

Le Journal des Entreprises

L'ÉCONOMIE EN RÉGIONS

N°423 - FÉVRIER 2023 - 8,90 €

RÉGION SUD

Bernard Alfandari,
dirigeant de
Résistex

NICE
**RÉSISTEX INVESTIT
SUR LA VALEUR
DE SES SALARIÉS**

ALPES-MARITIMES

**Le groupe Audemard
décarbone peu à peu ses
carrières et son béton**



BOUCHES-DU-RHÔNE

**Oxy se positionne
en région parisienne**

VAR

**L'atelier du savon
grandit en France
et à l'export**



ALPES-MARITIMES
**Solar Cloth déploie ses
tissus photovoltaïques**



L'ENQUÊTE

**LES START-UP FACE
AUX DÉFIS DE LA
RÉINDUSTRIALISATION**

14 ÉDITIONS • 68 DÉPARTEMENTS • 9 RÉGIONS

HAUTS-DE-FRANCE • ALSACE • LORRAINE • AUVERGNE - RHÔNE-ALPES • RÉGION SUD • OCCITANIE • NOUVELLE-AQUITAINE • MAINE-ET-LOIRE • SARTHE • MAYENNE
LOIRE-ATLANTIQUE • VENDÉE • ILLE-ET-VILAINE • CÔTES-D'ARMOR • MORBIHAN • FINISTÈRE • NORMANDIE

ACCÈS GRATUIT



LE
FIL
INFO



100%
NATIONAL

Scannez en 2 min toute l'actualité économique nationale qui compte pour les entreprises

TOUS LES JOURS SUR NOTRE SITE INTERNET :

Annonces gouvernementales ■ Nouvelles réglementations ■ Mesures exceptionnelles
Dispositifs d'aide ■ Conjoncture économique : crise énergétique, inflation, emploi...

RENDEZ-VOUS SUR

lejournaldesentreprises.com



LeJournal
desEntreprises

Pour contacter votre correspondant
par courriel : initialeprenom.nom@lejournaldesentreprises.com

Directeur général,
directeur de la publication :
Bruno Dussourt

Directeur des rédactions :
Philippe Flamand

Rédacteur en chef :
Stéphane Vandangeon

Rédactrices en chef adjointes :
Élodie Vallerey et Gwenaëll Lyvinec

Rédacteur en chef technique :
Christophe Beluin

Graphiste : Jules Tanguy

Édition Région Sud :
Oui Coworking,
Allée de Colombe,
13821 La Penne-sur-Huveaune

Responsables d'édition :
Didier Gazanhes, 06 67 11 41 61;
Hélène Lascols, 06 67 12 50 45

Journaliste : Olivia Oreggia, 06 24 57 39 60

Directeur commercial
et du développement :
Valérie Asti, 06 24 16 40 13

Publicité : Laurence Acedo, 06 69 49 73 13;
assistée de Virginie Clouté, 06 75 96 03 04

Directrice stratégie,
diversification et communication :
Emmanuelle Bouron, 06 60 96 82 51

Événementiel, partenariats
et communication :
Sabine Dechaume, 06 75 96 02 95

Assistant Marketing Partenariats :
Valentin Rezqi, 06 76 07 51 07

Diffusion, abonnements :

0 810 500 301 Service 0,06 € / min
+ prix appel

abonnement@lejournaldesentreprises.com
Abonnement papier + numérique
1 an (11 numéros + 1 hors-série) : 390 €

Société éditrice : Manche Atlantique Presse
1, allée Baco BP 73207 - 44032 Nantes Cedex 1

Capital social : 10 000 €

Actionnaire majoritaire : Financière Gaspard

N° ISSN : 2260-3115

N° de CPPAP : 1223 T 94793

Dépôt légal : à parution

Fabrication : JJ Production

Imprimeur : Calligraphy Print

P.A. La Gaultière - Secteur B4

7, rue de la Rouyardière, 35220 Châteaubourg

Imprimerie labellisée

Imprim'Vert et certifié PEFC™ et FCS®

Papier : origine : Saint-Jean les Fonts,
Saragosse, Espagne

Taux de fibres recyclées : 0,25 %

Eutrophisation : Ptot 0,02 kg/tonne.

La reproduction ou l'utilisation
sous quelque forme que ce soit de nos articles
ou informations est interdite.



LE TRI
+ FACILE



MAGAZINE



BAC
DE TRI

IMPRIM'VERT®

PEFC™ 10-31-1614



© LE JDE

Par Didier Gazanhes
Responsable de l'édition Région Sud
Le Journal des Entreprises

Quand la culture fait grandir le territoire

La métropole de Nice a officiellement déposé son dossier de candidature auprès du ministère de la Culture pour être Capitale européenne de la culture en 2028. Pour cette démarche, la cinquième ville de France a choisi de miser sur le thème, « Connecter l'inattendu » et notamment de faire des enjeux liés au bouleversement climatique et de leur prise en compte par les pratiques culturelles un axe structurant du projet. Une candidature qui survient quasiment jour pour jour, dix ans après le lancement de l'année Capitale de Marseille-Provence, en 2013, pour laquelle la CCI Marseille-Provence et l'ensemble du monde économique s'étaient fortement mobilisés, pariant sur cet événement pour booster et métamorphoser l'image de la Cité phocéenne. Un pari qui, en termes d'image, a été relevé. En 2013, 11 millions de visiteurs ont visité Marseille-Provence et 650 millions d'euros ont été injectés dans le territoire métropolitain. Cette affluence record a généré des retombées économiques, notamment en termes de fréquentation de touristes étrangers. Mais, au-delà des chiffres et des bâtiments, Marseille-Provence Capitale européenne de la Culture a contribué à définir un périmètre de la métropole Aix-Marseille et a engagé une démarche en englobant et en faisant collaborer non seulement Aix-en-Provence, Aubagne, Gardanne, Martigues, Istres, Arles, Salon et même Toulon, mais également le monde économique la CCIMP, Euroméditerranée, le Port et les quatre universités présentes à l'époque sur le territoire. La candidature de Nice n'a pas oublié cet aspect en englobant un territoire plus vaste que la simple métropole niçoise et en associant même différentes villes italiennes (Cunéo, San Remo et Vintimille).

Enfin, l'originalité de MP2013 a surtout d'avoir été largement soutenu et préparé depuis son origine avec les entreprises du territoire. Près de 15 % du budget de l'opération a été bouclé grâce à elles : grands groupes, PME, commerçants, tous ont mis la main à la poche. Au total 25 millions d'euros ont alors été investis par le monde économique. MP2013 a ainsi été le tout premier exemple du « jouer collectif », si cher à l'actuel président de la CCI métropolitaine Aix-Marseille-Provence. En 2013, l'ensemble du territoire s'est ainsi mis en mouvement de façon coordonnée et la convergence public-privé a été déterminante dans le succès de l'opération.

Sommaire

N°423 • FÉVRIER 2023

06 L'ACTU

- 6 Le groupe Circet reprend la coopérative Scopelec et acquiert le britannique Qube
- 7 La medtech Volta Medical lève 36 millions d'euros
- 8 L'agritech Mycophyto lève 4,15 millions d'euros
- 10 Les défaillances vont dépasser leur niveau d'avant-Covid
- 11 Têtes d'affiche

12 BUSINESS&STRATÉGIE

Résistex investit sur la valeur de ses salariés

- 16 L'Atelier du savon grandit en France et à l'export
- 17 Le réchauffement climatique dope les Serres Richel
- 18 Le groupe Audemard décarbone peu à peu ses carrières et son béton
- 19 Le cabinet de recrutement Skill se diversifie
- 20 Bellatrix envisage de relocaliser la production de vélos
- 21 Le manager digital Soundbirth accélère
- 22 Avec le rachat d'Interimages, Oxy se positionne en région parisienne
- 23 Creamania s'étend dans les Alpes-Maritimes

21 L'ENTREPRISE ENGAGÉE

- 24 Raedificare pousse au réemploi des déchets du bâtiment

25 START-UP&INNOVATION

- 25 Startmining mutualise le minage de cryptomonnaie
- 26 Solar Cloth se développe sur tous les fronts avec ses tissus photovoltaïques
- 27 Chargepoly veut déployer à l'export ses stations de charge de véhicules

28 ÉCOSYSTÈMES&TERRITOIRES

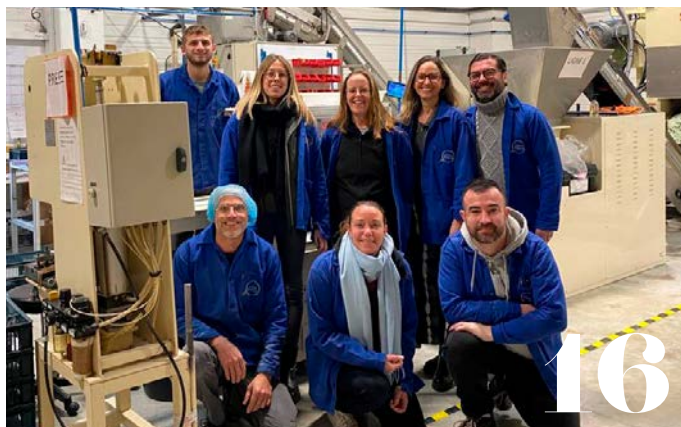
- 28 Philippe Stéfani, directeur général de Provence Promotion : « Adapter la prospection aux enjeux de la réindustrialisation »
- 29 12,12 millions de passagers pour l'aéroport Nice Côte d'Azur en 2022

30 L'ENQUÊTE

Les start-up face aux défis de la réindustrialisation

31 VU D'AILLEURS

- 34 Le Best of de l'innovation



I SOLUTIONS&CONSEILS

GESTION

I Budget 2023 : 7 mesures à retenir pour les entreprises

III Fusion-acquisition : un marché en retrait mais des opportunités à saisir

RESSOURCES HUMAINES

IV L'abandon de poste peut s'apparenter à une démission

V La VAE devient plus accessible

FINANCEMENT

VI Tarif d'électricité unique pour les TPE, nouvelles aides pour les PME

JURIDIQUE

VIII Taxe carbone : l'Europe se convertit au protectionnisme vert



© SÉBASTIEN RABANY

IX GRAND ANGLE

La Bourse dans l'œil du cyclone

XIV LE GRAND TÉMOIN

Alain Di Crescenzo, président de CCI France

« La clé du business, c'est le moral »



© JULIEN GAZEAU



© CYRIL RAINEAU



LE JOURNAL DES ENTREPRISES, C'EST :

14 ÉDITIONS, 20 RÉDACTIONS, 35 JOURNALISTES ÉCONOMIQUES,
POUR UN DÉCRYPTAGE DE L'ÉCONOMIE LOCALE, **VRAIMENT LOCALE.**

Bénéficiez de nombreux avantages



Votre magazine livré **chaque mois** dans votre boîte aux lettres. Vous y trouverez **nos rubriques** Solutions, Grand Angle, Nominations, Success Stories, Innovations, Stratégie, etc ...



Accédez à la **liseuse en ligne** depuis votre compte sur notre site web.
Rubrique « mes magazines ».



Tous les matins, dès 7 heures, recevez votre newsletter pour un résumé de l'information économique de votre région.



Accédez au Journal des Entreprises depuis n'importe quel support. Ordinateur, tablette, smartphone, le Journal des Entreprises **vous accompagne partout**, sur tous vos déplacements.

POUR VOUS ABONNER 3 SOLUTIONS :

Par téléphone :

0810 500 301

(0.06 € par minute + prix d'un appel)

du lundi au vendredi de 9 heures à 18 heures

Par mail :

abonnement@lejournaldesentreprises.com

Via notre site internet :





© CIRCET

VAR TÉLÉCOMS

Le groupe Circet reprend la coopérative Scopelec et acquiert la société britannique Qube

Le groupe varois Circet (3 800 collaborateurs en France, CA 2021 : 1,264 Md€), premier fournisseur de services d'infrastructures télécoms en Europe et détenu par le fonds d'investissement britannique ICG, a bouclé deux acquisitions fin 2022. Son offre de reprise de l'entreprise tarnaise Scopelec (CA 2021 : 475 M€), premier groupe coopératif français et sous-traitant d'Orange pour les réseaux de fibre optique, a été retenue par le tribunal de commerce de Lyon. 1 049 des 2 300 salariés Scopelec seront conservés. Dans le détail, Circet reprend «la totalité de l'activité de Scopelec, hors La Réunion-Mayotte, Usages et Services, Sud-Est, pour Gobé et Scopelec Énergies Services», indique le tribunal de commerce de Lyon. Quelques jours plus tard, Circet annonçait le rachat de Qube, spécialiste de la maintenance de réseaux de télécommunications à domicile au Royaume-Uni. Cette opération a donné naissance à un géant des télécoms au service du raccordement des particuliers et des professionnels au Royaume-Uni.



© THALES ALENIA SPACE

CANNES SPATIAL

Thales Alenia Space reste leader mondial du marché des satellites de télécommunications

Thales Alenia Space (CA 2021 : 2,150 Md€, 8 000 collaborateurs dans 10 pays), basé à Cannes, reste leader mondial des satellites géostationnaires, ayant remporté 6 satellites sur les 10 attribués en 2022 sur le marché ouvert au niveau mondial. La société franco-italienne signe globalement «une année riche en succès» puisqu'elle est au cœur des missions habitées d'exploration lunaires (Orion et la Lunar Gateway) et des deux missions pionnières à très basse orbite terrestre (REV1, première usine flottante de l'espace) et est impliquée dans 12 lancements clés dont ceux de 3 satellites pour l'observation et la protection de la planète.

MARSEILLE AUTOMOBILE

Le groupe Fatec certifié Great place to work

Le groupe marseillais Fatec (170 salariés ; - CA 2021 : 100 millions d'euros), gestionnaire indépendant de flottes automobiles, vient d'être certifié Great Place to Work. Une certification, qui reconnaît la qualité de l'environnement de travail, délivrée à l'issue d'une étude réalisée auprès des salariés. Dans le cas de Fatec, 86 % des salariés ont participé. Le groupe a notamment modernisé son site, inauguré fin 2021, et a mis en place des actions clés telles que l'actionnariat pour les salariés, ou encore des solutions de mobilité alternatives.

NICE SANTÉ

Le niçois Frafito acquiert la bretonne AVF Biomédical

Leader de la distribution B to B de dispositifs de diagnostic médical, Frafito (18 collaborateurs, CA 2021 : 13 M€) a fait l'acquisition de la société rennaise AVF Biomédical (22 collaborateurs, CA : 12 M€), spécialiste de la distribution de matériel médical et biomédical pour les hôpitaux et établissements de soins. Cette opération permet à l'entreprise azurienne créée en 1986 de doubler de taille. Au printemps 2022, Frafito a engagé une nouvelle phase de son histoire avec l'entrée de iXO Private Equity à son capital afin d'accompagner son développement via un plan de croissance externe.

AJACCIO MARITIME

Corsica Linea inaugure son premier navire propulsé au GNL

La compagnie maritime Corsica Linea (CA : 320 millions d'euros ; 1 400 collaborateurs en été), créée en 2016 par un consortium d'entrepreneurs corses sur les restes de la SNCM vendue en novembre 2015, qui assure les liaisons maritimes entre la Corse et le Continent, a inauguré début janvier son premier navire propulsé au gaz naturel liquéfié (GNL), carburant vert qui ne rejette ni souffre, ni particules fines. Baptisé A Galeotta, ce premier navire neuf de la flotte de la compagnie a été construit en Italie dans les chantiers Visentini. Corsica Linea avait déjà acheté deux navires d'occasion, le Vizzavona et l'A Nepita, respectivement en 2018 et 2020. À Galeotta, de 206 mètres de long, peut accueillir 930 passagers et emporter 170 remorques et 150 voitures par traversée. Avec ce nouveau navire, le neuvième de la flotte de Corsica Linea, la compagnie poursuit sa transition énergétique dans laquelle elle a investi près de 180 millions d'euros depuis 2019, dont 150 millions d'euros pour la construction du A Galeotta.

MARSEILLE SANTÉ

La medtech Volta Medical lève 36 millions d'euros

La medtech marseillaise Volta Medical, qui utilise l'intelligence artificielle pour guider les cardiologues rythmologues dans le traitement des arythmies cardiaques, a levé 36 millions d'euros en série B. Au total, la start-up a levé plus de 70 millions d'euros depuis sa création par trois médecins et un data scientist (Julien Seitz, Clément Bars, Jérôme Kalifa et Théophile Mohr Durdez, NDLR) en 2016. Cette dernière opération doit lui permettre de déployer son logiciel d'IA pour l'ablation cardiaque. Le tour de table a été mené par le groupe américain Vensana Capital, avec un co-investissement de Lightstone Ventures et de l'investisseur existant Gilde Healthcare. Le financement permettra d'accélérer le développement de nouveaux produits, de soutenir des études cliniques supplémentaires, de préparer la commercialisation à grande échelle aux États-Unis et d'obtenir d'autres approbations réglementaires. La medtech a par ailleurs annoncé la nomination de John Slump, entrepreneur à succès dans le domaine des dispositifs médicaux, en tant que directeur financier.

CARROS SANTÉ

Virbac accélère sur la R & D et les investissements

Virbac (5 100 collaborateurs dans le monde, CA 2021 : 1,064 Md€), laboratoire de santé animale basé à Carros, a annoncé vouloir accélérer en 2023 sur la R & D et les investissements, portant la première à 8,5 % de son chiffre d'affaires et les seconds à près de 100 millions d'euros. «Cela comprendra d'éventuels investissements fonciers ponctuels de 20 à 25 millions d'euros qui nous permettront d'étendre notre empreinte en France afin de préparer le développement de nos opérations pour les prochaines décennies», a expliqué le groupe.

MARSEILLE INDUSTRIE

Le groupe chinois Quechen suspend son projet d'usine à Fos-sur-Mer

C'est un projet d'investissement à plus de 100 millions d'euros qui vient d'être suspendu, un projet d'usine de silice à haute dispersion destinée à la fabrication de pneus verts. Le porteur de ce projet, le groupe chinois Quechen a indiqué vouloir suspendre son implantation sur les terrains du port de Marseille-Fos «en raison de l'actualité géopolitique européenne». Cette implantation était attendue depuis plusieurs années, le groupe ayant signé une lettre d'intention, puis une promesse de bail en 2019.

NICE SERVICES

La niçoise Gangz est placée en liquidation judiciaire

Créée à Nice en 2016, l'agence digitale de mannequins, comédiens et hôtesse Gangz (18 collaborateurs en 2021, CA : NC) a été placée en liquidation judiciaire par le tribunal de Nice le 11 janvier dernier, malgré «une accélération fulgurante en 2021, avec un développement dans plus de onze pays en 18 mois, et une croissance de plus de 500 %». Ses deux fondatrices, Anne Davené et Marie Michaud, ont expliqué sur LinkedIn: «notre ascension n'a pas pu être accompagnée d'un tour de table qui aurait permis de poursuivre cette croissance». Après avoir levé 1 million d'euros en 2019, un nouvelle levée de fonds était en effet prévue en 2022.



© DR

BOUCHES-DU-RHÔNE SANTÉ

Biotech Dental s'associe à l'américain Henry Schein

Le groupe salonnais Biotech Dental (CA : 110 millions d'euros, 800 salariés), créé en 1987 par Philippe Véran, par le biais d'Upperside Capital Partners, son actionnaire majoritaire, holding des familles Veran et Thevenet, a signé un accord de participations croisées avec le groupe américain Henry Schein (CA : 12,4 milliards de dollars ; 22 000 collaborateurs).

Ce partenariat va permettre à Biotech Dental de poursuivre l'accélération de sa croissance en France et à l'international et surtout d'introduire ses aligneurs invisibles «Smilers» au sein du plus grand réseau dentaire mondial. Henry Schein est en effet présent directement ou indirectement auprès de plus d'un million de dentistes dans le monde. De son côté, le groupe américain va bénéficier des capacités du nouveau site de production de 3500 m², ultramoderne et éco-responsable récemment construit à Salon de Provence par Biotech Dental.

MARSEILLE INDUSTRIE

L'entreprise Woodland Garden lève 1 million d'euros

Woodland Garden (5 personnes) vient de lever un million d'euros auprès des réseaux Provence Angels et Melies Business Angels, de partenaires bancaires, de Région sud investissement et d'investisseurs, pour déployer son distributeur écoresponsable de vrac alimentaire. Son système, en bois et breveté, est déjà déployé dans des magasins bio spécialisés et grandes surfaces. Cette opération va permettre de finaliser l'outil industriel dans son usine de Beaucaire, de financer le stock et de recruter.

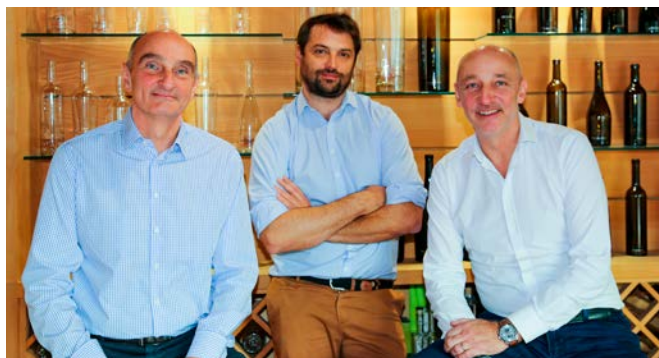


© MYCOPHYTO

ALPES-MARITIMES **AGRICULTURE**

L'agritech Mycophyto lève 4,15 millions d'euros

Tout juste installée dans ses nouveaux locaux de l'hôtel d'entreprises Grasse Biotech, Mycophyto (19 collaborateurs) a bouclé une nouvelle levée de fonds de 4,15 millions d'euros auprès de ses investisseurs historiques (Région Sud Investissement, Créazur, Olbia Invest, Penfret, l'Académicien Erik Orsenna et le président de France Invest, Dominique Gaillard) rejoints par les caisses régionales Nouvelle-Aquitaine et Charente-Périgord du Crédit Agricole, Paris Business Angels et des entrepreneurs investisseurs. Spin-off de l'Inrae et d'Université Côte d'Azur, créée en 2017 par Justine Lipuma, Mycophyto développe des solutions biologiques naturelles pour revitaliser les sols et booster le développement des plantes, remplaçant ainsi les engrais chimiques. Ses clients sont des viticulteurs, des producteurs, des industriels de la cosmétique ou de l'alimentaire ou des collectivités locales. Elle prépare l'industrialisation de masse de ses champignons pour laquelle elle vise une levée en 2024, de l'ordre de 10 à 15 millions d'euros.



© DR

VAR **SERVICES**

Concept Emballage rejoint le groupe SC Pack

La société brignolaise Concept emballage, spécialiste de l'emballage des vins, rejoint le groupe SC Pack (CA : 230 M€, 330 collaborateurs), acteur de poids sur le marché de la distribution d'emballages et la production d'articles de conditionnement et de flacons en PEhd et PET. Fondé en 2003, Concept Emballage (CA : 47M€, 45 salariés) a développé une expertise et un réseau de partenaires industriels adaptés aux attentes de la filière viticole. SC Pack réalise, avec Concept Emballage, sa troisième acquisition depuis 2020 et satisfait son ambition de renouer avec ses origines, le verre, et de se déployer dans l'univers du vin et des spiritueux.

VAR **NAVAL**

Le chantier varois Robin Marine rejoint Aris

Le chantier naval Robin Marine, installé à La Seyne-sur-Mer, dirigé depuis dix ans par Xavier et Claire De Gaulejac, rejoint Aris, filiale du groupe Arcad. Cette opération permettra à Robin Marine, spécialiste de l'aménagement et de la réparation de bateaux (6 personnes, CA : 1,60 M€) de bénéficier de toute l'expérience d'un industriel pour répondre à de grands donneurs d'ordre. L'entreprise Aris (Le Havre, 550 personnes), dirigée par Patrice Piccon, est une société de prestation de services en isolation industrielle, présente dans les secteurs de l'énergie et du maritime.

MARSEILLE **ASSURANCE**

+ Simple boucle trois acquisitions en Europe

L'assurtech marseillaise + Simple, courtier spécialiste des petites entreprises, qui a levé 90 millions d'euros en début d'année 2022, a bouclé trois acquisitions : InnovAction en Italie, spécialiste de l'assurance pour les poids lourds, Alt Partners en Autriche, qui assure les services aux entreprises et la société allemande MG Denzer, qui assure intermédiaires et hôtels-restaurants. Fin 2022, + Simple revendique un réseau de 5 000 courtiers et plus de 100 000 clients, et prévoit de réaliser 35 millions d'euros de chiffre d'affaires, en hausse de 75 % par rapport à 2021.

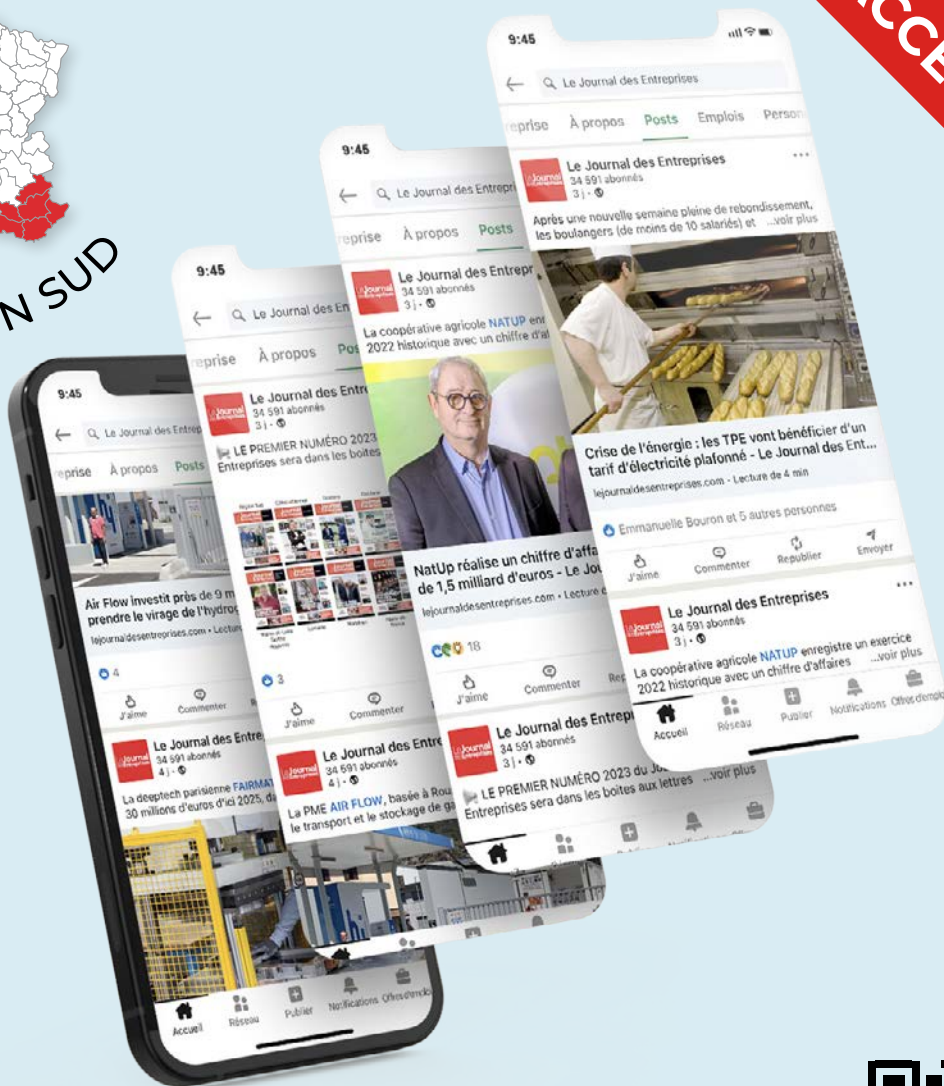
MARSEILLE **TÉLÉCOMS**

Jaguar Network devient Free Pro et se tourne vers les PME/TPE

Vendue en 2019 au groupe Iliad, l'entreprise marseillaise Jaguar Network (CA : 100 millions d'euros en 2021), créée en 2001 par Kevin Polizzi, a changé de nom fin 2022. Elle est devenue Free Pro, s'affirmant comme la filiale B to B du groupe Iliad, proposant des offres pour les petites entreprises. «Jaguar Network a lancé fin mars 2021 l'offre Free Pro, pour le marché des PME et des TPE», rappelle Denis Planat, qui dirige l'entreprise installée depuis début 2023 dans de nouveaux locaux de 7 300 m², au cœur de Smartseille. L'entreprise a recruté près de 200 salariés et compte aujourd'hui 350 personnes à Marseille et 500 autres salariés dans le reste de l'Hexagone. «En 18 mois, nous avons convaincu 30 000 entreprises de nous rejoindre et nous avons multiplié par deux le chiffre d'affaires, en croissance grâce à notre nouvelle offre, mais également au travers de l'activité historique de Jaguar Network», poursuit le dirigeant. À l'heure actuelle, le chiffre d'affaires de l'entreprise est réalisé à 80 % auprès de grands comptes, clients historiques de l'entreprise, et à 20 % auprès de PME et de TPE.



RÉGION SUD



ACCÈS GRATUIT

LinkedIn



**POUR RESTER CONNECTÉ À L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE
DES ENTREPRISES ET ACTEURS DE LA RÉGION SUD**

Abonnez-vous maintenant

à notre page LinkedIn **Région Sud**

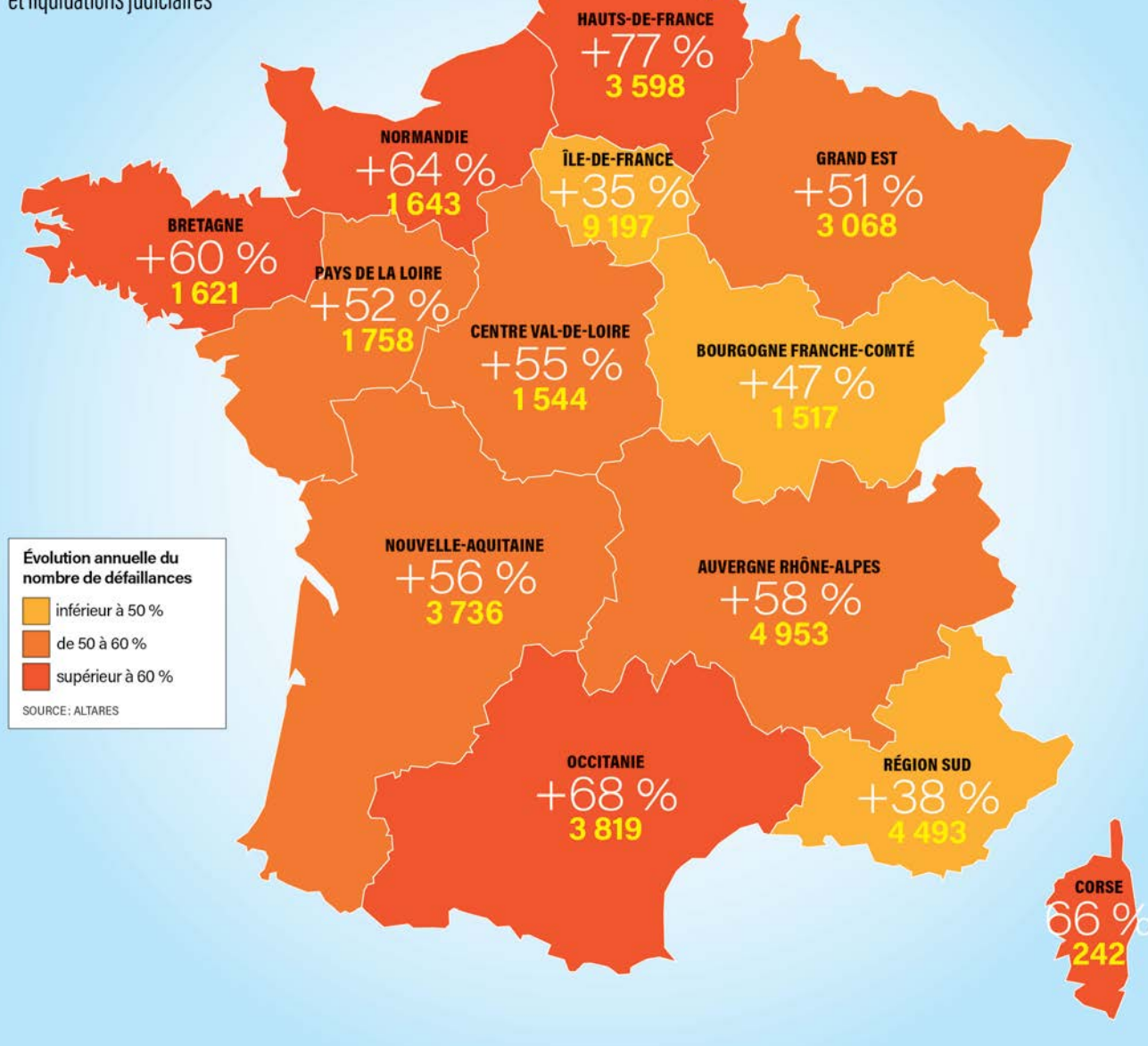
Nominations, mouvements ■ Opportunités business
Veille concurrentielle ■ Levées de fond ■ Acquisition ■ Fusion ...



**Le Journal
des Entreprises**

FORTE HAUSSE DES DÉFAILLANCES D'ENTREPRISE EN 2022

Évolution annuelle des sauvegardes, redressements et liquidations judiciaires



CONJONCTURE

LES DÉFAILLANCES VONT DÉPASSER LEUR NIVEAU D'AVANT-COVID

La parenthèse enchantée du Covid-19, en matière de sinistralité des entreprises, est bel et bien en train de se refermer. En 2022, les défaillances ont explosé de près de 50 % sur un an, d'après Altares, pour atteindre un total de 42 514 dossiers ouverts. Un boom volontiers qualifié d'historique, car «jamais observé auparavant». Il est à nuancer quand même : en 2021, le nombre de procédures collectives était resté anor-

malement faible, sous l'effet des aides publiques massives du «quoi qu'il en coûte». Comparé à 2019, les sauvegardes, redressements et liquidations judiciaires restent ainsi en net retrait (-18%). Mais le rebond est tel que 2023 pourrait ainsi dépasser les niveaux d'avant-crise sanitaire, avec plus de 55 000 défaillances attendues (comme en 2017). Altares s'inquiète, en particulier, pour les petites PME (10 à 99 salariés) et les jeunes entre-

prises, «en situation de vulnérabilité extrême». Les premières ont ainsi connu une envolée de leur sinistralité de 78 % sur un an (soit plus de 3 200 structures touchées). Dans le détail, les activités B to C, l'industrie (+68 %) et le commerce (+56 %) sont sur une mauvaise pente, là où la construction (+34 %), les services aux entreprises (+32 %) et l'hébergement (+23 %) résistent mieux.

VINCENT MONZIOLS EST LE NOUVEAU PRÉSIDENT DU GROUPE TOURNAIRE

Vincent Monziols, 49 ans, est le nouveau président de Tournaire Groupe Holding et directeur général de Tournaire SAS (CA 2021 : 90 M€, 330 salariés), spécialiste des emballages industriels né à Grasse il y a 190 ans. Après 43 ans passés au sein de l'entreprise qui porte son nom et à l'aube de ses 70 ans, Luc Tournaire part à la retraite. « La famille est devenue minoritaire en 2022 de Motion Equity Partner (acteur indépendant du capital-investissement qui a pris la majorité du capital, NDLR) et avec une feuille de route ambitieuse. Cela ne peut se réaliser qu'avec des hommes ambitieux, pas des hommes en fin de carrière, cela va de soi », sourit Luc Tournaire. Diplômé de



© OLIVIA OREGGIA

l'École Polytechnique et d'AgroParisTech, Vincent Monziols a réalisé l'essentiel de son parcours dans l'industrie, chez Saint-Gobain. « Mon métier, c'est de diriger des entreprises, des hommes et des femmes. Je n'aime pas les fonctions holding, *corporate*, explique-t-il. La feuille de route est simple : crois-

sance, croissance, croissance. Tournaire a énormément de ressources. L'objectif de Motion Equity Partners est de lui apporter plus de moyens pour déployer tout son potentiel, augmenter les capacités, assurer l'extension géographique, soit par croissance externe, soit en montant des usines dans certains pays, et dans les cinq ans, être bien établi sur tous les continents. » Luc Tournaire sera présent les six prochains mois pour accompagner cette transition. Il restera ensuite membre du conseil de surveillance dont la présidence est désormais assurée par Olivier Caix, président et fondateur de Caelestys, structure d'investissement spécialisée dans la santé, l'alimentation et le bien-être.

Ils font l'actualité



© CIRCEP

ANAÏDE DER AGOBIAN est nommée directrice Environnement social gouvernance, marque et communication du groupe d'infrastructures Circet.



© D.R.

DIDIER BERTRAND, responsable de l'agence marseillaise Le Marquis, vient d'être élu à la présidence de la Fnaim Région Sud (1 700 membres). Il succède à Guy Farjon.



© DR

ALICE GUILHON, directrice générale de Skema Business School, est présidente du Conseil de Développement Nice Côte d'Azur.



© OKTOGONE

RÉGIS MICHELI a quitté Oktogone, qu'il a fondé il y a 20 ans, et se consacre à son activité d'investisseur privé dans sa nouvelle société June Capital.



© D.R.

Aurélie Cousi à la direction d'Euroméditerranée

Aurélie Cousi a pris, début janvier, ses fonctions comme directrice générale de l'Établissement Public d'Aménagement Euroméditerranée, à Marseille. Polytechnicienne, nommée à ce poste depuis septembre dernier, elle était depuis plus de deux ans directrice adjointe des Patrimoines et de l'Architecture au ministère de la Culture. Elle remplace Marie-Luce Bousseton qui assurait l'intérim depuis le départ d'Hugues Parent à la retraite, après cinq années passées à la tête d'Euroméditerranée.



© NOE GABRIEL

Audrey Goutille, directrice générale d'Alinea

Audrey Goutille a été nommée directrice générale de l'enseigne d'ameublement Alinea (CA : 189 M€ ; 837 personnes). Elle succède à Alexis Mulliez, qui conserve sa fonction de président et devient également président du conseil de surveillance. Après cinq années de transformation qui ont permis à l'enseigne de renouer avec la croissance, Audrey Goutille mettra son expérience à profit pour accélérer le développement d'Alinea et améliorer son efficacité opérationnelle.

Ils bougent

Christophe Colineaux est le nouveau président de Réseau Entreprendre Côte d'Azur. Ancien lauréat de la promotion 2015 avec son projet de reprise de la société Fendress, dont il est président, Christophe Colineaux succède à Alain Grandjean.

Isabelle Galy est la nouvelle directrice de la Maison de l'Intelligence Artificielle. Elle est par ailleurs vice-présidente du Cluster IA.

Pierre-Alain Lasserre devient chargé de développement secteur public chez l'éditeur marseillais Ého.Link, spécialiste de la cybersécurité pour les TPE, PME et collectivités locales. Ce recrutement s'inscrit dans le prolongement de la stratégie de croissance de l'éditeur qui souhaite renforcer ses parts de marché auprès des acteurs de la sphère publique.

Nice INDUSTRIE

Bernard Alfandari dirige la société familiale Résistex, créée en 1937.



© OLIVIA OREGGIA

RÉSISTEX

INVESTIT SUR LA VALEUR

DE SES SALARIÉS



Rentabilité, croissance, recrutement... tout sourit à Résistex. Spécialiste de l'éclairage, l'entreprise familiale azurienne est non seulement portée par une impérative sobriété énergétique mais aussi par la vision globale de son dirigeant basée essentiellement sur la RSE, la responsabilité sociétale des entreprises.

L'année 2023 sera encore une belle année pour Résistex. Et même une année «assez exceptionnelle» selon son dirigeant, Bernard Alfandari. Située à Saint-André-de-la-Roche à l'est de Nice, l'entreprise familiale conçoit, fabrique et distribue des dispositifs d'éclairage innovants destinés aux bâtiments tertiaires et résidentiels. Elle a enregistré une croissance de 13% en 2022, clôturant l'année à 19 millions d'euros de chiffre d'affaires, et passant de 50 à 60 collaborateurs en un an. Elle peut même se targuer d'avoir reçu l'été dernier la note maximale dans la cotation de la Banque de France (qui mesure la «capacité de l'entreprise à honorer ses engagements financiers à trois ans»), soit 1 +. «Rentabilité, croissance... il n'y a jamais eu un tel alignement des planètes. Tout le monde veut de la led, tout le monde veut rénover les bâtiments!» Au-delà de la sobriété énergétique, la réglementation européenne nourrit elle aussi l'activité des acteurs de l'éclairage puisqu'elle interdit dès ce mois de février 2023, la mise sur le marché des lampes et tubes fluorescents et oblige à remplacer progressivement ceux en fin de vie. Cela représente des centaines de millions de points lumineux en France.

UN SIÈGE SOCIAL PLUS GRAND ET RÉNOVÉ

Résistex s'apprête par ailleurs à investir pas loin de 10 millions d'euros pour rénover et agrandir son siège, passant à l'horizon 2024, de 5 000 à 7 500 m². Un projet mûri depuis des années et renforcé par la crise sanitaire de 2020. «Pour pallier les difficultés d'approvisionnement et de délais, nous avons décidé d'investir le PGE, près de 4 millions d'euros, dans la constitution de stocks de sécurité afin de maintenir la qualité de service au client. Mais nous n'avons pas d'espace pour les stocker...»

Dans un peu plus d'un an, l'entreprise bénéficiera donc de plus grands volumes de stockage, ainsi que de bureaux et d'ateliers, mais pas seulement. Plus qu'une entreprise, Bernard Alfandari a imaginé un «forum, au sens romain du terme». Le dirigeant voit un tiers lieu où sera dispensée de la formation, qui abritera une pépinière autour de l'énergie et de l'éclairage, un espace pour les artistes régulièrement accueillis en résidence chez Résistex, ou encore une conciergerie, «pour qu'en venant travailler, on vienne régler ses problèmes. Avec pourquoi pas une mini-crèche, des légumes frais livrés par des producteurs du coin, son linge sale apporté au pressing, sa salle de gym... Je souhaite qu'au lieu d'opposer vie professionnelle et vie familiale, l'entreprise soit une réponse d'épanouissement pour le salarié et, au-delà, pour le territoire. L'entreprise industrielle n'est pas sale, polluante ou bunkérisée. Je veux que les salariés soient heureux de venir travailler. Je veux prendre mon entreprise comme un exemple pour faire de l'utopie une réalité et je pense être sur la voie, vu le sourire de mes collaborateurs tous les jours.»

ENTREPRISE À MISSION

Bien au-delà de l'aménagement des locaux, cette vision globale guide le dirigeant depuis de longues années. Ses convictions sont inscrites dans la stratégie de l'entreprise. Chantre de la RSE, ambassadeur Global Compact France (pour poursuivre et promouvoir les objectifs de développement durable de l'ONU), Bernard Alfandari a fait de Résistex l'une des premières entreprises à mission en 2020, ayant intégré sa raison d'être dans ses statuts dès 2018 : «Fournir au plus grand nombre un éclairage de qualité énergétiquement efficace». La sobriété énergétique donc, bien avant que cela devienne une nécessité économique telle qu'elle l'est aujourd'hui pour chacun. «Notre objectif est de faire baisser les émissions de CO₂ mais aussi de faire en sorte que l'énergie contribue à alléger les factures des utilisateurs. Nous avons des bailleurs sociaux parmi nos clients. Les occupants des bâtiments sont souvent en précarité énergétique. La lumière y a un rôle sociétal, lié à la santé, à la dignité. Nous ne vendons pas des produits mais ce pour quoi ils ont été conçus, de l'usage, nous sommes en plein dans l'économie de la fonctionnalité. Si j'arrive à



© OLIVIA OREGGIA

« Je souhaite qu'au lieu d'opposer vie professionnelle et familiale, l'entreprise soit une réponse d'épanouissement pour le salarié. »

Bernard Alfandari, président de Résistex

embarquer mes collaborateurs dans ces réflexions-là, c'est gagné.»

LUTTER CONTRE LA ROUTINE

Et c'est ce qui explique, selon le dirigeant, que son entreprise ne peine pas, ou si peu, à recruter, contrairement à tant d'autres aujourd'hui. «Tout cela nous rend plus attractifs car les jeunes sont en recherche de sens. La RSE est la progression des relations avec les parties prenantes. Et la partie prenante prioritaire, avant les clients, ce sont les salariés. Ils constituent la richesse immatérielle de l'entreprise. Ce qui fait la vraie valeur économique de l'entreprise, c'est l'engagement des collaborateurs. Comment l'obtenir ? En plus de la confiance, de la sincérité, de la considération, la valeur suprême c'est le changement, car ce qui démobilitise, c'est la routine.» Alors pour éviter que ses collaborateurs ne se mettent sur pilote automatique, Bernard Alfandari s'emploie à les sortir de leur zone de confort, à les déstabiliser. «Il faut démolir en permanence. La question est : comment faire autrement ce qui va bien ?» Cela passe par exemple par des mobilités professionnelles, des changements de métier à l'intérieur de l'en-

treprise, soutenus par de la formation et du coaching individuel. Cela passe encore, dans un autre genre, par l'art. «Il y a eu beaucoup de réactions quand les premiers artistes d'art contemporain sont venus en résidence dans l'entreprise. Les salariés n'ont pas immédiatement compris. Et maintenant, ils se battent pour faire partie du jury de sélection des artistes en résidence.»

RÉPARER ET RECYCLER

Cette singularité, cultivée et assumée, porte ses fruits. Résistex peut ainsi se permettre d'afficher des objectifs non pas quantitatifs mais qualitatifs. «Nous ne voulons pas faire plus, mais mieux, et si possible avec moins.» Et cela ouvre un nouveau chapitre dans les perspectives de développement de la PME née il y a 86 ans. Celle-ci se positionne en effet comme un acteur de l'économie circulaire et pionnière de l'éclairage réalisé à partir de récupération de luminaires en fin de vie. «L'idée est d'arriver à vendre des produits qui ne soient pas issus d'une exploitation des ressources naturelles mais de la transformation, de la réparation ou de la requalification de produits existants.» Pour que récupérer des produits aux quatre coins de France afin de les réparer puisse être rentable, la stratégie vise à s'associer avec des acteurs de l'ESS, l'économie sociale et solidaire. Si le chantier n'en est encore qu'à ses balbutiements, Résistex avance ses pions, travaille avec la Cress PACA, la Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire, a lancé un partenariat avec la Fondation de Nice pour trouver une organisation, localement, pour réparer et recycler. Elle construit également un site internet pour proposer à ses clients des pièces détachées et des réparations. De tout petits pas pour démarrer sur ce chemin. Utopique peut-être, mais Résistex veut être, d'ici 2030, le premier fabricant français de luminaires recyclés.

FICHE ENTREPRISE

19 millions d'euros

de chiffre d'affaires en 2022, soit une croissance de 13 % sur l'année par rapport à 2021.

60 collaborateurs

En plus des 60 salariés, 10 personnes ont été recrutées sur l'année 2022.

Près de 10 millions d'euros

C'est la somme qui a été investie dans l'agrandissement et la modernisation du siège social situé à Saint-André-de-la-Roche près de Nice, pour passer de 5 000 à 7 500 m².



© OLIVIA OREGGIA

Résistex est passé de 50 salariés en 2021 à 60 en 2022.

Olivia Oreggia



À QUOI SERT LE GLOBAL COMPACT DES NATIONS UNIES POUR UNE ENTREPRISE ?

Elles sont plus de 15 000 entreprises dans le monde, plus de 1 800 en France. Comme L'Oréal, Fnac Darty, Safran, CMA CGM ou la SNCF, Résistex est adhérente au Global Compact des Nations Unies (le Pacte Mondial en français) créé en 2000 à l'initiative de Kofi Annan, alors secrétaire général de l'ONU. Toutes sont engagées sur les 10 principes relatifs aux droits humains, aux normes internationales du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption, et les 17 ODD, Objectifs de développement durable incluant le bien-être et la santé, l'égalité entre les sexes ou encore une énergie propre. « Il s'agit de la



Réunion du Cercle Azuréen Global Impact dans les locaux de Malongo à Carros.

première et incontestable-ment de la plus importante initiative en matière de développement durable, pour les entreprises », assure Bernard Alfandari, ambassa-

teur et président du Comité des territoires du Global Impact France. Un énième « machin » RSE ou développement durable ? « Il n'y a rien à gagner, aucun label, aucune note. L'entreprise n'a aucun intérêt à se vanter de choses exceptionnelles. Elle ne rend des comptes qu'à elle-même. La démarche est totalement volontaire c'est-à-dire que l'on choisit où mettre la barre. On peut partir de très loin, ce qui compte, c'est le progrès. On s'engage à s'améliorer. Chaque année, nous avons ainsi un état des lieux sur l'entreprise, une »Communication sur le progrès« ». Cet engagement crée par ailleurs une émulation territoriale. Ainsi est

né en 2019 le Cercle azuréen du Pacte Mondial, le deuxième du genre en France, qui se réunit trois à quatre fois par an autour de sujets comme la décarbonation ou les achats responsables « Nous partageons des valeurs, des codes de conduite. Nous pouvons échanger sur nos bonnes pratiques, sur les difficultés que nous rencontrons. » Une trentaine d'entreprises maralpines composent ce Cercle, parmi lesquelles les fleurons du territoire comme Mane, Malongo ou GSF, Schneider Electric ou Thales Alenia Space. Tout type d'entreprise peut intégrer le groupe dès lors qu'elle ou sa maison mère est adhérente au Global Compact.

SOYEZ VISIBLE

COMMUNIQUEZ DANS NOTRE MAGAZINE

Développez votre image et
votre notoriété en communiquant dans
Le Journal des Entreprises



Soyez présent sur tous nos supports
de communication print et digital

**MENSUEL,
HEBDOMADAIRE ET
QUOTIDIEN**

Contactez votre
directrice de clientèle :

Laurence ACEDO
06 69 49 73 13

l.acedo
@lejournaldesentreprises.com

**Le Journal
des Entreprises**



Karine et Frédéric Brunel-Acquaviva ont repris l'Atelier du Savon fin 2021.

cer à l'international : la naturalité, un savoir-faire artisanal, la proximité de nos producteurs de matières premières, notamment à Grasse, temple de la parfumerie. Nous avons un levier de croissance très important à l'export», précise l'entrepreneur. Pour briller au-delà des frontières, l'entreprise de Seillans s'affiche depuis un an sur les salons professionnels ou les salons dédiés à l'art de vivre et a mis en place des missions de prospection, dont une première en Scandinavie. Le couple dirigeant s'appuie aussi sur son réseau professionnel et a ainsi commencé à travailler avec des pays d'Europe du Nord et du Moyen-Orient, les États-Unis ou encore le Canada.

ÊTRE FORT EN FRANCE

«Mais avant d'attaquer ces marchés, nous devons être forts sur notre marché de référence», souligne Frédéric Brunel-Acquaviva. Les deux marques de l'atelier varois, Maître Savonitto, à la fois artisanale et moderne, et Aïa d'Aïa, une marque de savon de parfumeur, sont déjà présentes dans 1 000 points de vente, dont la moitié en France : enseignes spécialisées en produits naturels, parfumeries, concept stores, boutiques de souvenirs, grands magasins comme Printemps et bientôt les Galeries Lafayette. «Tous ces distributeurs sont principalement implantés en région Paca et nous gagnerons petit à petit de nouvelles régions françaises, dès 2023», précise le dirigeant. Sur ce marché hexagonal de la cosmétique, l'Atelier du savon a également choisi d'intensifier le travail à façon (50 % du chiffre d'affaires), avec de belles références engrangées dans les univers du prêt-à-porter et de la parfumerie. «Nous avons même séduit une star de la télévision, qui a créé sa propre marque cosmétique et commençons à avoir une petite notoriété en tant que sous-traitant.»

Hélène Lascols

L'ATELIER DU SAVON GRANDIT EN FRANCE ET À L'EXPORT

Un peu plus d'un an après la reprise de l'Atelier du savon à Seillans dans le Haut Var, les dirigeants, Karine et Frédéric Brunel-Acquaviva, ont entamé la transformation de l'entreprise. Investissements et recrutements doivent propulser les deux marques de l'entreprise varoise sur les scènes française et internationale.

Un an après avoir changé de mains, l'Atelier du savon, fondé en 2007 et implanté à Seillans dans le Haut Var, s'est transformé. Les nouveaux dirigeants, Frédéric et Karine Brunel-Acquaviva ont investi plus de 100 000 euros dans l'outil de production, ils ont créé une nouvelle marque Aïa d'Aïa (d'ici et d'ailleurs), et clarifié les gammes «Maître Savonitto». Ils ont aussi bâti une politique RSE, investi dans les compétences, doublé les effectifs (10 personnes aujourd'hui) et dépassé le million d'euros de chiffre d'affaires en 2022. Ils prévoient de tripler ce chiffre d'ici trois à cinq ans et de poursuivre les investissements : une enveloppe de 150 000 euros est déjà prévue pour l'année 2023, puis un projet plus grand pour-

rait être lancé avec la construction d'un nouveau bâtiment.

UN LEVIER À L'INTERNATIONAL

«Notre ambition est de faire de cette pépite une entreprise du patrimoine vivant, ancrée sur son territoire, de pérenniser son existence pour qu'elle se transmette, demain, de génération en génération», confie Frédéric Brunel-Acquaviva. La croissance de l'Atelier du savon repose sur deux jambes, l'une en France, l'autre à l'international, avec un objectif d'équilibrer ces deux parts dans le chiffre d'affaires d'ici à deux ans. «Aujourd'hui, nous réalisons 70 % de notre activité dans l'Hexagone et nous sommes convaincus que notre entreprise coche de nombreuses cases qui peuvent nous permettre de per-

LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE DOPE LES **SERRES RICHEL**

Dans les Bouches-du-Rhône, le groupe Richel qui réalise près de 70 % de son chiffre d'affaires à l'export, a connu une forte croissance en doublant son chiffre d'affaires sur les cinq dernières années. Ses serres, distribuées dans 95 pays dans le monde, sont positionnées sur un marché en croissance porté par le réchauffement climatique.



Benjamin Richel dirige, aux côtés de Brice et de Barthélémy Richel, l'entreprise créée par leur grand-père en 1964.

L'international fait grandir le groupe Richel. Sur les cinq dernières années, le fabricant de serres et d'abris pour l'agriculture, le bâtiment et l'industrie, a doublé son chiffre d'affaires, qui atteint désormais 150 millions d'euros et dont l'entreprise basée à Eygalières (13) réalise 70 % en dehors des frontières hexagonales. «En ce moment, avec le réchauffement climatique, la serre est un outil en vogue avec lequel il est possible d'optimiser la production agricole malgré les aléas du climat. Ainsi, malgré les problèmes d'approvisionnement de matières premières, la croissance est partout. En Asie, en Amérique, ou encore au Moyen-Orient. Seule, l'Europe a marqué un très net repli depuis le début du conflit entre la Russie et l'Ukraine», confie Brice Richel, directeur commercial export de l'entreprise.

UNE PRÉSENCE EN ROUMANIE

La crise sanitaire a également contribué au développement de

l'activité. «Les pays se sont rendus compte de leur dépendance en termes alimentaires et beaucoup ont décidé d'investir afin de produire en local. Des agriculteurs et des investisseurs ont lancé de nouveaux projets de serres sophistiquées, dotées d'équipements permettant de contrôler la consommation d'eau, la quantité de chauffage», détaille Brice Richel. Ainsi, en Roumanie, l'entreprise a récemment réalisé un projet de près de 6 millions d'euros d'investissement pour lequel elle a mis en place trois hectares de serres en verre, qui devraient prochainement s'étendre à 12 hectares. «Nous sommes présents depuis près de 20 ans en Roumanie où nous réalisons des serres en plastique et nous avons été contactés, via notre agent, par des producteurs qui souhaitaient mettre en place un projet de serre hightech, en verre, pour produire des tomates». Une solution a été apportée en partenariat avec l'entreprise

Gautier Semences, basée à Eyragues.

600 PROJETS DE SERRE PAR AN

Le groupe compte 350 salariés, répartis sur deux sites : 200 à Eygalières, siège social et site industriel, où sont fabriqués les structures tubulaires, et 70 à Angers, où l'entreprise compte depuis 2007 une équipe dédiée à la partie ingénierie de son activité. «Nos serres sont livrées à nos clients en kit. Nous concevons l'ensemble, nous conseillons et assistons dans l'installation et la mise en route de nos produits, mais chaque élément (structures métalliques, équipements, canalisations...) est distribué de façon indépendante», poursuit Brice Richel.

Chaque année, le groupe traite en moyenne 600 projets d'installation de serres représentant près de 400 hectares par an. Pour les mener à bien, elle dispose de 15 bureaux commerciaux et de 50 chargés d'affaires et superviseurs techniques. Au total, près de 300 conteneurs par an quittent les deux sites de l'entreprise, via les ports de Marseille et du Havre, pour 95 pays dans le monde. «À ce volume, s'ajoutent près de 300 conteneurs envoyés directement par nos fournisseurs. Les serres sont de plus en plus techniques. Demain, elles seront connectées aux énergies renouvelables et dotées d'intelligence artificielle capable de les rendre quasi autonomes... Les projets sont en revanche beaucoup plus coûteux. Il y a 20 ans nous travaillions sur des dossiers à 5 millions d'euros, désormais les enveloppes sont plutôt de 20 millions d'euros», indique Brice Richel.

Didier Gazanhes

LE GROUPE AUDEMARD DÉCARBONE PEU À PEU SES CARRIÈRES ET SON BÉTON

Groupe familial né en 1885, l'azuréen Audemard exploite des carrières dans les Alpes-Maritimes et le Var, dédiées à la production de granulats, et fabrique du béton prêt à l'emploi. Des activités qui se développent de manière de plus en plus vertueuse, en intégrant du recyclage et de l'innovation.



Le groupe Audemard exploite deux carrières : ici à La Turbie dans les Alpes-Maritimes via SOMAT, et au Cannet-des-Maures dans le Var via Provence Granulats.

Stade de l'Allianz Riviera, terminal 2 de l'aéroport de Nice, stations du tramway niçois, constructions au cœur de la technopole Nice Méridia ou du quartier d'affaires de l'Arenas... Audemard pose son empreinte sur de nombreux ouvrages qui façonnent la Côte d'Azur. Cette empreinte, le groupe familial s'emploie à ce qu'elle soit de plus en plus décarbonée. À commencer par l'exploitation de carrière, son premier métier.

RECYCLAGE DES RESSOURCES

Basé à Carros, Audemard (500 collaborateurs, CA : 200 M€) réalise 80 % de son activité en Outre-Mer, de la Réunion à la Guyane, via une quinzaine de filiales. Le reste se fait entre les Alpes-Maritimes et le Var. Il y exploite via sa filiale SOMAT, une carrière à La Turbie, près de Monaco, depuis 1972, et une seconde

au Cannet-des-Maures (via Provence Granulats) où se trouve une installation de lavage de sable. «Le sable lavé est utilisé en construction, explique Denis Luneau, directeur régional du groupe. 95 % de l'eau utilisée est recyclée. Nous enlevons les particules fines qui sont traitées. Les argiles obtenues sont revalorisées et réutilisées dans le réaménagement de la carrière. On recycle au maximum.» Depuis plusieurs mois, une activité de recyclage des granulats a aussi démarré à La Turbie. «Les matériaux qui peuvent être utilisés pour produire des granulats sont concasés. L'objectif est d'économiser les ressources de la carrière. Dans nos métiers, de plus en plus de ressources secondaires sont ainsi utilisées, il s'agit de matériaux issus soit de déconstruction, soit de terrassement rocheux. Il y a encore des progrès à faire mais

depuis plusieurs années, carriers et bétonniers ont pris conscience de la nécessité de décarboner la production et de s'inscrire de plus en plus dans une économie circulaire.»

UN ACCORD AVEC VINCI

Une démarche dans laquelle s'est engagé Audemard aussi dans la production de béton prêt à l'emploi, via Les Bétons Niçois, entreprise rachetée en 2007 qui produit plus de 100 000 m³ de béton par an. Très énergivore dans sa fabrication, le béton traditionnel serait responsable de 7 % des émissions de gaz à effet de serre mondiales. L'un de ses principaux composants, le clinker, dégage par ailleurs du dioxyde de carbone lors de sa cuisson. «Il n'est pas encore possible de faire du béton sans clinker mais on peut le réduire et c'est ce que nous faisons, reprend Denis Luneau. Nous intégrons d'autres types de liants, comme le laitier métallurgique, un déchet de la production de l'acier, et qui, broyé, a des propriétés proches de celles du ciment. La demande est là. Nous avons par exemple un accord avec Vinci pour produire leurs bétons bas carbonés sur notre territoire.» L'entreprise maralpine intègre aussi des fillers calcaires (calcaire réduit en poudre très fine), autres ingrédients de la décarbonation du béton. «Cela demande en amont un gros travail d'élaboration de nos formulations. Malheureusement, les normes sont en retard sur certains sujets. Nous avons développé des formules d'ingénierie très performantes mais qui sortent du champ d'application de la norme.»

Olivia Oreggia



Pierre Guivarc'h (à gauche) a fondé le cabinet de recrutement Skill autour de consultants spécialistes du retail.

prises, et nous espérons former 100 premières personnes en 2023», confie l'entrepreneur, qui pense déjà au coup d'après. À moyen terme, il souhaite davantage travailler sur l'anticipation, pour conseiller et accompagner ses clients, pour orienter les jeunes aussi durant leurs études et les aider dans leurs premiers pas sur le marché du travail.

UNE PRÉSENCE AUX QUATRE COINS DE LA FRANCE

Avec le recrutement et, désormais, la formation, «nous répondons à un besoin immédiat, car nos clients peinent à embaucher et attirer des talents», ajoute Pierre Guivarc'h. Le cabinet recrute ainsi une personne tous les deux jours. «Nous nous en sortons aujourd'hui par le volume, indispensable lorsqu'on adresse un secteur comme celui du retail. Un volume rendu possible par des outils qui nous permettent d'aller vite car, dans notre métier, le temps joue contre nous.» La TPE a signé des contrats-cadres avec Decathlon, l'enseigne bretonne d'ameublement 4 Pieds (25 magasins en France), Maxi Bazar ou quelques magasins de l'enseigne Leclerc. «Nous travaillons aussi avec Adeo (Leroy Merlin, Bricoman), le plus gros franchisé Carrefour (Provencia à Annecy), des franchisés Intersport, des indépendants et beaucoup de grandes surfaces alimentaires comme Intermarché et Système U», détaille Pierre Guivarc'h. Son client type est une PME, qui réalise entre 300 et 500 millions d'euros de chiffre d'affaires, qui n'a pas les moyens d'internaliser un service dédié au recrutement, mais qui n'est pas non plus trop petit pour pouvoir alimenter Skill de manière régulière. «Aujourd'hui, pour chaque client, nous avons constamment entre 6 et 10 recrutements en cours, sur des postes allant du conseiller de vente au directeur de magasin, du manager de rayon à l'animateur réseau.»

Hélène Lascols

LE CABINET DE RECRUTEMENT SKILL SE DIVERSIFIE

En choisissant l'hyperspécialisation, le cabinet de recrutement Skill s'est fait un nom auprès de grands groupes de distribution et s'étend désormais vers la formation pour développer le capital humain dans le monde du retail.

La France compte plus de 3 500 cabinets de recrutement. Un nombre qui n'a pas dissuadé Pierre Guivarc'h de créer en 2020 son propre cabinet, Skill. «Un cabinet unique en son genre car il est le seul en France à être entièrement consacré au retail (commerce de détail, NDLR)», décrit le dirigeant, qui a fait une grande partie de sa carrière dans le secteur de la distribution. Trois ans plus tard, Skill, basé à Puget-sur-Argens, près de Fréjus (Var), est à l'équilibre, a bouclé l'année 2022 avec 500 000 euros de chiffre d'affaires et vise les 600 000 euros en 2023. Il emploie six consultants salariés et s'est fait un nom grâce à son «hyperspécialisation» et à un processus de recrutement extrêmement rapide. Depuis 2022, Skill a diversifié

son offre, allant au-delà du seul recrutement. Il est devenu une filiale d'un groupe plus large, la holding MPCL, dont l'ambition est de participer au développement des compétences dans le monde professionnel.

UNE OFFRE ÉLARGIE VERS LA FORMATION

Il a ainsi créé la Skill retail Academy, un institut de formation certifié Qualiopi en octobre 2022 qu'il a créé avec un associé, Romain Breux. Cet institut, également basé à Puget-sur-Argens, accompagne clients et candidats dans leur intégration et leur parcours, permettant ainsi de poser les bases d'une relation durable. «Les formations se déroulent partout en France, généralement au sein des entre-

BELLATRIX ENVISAGE DE RELOCALISER LA PRODUCTION DE VÉLOS

L'entreprise Bellatrix, qui fabrique depuis 2020 le vélo électrique Iweech, un vélo doté d'intelligence artificielle, a été lauréate fin 2022 de l'appel à projets «Première usine» du plan France 2030. Elle envisage de relocaliser la production de vélos dans les Bouches-du-Rhône.



L'intelligence artificielle permet au vélo Iweech d'offrir un maximum de confort et de sécurité tout en maîtrisant la dépense d'énergie, pour que l'utilisateur dispose toujours de suffisamment de batterie pour atteindre sa destination sans peiner.

L'entreprise innovante Bellatrix, créée en 2017, a été sélectionnée fin 2022 par le gouvernement dans le cadre de l'appel à projets «Première usine», du plan France 2030 au côté de 17 autres start-up au plan national. Fondée par Pascal Lafourcade et Christophe Sauvan, la société, basée aux ateliers Decanis à Marseille, a développé un vélo à assistance électrique enrichi d'intelligence artificielle. Baptisé Iweech, il est distribué par Bellatrix via son site internet, mais également, depuis 2022, dans les magasins indépendants et les grandes surfaces spécialisées comme Darty ou La Fnac. «Nous avons choisi de maîtriser la fabrication. Ainsi, nous assemblons 100 % de nos vélos dans nos locaux à Marseille. 70 % des éléments viennent d'Europe et les 30 % restant de Taïwan», détaille Christophe Sauvan qui ajoute : «En maîtrisant la production, nous maîtrisons la qualité et les retours en service après-vente

sont faibles. Aujourd'hui, nous nous interrogeons pour intégrer davantage la fabrication.» L'entreprise, qui compte actuellement 15 salariés, regroupe des métiers assez divers allant du marketing à la recherche et développement en passant par des mécaniciens et des data scientist. En 2022, le chiffre d'affaires de l'entreprise s'est élevé à un million d'euros. «En 2024, avec la croissance envisagée des ventes, il nous faudra un nouveau site, une nouvelle usine. Si nous maîtrisons déjà le software, nous réfléchissons à ce que nous pouvons fabriquer nous-mêmes par rapport à ce que nous achetons à l'extérieur.» Christophe Sauvan envisage ainsi de relocaliser à Marseille la production des cadres des vélos en créant une filière de sous-traitants de l'aluminium (qu'elle a déjà sélectionnés, NDLR) qui fourniraient les tubes que Bellatrix souderait et transformerait en cadres. Pour cela, l'entreprise a besoin de

locaux plus vastes que les 700 m² dont elle dispose actuellement. «Nous visons les 3 000 m² afin de pouvoir disposer d'un atelier d'assemblage et de soudage des cadres doté d'un robot numérique et de différentes machines outil.»

5,7 MILLIONS D'EUROS POUR UNE NOUVELLE USINE

Au total, l'investissement envisagé par l'entreprise a été évalué à 5,7 millions d'euros. La subvention allouée par le plan France 2030 permettra de financer près de 30 % des investissements engagés. Un soutien financier qui vient accélérer la relocalisation de la production du vélo, ainsi que la création d'emplois, que le chef d'entreprise estime à 15 nouveaux collaborateurs à l'ouverture de la nouvelle usine. «L'investissement envisagé permettrait de produire près de 15 000 cadres en 2/8 ou 30 000 cadres en 3/8. 800 000 vélos sont assemblés chaque année dans l'Hexagone, mais il n'y a plus de filière industrielle. Quelques fabricants de batteries et de moteurs commencent à émerger, mais nous serions les premiers à relancer une réelle production». Une opération rendue possible par la nature premium des vélos de Bellatrix, dont les deux modèles sont vendus 3 490 et 4 190 euros.

Reste toutefois à trouver les financements. Pour cela, les dirigeants vont se tourner vers une recherche de fonds traditionnelle (de 5 à 10 millions d'euros) qu'ils espèrent boucler durant le premier semestre. Depuis sa création, l'entreprise a investi près de 2,5 millions d'euros en R & D et a levé près de 4 millions d'euros.

Didier Gazanhes



Martin Henriot, Franck Artero et Maxime Marmoz, les associés de Soundbirth.

ajoute Martin Henriot. Pour cela, l'entreprise toulonnaise travaille avec une centaine de curateurs de playlists, ceux-là mêmes qui permettent aux artistes d'obtenir davantage d'écoutes et de gagner de nouveaux fans. Elle a aussi noué des partenariats avec des influenceurs, qui peuvent ainsi utiliser les musiques des artistes. «Pour ces derniers, la barrière à l'entrée a changé. Au cours des cinq dernières années, le nombre de nouveaux titres postés chaque jour sur les plateformes d'écoute est passé de 20 000 à 100 000. Avec un conseiller à leurs côtés, ces artistes ont une chance d'exister et de signer avec des professionnels du secteur.»

LE MANAGER DIGITAL SOUNDBIRTH ACCÉLÈRE

Devenue un manager digital pour tous les artistes musiciens, la start-up toulonnaise Soundbirth intègre l'accélérateur Bpifrance. En quelques échanges avec les autres participants, de nouvelles opportunités de business se dessinent déjà.

C'est la belle histoire de 2022, racontée par la start-up toulonnaise, Soundbirth : l'artiste Asinine, qu'elle accompagne en distribution depuis le mois de mars, vient de signer avec le label de musique Universal. «C'est une première et c'est le genre de belles histoires que nous espérons multiplier en 2023», confie Maxime Marmoz, l'un des trois cofondateurs de cette entreprise, créée en 2013. Soundbirth est une application qui permet à chaque nouvel artiste d'avoir un manager dans sa poche, «un manager capable de délivrer des conseils, de distribuer la musique sur les plateformes d'écoute et de faire toute la promotion pour amplifier sa fan zone», détaille Martin Henriot. Si le conseil n'est pas nouveau, la distribution et la

promotion sont deux services arrivés en 2022, après plusieurs mois de développement, notamment financés par une levée de fonds bouclée en 2021 (montant non communiqué).

25 000 ARTISTES EN PORTEFEUILLE

Depuis sa création, Soundbirth (6 salariés, CA : non communiqué) a changé de modèle, suite à l'interdiction d'Apple de dupliquer des apps, elle a levé 1 million d'euros et accompagne aujourd'hui 25 000 artistes, issus de 80 pays, dans leur carrière musicale. «En échange d'un abonnement, mais aussi de commissions sur les royalties générées par la distribution et la promotion, nous les aidons à faire leur chemin, à passer un cap de notoriété, notamment sur les réseaux sociaux»,

ACCÉLÉRATION EN 2023

Des professionnels, notamment des producteurs, que les trois associés de Soundbirth vont côtoyer pendant 18 mois au sein de la première promotion de l'accélérateur «Musique et spectacle vivant» de Bpifrance. L'entreprise toulonnaise, qui est déjà un membre actif du Syndicat des éditeurs de service de musique en ligne, qui compte aussi parmi la petite centaine d'entreprises de Music tech France (association des innovateurs de la musique, NDLR), entend bien tirer son épingle du jeu. «En mélangeant start-up et entreprises de la production musicale, Bpifrance espère générer du business pour les 25 sociétés sélectionnées. L'objectif, fixé par Nicolas Dufourcq, directeur général de Bpifrance : permettre aux entreprises accompagnées de multiplier par trois, voire quatre leur chiffre d'affaires.» Pour Soundbirth, les premières connexions sont déjà créées et un projet, confirmé lors des premières rencontres, sera concrétisé au premier trimestre : le développement d'une offre B to B pour les labels et éditeurs de musique, dont «les retombées espérées demandent encore à être chiffrées.»

Hélène Lascols

AVEC LE RACHAT D'INTERIMAGES, OXY SE POSITIONNE EN RÉGION PARISIENNE

Le groupe Oxy, spécialisé dans la signalétique et basé à Aubagne depuis 1978, vient de faire l'acquisition de la société Interimages, basée à Clichy. Un rachat qui lui permet de se conforter dans le marché de la banque et de se positionner en région parisienne.



© DR.

L'entreprise Oxy, historiquement positionnée sur le marché de l'industrie, compte notamment des clients dans l'aéronautique et le ferroviaire.

La société Oxy, basée à Aubagne et spécialiste des produits de marquage et de signalétique, vient de boucler sa deuxième acquisition. Fin 2022, elle a en effet racheté la société parisienne Interimages (10 salariés). Une intégration qui porte les effectifs d'Oxy à près de 120 collaborateurs et son chiffre d'affaires à 14 millions d'euros et qui s'est réalisée grâce à l'intermédiaire de la CCI île-de-France dans le cadre du départ à la retraite du cédant.

CERTIFIÉES ECOVADIS

Oxy, dirigé par Sébastien Trautmann depuis début 2022, conforte, par ce rachat, son carnet de commandes dans les secteurs de la banque et de l'assurance où Interimages se positionne comme leader avec de grands comptes comme la BNP ou LCL. Oxy vient tout juste de remporter un important appel d'offres de la Société Générale dans le cadre de son rachat du Crédit du Nord.

«Nous allons ainsi traiter la signalétique de près de 2 000 agences en France pendant deux ans, avec un autre prestataire». En plus d'ouvrir un peu plus son éventail de clientèle, l'acquisition permet aussi à la société aubagnaise de s'implanter en région parisienne. «Nous allons bien évidemment garder la partie production dans la capitale. Avec les Jeux Olympiques 2024 qui vont se dérouler à Paris, ce positionnement est essentiel», confie Sébastien Trautmann. La société Oxy a d'ores et déjà décroché le pavoisement de près de 400 sites de sport parisiens pour annoncer les jeux olympiques. «Notre métier nécessite une certaine proximité avec les clients. Par notre positionnement à Aubagne, il y a de nombreux marchés, notamment dans le luxe à côté desquels nous passions», ajoute le dirigeant. Interimages et Oxy sont en outre également certifiées EcoVadis pour leurs performances en termes de RSE (Responsabilité sociétale des

entreprises). Interimages constitue la cinquième entreprise rachetée par Oxy depuis sa création en 1978, après Atelier Sud en 2008, Gazoty en 2014, Serimag en 2018 et, enfin, plus récemment, la société marseillaise Sud Laser (9 salariés - CA : 1 million d'euros) en 2022. «Nos achats nous permettent soit d'acquérir de nouvelles compétences, comme pour Sud Laser, spécialisée dans le marquage des bus, qui nous a permis d'élargir notre palette de prestations, soit de nous positionner sur de nouveaux territoires et d'offrir un service de proximité à de nouveaux clients.

SIX RACHATS DEPUIS 2008

Beaucoup de prestations demeurent des opérations locales, comme pour les signalétiques de collèges ou de lycées...», précise Sébastien Trautmann. L'entreprise Oxy est historiquement positionnée sur le marché de l'industrie, où elle compte des clients dans l'aéronautique et le ferroviaire et qui représente encore près de 50 % de son activité. Toutefois, depuis 2014, la société a élargi ses activités, au gré des croissances externes, dans les secteurs de la muséographie, et des marchés publics des collectivités, notamment dans la signalétique de bâtiments. «Notre premier client demeure Airbus. Nous avons toujours plus d'aisance dans les marchés industriels, plus fermés, avec moins de concurrence. Mais nos compétences pointues sont bien vues dans des opérations spécifiques. Nous avons ainsi décroché la signalétique des flux de touristes dans la Tour Eiffel...», conclut le dirigeant.

Didier Gazanhes



Arnaud Raskin a fondé l'agence de communication Creamania en 2001. Adeline Deycard est responsable de l'agence de Cannes.

© OLIVIA OREGGIA

CREAMANIA S'ÉTEND DANS LES ALPES-MARITIMES

Née dans le Haut Var en 2001, l'agence de communication Creamania s'est étendue à Fréjus en 2020 et, dernièrement, à Cannes, pour renforcer encore la proximité avec ses clients, entreprises et collectivités.

Louvrant une agence à Cannes, Creamania (20 collaborateurs, 1,4 M€ de chiffre d'affaires en 2022) ne met pas tout à fait un pied dans les Alpes-Maritimes. L'agence de communication, créée à Callian (Var) en 2001, y compte déjà des clients via ses multiples activités et grâce à son magazine culturel gratuit, *Le Mensuel*. «Nous avons une couverture de Saint-Tropez à Saint-Raphaël. Nous touchions déjà les Alpes-Maritimes mais il fallait vraiment pénétrer le marché, précise Arnaud Raskin, président et fondateur. Il y a une réelle demande de proximité. Les gens aiment venir, parler à un graphiste ou à un chef de projet. Nous faisons de la vraie communication, du conseil.»

De l'impression à la création graphique - ses métiers historiques -, en passant par la création d'objets publicitaires ou d'enseignes, Creamania regroupe huit pôles d'activité. Être physiquement présent sur la Côte d'Azur lui permet d'adresser plus facilement les appels d'offres maralpins. «Nous travaillons depuis des années avec des mairies ou des agglomérations, du Var et des Alpes-Maritimes, précise Adeline Deycard, responsable de l'agence cannoise, mais depuis le Covid surtout, les collectivités jouent aussi la carte de la proximité et veulent faire davantage travailler les entreprises locales.»

DU SANG NEUF POUR LE DIGITAL

Parmi ses 3 500 clients, Creamania compte essentiellement des TPE et PME. D'où ce besoin grandissant de proximité et d'accompagnement. Ainsi pour répondre au mieux aux demandes

de «petits projets web», elle a développé une plateforme, Wekiu, dont le lancement est prévu au printemps. «Les TPE commencent à avoir envie de communiquer. Elles ne savent pas comment, mais elles savent qu'elles doivent le faire, reprend Arnaud Raskin. Une petite entreprise, un artisan, un commerçant pourra alors créer son site internet en un clic.» Quant aux réseaux sociaux, le dirigeant l'admet volontiers, «nous y sommes en grande partie grâce à la jeunesse». Il s'est ainsi appuyé sur le dispositif «1 jeune, 1 solution» lancé par le gouvernement en 2020, accordant une aide à l'embauche de 8 000 euros pour un alternant (6 000 euros jusqu'à fin 2023). «Nous avons ainsi pu aller chercher de la nouvelle masse salariale jeune et dynamique. Embauchés ensuite en CDI, ils pourront former à leur tour les futurs alternants en communication et marketing. C'est idéal pour le développement de l'entreprise.»

UN DÉPLOIEMENT EN FRANCHISE ?

Le développement géographique de Creamania ne devrait pas passer par l'ouverture de nouvelles agences en propre, mais Arnaud Raskin réfléchit depuis plusieurs années à un autre modèle de croissance : la franchise. «Nous avons des outils, des logiciels développés en interne, un média, une application... Ce serait innovant, car la franchise de proximité en communication n'existe pas en France.» Plus qu'un souhait, l'idée est devenue un projet pour Arnaud Raskin, mais pas avant l'horizon 2025-2026.

Olivia Oreggia



RAEDIFICARE POUSSE AU RÉEMPLOI DES DÉCHETS DU BÂTIMENT

L'entreprise marseillaise Raedificare ambitionne de réduire le gaspillage dans le secteur de la construction en proposant une plateforme de réemploi des matériaux. Elle a récemment été intégrée au réseau French Tech pour développer sa plateforme pour les professionnels du bâtiment.

Créée par l'architecte Valérie Décot en 2016 à Marseille, la société Raedificare ambitionne de trouver des solutions de réemploi des déchets issus du secteur du bâtiment. Intégrée depuis peu à la French Tech et actuellement incubée par la Business Nursery de l'école de commerce Kedge, l'entreprise (400 000 euros de chiffre d'affaires en 2022, six salariés) vient d'être retenue par Toulouse Métropole, qui souhaitait inciter les entreprises du bâtiment de son territoire au réemploi. La TPE a fourni une plateforme spécifique afin que les chantiers de démolition et les matériaux disponibles y soient recensés. Raedificare, qui existait sous la forme d'association, a été transformée en entreprise en mai 2021. Si, depuis janvier 2023, le diagnostic d'un bâtiment avant sa démolition est devenu obligatoire, Raedificare ne se positionne pas simplement en tant que bureau d'études. «Nous réalisons les diagnostics réglementaires

PEMD (Produits- Equipements- Matériaux-Déchets) via notre bureau d'études, mais nous sommes également assistants à maîtrise d'ouvrage pour le réemploi et nous avons développé une plateforme numérique qui recense les chantiers de démolition et les matériaux disponibles. Ils peuvent être soit donnés, soit revendus, décrit Valérie Décot. 90 bâtiments sont pour le moment recensés sur le site. Actuellement,



Valérie Décot, fondatrice de Raedificare.

la plateforme n'est alimentée que par nos équipes. Mais, à terme, l'idée est d'en faire un outil où tous les acteurs du réemploi pourraient se connecter.» La dirigeante, qui rappelle que 70 % des déchets produits chaque année en France sont issus du bâtiment, déplore que les architectes n'aient pas d'informations concernant le bâtiment à l'emplacement duquel ils vont concevoir leur projet. «Sans ces informations, ils ne peuvent pas songer au réemploi

et le gaspillage est permanent. Le réemploi est plus optimal que le recyclage, beaucoup trop impactant pour la planète en termes d'énergie et de transport».

SYSTÈME DE PRÉ-RÉSERVATION DES MATÉRIAUX

L'entreprise a ainsi permis de récupérer la charpente métallique de deux hangars basés sur le site de Theodora, à Marseille, qui devrait prochainement être réutilisée par l'entreprise de construction modulaire Lign'O pour son futur site de production à Gardanne. Elle a également été retenue par Euroméditerranée comme assistant à maîtrise d'ouvrage pour quatre ans.

«L'Établissement public incite les entreprises à la réutilisation des matériaux. Avec notre plateforme, il est possible de connaître les matériaux réutilisables bien en amont de la nouvelle construction. Les architectes peuvent s'appuyer sur nos informations, intégrer les matériaux récupérés à leurs nouveaux projets et utiliser un système de pré-réservation», explique Valérie Décot. L'entreprise travaille au développement de sa plateforme et des outils connectés qui sont utilisés lors des diagnostics, avec pour objectif de développer une offre large qui pourra être utilisée par toutes les entreprises faisant de l'audit. «C'est pour cette démarche que nous sommes accompagnés par la French Tech», poursuit la dirigeante, qui a créé, mi-2022, le syndicat des acteurs du réemploi des matériaux de construction, qui regroupe une centaine de membres.

Didier Gazanhes



Saimi Barragan (au centre), fondateur de Startmining et une partie de son équipe.

hydroélectrique et géothermique y est abondante et 100 % renouvelable, le cadre réglementaire et fiscal est stable, les bâtiments sont refroidis grâce à l'énergie gratuite de l'air extérieur, renforçant encore notre approche écologique.» Là-bas, Saimi Barragan a noué un partenariat avec l'opérateur de centre de données, atNorth, pour l'hébergement du matériel au sein d'un data center (16 000 m²) et devrait prochainement compter deux bâtiments supplémentaires. La start-up, qui est en plein développement et emploie 9 personnes, se déploie aussi depuis le début de l'année au Paraguay, un pays qui produit 100 % de son électricité grâce à des barrages hydroélectriques, dont celui d'Itaipu, auquel «Startmining est relié.» Des projets «sérieux» sont aussi en cours aux États-Unis et au Canada.

© VANESSA LAMBERT

STARTMINING MUTUALISE LE MINAGE DE CRYPTOMONNAIE

Miner des cryptomonnaies de manière écologique, collaborative et profitable. C'est le défi relevé par la start-up seynoise Startmining, qui mise sur la colocation pour séduire le plus grand nombre et rentabiliser des infrastructures en Islande et au Paraguay.

Tout juste revenu du CES de Las Vegas, le dirigeant de Startmining, une start-up seynoise de services d'hébergement pour le minage de cryptomonnaie, a vécu ce déplacement comme une consécration. «Si nous sommes suivis de près par TVT Innovation depuis cinq ans, c'est la première fois de notre histoire qu'on nous soutient ouvertement et qu'on nous offre une occasion de montrer qu'il existe des entreprises sérieuses dans le minage (ou mining), avec des emplois et des prestations de qualité», explique Saimi Barragan, le PDG et fondateur, qui apparente ses débuts dans l'entrepreneuriat à une croisade. Ce dernier est à l'origine d'une proposition qui offre à chacun la

possibilité de commencer à gagner des récompenses bitcoins soutenues par de véritables opérations minières, tout en bénéficiant de la meilleure des technologies et en minimisant son impact sur l'environnement.

UN BITCOIN «VERT»

Pour en arriver là, il s'est entouré et a appris de nombreux métiers. «Dix-sept au total. Il faut allier la technicité de l'informaticien, à des connaissances en commerce international, il faut pouvoir surveiller les matériels, analyser la production et la consommation d'énergie», détaille-t-il. C'est ainsi qu'il a jeté son dévolu sur l'Islande, le pays offrant un cadre idéal pour y implanter sa première nurserie : «l'énergie

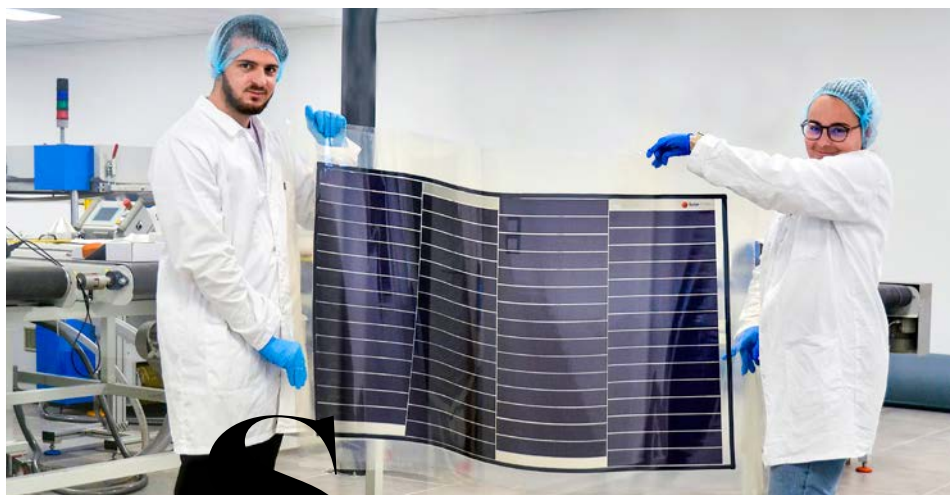
LA COLOCATION DE MINEURS

Grâce à Startmining, ces infrastructures sont mises en commun. «La colocation de mineurs est au cœur de notre offre et permet de diminuer les coûts habituels dus au minage et d'optimiser les rendements», explique l'entrepreneur varois. Ainsi, Startmining adresse aussi bien les particuliers qui souhaitent diversifier leur épargne que des family office, banques et fonds d'investissement qui veulent proposer des produits financiers innovants. «Le marché est volatil, mais offre un rendement de 25 à 35 % par an et avec nous, chacun peut désormais devenir son propre fabricant de bitcoin.» Une offre qui séduit : «en 2021, la demande a été 3 000 fois supérieure à nos capacités. Aujourd'hui, nous sommes revenus à des niveaux plus raisonnables, mais la demande est toujours bien présente», confie Saimi Barragan. Il annonce avoir réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 10 millions d'euros en 2021 et prévoit de le multiplier par trois ou quatre en 2023.

Hélène Lascols

SOLAR CLOTH SE DÉVELOPPE SUR TOUS LES FRONTS AVEC SES TISSUS PHOTOVOLTAÏQUES

Solar Cloth crée des textiles photovoltaïques, enroulables et incassables. Alors que l'urgence mondiale est à l'économie d'énergie, la technologie brevetée de la start-up située près de Cannes, séduit des marchés immenses dont l'automobile ou l'agriculture.



© OLIVIA OREGGIA

Solar Cloth fabrique ses tissus solaires brevetés dans son unité de production de Mandelieu, près de Cannes.

Solar Cloth vient d'investir 700 000 euros dans l'agrandissement de son unité de production de tissu photovoltaïque. Située à Mandelieu, près de Cannes, la start-up née en 2014 comprend 7 salariés et en comptera une douzaine d'ici l'été 2023. «Nous sommes vraiment dans la transition entre la start-up et la PME, souligne son fondateur et dirigeant Alain Janet. Nous avons enregistré 1,3 million d'euros de commandes en 2022, contre 400 000 euros en 2021.» À la fois flexible et incassable, le textile photovoltaïque de Solar Cloth est élaboré à partir de cellules CIGS (cuivre, indium, gallium et sélénium), sans verre. S'il n'est infini, son champ d'applications est immense, de la Défense (Solar Cloth collabore avec le groupe Safran ou l'Armée de l'Air, via Renault) au nautisme ou au tourisme. Pour la société Hutttopia (Rhône), spécialiste du camping, elle a par exemple développé des tentes photovoltaïques autonomes. «Nous équipons déjà leur site en Californie, soit

65 tentes de luxe, et avons une nouvelle commande pour leur prochain site américain de 70 unités.» 2023 démarre avec un projet encore différent puisqu'il s'agit d'équiper, via l'Ademe, une serre expérimentale à Alicante, en Espagne. «Nous avons déjà mené une expérimentation avec l'INRA à Sophia Antipolis montrant que la productivité sous écran d'ombrage photovoltaïque est supérieure de 13 %. Nous allons désormais évaluer l'impact économique : le retour sur investissement est-il suffisamment rapide pour un exploitant ?» Solar Cloth équipera aussi le terminal affaires de l'aéroport de Nice ainsi que les serres agricoles de la Ville de Cannes, des couvre piscines, des containers connectés dans le Vaucluse, des remorques, des échafaudages, des bâches publicitaires ou encore des tunnels de stockage pour le compte de clients dans l'agriculture, le BTP ou l'industrie. L'entreprise devrait aussi être partie prenante des Jeux Olympiques 2024 sur le flanc événementiel, avec Spaciotempo.

La filiale du groupe lyonnais GL Events est à la recherche de solutions pour couvrir les besoins énergétiques de ses structures et bâtiments démontables.

UN ENJEU MONDIAL POUR L'AUTOMOBILE

Il est aussi un marché colossal en matière de photovoltaïque : l'automobile. Comment produire de l'énergie et réaliser des économies de carburant ? L'enjeu est mondial. Solar Cloth est déjà référencé depuis 2021, comme fournisseur de série pour les camions du groupe Renault-Volvo Trucks. «Comme vous choisissez une peinture métallisée, vous pouvez opter dans le catalogue pour le toit ou le déflecteur photovoltaïque, explique Alain Janet. Pour une petite start-up issue d'un chantier naval et d'une voilerie, c'est pas mal !» Mais ce n'est qu'un début pour le VIPV, le photovoltaïque intégré aux véhicules. Solar Cloth est en discussion avec des constructeurs de voitures. «L'idée, à terme, est que la dernière couche dans la fabrication d'une pièce de carrosserie ne soit plus la peinture mais le photovoltaïque. Pourquoi le CIGS plutôt que le silicium ? Les vibrations de la route créent des microfissures sur le verre. Or, notre technologie n'a pas de verre et est hypermince et légère, ce qui est important pour la trainée aérodynamique des véhicules. Nous avons une carte à jouer.» Pour l'heure, Solar Cloth achète ses cellules CIGS en Californie mais celles-ci pourront bientôt être, du moins en partie, made in France. Une filière industrielle CIGS 100 % française doit en effet démarrer au printemps prochain.

Olivia Oreggia



Hadi Moussavi, fondateur et dirigeant de Chargepoly.

rant rapide mutualisée et efficace. Grâce à un logiciel de planification, les véhicules reçoivent la puissance dont ils ont besoin, selon le degré d'urgence, le niveau de charge restante ou encore leur spécificité», poursuit le dirigeant. Une borne à charge rapide n'est en général utilisée que 10 à 15 % du temps. En mutualisant les bornes, Chargepoly obtient un taux d'utilisation de plus de 70 %.

DES COMMANDES EN EUROPE

La start-up a installé ses premières stations l'année dernière. «Nous disposons de trois sites. Tout d'abord notre station vitrine (12 bornes), au sein du technopôle de l'Arbois. Puis, nous avons également mis en place, en septembre 2022, une station de quatre bornes au sein d'une zone commerciale, à Clermont-Ferrand et, plus récemment une station privée de quatre bornes pour un garage Renault Trucks, à Marseille», détaille Hadi Moussavi, qui assure qu'au-delà de six à huit bornes, le système de Chargepoly est deux fois moins cher que les produits de la concurrence.

Si l'entreprise a installé des stations dans des espaces publics, comme un centre commercial, la cible prioritaire de Chargepoly demeure les entreprises privées dotées de flottes importantes et de plus en plus souvent électriques, transporteurs et logisticiens. Pour 2023, les premières commandes émanent ainsi de logisticiens ou de fabricants de camions, en Grande-Bretagne, Allemagne, Suède et France. L'assemblage des bornes est externalisé et confié à un partenaire industriel, l'entreprise Atos Racks (350 collaborateurs, 36 M€ de CA), basée à Glos, en Normandie. «Nous disposons d'un petit atelier dans nos locaux où nous fabriquons les cartes électroniques. Ensuite, l'ensemble est envoyé en Normandie où tout est monté selon nos préconisations», conclut le dirigeant.

Didier Gazanhes

CHARGEPLY VEUT DÉPLOYER À L'EXPORT SES STATIONS DE CHARGE DE VÉHICULES

La start-up Chargepoly, qui a vu le jour en 2017, créée par Hadi Moussavi, devrait, en 2023, réaliser une levée de fonds conséquente de plusieurs millions d'euros et enregistrer également ses premiers chiffres d'affaires liés à différentes commandes en Europe.

Ayant déjà réuni près de 2,5 millions d'euros en deux tours de table depuis sa création en 2017, Chargepoly compte lever cette année plusieurs millions d'euros auprès de fonds d'investissement afin de fortement accélérer son développement. Les deux premières levées de fonds avaient réuni des personnes physiques, des business angels, puis du financement public via Bpifrance et Région Sud Investissement. Aujourd'hui, avec ce troisième tour de table, le dirigeant fondateur et principal actionnaire de la start-up de 15 salariés, Hadi Moussavi, souhaite déployer ses stations de charge de véhicules électriques à l'international. Et faire décoller son chiffre

d'affaires. Après avoir réalisé 300 000 euros en 2022, il vise cette année 3 millions d'euros de chiffre d'affaires, puis 50 millions d'euros d'ici à cinq ans. Installé sur l'Europole de l'Arbois, près d'Aix-en-Provence, Chargepoly a développé des stations intelligentes de charge rapide de véhicules électriques. Le principe est simple : «Plutôt que chaque borne de recharge soit équipée d'une mini-centrale électrique et de l'électronique la pilotant, nous avons choisi de développer des stations dotées d'une centrale électrique principale et de bornes (jusqu'à 30 par centrale) distribuant intelligemment l'électricité produite. Une sorte de multiprise...», confie Hadi Moussavi. «Les véhicules sont intelligemment chargés en quelques dizaines de minutes les uns après les autres, à pleine puissance depuis une source de cou-

© GHABTE HICHAM VISUADVANCE



— Philippe Stéfani, directeur général de Provence Promotion

« ADAPTER LA PROSPECTION AUX ENJEUX DE LA RÉINDUSTRIALISATION »

L'agence de développement économique de la métropole Aix-Marseille-Provence, qui en 2021 a accueilli 83 projets d'investissements, a choisi de renforcer en 2022 ses méthodes de prospection à l'international afin de mieux séduire les entreprises. Philippe Stéfani, le directeur de l'agence, précise ses nouveaux axes de travail.

Quels sont les métiers de Provence Promotion ?

Nous avons trois métiers : la prospection, l'implantation et ce que j'appellerai l'influence collective. Nous modifions peu à peu notre manière de les aborder. Dans cette période de réindustrialisation, nous travaillons réellement sur les problématiques de souveraineté, industrielle et numérique, devenues des sujets cruciaux depuis la crise sanitaire.

Après une année 2021 record, vous avez choisi de modifier vos méthodes de prospection à

l'international en 2022. Qu'avez-vous fait, concrètement ?

Nous collaborons avec deux business school américaines (David Eckless et Jon Huntsman, dans l'Utah). Nous visons des entreprises qui désireraient s'installer en Europe. Une des business school fait de la veille et l'autre travaille à la prise de contacts. Quand les entreprises approchées souhaitent nous rencontrer, nous prenons le relais. En 2021, nous nous sommes intéressés aux entreprises pouvant s'installer dans le domaine portuaire ou son hinterland. Et en 2022, nous avons lancé avec le

Grand port maritime de Marseille un road show sur différents territoires portuaires américains : San Diego, New York... Nous avons également choisi de cibler les entreprises dans le domaine de la santé. Aix-Marseille-Université et le pôle Eurobiomed sont candidats à l'appel à manifestation lancé par le gouvernement afin de créer trois bio-clusters de dimension mondiale en France et nous sommes partenaires de leur démarche. Nous avons travaillé sur le segment de l'immuno-oncologie avec nos deux business school américaines. Enfin, le numérique et le besoin de transformation digitale des entreprises font partie des sujets que nous étudions.

Comment concrétiser ensuite les opérations d'implantation ?

Pour cela nous travaillons en collaboration avec les investisseurs immobiliers afin qu'ils puissent se lancer sur des offres qui n'existaient pas. Il est essentiel d'éviter l'offre unique si l'on veut espérer intéresser les prospects. Certains vont vouloir du flex office, d'autres du coworking, pour d'autres encore il sera nécessaire de proposer des locaux dédiés aux biotech... Nous travaillons actuellement sur les concepts de logistique à étage ou d'usine multi-utilisateurs. Nous connaissons les volumes potentiels, les besoins et les attentes de ceux qui veulent s'implanter. Ce sont des critères essentiels pour les investisseurs immobiliers.

Comment envisagez-vous la communication sur le territoire ?

Nous avons choisi de mener un travail «d'influence collective». Pour cela, nous nous adressons à l'ensemble des acteurs liés à la décision de l'entreprise : les politiques, les cabinets d'avocat, de conseil, les universités... La décision d'implantation ne se gagne pas en direct avec la société prospect. Nous avons ainsi sélectionné une dizaine de personnes d'influence (président d'université, d'entreprises...) à qui nous avons présenté une dizaine de projets totem (l'extension de l'aéroport Marseille-Provence menée par Norman Foster ou le projet du Grand Port Maritime de Marseille et du hangar J1 par exemple) qu'ils vont pouvoir porter et dont ils vont pouvoir parler à certains de leurs interlocuteurs.

Didier Gazanhes



© OLIVIA OREGGIA

NICE AÉRIEN

12,12 millions de passagers pour l'aéroport Nice Côte d'Azur en 2022

Les Aéroports de la Côte d'Azur ont enregistré «un rebond fort» en 2022 des chiffres de trafic pour l'aviation commerciale, bien qu'encore en deçà de ceux avant Covid. La plateforme, qui a rouvert son terminal 1 en mars, a ainsi terminé l'année avec un taux de reprise de près de 84 % par rapport à 2019, soit un volume de 12,12 millions de passagers (à l'arrivée et au départ) pour 144 843 mouvements commerciaux. «Au-delà des données chiffrées, nous voulons surtout retenir plusieurs faits marquants comme le retour d'une très bonne connectivité caractérisé par le dynamisme de notre réseau de destinations, internationales pour les deux tiers, avec un record de 9 long-courriers, témoin de l'attractivité mondiale de la Côte d'Azur», souligne Franck Goldnadel, président du directoire des Aéroports de la Côte d'Azur. 2023 va voir débiter le chantier d'extension du terminal 2, «rendu nécessaire par les risques de saturation de ses infrastructures». Il sera livré en deux temps, une première tranche à l'été 2025 et une deuxième l'année suivante.

VAR TOURISME

Var Tourisme à la conquête de nouvelles clientèles

Après une année 2022 record pour le tourisme varois avec 75 millions de nuitées, l'agence de développement touristique Var Tourisme a dévoilé ses ambitions pour 2023. Le département veut conquérir de nouvelles clientèles, non pas via un accroissement de la fréquentation touristique, mais en repensant le développement autour de trois axes : développer l'activité touristique sur les quatre saisons, répartir les flux dans l'espace touristique varois et agir sur la dépense en développant de nouvelles thématiques pour la conquête de nouveaux marchés.

RÉGION SUD RÉSEAUX

La Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire Paca lève 825 000 euros

Après une première émission de titres associatifs en 2015, la Chambre Régionale des entreprises de l'Économie Sociale et Solidaire Sud Paca, présidée par Denis Philippe, a lancé une nouvelle émission de titres associatifs en décembre 2022.

Cet emprunt, contractualisé sur les marchés financiers, permet des levées de fonds sans passer par une banque. En levant 825 000 euros, la Cress Sud confirme ainsi sa vision entrepreneuriale tout en confortant son modèle économique.

TOULON FINANCEMENT

La Région Sud investit 78 millions d'euros pour Toulon Provence Méditerranée

La Région Sud a signé son premier contrat «Nos territoires d'abord» 2022-2027 et va investir 78 millions d'euros au profit de la métropole Toulon Provence Méditerranée. Cette enveloppe viendra soutenir 56 opérations pour un montant total de 665 millions d'euros, qui sont déclinées selon six axes du Plan Climat. Il y a non seulement la mobilité douce, avec le Bus à Haut Niveau de Services à Toulon, ou le pôle d'échanges multimodal d'Hyères, mais également les énergies renouvelables, la stratégie patrimoniale et la réhabilitation énergétique des bâtiments. Il y a aussi la gestion et la valorisation des déchets avec la construction d'un pôle de réemploi et de valorisation au Pradet, la sobriété foncière et la transition écologique. Ce contrat, signé pour cinq ans, offre à la métropole les moyens «d'aller encore plus loin dans ses ambitions». Il sera révisé chaque année afin de réadapter la programmation à la réalité et aux évolutions des projets de territoire.

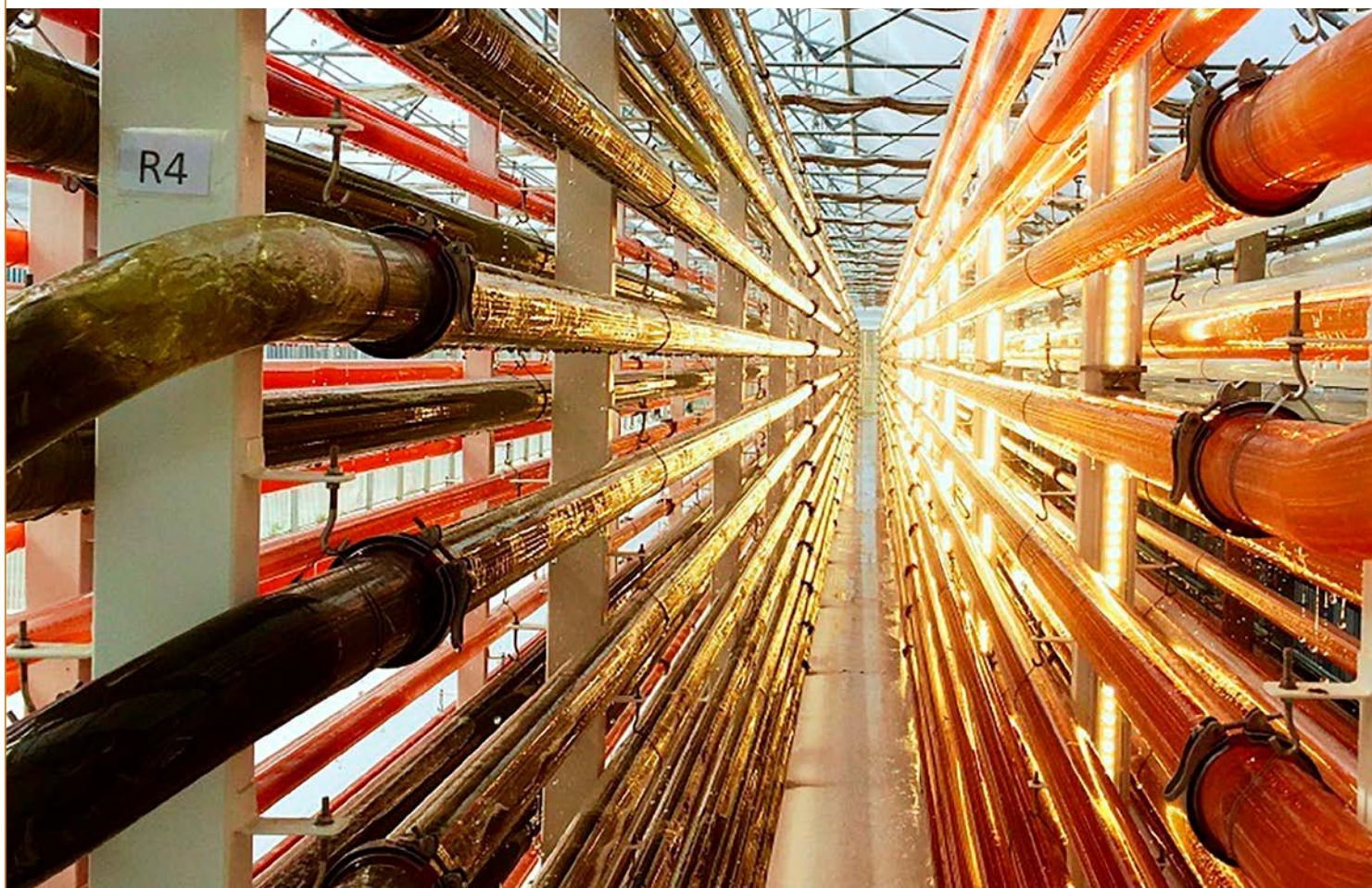


© OLIVIER PASTOR, TPM

TOULON IMMOBILIER

La Maison de la Créativité rachetée par la métropole Toulon Provence Méditerranée

Avec l'aide financière de l'État, via le Contrat métropolitain de relance et de transition écologique, la métropole Toulon Provence Méditerranée a acquis le bâtiment de la Maison de la Créativité situé au cœur du quartier Chalucet à Toulon. L'investissement s'élève à 23,291 millions d'euros et l'aide de l'État à 5 millions d'euros. En devenant propriétaire de cet édifice de 5 400 m², qui héberge les écoles de commerce et de design Kedge Business School et Camondo Méditerranée, l'objectif de la métropole est de renforcer le rayonnement de l'enseignement supérieur sur son territoire.



© MICROPHYT

LES START-UP FACE AUX DÉFIS DE LA RÉINDUSTRIALISATION

➤ Les start-up industrielles pourraient bien représenter le futur des usines en France. C'est en tout cas le pari des pouvoirs publics, qui s'activent de plus en plus pour leur mettre le pied à l'étrier. Mais le chemin s'annonce encore long, et semé d'embûches, avant de faire de ces jeunes entreprises hybrides la clé de voûte de la réindustrialisation du pays.



Il y aurait 1 500 à 1 700 start-up industrielles en France. À l'image du producteur occitan de microalgues Microphyt qui a récemment fait entrer L'Oréal à son capital.



Un producteur nantais d'hydrogène vert coté en Bourse, une ferme géante d'insectes comestibles près d'Amiens, un spécialiste girondin des thérapies cellulaires, ou encore une «display valley» dédiée à l'affichage haute technologie du côté de Grenoble. À première vue, rien ne semble relier ces différentes activités. Et pourtant, derrière elles, se cachent une nouvelle vague de jeunes entreprises : les «start-up industrielles». Lhyfe, Ynsect, Treefrog Therapeutics et Aledia forment l'avant-garde de ce contingent de la French Tech, modeste par la taille (le pays compterait 1 500 à 1 700 sociétés de ce type), mais grand par les ambitions (assurer l'avenir productif et décarboné de l'économie nationale).

«Start-up industrielles»? L'expression elle-même paraît incongrue, voire contradictoire, tant les jeunes pousses innovantes sont historiquement associées au numérique, et à tout ce qu'il implique de virtuel et d'immatériel. L'inverse, a priori, de la réalité très physique des usines. Les deux n'ont pourtant jamais été incompatibles. La formule, bien que récente, renvoie, en fait, à des pratiques courantes, mais passées sous les radars, au moment où le pays perdait ses usines, et misait davantage sur les services, eux-mêmes portés par la montée de l'informatique et du digital.

«Il y a toujours eu de l'innovation dans l'industrie, rappelle ainsi Caroline Granier, chef de projet au sein du laboratoire d'idées La Fabrique de l'industrie. Mais, depuis les années 1990, elle a été dissimulée par le concept d'économie de la connaissance et l'arrivée des nouvelles technologies de l'information et de la communication. C'était oublier que le numérique peut très bien être utilisé dans les usines. L'idée de start-up industrielles rend plus visible cette dynamique», explique l'économiste.

DES START-UP À LA POINTE DU RENOUVEAU INDUSTRIEL

Ces acteurs émergents partagent ainsi, avec leurs homologues du digital, plusieurs caractéristiques : ils sont jeunes (pas plus de 10 à 15 ans d'existence), petits (de la taille d'une TPE ou d'une PME), innovants donc... et rarement rentables. Leur principale différence réside dans la finalité de leur activité : la production de biens en masse. Ce qui les rattache de facto au secteur manufacturier. Aussi la nécessité de désigner ces jeunes pousses sous un vocable commun, pour les

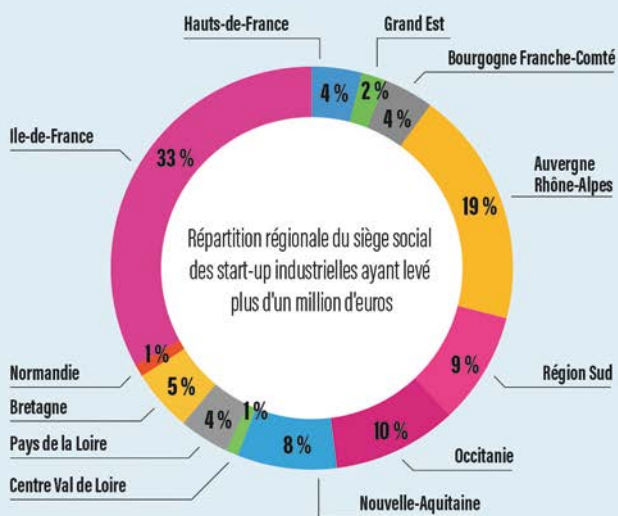


Le lillois Exotec fait partie de ces start-up industrielles à avoir choisi de produire en France. D'ici 2024, l'ensemble des collaborateurs et de la production emménagera dans un bâtiment flambant neuf toujours près de Lille.

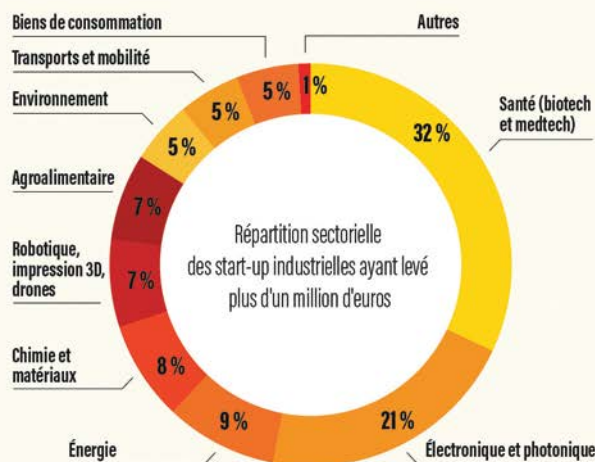
distinguer du reste de la French Tech, n'est-elle pas complètement le fruit du hasard ni du marketing, mais le signe d'un contexte porteur pour elles.

Ces entreprises s'inscrivent en effet dans un double mouvement : le retour en grâce symbolique du secteur secondaire, couplé à un regain de forme effectif, ces dernières années. «Depuis 2016, on observe un rebond de l'emploi industriel, après 20-25 ans de recul, souligne Caroline Granier. La pandémie de Covid-19 a aussi remis sur le devant de la scène la question de la souveraineté. Laquelle suppose d'être en capacité de créer des biens soi-même... ou, à défaut, de savoir innover, pour les créer.» Preuve de cette prise de conscience, devenue priorité nationale, le ministère de l'Économie prépare une nouvelle initiative, d'ici l'été, pour faciliter et accélérer encore l'implantation des usines et l'industrialisation de technologies vertes sur le territoire. Dans ces conditions, difficile de se passer des start-up industrielles, positionnées, à la fois, sur des secteurs stratégiques (près des deux tiers sont dans les biotech, l'électronique et robotique, l'énergie ou la santé) et sur des enjeux d'avenir, dont, précisément, la transition écologique («greentech»), mais aussi les

DEUX TIERS DES START-UP INDUSTRIELLES SONT BASÉES EN RÉGIONS



PRÉDOMINANCE DE LA SANTÉ ET DE L'ÉLECTRONIQUE



SOURCES : BPIFRANCE

innovations de rupture («deeptech»). Sans oublier que les deux tiers sont basées en régions, proportion inverse aux jeunes entreprises du numérique, concentrées en Île-de-France. Autant d'avantages susceptibles, pour les pouvoirs publics, de servir leur nouvel objectif de «réindustrialisation des territoires».

UN FINANCEMENT COMPLIQUÉ PAR LA DURÉE ET LE COÛT DES PROJETS

Après son «plan deeptech» de 2,5 milliards d'euros, mobilisés de 2019 à 2023, Bpifrance a ainsi dégainé, en janvier 2022, un programme de 2,3 milliards d'euros sur cinq ans, expressément dédiés aux start-up (et PME) industrielles. Au menu : prêts garantis, subventions publiques, apport de fonds propres et appui au capital-risque. Une palette conçue pour «s'assurer que ces jeunes entreprises auront une empreinte industrielle maximale en France, notamment à travers la création d'usines», explique Guillaume Mortelier, directeur exécutif de Bpifrance, en charge de l'accompagnement. Or, l'un de leurs principaux enjeux réside dans l'accès au cash. «Une problématique bien connue des start-up, mais encore plus aiguë dans le cas de leurs consœurs industrielles. En effet, celles-ci doivent, «au cours de leurs premières années, développer le produit qu'elles commercialiseront [ensuite] pour réaliser leur chiffre d'affaires», expliquent l'Inspection générale des finances (IGF) et le Conseil général de l'économie (CGE), dans un rapport de 2021. Or, cette phase préalable à la mise sur le marché est particulièrement longue dans le cas de ces pépites.

« Depuis 2016, on observe un rebond de l'emploi industriel, après 20-25 ans de recul. »

Caroline Granier, économiste et chef de projet de La Fabrique de l'Industrie

Ce rapport au temps (et donc aux coûts) fait toute leur spécificité (et leurs difficultés). Et pour cause : la vocation même de leur activité (la fabrication en série de biens) implique, une fois la phase de R & D passée, d'investir dans des moyens de production par étapes successives (prototypage, démonstrateur, première usine). Autant de paliers tous aussi risqués, et plus onéreux, les uns que les autres. Des contraintes que ne connaissent pas, par définition, leurs grands frères du numérique.

Résultat, les start-up industrielles ont peu profité de l'essor récent des levées de fonds. La faute, selon l'IGF et le CGE à une insuffisance de «capitaux patients», du fait notamment d'un manque de culture industrielle au sein des sociétés de gestion». Quant aux banques, elles ont déserté le secteur, déplore Caroline Granier. Problème : l'argent public ne pourra, à lui seul, répondre aux besoins des jeunes pousses de l'industrie, insiste l'économiste. Et les solutions pour attirer les fonds privés restent à inventer.

DES IMPLANTATIONS ENTRAVÉES PAR LE FONCIER ET LES DÉLAIS

Cet enjeu, majeur, n'est toutefois pas le seul obstacle sur la route du succès de ces start-up. À cheval entre la tech et l'industrie, elles cumulent, en fait, les défis de l'une avec les handicaps de l'autre, le tout étant exacerbé par leur statut hybride. Ainsi, comme sur le financement, les problèmes de foncier et les relations avec l'administration, déjà épineux pour implanter une usine classique, se posent avec encore plus d'acuité. Si le parcours du combattant dans les méandres de la bureaucratie française est le même, ses «conséquences sont particulièrement néfastes pour les start-up», soulignent l'IGF et le CGE. En effet, «des blocages ou des délais rallongés peuvent menacer la pérennité» même de ces sociétés sans chiffre d'affaires. Un risque de retard d'autant plus grand que ces acteurs innovants «sont souvent moins connus et crédibles auprès



des administrations». Mais les start-up peuvent aussi être mises en difficulté, en aval, par leur hypercroissance. «Nous en avons rencontré une qui, au bout de six mois, avait presque triplé son volume de production, relate Caroline Granier. Elle s'était donc retrouvée dans un local trop petit, et avait eu du mal à trouver une solution foncière adaptée.»

DES STRATÉGIES D'INDUSTRIALISATION MAL PRÉPARÉES, VOIRE SNOBÉES

Mais ces entrepreneurs ne sont pas seulement victimes de leur réussite ou de l'administration. Ils le sont aussi de leurs propres limites. Impréparation, défaut de compétences, manque d'expériences... l'industrialisation est souvent un impensé de leur stratégie, relèvent plusieurs rapports. Et le délitement du tissu productif national ne les aide pas à pallier ces carences. «Avec la désindustrialisation, un chef d'entreprise n'a pas forcément, à proximité, tout l'écosystème nécessaire pour se développer, s'inspirer, nouer des partenariats, etc.», reconnaît Guillaume Mortelier.

Le passage en production n'est d'ailleurs pas toujours une fin en soi pour ces entrepreneurs. Certains préfèrent externaliser. D'autres optent pour la distribution de licences. Pour l'État, il s'agit donc, aussi, de les (r) amener le plus possible vers la troisième voie, celle de l'internalisation dans l'Hexagone. Avec un objectif ambitieux : ouvrir 100 nouveaux sites industriels par an d'ici 2025. «Il faudra surtout veiller à ne pas en fermer 200 en parallèle, tempère Caroline Granier : les pouvoirs publics doivent aussi pérenniser le tissu existant et maintenir les compétences actuelles.»

L'économiste se montre d'ailleurs très prudente face à l'engouement autour de cette minorité d'entreprises (elles ne représentent qu'environ 12 % des jeunes pousses du pays). «Certaines études montrent qu'en général, un très petit nombre de start-up parviennent à survivre. Il faut donc bien les accompagner tout au long de leur développement. Et ne pas oublier non plus que d'autres acteurs, et des dispositifs locaux (comme pôles de compétitivité, accélérateurs, etc.), peuvent contribuer à la réindustrialisation du pays.» Tout un écosystème qui reste encore à (re) construire et (ré) animer.

Pierrick Lieben



Une start-up industrielle sur trois est du secteur de la santé. Comme l'entreprise girondine Treefrog Therapeutics, qui développe des innovations de rupture dans les domaines de la culture de cellules souches et de la thérapie cellulaire.

© ANNE CESBRON

POUR TEEBIKE, LE DÉFI EST D'ARRIVER À PRODUIRE EN FRANCE

La start-up niçoise Teebike a développé une roue connectée permettant de rendre électrique n'importe quel vélo. Pour l'heure, c'est en Chine que celle-ci est assemblée mais son fondateur espère pouvoir rapatrier la production en France d'ici 2025.

À la vente, à la location et désormais en partenariat avec des villes de région parisienne, de Normandie ou du Centre-Val de Loire, Teebike fait avancer sa roue. Connectée, celle-ci s'adapte à n'importe quel vélo pour le rendre électrique. Plus besoin donc de jeter sa bicyclette (1,5 million sont mises au rebut chaque année en France), l'innovation développée par la start-up niçoise créée par Laurent Durrieu, lui donne une seconde vie, bien plus dynamique encore. La jeune pousse lancée début 2020, compte désormais 6 salariés (9 d'ici l'été prochain). Elle s'appuie par ailleurs sur 70 personnes en contrat d'insertion dans les ateliers gérés des associations qu'elle déploie aux quatre coins de France (Côte d'Azur, Nantes, Amiens...) pour assurer la maintenance et le service après-vente de vélos reconditionnés et électrifiés. Car Teebike s'inscrit, au-delà de préoccupations environnementales, dans une démarche vertueuse globale, « dans la création de valeur sociale en plus de la valeur d'usage », précise son dirigeant et fondateur. Reste ainsi une marche à franchir pour boucler la boucle : produire en France.

Aujourd'hui, c'est d'une usine chinoise que sortent les roues de la start-up. « Nous avons évidemment l'ambition d'implanter notre production en France, explique Laurent Durrieu. Si notre développement se poursuit et que nous arrivons à signer de nombreuses agglomérations comme partenaires, qui achètent la roue pour la proposer ensuite à la location et développer la pratique du vélo sur leur territoire, nous aurons les volumes suffisants pour cela. L'assemblage ne présente pas de barrière technologique et pourra se faire via des programmes d'in-



© OLIVIA OREGGIA

Marine Billis et Laurent Durrieu ont fondé Teebike. Teebike, une roue connectée s'adaptant à n'importe quel vélo pour l'électrifier.

sertion que nous souhaitons continuer à développer pour créer encore de l'emploi et de la formation localement. Mécanicien cycle est un métier d'avenir. » Un projet réalisable à l'horizon 2025 pour le dirigeant qui confie ne pas avoir sollicité d'aides au financement pour localiser sa production sur le sol français. « Les aides sont éphémères. Teebike devra d'abord pouvoir supporter économiquement la capacité de produire en France. »

Stimulé par la hausse du prix de l'essence, le contexte est porteur pour le vélo en général mais nécessairement plus délicat pour Teebike en particulier. « Être une start-up industrielle est difficile pour nous en termes de marketing. Le secteur est très concurrentiel. Notre challenge est de nous faire connaître et convaincre le grand public de ne pas jeter son vélo ». En 2022, Teebike affichait un chiffre d'affaires de 800 000 euros qu'elle compte doubler d'ici la fin 2023.

Olivia Oreggia

MAINE-ET-LOIRE INGÉNIERIE

CAS protège les avions avec ses housses connectées

La jeune entreprise angevine Connected Aircraft Solutions (4 salariés), créée par Steven Tromeur, va produire et commercialiser des housses de protection d'avions.

Constituées d'une enveloppe sur-mesure en tissu étanche et d'une structure gonflable régulée par un gonfleur d'air autonome, avec une gestion électronique, ces housses protègent ainsi l'avion par un cocon d'air des intempéries et de l'humidité.

D'abord destiné aux avions d'affaires, le produit pourrait être proposé pour le marché des avions de combat dans un second temps.



© THOMAS BARON

HAUTE-GARONNE TECHNOLOGIE

E-HÉ LANCE UN FAUTEUIL MOBILE ANTIFATIGUE POUR LES VISITES AU MUSÉE

Créée en 2018, la start-up toulousaine E-hé (5 salariés) a conçu un fauteuil mobile permettant aux visiteurs des musées ou des zoos de ne pas écourter leurs visites à cause de la fatigue. Dotée d'assises, d'accoudoirs, de roues multidirectionnelles et de freins, la Flâneuse (c'est son nom) « se manipule aisément, permet de s'appuyer, de s'asseoir, de porter des enfants et de transporter des affaires », assure Yves Subarroque, qui a fondé et dirige E-hé avec Thérèse Donnet (en photo). Certifiées dispositif médical, Les Flâneuses feront notamment leur apparition au Musée du Louvre à Paris début 2023.



© UBULUG

CALVADOS SANTÉ

La vanne intelligente d'Ubiplug réduit les infections

La start-up Ubiplug, basée près de Caen, a développé un système de vannes intelligentes afin de réduire les infections lors des hémodialyses. La création de ce dispositif est le fruit d'une collaboration avec le CHU de Caen, l'AP-HP (Assistance Publique - Hôpitaux de Paris) et Air Liquide Healthcare, la branche santé du groupe Air Liquide. Le système est prêt à être commercialisé. L'entreprise (15 salariés) va lancer une levée de fonds courant 2023 pour recruter et se développer, à l'international notamment.

LOIRE-ATLANTIQUE MARITIME

GREENOV OBTIENT L'APPUI DE L'EUROPE POUR LIMITER LES BRUITS SOUS-MARINS

Créée en 2021, la start-up nantaise Greenov (14 salariés) a conçu une membrane acoustique afin de protéger les écosystèmes marins. Cette membrane doit limiter les bruits sous-marins générés par les travaux portuaires, côtiers et maritimes (comme l'installation des fondations d'éoliennes), qui perturbent les cétacés et les poissons. Pour tester sa membrane acoustique en milieu réel, Greenov vient d'obtenir une subvention de 2,4 millions d'euros de la Commission Européenne. Les tests auront lieu cette année en Europe du Nord, puis à Saint-Nazaire en 2024, avant le lancement de la commercialisation, prévu en 2025.



© PHOTO

ILLE-ET-VILAINE COMMERCE

MadameZeFrench invente une boîte à pâtisserie réutilisable

MadameZeFrench, créée à Rennes en 2022 par Diane Lefrançois et Émilie Sibut, a imaginé une boîte éco-responsable réutilisable chez tous les artisans boulangers, pâtisseries et traiteurs. Trois tailles de boîtes en matériau « bi-orienté » (double couche papetière pour pouvoir être imprimée, et film polypropylène pour pouvoir être lavé), fabriquées en France sont disponibles. Elles sont livrées au commerçant pliées en un seul tenant. MadameZeFrench cible d'abord les 6 000 artisans français haut de gamme, puis les 45 000 artisans boulangers, chocolatiers, pâtisseries en France.



© M&WINE

RHÔNE AGROALIMENTAIRE

M & Wine veut lutter contre la contrefaçon de vin

Lancée en 2021, M & Wine (3 salariés) a imaginé le Metal Wine Profil, une sorte d'ADN propre à chaque cuvée, basé sur l'étude des minéraux, oligo-éléments ou métaux lourds présents dans les vins. Les applications vont de l'anti-contrefaçon à l'amélioration de la qualité des vins, en passant par le conseil aux consommateurs. Créée par Théodore Tillement et son père Olivier Tillement, la start-up entend ainsi accompagner les viticulteurs dans l'amélioration de leurs vins, et envisage de créer un label pour authentifier des bouteilles via un QR Code.



SOLUTIONS & CONSEILS

GESTION



Si elles ne contiennent pas de réforme d'ampleur, les lois de finances et de financement de la Sécurité sociale pour 2023 actent sept principales mesures pour les entreprises.

© NANSAN

FISCALITÉ

Budget 2023 : 7 mesures à retenir pour les entreprises

La loi de finances et la loi de financement de la Sécurité sociale pour 2023 prévoient plusieurs mesures fiscales et sociales pour les entreprises. Parmi les dispositifs les plus emblématiques figurent la baisse des impôts de production et la prolongation du bouclier tarifaire sur l'énergie.

Après avoir déclenché dix fois l'article 49 alinéa 3 de la Constitution afin de faire passer sans vote le budget 2023, la loi de finances et celle de financement de la Sécurité sociale pour 2023 ont été publiées au Journal officiel les 24 et 31 décembre 2022. Si ces lois ne prévoient pas de réforme d'ampleur, elles actent sept principales mesures pour les entreprises.

1 LA BAISSÉ DES IMPÔTS DE PRODUCTION

Il s'agit de la mesure la plus emblématique et significative du budget 2023 : la contribution sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) va disparaître progressivement sur deux ans. La suppression de cet impôt de production, créé en 2010, vise à accroître la compétitivité des entreprises françaises, notamment dans le secteur industriel. Pour l'année 2023, les taux

effectifs d'imposition sont diminués de moitié, avant de totalement disparaître à compter du 1^{er} janvier 2024. De la sorte, le taux maximal de CVAE passe de 0,75 % à 0,375 %. « Cette mesure a un effet sur la trésorerie des entreprises dès 2023. Les deux acomptes qui doivent être versés en juin et septembre 2023 prendront en compte la division par deux du taux. Le solde 2023 devra être acquitté le cas échéant en

mai 2024. La suppression progressive de la CVAE entraîne par ailleurs un ajustement corrélatif du plafonnement de la CET, la contribution économique territoriale, composée de la CFE et de la CVAE », explique Alice de Massiac, avocate associée au sein du cabinet Deloitte Société d'Avocats. Ainsi, pour la CET due au titre de 2023, le taux de 2 % est abaissé à 1,625 %. Au 1^{er} janvier 2024, il s'élèvera à 1,25 %. 530 000 entreprises, qui enregistrent un chiffre d'affaires supérieur à 500 000 euros, vont bénéficier de la disparition de cet impôt.

2 DES AIDES POUR AMORTIR LES FACTURES D'ÉLECTRICITÉ ET DU GAZ

Pour aider les dirigeants à passer la crise inflationniste, le gouvernement a acté différentes aides pour les PME et ETI. L'amortisseur électricité est entré en vigueur au 1^{er} janvier 2023 pour un an. Ce dispo-



sitif permet de protéger les sociétés ayant signé les contrats les plus élevés, avec un plafond d'aide unitaire renforcé. Il est destiné à toutes les PME (moins de 250 salariés, 50 M€ de chiffre d'affaires et 43 M€ de bilan). Il prend la forme d'une réduction de prix qui sera automatiquement et directement décompté de la facture d'électricité de l'entreprise. L'amortisseur électricité sera disponible à partir d'un prix plancher de 180 euros par mégawatt heure (MWh) et jusqu'à un prix plafond de 500 euros par MWh. Il permet de payer la différence entre le prix contractualisé et le montant plancher, sur 50 % des volumes d'électricité, dans la limite d'une aide maximale de 160 € par MWh (ou de 0,16 € par kWh) sur l'ensemble de la consommation. Si une entreprise a un prix unitaire de la part énergie de 350 euros par MWh (0,35 euro par kWh), l'amortisseur électricité permet de prendre en charge environ 20 % de la facture totale d'électricité. «Les PME peuvent également bénéficier des aides pour le gaz, tout comme les ETI qui sont éligibles aux aides pour le gaz et l'électricité. Pour ces entreprises à taille intermédiaire, le montant de l'aide dépend des dépenses engagées. 50 % des coûts sont éligibles avec un plafond de 4 millions d'euros. Lorsqu'on dépense 50 millions d'euros en énergie, l'aide s'élève à 65 % du montant engagé », détaille Vital Saint-Marc, associé au sein du cabinet RSM.

3 UNE CONTRIBUTION SPÉCIALE POUR LES PRODUCTEURS D'ÉLECTRICITÉ

Pour accompagner les ménages et les entreprises à passer la crise liée à l'augmentation du prix de l'énergie, l'article 54 de la loi de finances instaure une contribution sur certains producteurs d'électricité (la CRIM pour Contribution sur la Rente InfraMarginale producteurs d'électricité). Cette nouvelle taxe, qui est une déclinaison



© JULIEN LUTT

«La suppression progressive de la CVAE a un effet sur la trésorerie des entreprises dès 2023»

Alice de Massiac, avocate associée au sein du cabinet Deloitte Société d'Avocats

d'un règlement européen, a un caractère exceptionnel et temporaire et s'applique à compter du 1^{er} janvier 2023. «Cette mesure impose à tout producteur d'électricité, de reverser une partie de son chiffre d'affaires généré entre le 1^{er} juillet 2022 et 31 décembre 2023 issu des ventes d'électricité. L'excédent à reverser entre le prix du mégawatt vendu par rapport à un prix forfaitaire du mégawatt fixé par la loi en fonction de la source d'électricité peut être assez significatif. Une entreprise qui a vendu de l'électricité à compter du 1^{er} juillet 2022 entre dans le dispositif », explique Alice de Massiac. Le gouvernement envisage de récupérer entre 12 et 13 milliards d'euros.

4 IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS RÉDUIT POUR LES PME

La loi de finances pour 2023 relève le plafond des bénéfices permettant aux petites et moyennes entreprises de bénéficier d'un taux réduit de l'impôt sur les sociétés (IS)

à 15 %. Jusqu'ici, le taux réduit à 15 % s'appliquait jusqu'à 38 120 € de bénéfices. Cette limite est désormais portée à 42 500 €. «Pour les entreprises qui clôturent leur exercice au 31 décembre 2022, l'impact est relativement faible et s'élève à 438 euros. La différence de base d'imposition de 4 380 euros, qui est taxée à 15 %, représente une économie de 10 %», analyse Vital Saint-Marc. Pour rappel, les entreprises souhaitant bénéficier de ce taux réduit à 15 % doivent remplir deux conditions : avoir un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'euros (hors taxe) et disposer d'un capital entièrement détenu à hauteur de 75 % minimum par des personnes physiques.

5 UNE PARTICIPATION FINANCIÈRE DES SALARIÉS POUR LE CPF

La loi de finances confirme l'introduction d'un reste à charge pour les salariés qui souhaitent mobiliser leur compte personnel de formation (CPF). En d'autres termes, depuis le

1^{er} janvier 2023, les salariés doivent mettre la main au portefeuille et contribuer au financement d'une partie des coûts de la formation. L'exposé des motifs précise que les modalités de mise en œuvre seront précisées par décret en Conseil d'État, que ce soient pour le «taux de participation», les «conditions de sa possible prise en charge par un tiers» ou encore le «niveau minimal d'abondement par l'employeur». Ce reste à charge ne concerne pas les demandeurs d'emploi. «La formation a coûté 7 milliards d'euros au gouvernement. L'objectif de cette mesure est de limiter les abus et de s'assurer, que les formations financées par les employeurs sont pertinentes», commente Alice de Massiac.

6 DU NOUVEAU POUR LES CONTRÔLES URSSAF

La loi de financement de la sécurité sociale pour 2023 introduit deux mesures qui portent sur l'évolution du contrôle Urssaf. Depuis le 1^{er} janvier 2023, l'expérimentation limitant la durée du contrôle Urssaf à trois mois pour les entreprises de moins de 20 salariés, est pérennisée. Par ailleurs, lorsqu'un agent effectue un contrôle dans une société appartenant à un groupe, il peut utiliser les informations qu'il a obtenues lors du contrôle de toute autre société du même groupe.

7 JEI : RÉGIME PROROGÉ JUSQU'EN 2025

Le régime d'exonération d'impôt sur les bénéfices, de taxe foncière et de contribution économique territoriale bénéficiant aux jeunes entreprises innovantes (JEI) est maintenu jusqu'au 31 décembre 2025 (l'échéance avait été initialement fixée au 31 décembre 2022). Le critère d'âge des JEI est modifié. Désormais, il s'appliquera aux entreprises créées depuis moins de huit ans (contre 11 en 2022).

Mallory Lalanne



CROISSANCE EXTERNE

Fusion-acquisition : un marché en retrait mais des opportunités à saisir

Coup de frein sur le marché de la reprise de PME et d'ETI en France. Entre l'inflation et les incertitudes économiques, le nombre d'opérations se réduit. Mais la conjoncture laisse aussi entrevoir de belles opportunités de croissance externe.

Est-ce était le bon moment pour racheter une entreprise ? La question peut paraître saugrenue car le marché français est, en ce début d'année, moins dynamique qu'il y a un an. «Entre la guerre en Ukraine, la crise énergétique et l'inflation, le marché de la reprise de PME s'est grippé durant l'été 2022. Le nombre de transactions a ralenti au second semestre. Et ce ralentissement devrait perdurer au moins sur le premier semestre 2023», estime Thierry Lamarque, président du cabinet de conseil en reprise Althéo (10 salariés), présent à Paris et à Lyon. «Le nombre de cessions-acquisitions de PME et d'ETI dans la zone euro a baissé de 10 à 15 % en 2022. Et c'est ce que nous anticipons aussi pour le premier semestre 2023», évalue Karel Kroupa, dirigeant

associé d'Argos Wityu, un fonds d'investissement implanté dans huit pays en Europe qui accompagne la transmission de PME et ETI.

BAISSE DES VALORISATIONS

Alors pourquoi acheter une entreprise dans ce contexte peu porteur ? Parce que les valorisations peuvent s'avérer intéressantes pour un acheteur suffisamment solide pour faire face aux incertitudes du moment. «Quand il y a une crise, une triple destruction de valeur s'opère : en général, la performance financière de l'entreprise baisse, tout comme son excédent de trésorerie. En revanche, ses dettes financières ont tendance à augmenter. Ces

Le nombre de rachats de PME a baissé depuis le début de la guerre en Ukraine. Les valorisations aussi.

trois indicateurs rentrant dans le mode de calcul de la valorisation de l'entreprise, beaucoup de ces dernières ont perdu de la valeur depuis 2020. Pour les repreneurs, il y a donc une fenêtre de tir exceptionnelle. Il est possible de racheter des PME à bon compte à cause de cette triple destruction de valeur», explique Thierry Lamarque. «Lors du premier confinement, les valorisations ont chuté d'environ 10 %, avant d'augmenter de 20 % en 2021. Depuis, elles sont redescendues de 10 % pour s'établir au niveau de 2019, à savoir 10 fois l'Ebitda», analyse Karel Kroupa. La succession des crises depuis trois ans a donc un impact sur les prix, bien qu'il reste limité. Rien à voir avec la crise de 2008. «À la chute de Lehman Brothers, les valorisations ont alors plongé de 30 à 35 %». Même si la décote

est aujourd'hui moindre qu'il y a 15 ans, «cela peut être une bonne période pour acheter une entreprise», poursuit le dirigeant associé d'Argos Wityu.

DES BANQUIERS ET DES CÉDANTS À CONVAINCRE

À condition d'abord de convaincre les financiers. «Les taux d'intérêt ont augmenté, l'argent est aujourd'hui un peu plus cher, avec des taux qui sont passés de 1 % à 3 % en un an et demi», explique Thierry Lamarque. Les banques deviennent aussi plus sélectives. «Certains secteurs ne rentrent plus dans leur critère d'éligibilité. Dans la distribution par exemple, il est difficile d'obtenir aujourd'hui un financement bancaire, car les banques estiment que l'année 2023 va être une année difficile pour ce secteur.» Les faillites d'enseignes comme Camaïeu et Place du Marché sont encore dans les esprits.

Mais plus que son banquier, un acquéreur devra convaincre le cédant, pas toujours enclin à vendre à prix cassé. «Il faut faire beaucoup de pédagogie pour expliquer à un dirigeant de PME que la baisse des performances financières ou l'augmentation des dettes provoquent des changements dans la valeur de l'entreprise. Beaucoup préfèrent repousser l'échéance», observe Thierry Lamarque. C'est donc vers les cédants pressés de vendre qu'il faut se tourner en priorité pour saisir les meilleures opportunités.

Stéphane Vandangeon



© ASDF



Le salarié n'ayant pas répondu à la mise en demeure de l'employeur sera présumé démissionnaire.

© MONNET

DROIT DU TRAVAIL

L'abandon de poste peut s'apparenter à une démission

Définitivement adoptée le 21 décembre 2022, la loi Marché du travail institue une présomption de démission en cas d'abandon de poste par un salarié. Elle précise les modalités de mise en œuvre de ce nouveau dispositif qui veut limiter le recours des salariés à cette pratique.

Abandon de poste peut désormais valoir démission. Cette mesure de la loi Marché du travail vise à aligner les conséquences de l'abandon de poste sur celles de la démission : elle privera le salarié concerné des allocations-chômage. Avec ce texte adopté fin décembre, le législateur a voulu mettre un terme à « l'autoliquidation », qui peut engendrer des perturbations dans l'entreprise et qui met un salarié licencié à l'issue d'un abandon de poste en situation plus favorable au niveau de l'assurance chômage qu'un salarié qui démissionne sans être indemnisé.

L'abandon de poste suppose que le salarié quitte soudainement son poste de travail,

avant la fin de son service, sans autorisation, sans raison apparente ou légitime et sans qu'il en informe son employeur. Il faut distinguer l'abandon de poste de l'absence injustifiée. Cette dernière est constituée quand le salarié ne se présente pas à son travail et n'en a pas informé l'employeur. Contrairement à l'abandon de poste, le salarié ne quitte pas son travail avant la fin de son service, il ne s'y présente pas.

TROIS CONDITIONS

Jusqu'à présent, la démission ne se présuait pas et un abandon de poste ne valait pas démission. Désormais, il faut réunir trois conditions cumulatives pour qu'existe la présomption de démission : le salarié doit avoir abandonné son

poste volontairement ; il ne doit pas avoir repris le travail ; l'employeur doit l'avoir mis en demeure de le faire. Le salarié n'ayant pas répondu à la mise en demeure de l'employeur sera présumé démissionnaire. Il ne pourra pas prétendre aux allocations-chômage. Le texte ne précise pas la date de prise d'effet de la rupture.

Pour renverser la présomption, il appartient au salarié de rapporter la preuve que son abandon de poste repose sur un motif légitime. Il devra saisir le Conseil de prud'hommes qui devra statuer dans un délai d'un mois. Si la procédure renverse la présomption, l'employeur qui aura rompu à tort le contrat de travail peut devoir verser une indemnité compensatrice de préavis ; l'indemnité

légale ou conventionnelle de licenciement ; une indemnité pour licenciement sans cause réelle et sérieuse.

DES EXCEPTIONS

Certaines situations ne peuvent pas être qualifiées d'abandon de poste : exercice du droit de retrait ; exercice du droit de grève ; poste quitté sans autorisation afin de consulter un médecin ; ne pas revenir travailler à l'issue d'un arrêt de travail si la visite médicale de reprise n'a pas eu lieu ; refus du salarié d'exécuter une instruction de sa hiérarchie contraire à la réglementation ; refus d'une modification unilatérale du contrat de travail. Pour se prévaloir d'une présomption de démission du salarié qui abandonne son poste, l'employeur doit l'avoir mis en demeure de justifier de son absence et de reprendre son poste dans le délai qu'il fixera. Si le salarié ne répond pas, la procédure peut se poursuivre. Le recours à la lettre recommandée est conseillé. Il est possible d'utiliser la lettre recommandée électronique, à condition que le salarié accepte de recevoir ce type de lettre.

Valérie Dahm



FORMATION

La VAE devient plus accessible

Pour lutter contre le chômage et les tensions de recrutement, le gouvernement simplifie la validation des acquis de l'expérience (VAE). Ambition : atteindre 100 000 personnes par an obtenant un diplôme grâce à la VAE, contre 18 000 actuellement.

Publiée fin décembre, la loi Marché du travail vise à élargir et à faciliter l'accès à la validation des acquis de l'expérience (VAE). Elle instaure d'abord pour cela un accès universel à ce dispositif permettant aux personnes ayant de l'expérience d'obtenir des diplômes, titres ou certificats de qualification. Désormais, toute personne, et non plus seulement les personnes engagées dans la vie active, peut bénéficier du dispositif. Celui-ci s'ouvre à toute expérience permettant l'acquisition de compétences liées à la certification visée. Les périodes de mise en situation en milieu professionnel sont prises en compte dans la durée d'expérience. Autre avancée, le minimum d'un an pour cette durée d'expérience est supprimé.

Le parcours débute désormais par les actions d'accompagnement et, si besoin, des ac-

tions de formation ou de mise en situation en milieu professionnel. Conséquence : le parcours n'est plus conditionné à la phase administrative de recevabilité du dossier de VAE. Ce dossier de 30 pages qu'il fallait remplir, disparaît, remplacé par un entretien oral avec un conseiller. Les Régions peuvent prendre en charge cet accompagnement sans attendre que le dossier VAE du demandeur d'emploi candidat à la VAE ait été déclaré recevable.

GUICHET NUMÉRIQUE

Autre nouveauté : les actions de VAE ne visent plus uniquement l'acquisition d'une certification complète, mais d'un ou plusieurs blocs de compétences d'une certification professionnelle. Un guichet unique numérique va simplifier les

La validation des acquis de l'expérience permet de faire reconnaître son expérience professionnelle en la convertissant en diplôme.

procédures. On peut obtenir un rendez-vous devant un jury en deux mois seulement. Et les salariés disposent désormais de deux jours de congé pour préparer leur passage devant ce jury, contre un jour au préalable.

Pour le financement, trois possibilités : passer par des organismes AT Pro qui prennent en charge environ 3 000 euros, utiliser son Compte personnel de formation (CPF) ou le salarié financé lui-même. L'employeur ne peut s'opposer à ce qu'un salarié fasse une VAE, il peut seulement la différer de 6 mois. Afin de favoriser l'accès à la certification et à l'insertion professionnelles dans les secteurs en tension, la loi prévoit à titre expérimental, pour trois ans, que les contrats de professionnalisation conclus par les employeurs privés peuvent comporter des actions en vue de la VAE.

Valérie Dahm

En bref



© INDUSTRIEBLICK

La prime à l'apprentissage joue les prolongations

Quand l'exceptionnel devient durable. La prime à l'embauche d'apprentis version 2023 sera finalement maintenue « jusqu'à la fin du quinquennat », annonce le ministère du Travail. Cette aide, au montant désormais unique de 6 000 euros sur la première année du contrat, restera ouverte « à toutes les entreprises » pour le recrutement d'apprentis de moins de 30 ans. Particulièrement coûteux pour les finances publiques depuis son renforcement à l'été 2020, le dispositif a néanmoins permis de soutenir l'essor spectaculaire de l'apprentissage.

Le patronat pousse les entreprises à prendre en compte la RSE dans leur gouvernance

Le Medef et l'Association française des entreprises privées (Afepe) intègrent à leur charte de bonne conduite pour les sociétés cotées plusieurs recommandations en faveur d'une meilleure prise en compte de la RSE. Ainsi, la rémunération des dirigeants devrait être assise sur des critères liés à la RSE, dont au moins un « en lien avec les objectifs climatiques de l'entreprise », indique cette nouvelle version du « code de gouvernement d'entreprise ». Plus largement, il est demandé à ce que, « le conseil d'administration détermine des orientations stratégiques pluriannuelles » sur ces sujets, ainsi qu'un plan d'actions, avec des « objectifs précis pour différents horizons de temps ». Les directions générales sont invitées à formuler des propositions en ce sens, puis à présenter tous les ans, à leur conseil d'administration, les résultats obtenus.



© JUSTLIFE



Les boulangers (employant moins de 10 salariés) et 600 000 autres TPE vont pouvoir bénéficier en 2023 du tarif d'électricité plafonné.

d'énergie. «On va demander dès maintenant aux fournisseurs d'énergie de revenir vers chacun de ces artisans, chacune de ces TPE», a appuyé le chef de l'État.

Restait à savoir comment cette annonce allait pouvoir se mettre en musique. Cela a été l'objet d'une négociation entre le gouvernement et les représentants des fournisseurs d'énergie. Bonne nouvelle pour les TPE : non seulement les énergéticiens ont accepté de plafonner sur l'année le prix du mégawattheure à 280 euros mais, en plus, elles n'ont pas besoin de se lancer dans d'âpres discussions avec leur fournisseur d'électricité.

Pour bénéficier du tarif, les entreprises employant moins de 10 salariés, réalisant moins de 2 millions d'euros de chiffre d'affaires et ayant signé un contrat d'électricité au cours du deuxième semestre 2022, doivent renvoyer un formulaire disponible sur l'espace client de leur fournisseur d'électricité, sur le site impots.gouv.fr ou qu'elles recevront par e-mail ou par courrier. Elles doivent simplement mentionner qu'elles sont bien une TPE et qu'elles veulent bénéficier du tarif garanti. Celui-ci est garanti, sans rétroactivité, jusqu'au 31 décembre 2023. Le tarif négocié avec l'État s'établit en moyenne à 280 euros le mégawattheure sur l'année, c'est-à-dire que le fournisseur d'électricité peut appliquer des tarifs différents entre l'hiver et l'été.

ÉNERGIE

Tarif d'électricité unique pour les TPE, nouvelles aides pour les PME

Les 600 000 petites entreprises (TPE) qui n'étaient pas protégées par le bouclier tarifaire vont pouvoir bénéficier d'un tarif d'électricité plafonné. C'est ce qui ressort d'une nouvelle négociation entre Bercy et les fournisseurs d'énergie. Exclues du dispositif, les PME peuvent s'appuyer sur d'autres dispositifs.

Soulagement pour des centaines de milliers de TPE en France : les fournisseurs d'énergie ont répondu à l'appel d'Emmanuel Macron et les petites entreprises vont bénéficier d'un tarif plafonné du prix de l'électricité.

Début janvier, Emmanuel Macron jetait un pavé dans la mare en sommant les fournisseurs d'énergie à renégocier les «contrats excessifs» avec les TPE. Dans la ligne de mire du président de la République, «tous les contrats qui sont

au-dessus des prix de référence donnés en fin d'année dernière par la Commission de régulation de l'énergie», c'est-à-dire dont les prix sont supérieurs à 280 euros du mégawattheure.

L'ANNONCE SURPRISE D'EMMANUEL MACRON

Une annonce surprise du chef de l'État : quelques jours plus tôt, le ministre de l'Économie avait annoncé une mesure similaire, mais en la réservant uniquement aux boulangers. Ces derniers allaient pouvoir «résilier sans frais»

leurs contrats, pour en «renégocier des plus avantageux», avait alors annoncé Bruno Le Maire. Cet avantage devait être accordé «au cas par cas», lorsque l'augmentation du prix de l'énergie «est prohibitive et menace la survie du commerce», avait-il poursuivi.

Dans son discours, Emmanuel Macron s'est montré autrement plus offensif. Pour le président de la République, toute entreprise de moins de 10 salariés dont le montant du contrat est jugé «excessif» va être recontactée par son fournisseur

LES PME OUBLIÉES ?

Les boulangers profitent de ce dispositif, mais pas que. Selon Bruno Le Maire, 600 000 TPE sont susceptibles de bénéficier de cette mesure. Sur les 2,1 millions de TPE en France, 1,5 million bénéficiait déjà d'un bouclier tarifaire, le même que celui appliqué aux particuliers.



Mais tout n'est pas encore bouclé dans ce dossier. L'État et les fournisseurs d'électricité sont appelés à se revoir. Car les énergéticiens ne vont pas supporter seuls le coup de pouce accordé aux TPE. «Il y aura un partage des coûts (avec l'État, NDLR)», a indiqué Bruno Le Maire. «Nous sommes en négociations à ce sujet.»

Par ailleurs, le ministre de l'Économie ne ferme pas la porte à d'autres dispositifs d'aides. «S'il y a des cas aberrants, nous les traiterons», a-t-il assuré. Est-ce que celui relevé un peu plus tôt par la Confédération des petites et moyennes entreprises (CPME) sera jugé suffisamment aberrant à ses yeux ? «Peut-on sérieusement imaginer qu'une entreprise employant 9 salariés ait cette faculté de renégociation alors que sa concurrente ayant commis l'erreur d'employer 12 salariés ne le puisse pas ? Un tel effet de seuil risquerait d'ajouter de la colère à de l'incompréhension», s'alarme le syndicat professionnel, qui demande que «toutes les PME puissent renégocier ou résilier sans frais leur contrat de fourniture d'électricité».

Du côté du gouvernement, on renvoie les entreprises aux dispositifs d'aides mis en place, comme le guichet unique et l'amortisseur. Ces deux mécanismes assurent «une prise en charge d'environ 25 % de la facture et de 40 % de la hausse de l'électricité», a indiqué Olivia Grégoire, ministre déléguée aux PME.

REPORT DE CHARGES SOCIALES ET PRÊTS BONIFIÉS

En outre, les PME, toute comme les TPE, artisans et indépendants, peuvent demander à reporter ou étaler le paiement de leurs charges sociales et fiscales, afin de soulager leur trésorerie, a annoncé début janvier le ministère de l'Économie. Elles peuvent solliciter auprès du fisc des «délais supplémentaires de dépôt, d'échéanciers de paiement ou

« Peut-on sérieusement imaginer qu'une entreprise employant 9 salariés ait cette faculté de renégociation alors que sa concurrente ayant commis l'erreur d'employer 12 salariés ne le puisse pas ? »

de remises de pénalités». Ces aménagements ne peuvent toutefois pas porter sur la TVA, les «taxes annexes ni le reversement de prélèvement à la source». Du côté de l'Urssaf, «l'impact de la crise énergétique» est intégré aux motifs officiellement reconnus pour demander un report des cotisations courantes («sans majoration de retard») ou réclamer «un rééchelonnement du plan d'apurement Covid en cours»

(si l'entreprise est concernée). Enfin, les PME peuvent de nouveau solliciter des «prêts bonifiés». Mis en place en 2020, pour les PME fragilisées par la crise du Covid-19, le dispositif est relancé, jusqu'au 31 décembre 2023, pour celles «affectées par l'agression de l'Ukraine par la Russie», selon un décret publié au Journal officiel, le 22 décembre. Au total, l'Europe a autorisé la France à mobiliser 200 millions d'euros sur cet

outil de financement à taux modéré, géré par Bpifrance. Présenté comme une solution de dernier recours, il a vocation à couvrir le «besoin de trésorerie qui résulte de l'impact direct de la guerre en cours. Ceci étant, le montant du prêt est limité, soit à 15 % du chiffre d'affaires annuel moyen réalisé par le demandeur sur trois ans (ou sur la durée d'existence de la société, si elle a été créée plus récemment) ; soit à «50 % de ses dépenses énergétiques au cours des 12 mois» précédents. Le tout peut néanmoins être «majoré, afin de couvrir les besoins de liquidités du bénéficiaire pendant les 12 mois suivant la date de l'octroi du prêt» pour les PME. Cette période est ramenée à 6 mois pour les plus grandes entreprises, qui peuvent aussi bénéficier de ce dispositif.

**Stéphane Vandangeon
et Pierrick Lieben**

Le risque de délestage s'éloigne

Si beaucoup d'entreprises doivent faire face à l'explosion de leur facture énergétique, une menace s'éloigne: la France ne devrait pas manquer d'électricité. Il n'y a apparemment plus péril en la demeure, d'après le gouvernement : « Le risque de coupures [de courant], cet hiver, semble s'écarter », a affirmé son porte-parole Olivier Véran, à la sortie du premier conseil des ministres de l'année. Un optimisme prudent, justifié par la « reprise progressive du fonctionnement de nos centrales nucléaires, mais aussi en raison des conditions météorologiques » et de la sobriété énergétique. La baisse spectaculaire de la consommation s'est ainsi maintenue en décembre. La demande d'électricité, le sur le dernier mois de l'année, s'est réduite



© DIANO

de 8,5 % par rapport à la moyenne 2014-2019 (chiffre corrigé des effets de la météo et du calendrier des Fêtes), selon RTE. La baisse atteint même -17,8 % dans les plus grands sites industriels du pays. Constat similaire pour le gaz : la consommation a reculé de 11,2 % d'août à décembre, comparativement à la même période de 2018-

2019. Là encore, les usines mènent la danse des économies (-22,8 % à elles seules). Mais, revers de la médaille, cet effondrement de la demande est en partie compensé par un recours accru au gaz pour la production d'électricité (+38,5 %), mise à mal par les problèmes de maintenance dans le parc nucléaire.



L'aluminium fait partie des produits ciblés par le nouveau «mécanisme d'ajustement carbone aux frontières» de l'Union européenne.



© PAVEL LOSEVSKY

FISCALITÉ

Taxe carbone : l'Europe se convertit au protectionnisme vert

La future «taxe carbone» aux frontières de l'Europe est censée préserver la compétitivité des entreprises de l'Union européenne face aux importations les moins respectueuses de l'environnement.

Le marché européen à l'aube d'une nouvelle ère. L'Union européenne a fait un pas de plus vers l'instauration d'un «mécanisme d'ajustement carbone aux frontières» (MACF), avec la conclusion en décembre 2022 d'un «accord provisoire» entre États membres et eurodéputés. Derrière ce nom barbare, se cache une vraie révolution : la mise en place d'une barrière verte à l'entrée de l'Europe, pour renchérir le coût de certaines importations parmi les plus polluantes.

Le futur mécanisme d'ajustement, parfois qualifié de «taxe carbone», frappera les achats à l'étranger de ciment, aluminium, engrais, électricité, fer et acier, ainsi qu'un «nombre limité» de leurs produits dérivés (comme les boulons et les vis). S'y ajoutent les importations d'hydrogène et de certains composés chimiques. Seront également prises en

compte «dans certaines conditions» (qui restent à préciser) les «émissions indirectes», c'est-à-dire celles liées à l'énergie utilisée pour fabriquer ces biens. Cette liste pourra être étendue, dans un second temps, aux «produits chimiques organiques» et aux «polymères» (plastiques). Objectif affiché : «Inclure tous les biens couverts par le système [actuel] d'échange des quotas d'émission d'ici 2030», explique le Parlement européen.

PREMIÈRES DÉCLARATIONS DES CETTE ANNÉE

L'Union européenne compte appliquer son MACF au 1^{er} octobre 2023. Mais, à cette date, les entreprises importatrices ne seront soumises qu'à une obligation de déclaration. L'application effective de cette taxe carbone aux frontières est corrélée à la suppression des quotas gratuits d'émission

de gaz à effet de serre, accordés à certains industriels, sur le marché du carbone européen (le SEQUE, dans le jargon bruxellois), qui seront supprimés entre 2026 et 2034.

Avec le MACF, l'UE cherche à inverser la logique jusqu'ici à l'œuvre sur son marché du carbone. Plutôt que d'alléger les coûts des producteurs européens (par l'octroi de quotas gratuits d'émission), elle va renchérir les tarifs des exportateurs étrangers (par ce nouveau mécanisme d'ajustement).

Manière de donner un prix au CO₂ importé (et pas seulement à celui émis sur son sol) et de faire porter aussi cette charge environnementale sur les pays tiers peu soucieux des enjeux climatiques. Bref, il s'agit donc, ni plus ni moins, que de faire jouer à plein le signal-prix, selon le principe bien connu du pollueur-payeur.

Pierrick Lieben

En bref



© MALP

Une loi pour l'industrie verte en 2023

La politique de réindustrialisation de la France va passer au vert cette année. Le ministre de l'Économie a promis un vaste projet de loi, pour faire de l'Hexagone « la première nation de l'industrie verte en Europe ». Fiscalité, financements, réhabilitation de friches, commande publique favorisant le made in France, formation : le texte est attendu au début de l'été. Il devra identifier « les secteurs sur lesquels on doit absolument parier et qu'on doit particulièrement pousser », explique Bercy, comme les batteries électriques, les semi-conducteurs, l'hydrogène ou les technologies de capture du carbone. Rien de nouveau ? Si, assure le cabinet de Bruno Le Maire, car il s'agit désormais de mener une « politique assumée de ciblage de l'industrie verte » et donc de ne pas « juste installer des usines » en France, mais de favoriser celles qui contribueront à la transition écologique.

Fin des tickets de caisse en avril

Les tickets de caisse et de carte bancaire ont la vie dure. Leur disparition, initialement programmée au 1^{er} janvier 2023, a finalement été repoussée. À compter du 1^{er} avril, l'impression et la remise aux clients de ces reçus, et autres bons d'achat, ne devront plus être systématiques. Les consommateurs garderont toutefois la possibilité de les demander. Ils devront, en conséquence, être informés de cette option « à l'endroit où s'effectue le paiement, par voie d'affichage et de manière lisible et compréhensible ».



© JULIEN GAZEAU

Mathieu Guesné, PDG de Lhyfe. En levant 118 millions d'euros, l'entreprise nantaise a signé la deuxième plus importante introduction en Bourse de l'année en France.

LA BOURSE DANS L'ŒIL DU CYCLONE

➤ Après une année 2021 record, le marché mondial des introductions en Bourse a lourdement chuté en 2022. Et la France n'échappe pas à cette tendance. Quelles sont les perspectives pour 2023 ? Quel est l'intérêt pour une PME d'aller sur les marchés ? Quels sont les profils d'entreprises susceptibles d'intéresser les investisseurs ? Éléments de réponse.

La guerre en Ukraine a donné un coup d'arrêt aux introductions en Bourse. L'an passé, les entreprises tricolores ont levé 484 millions d'euros en Bourse. C'est près de dix fois moins qu'en 2021.

Après une année 2021 exceptionnelle, 2022 ne restera pas dans les annales boursières. Selon une étude réalisée par le cabinet EY, les volumes d'introductions en Bourse ont chuté de 46 % en volume et de 62 % en valeur sur le marché mondial. En France, si l'on ne tient pas compte des cotations directes (sans levées de fonds) et des placements privés, 12 sociétés seulement ont fait leur entrée en Bourse par voie d'offre publique ou IPO (pour Initial Public Offering), contre 35 en 2021. Tout compris, Euronext Paris a accueilli l'an passé 31 nouvelles sociétés françaises sur ses différents marchés, soit moitié moins qu'en 2021. Mais le recul des montants levés est encore plus spectaculaire, puisqu'ils se sont effondrés de 4 milliards d'euros en 2021 à 484 millions en 2022. Il faut dire que les mauvaises nouvelles se sont enchaînées, tant sur le front géopolitique avec la guerre en Ukraine, que sur le plan macroéconomique. La crise énergétique dégrade les performances opérationnelles des entreprises, tandis que l'inflation et la hausse des taux ont laissé craindre un fort ralentissement de l'économie, voire une récession, faisant monter les risques ou, tout du moins, leur perception. De fait, les anticipations négatives ont pris le dessus, rendant les marchés volatils et décourageant aussi bien les candidats à l'entrée en Bourse que les investisseurs. «Il y a eu deux périodes distinctes en 2022. Le premier semestre s'est inscrit dans le prolongement de l'année 2021. Au second semestre, nous avons eu une crise de confiance et de liquidités qui a conduit à l'abandon ou au report de nombreux projets dans l'attente de meilleures conditions de marché», décrypte Cédric Garcia, associé chez EY qui accompagne des sociétés dans leur projet d'introduction en Bourse ou de refinancement sur les marchés financiers.

BONNE RÉSISTANCE DES CLEANTECH

Toutefois, relativise Guillaume Morelli, responsable des activités de cotation pour la France chez Euronext, «le bilan a été plutôt bon pour une année difficile. La France a bien résisté et la Bourse de Paris est devenue la première d'Europe, supplantant celle de Londres (en



Basé à Limoges, Hunyvers est entré en Bourse sur Euronext Growth Paris en mars 2022, levant 16 millions d'euros.

calculant la capitalisation totale des sociétés cotées dans ces deux places, NDLR). Si certains secteurs ont été pénalisés, d'autres ont mieux résisté, confirmant deux tendances que nous voyions émerger depuis 2018-2019. Les investisseurs boursiers, particuliers et institutionnels, montrent une appétence qui ne se dément pas pour les entreprises du secteur technologique, notamment celles en lien avec la transition énergétique et le développement durable. Ils se montrent également intéressés par les PME et ETI régionales ayant une identité forte.» La société nantaise Lhyfe, qui produit de l'hydrogène vert à partir de l'éolien, en est la parfaite illustration. En récoltant 118 millions d'euros en mai 2022, elle a réalisé la deuxième plus importante levée de fonds de l'année pour une introduction en Bourse en France. Au total, 17 des 31 sociétés cotées sur Euronext Paris en 2022 sont issues de la Tech. Et sur huit IPO, quatre sont le fait d'entreprises intervenant dans le secteur des énergies renouvelables : Haffner Energy, groupe Okwind, Charwood Energy et Lhyfe.

OPTIMISME MESURÉ POUR 2023

À l'aube de 2023, les professionnels se montrent d'un optimisme prudent. «Nous abordons 2023 avec optimisme. Un consensus semble se dégager en faveur d'une récession certes, mais courte et de faible ampleur. Cela permet de se projeter vers des perspectives de sortie de crise. Par ailleurs, l'inflation paraît

« Nous avons eu une crise de confiance et de liquidités qui a conduit à l'abandon ou au report de nombreux projets dans l'attente de meilleures conditions de marché. »

Cédric Garcia, associé chez EY



ralentir et les valorisations d'entreprises qui avaient été fortement impactées par la crise semblent avoir atteint un point d'inflexion. Nous nous attendons donc à un nombre de cotations encore modestes au premier semestre, mais à une reprise des IPO avec une accélération, y compris avec des levées de fonds, d'ici la fin de l'année 2023», avance ainsi Guillaume Morelli. «Nous avons déjà signé trois mandats pour accompagner des entreprises en Bourse en 2023. C'est encourageant. Mais nous ne connaissons la réponse des marchés que d'ici six à douze mois. La hausse des indices boursiers en début d'année va dans le bon sens. Les entreprises opérant dans le domaine de la transition énergétique, ainsi que les entreprises issues de secteurs plus traditionnels mais ayant une croissance à deux chiffres et, idéalement, une activité à l'international sont des candidates naturelles à l'introduction en Bourse», analyse, pour sa part, Vincent Le Sann, directeur général adjoint de la société Portzamparc, le spécialiste de la Bourse de BNP Paribas Banque Privée. Les introductions en Bourse pourraient également être alimentées par une autre catégorie d'entreprises. «Dans une volonté de se recentrer sur un nombre de métiers plus limités, certains groupes du CAC 40 analysent actuellement leurs actifs et étudient la possibilité d'introduire en Bourse certaines activités pour les développer. C'est ce qui a été fait par Sanofi avec l'introduction en Bourse d'Euroapi. C'est ce que prévoit de faire Renault avec ses activités électriques», indique Cédric Garcia.



certains groupes du CAC 40 analysent actuellement leurs actifs et étudient la possibilité d'introduire en Bourse certaines activités pour les développer. C'est ce qui a été fait par Sanofi avec l'introduction en Bourse d'Euroapi. C'est ce que prévoit de faire Renault avec ses activités électriques», indique Cédric Garcia.

ACCÉLÉRER LA CROISSANCE

En effet, pour une entreprise, le premier intérêt d'aller en Bourse est de décrocher des financements dans une perspective de croissance ou d'innovation. «Aller en Bourse, c'est enrichir ses possibilités de finance-



Le groupe montpelliérain Veom a choisi de donner de la visibilité à sa filiale Cabasse, dirigée par Alain Molinié, en introduisant 49,9 % de son capital en Bourse fin 2022.

LES 10 PRINCIPALES IPO EN 2022 EN FRANCE

1	EUREKING	Paris (75)	Santé	150 M€
2	LHYFE	Nantes (44)	Énergies	118 M€
3	HAFNER ENERGY	Vitry-Le-François (51)	Énergies	75 M€
4	AELIS FARMA	Bordeaux (33)	Santé	25 M€
5	BROADPEAK	Rennes (35)	Logiciels	23 M€
6	GROUPE OKWIND	Torcé (35)	Énergies	21 M€
7	ICAPE HOLDING	Fontenay-aux-Roses (92)	Électronique	17 M€
8	HUNYVERS	Limoges (87)	Automobile	16 M€
9	CHARWOOD ENERGY	Saint-Nolff (56)	Énergies	12 M€
10	SMAIO	Saint-Priest (69)	Santé	9 M€

SOURCES: EURONEXT

FORT RECU DES MONTANTS LEVÉS EN BOURSE EN 2022



ment. Il ne s'agit pas de les substituer aux financements classiques, mais de les compléter en faisant appel à un large bassin d'investisseurs. En 2022, 23 milliards d'euros ont été échangés sur les marchés Euronext Paris au profit des PME et ETI», souligne Guillaume Morelli. C'est ce qui a motivé la société Lhyfe. Alors que sa première unité de production d'hydrogène vert fonctionne déjà en Vendée, la PME de 82 salariés engagée sur une centaine de projets d'usines, dont 85 % à l'international, voulait se donner les moyens d'accélérer. C'est pourquoi, après plusieurs tours de table d'un montant total de 85 millions d'euros, elle a choisi de s'introduire en Bourse. Lhyfe, qui avance un chiffre d'affaires de 190 000 euros, a atteint une capitalisation boursière de 410 millions d'euros et levé 118 millions d'euros, en mai 2022. «Nous avons de quoi voir venir pendant 18 mois avec 55 millions d'euros de cash disponible. Mais nous pensons que c'est le moment d'accélérer pour devenir un leader de la production d'hydrogène vert en Europe», déclare Matthieu Guesné, fondateur et PDG de Lhyfe. Autre cleantech, la PME bretonne Okwind (131 salariés, 25 M€ de CA en 2021) qui conçoit, fabrique et commercialise des systèmes intelligents de génération d'énergie pour l'autoconsommation, a adopté la même démarche. Après avoir envisagé une levée de fonds, l'entreprise

« Souvent, les sociétés vont en Bourse quand elles ont besoin d'argent. Ce n'était pas notre cas. Mais il nous paraissait important d'élargir la base financière de l'entreprise pour financer le développement »

Pier Vincenzo Piazza, directeur général d'Aelis Farma

de Torcé, en Ille-et-Vilaine, s'est finalement tournée vers la Bourse, où elle a levé 21 millions d'euros pour amplifier son développement en France et à l'international. «Une IPO, c'est le début d'une nouvelle histoire. C'est une première étape du financement. L'intérêt pour une société d'être cotée, c'est de pouvoir lever rapidement des fonds à chaque nouveau projet de croissance. Mais on va rarement en Bourse pour lever moins de 10 millions d'euros. Cela serait trop coûteux. Le coût d'une IPO est proportionnel aux montants levés, mais plus importants si la levée de fonds est faible. Généralement, les PME réalisent des levées de fonds comprises dans une fourchette allant de 10 à 100 millions d'euros», commente Cédric Garcia.

INDÉPENDANCE FINANCIÈRE

La cotation en Bourse est également un moyen d'assurer ou de retrouver son indépendance financière, comme en témoigne le parcours de la société Hunyvers (142 salariés, 91 M€ de CA en 2021), basée à Limoges et spécialisée dans la distribution de véhicules de loisirs. En 2011, elle avait fait appel à un fonds de capital investissement pour financer des croissances externes.

En 2017, son PDG, Julien Toumieux a voulu faire sortir ce fonds par anticipation. «L'effet de levier était tel qu'il fallait que je fasse financer cette sortie. J'ai essayé en faisant du prêt classique, cela m'a été refusé. Je l'ai fait avec des fonds propres, mais cela a freiné le développement de l'entreprise», relate-t-il. Finalement, Hunyvers est entrée en Bourse sur Euronext Growth Paris, en mars 2022, levant 16 millions d'euros. De quoi financer les rachats des sociétés Ypo Camp et Martin Caravanes et d'emmener l'entreprise vers l'objectif de 170 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025 qu'elle s'est fixé. «Faire entrer un fonds, c'est avoir une épée de Damocles au-dessus de la tête tous les sept ans (un fonds investissant en général 7 ans, NDLR). Avec cette introduction en Bourse, j'ai les coudées franches pour financer la croissance de l'entreprise et atteindre mes objectifs», affirme Julien Toumieux. «La Bourse, c'est un outil d'indépendance et de liberté entrepreneuriale. C'est la seule option de financements en fonds propres qui laisse la liberté d'exécuter une stratégie d'entreprise sur un horizon de temps dégagé», plaide Guillaume Morelli. Pouvoir offrir de la liquidité à ses actionnaires peut s'avérer particulièrement intéres-

3 CONSEILS POUR RÉUSSIR SON IPO

S'introduire en Bourse est un projet structurant, complexe et technique pour une PME. Il est donc important de mettre toutes les chances de son côté pour la réussir.

1 ANTICIPER LE PROJET

Une introduction en Bourse se prépare 12 à 18 mois en amont de la levée de fonds anticipée. Auparavant, il faut bien appréhender les attentes relatives à cette levée de fonds et envisager les options alternatives à l'IPO, comme le private Equity, les sociétés de financement, l'adossement à des partenaires industriels, etc., pour valider que l'appel aux marchés est bien la solution la plus adaptée. Une fois la décision prise, il est nécessaire d'élaborer un plan avec un calendrier précis, des ressources identifiées, des points critiques à traiter... « Une IPO, c'est un projet d'entreprise à part entière

avec des chantiers à mener. Cela suppose de nommer un chef de projet qui va décharger le directeur général et le directeur financier de ces tâches. Il faut, en effet, que le dirigeant puisse rester concentré sur le business au quotidien. C'est pourquoi, l'entreprise doit se renforcer en interne et se faire accompagner par des professionnels pour optimiser les temps nécessaires et incompressibles pour une IPO réussie », recommande Guillaume Ronco, associé chez EY.

2 STRUCTURER L'ENTREPRISE

Le dirigeant doit vérifier que son entreprise est structurée pour faire face aux exigences d'une IPO



© DAVID POUILLIQUO

Vincent Le Sann, directeur général adjoint de Portzamparc BNP Paribas : « Structurer son entreprise en vue de sa cotation est une contrainte qui devient un vrai atout ».



sant pour les entreprises familiales. «Les entreprises familiales ont parfois un capital éclaté, avec des actionnaires non opérationnels souhaitant se retirer du tour de table. Entrer en Bourse permet de céder seulement une partie du capital, sans attendre la transmission ou la cession de l'intégralité de la société, en bénéficiant d'un prix transparent et unique», fait remarquer Vincent Le Sann.

LE CAS PARTICULIER DES BIOTECHS

«Souvent, les sociétés vont en Bourse quand elles ont besoin d'argent. Ce n'était pas notre cas. Mais il nous paraissait important d'élargir la base financière de l'entreprise pour financer le développement de notre pipeline (portefeuille de médicaments, NDLR). D'autant plus que le monde des investisseurs privés en biotech est très confidentiel. Ils sont peu nombreux et ont souvent des idées de développement qui ne sont pas en ligne avec une société multiproduits comme la nôtre», témoigne Pier Vincenzo Piazza, cofondateur et directeur général d'Aelis Farma. La pépite bordelaise a levé 25 millions d'euros en février 2022 en s'introduisant sur Euronext Paris. Elle a battu, à la faveur de cette opération, les records de la plus importante IPO pour une biotech en France depuis 2016 et de la plus forte capitalisation boursière de biotech à 175 millions d'euros. Aelis Farma s'est ainsi donné les moyens de poursuivre le développement d'une nouvelle génération de médicaments innovants pour traiter les maladies du cerveau et, notamment, les troubles liés à la consommation excessive de cannabis et les déficits cognitifs causés par la trisomie 21.

C'est le souci de se rendre plus visible et attractif qui a motivé l'Alsacien Christophe Winkelmuller à faire entrer en Bourse son entreprise, l'Agence Automobile.



© CHARLOTTE STIÉVENARD

VISIBILITÉ ET CRÉDIBILITÉ

S'introduire en Bourse, c'est également mettre un formidable coup de projecteur sur l'entreprise. «Une entreprise cotée capte la lumière. Elle se donne de la visibilité vis-à-vis de ses clients, de ses banquiers, des entreprises ciblées si elle veut faire de la croissance externe. Cela simplifie la vie», expose Vincent Le Sann. «La Bourse, c'est un outil de visibilité qui fait paraître plus gros que l'on est. Cela donne de la crédibilité pour recruter et embarquer les équipes. Cela joue un rôle d'accélérateur vis-à-vis de l'écosystème. Une PME cotée n'est plus une PME mais une entreprise cotée, ce qui peut avoir son importance dans les appels d'offres» argumente, pour sa part, Guillaume Morelli. Le groupe montpelliérain Veom a ainsi choisi de donner de la visibilité à sa filiale Cabasse en introduisant 49,9 % de son capital sur Euronext Growth Paris, fin 2022, pour en faire «l'un des leaders mondiaux des solutions audio connectées de luxe et de haute résolution», selon son PDG Alain Molinié. Fin 2021, c'est également le souci de se rendre plus visible et attractif qui avait motivé l'entrée en Bourse d'Agence Automobile, réseau de franchises alsacien spécialisé dans la vente de véhicules de particuliers à particuliers. «Nous n'avons pas besoin de lever de l'argent. L'idée, c'est que tous les membres de notre réseau de franchises puissent participer à l'évolution de la société. Le meilleur moyen de motiver des candidats, c'est qu'ils puissent devenir acteurs. Or, le but dans une franchise, c'est d'attirer les meilleurs», déclarait son président Christophe Winkelmuller, à cette occasion.

Reste à espérer qu'en 2023, les atouts de la Bourse supplanteront le bilan peu glorieux des IPO en 2022 : seules deux sociétés affichaient un cours supérieur à celui de leur introduction fin 2022. Pour ses partisans, les marchés ont de beaux jours devant eux. «Depuis l'introduction de la Française des Jeux en 2019, la place de Paris a gagné un million de nouveaux investisseurs en Bourse. Ceux-ci ont une prédilection pour les valeurs moyennes, les secteurs d'avenir, les entreprises ayant des engagements RSE et un ancrage local», conclut Guillaume Morelli. Un biais qui pourrait profiter en 2023 aux PME et ETI répondant à ces critères.

Caroline Scribe

et de l'après IPO, en termes de gouvernance, d'organisation financière, de communication, d'aspects opérationnels... « Structurer son entreprise en vue de sa cotation est une contrainte qui devient un vrai atout pour passer le cap quand surviennent des difficultés financières », insiste Vincent Le Sann, directeur général adjoint de Portzamparc BNP Paribas.

3 ASSURER LE SUIVI DE LA COTATION

L'introduction en Bourse marque le début de nouveaux défis pour assurer dans la durée un parcours boursier harmonieux à l'entreprise. « Il faut prêter une attention particulière à la communication, car une fois que votre entreprise est cotée, tout ce que vous allez dire peut interpeller les actionnaires et le

régulateur. Le rôle du dirigeant change. Il n'est plus seulement le manager de l'entreprise, mais son représentant. Il est chargé de faire sa promotion », pointe Guillaume Ronco. Certaines entreprises choisissent malgré tout de sortir de la cote. Cela a été le cas du groupe familial Brioche Pasquier qui a décidé, en 2003, de se retirer du second marché où il s'était introduit en 1985, invoquant le ralentissement de la progression de son chiffre d'affaires. « Une telle décision intervient quand les contraintes liées à la cotation deviennent trop importantes ou que des difficultés économiques provoquent une baisse du cours de l'action, exposant l'entreprise au risque de se faire racheter », indique Vincent Le Sann.

Stéphane Vandangeon

GRAND TÉMOIN

Alain Di Crescenzo,
président de CCI France



© CYRIL RAINEAU

« LA CLÉ DU BUSINESS, C'EST LE MORAL »

Inflation, pénurie de matières premières, crise énergétique, remboursement des PGE, difficultés de recrutement : Alain Di Crescenzo fait le point sur les difficultés que rencontrent les entreprises en ce début d'année. Un an après sa nomination à la présidence de CCI France, il dresse un premier bilan des actions menées par le réseau et présente le plan de vol des chambres de commerce pour les quatre prochaines années.

Quel bilan dressez-vous de votre première année à la tête de CCI France ?

Sur 18 mois, CCI France, tête de réseau des 122 chambres de commerce et d'industrie en France, a globalement dépassé de 20 % les objectifs qui lui avaient été assignés par l'État. N' imaginez pas que les objectifs étaient sous-dimensionnés ! Au total, nous avons reçu, orienté et accompagné 340 000 porteurs de projets et sensibilisé et accompagné 593 000 entreprises. Dans le détail, nous avons sensibilisé 70 644 entreprises en difficulté et en avons accompagné 14 629. Mêmes dépassements sur les thématiques de la transition numérique et de la transition écologique. Le réseau des CCI est également le premier opérateur de formation après l'Éducation nationale, avec 400 000 jeunes et adultes formés par an, dont 193 000 salariés et 100 000 apprentis à travers nos 131 CFA, nos 143 établissements de formation professionnelle et continue et nos 43 écoles de commerce et d'ingénieurs. En outre, nous sommes de plus en plus appelés à gérer des infrastructures et à développer les territoires : nous avons ainsi géré le développement de 67 aéroports et aérodromes, 122 ports, 63 zones d'activité et 253 lieux d'hébergement des entreprises.

Quelle est la feuille de route stratégique des CCI ?

Pour piloter, il faut être au plus près de la réalité. Nous souhaitons garder une organisation territoriale et continuer à agir en hyper-proximité pour les entreprises et les entrepreneurs : je ne crois pas à la macro-économie. Nous devons travailler au cas par cas, toutes les situations que vivent les entreprises étant différentes. Parmi nos objectifs, nous souhaitons faire des porteurs de projets et des TPE-PME notre cœur de cible car ce sont elles qui créent le plus de valeur ajoutée et qui sont les plus fragiles. Notre volonté est de faire vivre le caractère et les missions de service public des CCI et de garantir la gratuité de nos prestations aux entreprises. Lorsque l'on parle international, digitalisation, réindustrialisation, diversification, montée en gamme, le socle commun est la formation et la gestion des compétences. Aussi, nous voulons faire de l'orientation et des compétences un pilier de notre action. Au global, nous souhaitons nous affirmer comme le premier réseau public de proximité, accélérateur de l'économie et de la croissance durable des entreprises en France et à l'international.

Quel est le rôle qui incombe aux CCI suite à la baisse des dotations de l'État ?

On a perdu beaucoup d'argent, puisqu'en dix ans nous sommes passés de 1,3 milliard d'euros de taxe pour frais de chambres de commerce et d'industrie (TCCI) à 525 millions d'euros. C'est une belle chute mais nous sommes toujours là. Mais il faut arrêter l'hémorragie : si l'on continue à prélever dans les finances des CCI, on va devoir faire des restructurations. Nous sommes sur un équilibre qui reste fragile.



© OLIVIA OREGGIA

Nous nous sommes transformés et allons continuer à nous transformer, et avons gagné en efficacité, notamment grâce à la digitalisation, d'autant qu'il n'y a jamais eu autant de demandes pour les CCI qu'aujourd'hui. En termes de ressources, dont 50 % provient de la formation, nous avons considérablement allégé nos effectifs puisque nous nous sommes séparés de plus de 5 000 personnes depuis dix ans. Nous proposons aux entreprises de nouveaux services que nous facturons et faisons de plus en plus de prestations individuelles. Nous avons optimisé nos ressources et nos actions, par exemple sur l'accompagnement international, en nouant un partenariat avec Business France. Objectif de Team France Export, dépasser les 200 000 entreprises exportatrices, contre 130 000 actuellement.

Quelles sont les priorités des CCI pour les entreprises ?

Nous avons développé des permanences et des points de contact pour les entreprises en difficulté, pour les sensibiliser et les conseiller, notamment sur le fait de ne pas attendre le dernier moment pour réagir. Nous voulons également anticiper et orienter sur les métiers en tension et les métiers de demain. Par ailleurs, 25 % des entrepreneurs ont entre 55 et 60 ans. Si l'on ne parvient pas à fluidifier et à dynamiser la transmission, je prédis un chômage à plus de 50 %, des pertes de compétences inimaginables et des no man's land dans les territoires. Les CCI doivent être chef de file sur ce sujet. Sur la thématique de l'énergie, nous assurons le dernier kilomètre des dispositifs publics et avons ouvert des cellules de crise sur les territoires. Nous sensibilisons les entreprises via les « flash diag énergie », les accompagnons via le « parcours énergie », et les formons. À côté de cette urgence que constitue

Avec la baisse des dotations de l'Etat, le réseau des CCI s'est séparé de 5 000 personnes en 10 ans et a été amené à se réinventer.

« Seulement 5 % des entreprises ont renégocié leur contrat d'énergie »

l'énergie, nous accompagnons les entreprises dans le nouveau guichet unique des formalités d'entreprise. Comme tout système informatique, les premiers galops sont difficiles. Assurant une mission de service public, il est de notre ressort de soutenir les entreprises pour leurs formalités de création. Au-delà d'un premier niveau d'accompagnement gratuit, nous proposons un système de mandataires pour un coût variant de 50 à 120 € par formalité.

Quelles sont les principales difficultés qui remontent du terrain ?

La clé du business, c'est le moral : pas de moral, pas de business. Quand je regarde le moral des entreprises, je constate sur mon panel orienté TPE-PME que le moral des dirigeants demeure très bas, à 67 %, en décembre 2022, soit 7 points de moins qu'en novembre 2022. Seuls 59 % ont confiance dans les perspectives de leur entreprise pour les 12 prochains mois et 22 % ont confiance dans l'économie française. Ils sont sept sur dix à anticiper des difficultés sur 2023. Leurs souhaits pour cette année : le retour de l'inflation à un niveau normal pour 53 % des répondants car ils ne savent pas répercuter au client final l'inflation sur les produits et l'inflation sur les salaires ; et une accalmie de la crise énergétique (pour 41 % d'entre eux).

Les entreprises font également face à des difficultés de recrutement ?

Cela fait partie des grandes problématiques auxquelles elles sont confrontées et devient un frein à l'activité économique. Alors qu'il y a encore trop de chômage en France, ce n'est pas possible que les entreprises n'arrivent pas à recruter. Nous travaillons avec elles sur leur marque employeur car 90 % des entreprises nous disent qu'elles ne savent plus recruter et 50% qu'elles ne savent plus fidéliser leurs salariés. Nous orientons les jeunes et les parents vers les bonnes filières. Nous avons à ce titre organisé 16 000 mini-stages de découvertes professionnelles l'an dernier et avons l'ambition d'en organiser 50 000. Avec l'appui de la Première ministre, nous allons également mettre en exergue la loi de 2014 pour l'immersion professionnelle qui est peu utilisée car 99% des entreprises ne la connaissaient pas. Celle-ci propose d'accueillir dans des entreprises des chômeurs de longue durée – un réservoir d'emplois pour les entreprises – entre un jour et un mois. Le gros de notre travail consiste à faire connaître aux entreprises tous ces dispositifs publics qu'elles ne connaissent pas.

Est-ce que vous constatez sur le terrain des entreprises contraintes d'arrêter leur production du fait de la crise énergétique ?

Juste à côté de chez moi, à Tournefeuille, en banlieue toulousaine, un boulanger a fermé ses portes. La problématique de l'énergie ne concerne pas seulement les grandes entreprises, les industries ou les seuls énergo-intensifs. Elle concerne toutes les entreprises, il n'y a pas un segment qui est plus touché que les autres. Je suis confiant pour les TPE qui ont un compteur électrique d'une puissance inférieure à 36 kVA et pour les



BIO EXPRESS

1962 Naissance le 20 janvier à Marseille

1987 Diplômé de l'Ecole Nationale Supérieure d'Arts et Métier

1988-2022 Dirigeant de l'éditeur de logiciel toulousain IGE+XAO (36 M€ de CA en 2021)

2010-2016 Président de la CCI de Toulouse

2016-2021 Président de la CRCI d'Occitanie

Depuis 2022 Senior vice-président de Schneider Electric qui a racheté IGE+XAO en 2018. Président de CCI France

.....

énerg-intensifs qui ont un guichet dédié, pour eux, nous allons trouver des solutions. Ce qui m'inquiète plus, ce sont les entreprises entre les deux. Toutes les semaines, sur le bureau du ministre de l'Economie, il y aura des feedbacks et des propositions d'amélioration des dispositifs en fonction des besoins des entreprises. Pour l'heure, seulement 5 % des entreprises ont renégocié leur contrat d'énergie. Toutes n'ont pas encore vu l'impact de l'augmentation des prix de l'énergie. Au deuxième semestre, on va atteindre un pic car elles auront compris les aides et renégocié leur contrat ; il y aura alors un impact sur leurs comptes d'exploitation. Les entreprises subissent une addition d'éléments compliqués : l'inflation, le coût de l'énergie, le remboursement des PGE... C'est la combinaison entre tous ces éléments qui est dangereux.

Y-a-t-il des signes alarmants en termes de défaillances ?

On est encore en deçà des chiffres de 2019. Néanmoins, il y a deux faits alarmants. D'abord, cela va très vite : les entreprises se déclarent tout de suite en liquidation ou en cessation d'activité car les aides s'arrêtent et les entrepreneurs qui n'ont pas le moral et qui ont des dettes n'ont pas l'envie de se relancer. Le problème est lié à la culture française qui est la peur de l'échec et de parler lorsque l'on rencontre des difficultés. Ensuite, on voit la courbe qui augmente mais, aujourd'hui, c'est encore sous contrôle, il n'y a rien d'alarmiste. On aura une accélération des défaillances, je ne vois pas comment nous pourrions passer au travers. Même s'il y a le bouclier énergétique et que les entreprises vont remonter leurs prix, elles vont forcément taper dans les marges.

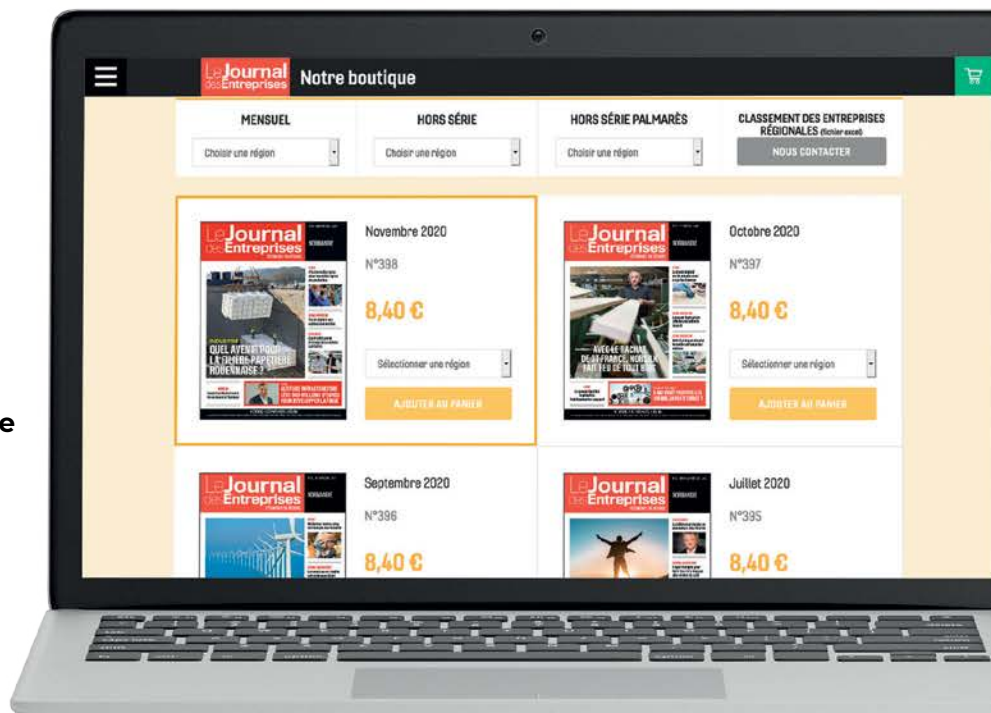
Charlotte de Saintignon

Le Journal des Entreprises, l'actualité économique des TERRITOIRES



Il vous manque un numéro de votre mensuel ?
commandez-le !

- ▶ Alsace
- ▶ Auvergne Rhône-Alpes
- ▶ Nouvelle-Aquitaine
- ▶ Côtes-d'Armor
- ▶ Finistère
- ▶ Hauts-de-France
- ▶ Ile-et-Vilaine
- ▶ Loire-Atlantique - Vendée
- ▶ Lorraine
- ▶ Maine-et-Loire - Sarthe - Mayenne
- ▶ Morbihan
- ▶ Normandie
- ▶ Occitanie
- ▶ Région Sud



Le Journal
des **Entreprises**

Rendez-vous sur la boutique de notre site internet
www.lejournaldesentreprises.com



**mutuelles
du soleil**
NÉES DANS LE SUD



Là dans vos vies

Assurez, protégez, prévenez

Des solutions sur mesure pour l'accomplissement
de vos projets personnels et professionnels.
Un seul expert pour accompagner vos choix !

Santé ■ Prévoyance ■ Auto ■ Habitation

 23 agences dans le Sud  reseau.commercial.collectif@mutuellesdusoleil.fr

 www.mutuellesdusoleil.fr