fermeture automatique. Restait à fabriquer le diffuseur dédié, « un système avec compresseur, encombrement minimum », Sensorys fonctionnant avec son partenaire privilégié, Servaly (Grossœuvre), la PME de Valéry Dajon spécialiste de câblages et d'assemblages électroniques. Deux phases tests se sont succédées (cinq bus-pilotes), complétées d'une enquête de satisfaction menée par Trans Urbain. Au final, le parfum a perdu sa rémanence, il est diffusé partout au meilleur moment via un processus idéalement positionné. Et les retours sont positifs, chez les usagers comme les chauffeurs, que la SAEM qui vient de redéployer ses prestations, a prévu d'accessoiriser sa flotte entière (47 bus) à terme. De plus, le triptyque eurois a fait des émules, bientôt des bus parfumés par le tandem Sensorys/Servaly, seront visibles dans d'autres métropoles.

Ressenti de propreté

Si c'est par affinités historiques que Trans Urbain a rejoint l'expérimentation Sensorys « nous avions déjà travaillé ensemble », où se situe le trait d'union entre Sensorys et Servaly, qui partagent régulièrement des projets en 2016 ? Leurs dirigeants se sont connus en tant que membres du Club Plato consulaire. ◀ I.P.

Règle de trois

À vol d'oiseau, moins de 20 km séparent les trois protagonistes du projet bus parfumés d'Evreux. Quel résultat ? « Nous avons optimisé l'ensemble du processus avec la liberté d'avancer en temps réel » (Jérôme Amiot, Sensorys), « la facilité de réunir à proximité la matière grise, l'expertise technique et les moyens d'essais » (Valéry Dajon, Servaly). ◀

CONTACTS

Christophe Meganck

Conseiller d'entreprises

(Industries & Services, Club Plato)

christophe.meganck@normandie.cci.fr

www.sensorys.com

www.linkedin.com/company/servaly

www.transurbain.com





Rouen

Quels nez que ces nez-là

Quand le parfum raconte des histoires...

Elle est volcanique, s'emporte, bouge, volubile. Il est calme, posé, discret. De ces deux tempéraments opposés, est né un commerce comme il n'en existe qu'une trentaine en France, valorisant le « parfum de niche », expression à laquelle on préférera celle de parfumerie d'art indépendante. Charles Berry et Cécile Vialla diffusent des parfums rares et authentiques, faisant revivre d'anciennes marques ou laissant parler librement le talent de créateurs. Des positionnements artistiques qui prennent le contre-pied d'un secteur où l'imagination semble s'être évaporée au profit d'une standardisation sucrée pour les femmes, boisée pour les hommes, une créativité en berne qui se traduit aussi par

une morosité au niveau des ventes, même si les grands noms commencent à réagir et à racheter les petites maisons pour bénéficier de leur créativité.

Non contents de mettre au goût des jours des marques originales, comme Olfactive Studio ou Santa Maria Novella, Cécile et Charles ont eu l'envie, logique finalement, de donner le jour à leurs propres créations. Un travail mariant subtilement la technique (quelles molécules ?) et la réflexion, pour que le parfum interprète une ambiance, un instant, une émotion. Le premier-né fut Cerésia, lancé en 2013, autour de Normandie Impressionniste. « Je me suis inspiré des paysages normands, des teintes du ciel de Rouen, des cerisiers en fleur », décrit Charles Berry.

La deuxième gamme plonge également dans les grandes heures de Rouen, puisqu'elle porte le nom des « Eaux de Jehanne ». « Nous l'avons conçue comme autant d'étapes de la vie de l'héroïne », commente Cécile Vialla. Un parfum bucolique pour l'enfance campagnarde, un parfum de pureté et d'ambition pour la toute jeune femme partant en mission, des odeurs de fer croisé, de terre et de cuir pour le souvenir des champs de bataille, un parfum aux notes d'épices et de cèdres, intenses, pour célébrer Jeanne libératrice, puis des notes de myrrhe et de benjoin pour évoquer la piété de la Sainte. C'est un poème épique qui s'écrit dans cette recherche de senteurs. La troisième gamme, celle des « exclusives », comprend Ambre 35, un hymne à la femme africaine, ainsi qu'un hommage à la « Violette de Rouen », celle dont les pistils ont longtemps obéré le tracé du contournement Est. Un petit air rebelle qui plaît bien aux deux parfumeurs.

Poème épique

Ils n'en restent pas là, cherchant toujours plus loin des senteurs singulières. Cécile Vialla a été récompensée au Concours Start In Cosmetic pour une idée tout à fait singulière, celle de créer un parfum s'inspirant de lieux historiques. La Cathédrale de Rouen et l'abbatiale Saint-Ouen furent les premiers tests. Avec le concours du laboratoire COBRA, il a été procédé à des analyses d'échantillons permettant d'identifier des molécules olfactives à partir desquelles il sera possible de construire un parfum.

« En parallèle, nous souhaitons mettre sur pied un concours permettant de lancer de nouveaux talents de la parfumerie », révèle Cécile Vialla, qui s'appuie pour cela sur un partenariat avec l'Institut Supérieur International du Parfum, de la Cosmétique et de l'Aromatique Alimentaire. ◀



Charles Berry,
concepteur
de parfum.

CONTACT

www.35ruedamiette.com

Ifs

Façonnier du luxe

Dédiés à la haute couture, les ateliers d'Amedi Nacer sont experts du prêt-à-porter à façon.

Jamais il n'apparaît, mais à chaque Fashion Week, de Paris à Milan, derrière la magie des défilés, peuvent se glisser des fabrications sorties des ateliers d'Amedi Nacer. Façonnier du luxe, il dirige deux PME de haute couture, partenaires des plus grandes maisons. L'une en Normandie, l'autre en Mayenne, chacune porteuse d'historique dans le prêt-à-porter féminin, confondant désormais leurs savoir-faire.

À Caen, les établissements Thierry, repris

en 2004, sont spécialistes des « pièces à manches » type vestes, trenchs, manteaux, tailleurs, ou des robes, des empiècements cuir et tissu... Quant à Fonlupt Productions (84 personnes à Ballots), rachetée en 2012, elle est reine des coutures « flou » celles des tops, chemisiers, des robes du soir et robes de mariée. Sa stratégie gagnante fut d'alléger les carnets de commandes pour ne plus attirer que la crème des stylistes et des créateurs, les Chanel, Vuitton, Nina Ricci ou Delphine Manivet. En 2016, 70 % des clients sont communs à ses ateliers.

Désormais basée à Ifs sur un site de 2 000 m², Thierry (100 personnes, 13 000 pièces par an) croise maîtrise artisanale, bureau d'études, outil industriel de pointe, telle sa machine d'assemblage par ultrasons permettant « des pièces sans couture apparente ». À présent, on y travaille les pythons, le crocodile et autres matières d'exception, de même l'atelier s'est ouvert aux projets « clés en main » pour habiller les vendeuses de La Manufacture du Chocolat parisienne, le personnel de l'Abbaye de Fontevraud, bientôt celui du café d'Alain Ducasse (projet Ore) au Château de Versailles. Dans la même veine, Thierry mène des projets à l'export, notamment avec une jeune styliste new-yorkaise et au Japon. Nouvelle fierté, elle vient d'être labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant.

“ 100 %
compétentes,
motivées,
passionnées
de mode. ”



Les bons gestes se transmettent.



Amedi Nacer fait d'Ifs une capitale de la mode.

Confiance à la passion

Manager de proximité veillant à la transmission des bons gestes, depuis sa première reprise, Amedi Nacer collectionne les belles initiatives comme embaucher les plus jeunes profils et leur faire confiance, jusqu'à les envoyer en clientèle : « Mes modélistes n'ont pas 30 ans, mais elles sont 100 % compétentes, motivées et passionnées de mode ». Lauréat du meilleur façonneur de France 2013, s'impliquant de cent façons pour sa filière, il est également vice-président de Normandie Habilleme. ◀ I.P.

À savoir

Fidèle du réseau consulaire, Amedi Nacer est l'un des managers témoins du Programme PMEplus de la CCI Caen Normandie. Évoquant son parcours, il y confie qu'il n'a jamais mieux avancé qu'après les coups durs « rationaliser les échecs passés » ou comment « apprendre à déléguer ».

CONTACT

www.ets-thierry.fr



Formation

Pas bête, la Mallette

La « Mallette du Dirigeant », ce sont des formations courtes sur des sujets de base de la gestion et de la vie d'une entreprise.

Tous les techniciens le savent, c'est en maîtrisant ses fondamentaux qu'on construit ses succès. Un précepte qui s'applique parfaitement à la vie de l'entreprise. Le dirigeant est souvent obligé d'intervenir dans de multiples domaines, dont il ne connaît pas forcément tous les tenants et aboutissants. C'est pour l'aider à s'y retrouver que l'AGEFICE a créé l'opération « Mallette du Dirigeant », assurant une rapide et efficace montée en compétences, sur des thèmes que les entrepreneurs eux-mêmes ont identifiés comme cruciaux. Cette formation s'appuie également sur un principe de délégation de paiement dispensant de toute avance de fonds.

Mais que trouve-t-on dans cette mallette ? Quatre sujets essentiels à la vie de l'entreprise : comptabilité, analyse financière et

tableaux de bord ; marketing et communication ; nouvelles technologies et compétences numériques ; ressources humaines et management. Chaque programme est développé en plusieurs thèmes, comme « lire et analyser son bilan », « la relation client, agir sur la qualité et la satisfaction », « référencement internet et e-réputation », « manager l'activité professionnelle des salariés en intégrant le droit du travail ».

Pragmatisme et participation

« Ce sont des problématiques fondamentales, qui font partie du quotidien du dirigeant », remarque Béatrice Lemarchand, responsable produit au Ceppic. « Elles concernent des chefs d'entreprise qui veulent se professionnaliser sur des techniques qu'ils ne maîtrisent pas complètement ou des créateurs qui lancent

leur activité ». Les formations sont dispensées en programmes courts, d'une ou deux journées, en petits groupes. Des formats qui accueillent l'adhésion des chefs d'entreprise par leur aspect très pragmatique, cette pédagogie est faite de mises en situation, de participation. Sept centres de formation consulaires normands (Ceppic, AIFCC, CCI Formation Eure, CCI&Caux, Groupe ISF ; StarTech Normandy ; Groupe FIM) ont postulé conjointement à l'appel d'offres lancé par l'AGEFICE. Cet aspect groupé, cette couverture territoriale a fait pencher la balance en leur faveur, avec en plus l'expérience du Ceppic qui avait déjà dispensé les formations de la Mallette en 2015. ◀

INFORMATIONS

communication-agefice.fr/mdd

GRAND DÉPART
DU TOUR DE FRANCE 2016
DU 26 JUIN AU 4 JUILLET

Développez
vos relations publiques!

Découvrez les différentes offres VIP disponibles :
soirée de présentation des équipes, dîner officiel,
prestations au cœur de l'événement...

Information et réservation sur
tourdefrance-manche.fr/hospitalite ou 02 33 06 69 86

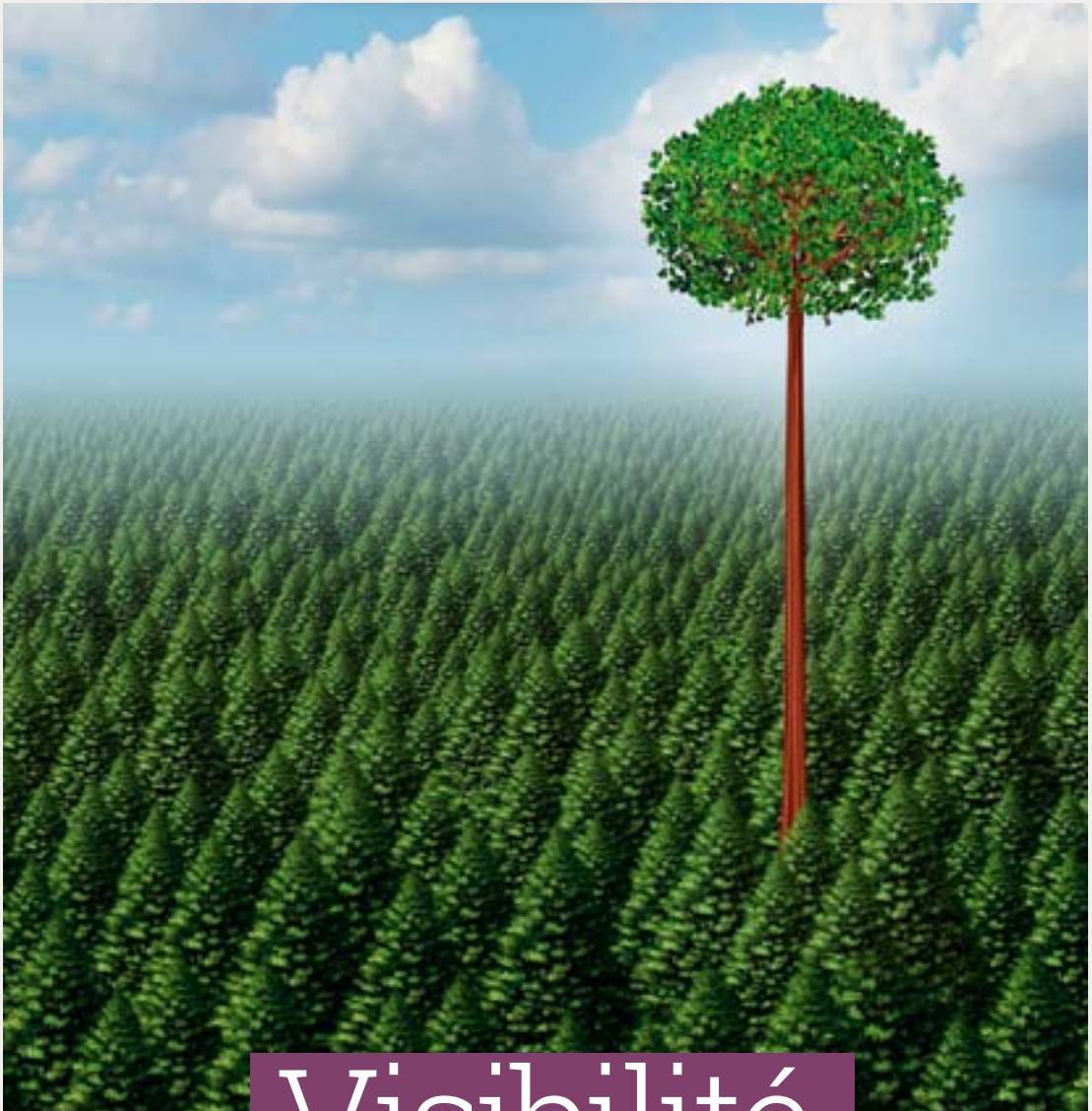
Emmanuel SIMON
Architectures
& Intérieurs
simon-emmanuel.fr
cabinet.simon.emmanuel@orange.fr

Agence d'architecture d'intérieur
Conception depuis l'esquisse
jusqu'à la réalisation

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

en échos

Philippe Augier, maire de Deauville, président de l'agence d'attractivité de la région Normandie.



© freshidea

Visibilité normande

Repères

16 En million, les visites annuelles en Normandie, dont 6 millions pour le tourisme de mémoire.

36 800 Le nombre d'emplois liés au tourisme en Normandie. Un chiffre qui dépasse les 50 000 en haute saison.

Elle n'est pas encore tout à fait créée, mais l'agence d'attractivité (dont le siège sera installé à la CCI Seine-Estuaire) fait déjà l'événement. Chargée de porter l'image de la Normandie, de lancer une marque, de valoriser les forces de la région, elle recèle en elle les ferments d'une réussite collective, d'une fierté normande, d'une identité retrouvée.

Philippe Augier sait de quoi il parle quand il s'agit de pousser un territoire. Il le démontre avec Deauville. Un savoir-faire qu'il met à disposition de la Normandie en prenant la présidence de l'agence d'attractivité, avec la volonté d'aller vite pour faire rayonner la région dans le monde entier.



Philippe Augier,
maire
de Deauville,
président
de l'agence
d'attractivité
de la région
Normandie.

> Interview

La Normandie est une région connue partout dans le monde. A-t-elle vraiment besoin d'une agence pour porter encore plus haut son attractivité?

Philippe Augier > La Normandie est connue comme un territoire d'histoire, de culture. Ce sont des atouts remarquables. Mais ses forces actuelles, son modernisme, son innovation, sont moins identifiées. L'idée de l'agence d'attractivité est donc de valoriser l'ensemble de ces atouts, de leur offrir une visibilité autour de la marque Normandie. Rendre la Normandie encore plus attractive, c'est contribuer à attirer (et à conserver) des entreprises, des talents, des jeunes, des touristes. Au bout du compte, c'est toute l'économie régionale qui en sort gagnante.

Pensez-vous que les Normands sont disposés à travailler ensemble autour de l'attractivité?

P. A. > J'ai vraiment constaté un fort appétit à parler de la Normandie. Nous allons d'ailleurs organiser des forums, des réunions publiques ou via internet, afin que les Normands puissent exprimer ce qu'ils ressentent, ce qui fait notre identité, et ce qu'il est possible de faire pour mettre en évidence à la fois nos racines et nos ailes, ce qui nous projette vers l'avenir. Au bout de ces échanges, émergera une charte des valeurs à laquelle chacun pourra adhérer. Il est important, et c'est l'ambition d'Hervé Morin, de faire travailler ensemble tous les acteurs, tous les Normands, de les fédérer autour d'un projet

commun. Nous nommerons ainsi des ambassadeurs, Normands de l'intérieur ou installés à l'étranger, qui porteront l'image de notre région. Je constate, et je m'en réjouis, une envie d'aller de l'avant, de mieux se connaître, de mieux se parler. On fonctionnait un peu trop en solo, en silence. L'agence de l'attractivité va donner un vrai sens au travail en réseau.

Quels seront les premiers effets de la marque Normandie?

P. A. > Cela passera par des événements. C'est un sujet que je connais bien, et dont je sais apprécier l'importance. Prenons Normandie Impressionniste. Le festival est caractéristique de ce qu'il faut faire : un thème universel, des animations réparties dans tout le territoire... En parallèle, à nous d'inventer un autre événement qui soit plus tourné vers le présent, le futur, la modernité. Ce n'est qu'un exemple, car les axes de travail sont multiples. Prenons le tourisme, autour de la façade maritime et de la Seine, prenons la qualité de vie, prenons l'excellence économique du numérique à l'agroalimentaire en passant par l'énergie. Les atouts existent, à nous de les valoriser nationalement et internationalement. ◀

+ Priorités

Six grands chantiers sont ouverts autour de l'attractivité régionale:

la création de la marque « Normandie » ;
le lancement d'ici le 31 décembre 2017 d'une application dédiée au tourisme, complétée par des projets autour de la réalité augmentée et du virtuel ; la création de réseaux et circuits touristiques thématiques (« la Normandie littéraire », « la Normandie médiévale »...);
le développement du tourisme d'affaires (équipe commerciale et marketing spécifique) ; la maîtrise de l'anglais (formation des acteurs du tourisme) ;
développement du tourisme industriel avec un « programme ambitieux d'accompagnement des entreprises qui souhaitent s'y engager ».

1 % La répartition des entreprises sous contrôle étranger en Normandie. Elles contribuent à hauteur de 11 % en Haute-Normandie et 3 % en Basse-Normandie à l'emploi régional et 22 % et 3 % au chiffre d'affaires (chiffres 2015).



CCI Caen Normandie

Entreprises

PMEplus®

Programme de perfectionnement en gestion pour les dirigeants de PME.

13 chefs d'entreprise et managers de PME normandes terminent prochainement la 3^e session de PMEplus®, programme exclusif de la CCI Caen Normandie, spécialement conçu pour les gérants de PME, leurs bras-droits ou proches collaborateurs, quel que soit le secteur d'activités.

L'originalité de PMEplus® : 90 heures de formation et coaching par modules d'une demi-journée, les vendredis après-midi et quelques samedis matin.

Le programme comprend deux séminaires de groupe intensifs, en Normandie et en Belgique, où les dirigeants peuvent échanger et entrevoir des pistes d'évolution : parcourir les axes de leur management, le rôle du dirigeant, la motivation des collaborateurs, le pilotage des ventes, les flux financiers, l'organisation et la performance, développer une vision plus claire des prochaines étapes du développement de leur entreprise, un nouveau regard sur leurs produits, leurs services et leur position sur leur marché.

PMEplus® permet de développer ses compétences mais aussi son réseau : carnet d'adresses clients, fournisseurs et experts...

Rejoindre PMEplus®, c'est s'insérer avec des pairs dans un réseau actif d'expertises et d'affaires, le Réseau-Club PMEplus®.

Gratuit : participez le 17 mai, à 18h30, à une soirée dédiée à la découverte du programme et à la « remise des diplômes ». Assistez à cette occasion à la conférence du consultant international, Jan Melsen, sur le thème : « Le leadership mental, ce que nous inspirent les grands leaders ». ◀

En savoir plus Julien Aubert-Dozeville
jaubert-dozeville@caen.cci.fr - 02 31 54 54 54

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



CCI Ouest Normandie

Formation

Ouverture d'un Bac+5 agroalimentaire à Saint-Lô



Dès la rentrée 2016, le Groupe FIM en partenariat avec l'École supérieure de commerce d'Avignon (ISEMA), proposera sur son site de Saint-Lô, une nouvelle formation « Responsable d'Affaires agroalimentaires » - Titre de niveau I (Bac+5).

Engagé depuis plus de 30 ans dans la formation de commerciaux pour l'industrie agroalimentaire, le Groupe FIM, service formation de la CCI Ouest Normandie, prolonge et accentue ainsi son soutien au développement du 1^{er} secteur industriel du grand-ouest*.

Ce diplôme d'État permettra d'apporter une réponse à l'évolution et la complexification des compétences marketing et commerciales sollicitées par le marché de l'emploi agroalimentaire. L'objectif de cette formation est de former des cadres de haut niveau immédiatement opérationnels ayant acquis une compétence « produit » spécifique et une parfaite maîtrise du management commercial dans les industries agroalimentaires et la grande distribution.

Cette formation s'effectuera en alternance sur deux ans et sera accessible à des étudiants et demandeurs d'em-

ploi pouvant justifier d'un diplôme de niveau Bac+3. Les candidats sélectionnés pourront se positionner sur les offres d'alternance d'ores et déjà formulées par des entreprises partenaires du Groupe FIM.

* Avec plus de 200 000 emplois (dont 7 000 dans un rayon de 30 km autour de Saint-Lô), la région Grand-Ouest de la France (Bretagne, Pays de la Loire et Normandie) représente la première région européenne agroalimentaire en chiffre d'affaires et en emplois ◀

En savoir plus
www.fim.fr/catalogue-formation/formations-diplomantes-et-qualifiantes/vente-commerce/responsable-daffaires-agroalimentaires/

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



CCI Portes de Normandie

Financement participatif

Tour de France de la finance participative

Tout savoir sur le crowdfunding.

L'association Financement Participatif France – en partenariat avec Bpifrance et CCI France – organise le Tour de France de la finance participative. La 13^e des 15 étapes se déroulera au siège de la CCI Portes de Normandie, 215 route de Paris à Evreux. Ces réunions permettent de présenter les enjeux et l'actualité du secteur de la finance participative, des projets locaux financés par des plates-formes de crowdfunding, des initiatives territoriales dont celles des CCI, favorisant le financement participatif.

Cette opération s'inscrit dans les actions de la CCI Portes de Normandie pour faciliter le financement des projets des entrepreneurs du territoire : Speed Dating Bancaire et forum du financement organisé 2 fois par an avec les banques ; ISFEO, plateforme de présentation de projets de levée de fonds organisés avec les acteurs de haut de bilan régionaux. ◀

En savoir plus Le 20 mai de 9h à 13h - 02 32 38 81 10

valerie.colombe@normandie.cci.fr - François-Xavier Guéné



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



CCI Seine Estuaire

Industrie

L'industrie du futur, un enjeu incontournable !

L'Usine du Futur, l'Industrie 4.0... ne sont pas des options.

Toutes les entreprises sont concernées qu'elles soient donneur d'ordres, TPE PME ou constructeurs de machines. Il s'agit de poursuivre la modernisation de l'outil de production dans un monde où les outils numériques font tomber les cloisons entre industrie et services.

La CCI Seine Estuaire, lance un cycle de plusieurs ateliers de sensibilisation à destination des TPE et PME industrielles du territoire normand.

L'objectif est d'apporter aux entreprises des clés de réflexion leur permettant d'anticiper les mutations en cours et qui doivent être intégrées dans leur stratégie de développement. Une règle clé : les intervenants sont issus du monde de l'entreprise pour des rendez-vous concrets où les professionnels s'adressent aux professionnels.

Les premiers ateliers vous proposeront notamment de zoomer sur la logistique 4.0, la fabrication additive, le big data, les objets connectés et les robots collaboratifs. ◀

En savoir plus www.seine-estuaire.cci.fr



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



CCI Seine Mer Normandie

Événement Commerce

Commerce connecté

Les commerçants s'adaptent pour faire converger distribution physique et digitale.

Smartphones, tablettes, réseaux sociaux, nouvelles technologies sont des outils que les clients utilisent de plus en plus pour préparer ou effectuer leurs achats.

Comment faire venir les clients en magasin ?

Comment les fidéliser ?

La CCI Seine Mer Normandie organise, à Rouen, une soirée dédiée au commerce connecté.

Au programme : des exposants, des témoignages, des tables rondes interactives et conviviales au cours desquelles les commerçants pourront découvrir des solutions innovantes adaptées au commerce. ◀

En savoir plus Le 6 juin à 18h

vanessa.benoit@normandie.cci.fr - 02 32 100 500



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



Seine

Global Estuaries Forum

Le développement des estuaires est une problématique internationale.

Créé à l'initiative des élus de l'estuaire de la Seine, le Global Estuaries Forum est la rencontre internationale de référence autour des questions de développement économique des estuaires. La deuxième édition du forum se déroule du 18 au 20 mai au Havre et à Deauville.

Elle abordera les problèmes d'aménagement durable et de gouvernance de ces territoires grâce à des témoignages d'une cinquantaine d'intervenants politiques et économiques venus du monde entier (Gironde, Loire, Rio de la Plata, Saint-Laurent, baie de Chesapeake, Tamise, Tage, Delta du Nil, rivière Pearl...). De grands opérateurs comme DP World, Suez Environnement, EDF, Haropa, viendront évoquer leurs stratégies. Le développement de l'Axe Seine fera également partie des discussions. ◀

En savoir plus www.globalestuarieforum.com



Événement

Normandigital : Industrie 4.0 et logistique du futur

CCI Seine Estuaire accueillera la prochaine édition de Normandigital, le 30 juin prochain au Havre.

Au cours de son histoire, la Normandie s'est volontairement positionnée comme territoire d'excellence en matière de logistique considérant ses atouts géographiques, le développement de ses infrastructures et la densité de son tissu industriel. Relier efficacement les chaînes d'approvisionnement, de distribution, améliorer la performance de l'outil industriel au service du consommateur final : voici les enjeux qui unissent les logisticiens, les industriels et les acteurs du numérique. Comment les technologies révolutionnent l'industrie et la logistique ?

Au travers d'exemples d'applications, de conférences et d'ateliers, cette édition havraise de Normandigital permettra aux professionnels de s'informer sur les dernières nouveautés numériques et de l'étendue de leurs possibilités, de découvrir comment mettre à profit ces innovations dans son quotidien, d'améliorer ses performances... Autant de thèmes abordés pour faire face aux défis de demain.

Plus récemment, associé à la dynamique French Tech, notre territoire s'affirme aussi comme une terre du numérique. Ainsi, les technologies développées par ces nombreuses start-up et pépites normandes (réalité augmentée, big data, objets connectés, cobotique...) permettent d'accroître la performance des industriels et logisticiens et d'innover sur leurs marchés : développer de nouveaux services pour leurs clients, améliorer leur productivité, capter de nouveaux marchés.

Venez échanger le 30 juin à la CCI du Havre avec les start-up et entreprises normandes qui développent ces technologies.

35 exposants et experts sont attendus à cette manifestation qui illustrera le savoir-faire et le meilleur des technologies actuelles. ◀

En savoir plus

Robin Poté, Secrétaire général du Club TIC de Normandie - robin.pote@critt-tl.fr - Luc Craouyeur, Vice-président du Club TIC de Normandie - luc@opteam.net

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

International

Découvertes africaines

Une convention d'affaires pour mieux connaître les entreprises africaines en développement.

La troisième édition française de la convention d'affaires Africa-Europa se déroulera à Rouen du 4 au 6 juillet 2016. Cette manifestation est organisée par CCI Normandie avec l'appui de la CCI de région Paris Ile-de-France et en partenariat avec de nombreuses structures consulaires et organisations d'Afrique et d'Europe. Son objectif est de permettre aux entreprises africaines (près de 300 sont attendues) de rencontrer des sociétés européennes susceptibles de leur apporter des solutions pour faciliter la mise en place de leurs projets de développement en matière de renforcement de leurs activités, de diversification ou de création de nouveaux outils de production.

Durant les journées du mardi 5 et du mercredi 6 juillet 2016, plus de 20 rendez-vous par entreprises seront organisés sur un plateau d'affaires situé à la Halle aux Toiles.

Le site Internet d'Africa-Europa permet de découvrir le profil des entreprises participantes et de poser des demandes de rendez-vous.

En savoir plus www.europa-africa.net

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



Industrie

Les Rendez-vous d'Affaires de Normandie

**Judi 16 juin 2016
à Deauville**

Vous cherchez
de nouveaux
partenaires ?

Avec les
**Rendez-vous d'Affaires
de Normandie,**
optimisez vos contacts
en une journée :
300 entreprises,
3 000 rendez-vous ciblés

www.rendezvous-affaires-normandie.fr

Auders
Aut. Cert. - Wegung durch Technik



Crédit du Nord
ETRE A VOS CÔTÉS



dalkia
GROUP EDF

NEOMA



CCI NORMANDIE

QUAND
JE ME LANCE,
ON ME DONNE
DE L'ÉLAN.

1%*

PRÊT LANCEUR PRO

Un prêt sans garantie pour financer
l'installation de votre entreprise.

*Par exemple, pour un prêt de 10 000 €, vous pouvez bénéficier d'un taux d'intérêt annuel fixe de 1%, soit un Total Effectif Net de 11 000 € au lieu de 12 000 €. Sans frais de dossier. Sans garantie. Sous conditions. Remarque: l'offre éligible à l'ARF s'adresse à une SARL pour les personnes physiques résidentes. Sous réserve d'éligibilité et d'acceptation de votre dossier par notre Service Client. Pour en savoir plus sur les conditions de l'offre, consultez votre Conseiller Professionnel. L'opération est financée par notre Crédit Agricole Régional de Caen Agencement assuré par CNA Financement, S.A. au capital de 68 019 071 € entièrement libéré, 30 770 901 903 Paris - CNA BNC S.A. au capital de 24 500 000 € entièrement libéré, 30 300 18 023 Paris. Siège social: 10, place René Duguay - 14714 Paris Cedex 16 www.cna.fr - 040 074 0020 010 20 003 et 040 074 0020 010 20 003. Société d'assurance au personnel de Crédit Agricole Assurances - Entreprise assurée par Crédit Assurances, S.A. au capital de 98 070 075 € entièrement libéré - 24 432 023 903 Paris - Siège social: 10, 14, rue de la Providence - 75011 Paris. Les déclarations prévues à vos conditions figurent en annexe. Il peut arriver que votre prêt de prêt ne soit pas éligible aux conditions de l'assurance. Consultez le règlement annexé au Contrat ARF40 pour les conditions applicables à votre cas.

Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutual de Normandie, société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit - Siège social: 10, 14, rue de la Providence - CS 2104 - 14051 CAEN Cedex 01 - immatriculée au RCS de CAEN sous le numéro 3028 149 834 72 - Société de crédit agricole immatriculée au Registre des Intermédiaires de Crédit auxiliaire sous le n°0 02 84.

Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutual de Normandie (anciennement Caisse Régionale de Normandie) agréée en tant qu'établissement de crédit, dont le siège social est à 14, rue de la Providence, Caen et la Bretagne, 35201 RENNES Cedex 03, immatriculée au RCS de Rennes sous le n° 435 766 736. Société de crédit agricole immatriculée au Registre des Intermédiaires de Crédit auxiliaire sous le n° 01 03 03. Adresse postale: CS 7008 14238 RENNES Cedex 03, RCS de CAEN, n° 43 07 74 61 31.

UN PRÊT POUR VOUS DONNER LE GOÛT D'ÊTRE RESPONSABLE. VOUS ÊTES NOS CAPOTÉS DE RESPONSABILITÉ AVANT DE NOUS INSCRIRE.



BANQUE ET ASSURANCES