

"Nous sommes désormais un groupe multicanal "

Finistère | 18/01/19



Le 1er magasin, une épicerie en libre-service, a ouvert en 1949 à Landerneau dans le Finistère. E.Leclerc qui fête cette année ses 70 ans devient aujourd'hui une marque multicanal. Tour d'horizon de la stratégie digitale d'E.Leclerc avec son PDG Michel-Edouard Leclerc, **en amont de sa conférence à Digital Change, le 23 janvier, au parc Expo de Nantes.**

La distribution est bouleversée par le digital. Comment votre enseigne s'inscrit dans cette dynamique ?

Notre vision est globale. Au delà du web-commerce, le digital va surtout structurer la relation client, quel que soit le canal de distribution. Nous n'avons pas été les premiers à investir dans le e-commerce. Mais nous sommes dans l'un des pionniers à nous adapter à cette nouvelle relation client que structure le digital. Depuis une dizaine d'années, nous avons abordé ces mutations en suivant les performances d'Amazon et en regardant comment d'autres secteurs se structuraient et s'adaptaient comme les médias avec le Figaro, mais aussi la SNCF ou La Poste. La VPC, notre concurrent sur

certaines produits comme le textile, le jouet, n'a pas su prendre le tournant du digital. La Redoute ou les 3 Suisses, auraient du être les pionniers. Mais ils se sont fait contourner par des acteurs comme Cdiscount ou Vente-Privée... Des industriels comme Kodak, qui avaient pourtant plein de brevets sur le numérique, se sont trompés et ont aussi perdu la bataille.

E.Leclerc, ce sont des adhérents indépendants. Comment s'inscrit la digitalisation de l'enseigne dans ce contexte ?

Nos adhérents sont dans une réelle posture d'ouverture d'esprit et de partage d'expériences. Après, cela relève d'initiatives personnelles. Des adhérents de Toulouse avaient repéré que le groupe Mulliez s'était mis au drive sans en tirer toutes les leçons. Ils ont adapté et testé ce concept localement. Puis, nous avons choisi de le déployer au niveau national lors d'une AG en 2012. Ce sont près d'1Md€ qui ont été mobilisés dans le drive en quatre ans. Nous avons expérimenté des process logistiques dédiés qui vont du formatage des commandes dans des cartonnages spéciaux à des entrepôts. 180 M€ ont ainsi été investis dans une base logistique entièrement dédiée au multicanal en région lyonnaise. Et elle n'a rien à envier à Amazon !

Ces investissements ont-ils porté leurs fruits ?

Aujourd'hui nos 600 drives réalisent environ 3 Mds€ de chiffres d'affaires. E.Leclerc représente 54 % du marché du drive en France, devant Auchan et Chronodrive. Au delà des investissements techniques, le drive induit aussi une révolution culturelle : nous avons expérimenté une nouvelle relation client qui, par le web, s'individualise de plus en plus. Avec le drive, nous avons appris le digital. Il a été pensé comme une extension des activités de l'hypermarché dans sa zone de chalandise. Et sur cinq ans, cela a généré 40 % de notre croissance. Nous avons aussi une quinzaine de sites de e-commerce spécialisés dans la culture, les voyages, le vin... L'ensemble représente aujourd'hui 8% de notre chiffre d'affaires. Mais si le digital structure aujourd'hui la relation client, la clé du succès reste le fond de la promesse commerciale.

Comment continuez-vous à inciter les consommateurs à se rendre en magasin ?

Peu le savent, mais E.Leclerc est l'un des premiers voyagistes de France avec un réseau de 220 agences pour un chiffre d'affaires de 600 M€. Le site leclercvoyages.com génère aujourd'hui 40 % de notre relation client sur ce créneau. Les consommateurs se pré-engagent sur internet, mais viennent finaliser et sécuriser leurs achats en agence. Par le drive et par des sites, qui sont encore aujourd'hui marginaux, nous avons trouvé ce complément d'investissement qui nous permet aujourd'hui de commencer à nous revendiquer comme un groupe multicanal.

Vos concurrents bougent, innovent.. Et vous ?

Aujourd'hui, l'objectif c'est de compléter l'ensemble des dispositifs. C'est notamment vrai en centre-ville, car en dehors les hypermarchés restent attractifs. Nous allons donc travailler encore plus finement le concept de drive. Et déclinier l'approvisionnement au coeur des villes où nous sommes aujourd'hui moins présents. Cela passe par la livraison à domicile avec Chez moi Leclerc, mais aussi par les "E.Leclerc Relais", où les consommateurs peuvent récupérer leurs courses commandées en ligne, avec des prix similaires à ceux de l'hyper. Le premier vient d'être inauguré dans le quartier des Batignolles. A Paris, l'ambition, c'est d'en ouvrir trois à quatre par quartier d'ici 2022. Mais aussi dans d'autres villes comme Nantes dès cette année.

Comment faire pour ne pas perdre le consommateur dans cette multitude d'offres ?

Tout en continuant à investir en logistique, nous déployons l'arsenal du multicanal : les hypermarchés, les drives, les relais de proximité et la livraison à domicile. Parallèlement, nous allons fusionner l'ensemble de nos sites sous un même portail et une même marque d'ici la fin de l'année. Cette plateforme sera omnicanale. Et le consommateur pourra passer de l'un à l'autre selon ses besoins. Notre enseigne devient une marque. Et c'est une différence importante culturellement.

Dans cet environnement digitalisé, quelle est la place de l'employé de la grande distribution ?

Aujourd'hui, le secteur des services, auquel nous appartenons crée de l'emploi. Et la distribution moderne y est pour beaucoup. Sur trois ans, dans ce contexte de mutation, nous avons créé 10 000 emplois en diversifiant notre offre, dans le renouveau de métiers anciens comme la boucherie, la

sommellerie et sur de nouveaux postes en logistique, marketing, le merchandising... Ce sont aussi des postes d'hôtes et d'hôtes de caisse, un métier qui est aujourd'hui moins dans la fonction d'encaissement que dans celle de la gestion de la relation client. Dans notre stratégie multicanal, l'accueil est une clé essentielle. C'est une compétence qu'un ordinateur n'a pas aujourd'hui.

Beaucoup de grands groupes créent des incubateurs ou rachètent des startups pour accélérer leur transformation digitale. E.Leclerc est-il dans cette même logique ?

A Toulouse, Infomil notre filiale informatique et ses 400 salariés, gère le développement de nos applications. E.Leclerc n'a pas d'incubateur, car nous ne sommes pas des investisseurs. Nous achetons des solutions et des prestations. Et c'est dans ce cadre que nous travaillons avec des startups. En ce moment, nous avons une quinzaine de projets "sur mesure" et 57 projets "sur étagères" avec des startups. Certains de nos adhérents de Loire-Atlantique testent actuellement le service de la startup nantaise Shopopop sur de la livraison, entre particuliers, de courses réalisées en drive. Nous travaillons aussi avec Cryolog, une entreprise nantaise qui a développé des puces autocollantes microbiologie qui changent de couleurs en cas de non respect de la chaîne du froid. Ces puces sont testées sur nos commandes "traiteurs" dans le sud de la France et en Normandie.

Comment voyez-vous votre enseigne dans 10 - 15 - 20 ans ?

Ce n'est que dans la durée que l'on sait si c'est une crise, une mutation, une évolution. Quand on le vit, on ne connaît pas son ampleur. A terme, j'imagine que tout va continuer à bouger, les formats, les villes, les plans de circulation... Mais l'on ne maîtrise pas tous les paramètres de la société, de notre environnement. Ce qui doit rester c'est notre utilité sociale. Si la demande des consommateurs, c'est le pouvoir d'achat, des prix bas, plus de choix... il faudra répondre à ces attentes quelque soit le format, l'emplacement ou la technique. Pour moi, ce qui importe, c'est de rester en phase avec notre public, nos clients et pionnier si on veut continuer à exister. Il faut être sans arrêt au cœur du changement. »

Maureen LE MAO



Captiv se concentre sur le marché du handicap

Loire-Atlantique | 19/12/18



Régis Filipe et Morgan Lavaux, à la tête de Captiv

Captiv vient de livrer à PharmaOuest Industries les premiers exemplaires de Gaspard. **Ce tapis connecté se place sous le coussin anti-escarre d'un fauteuil roulant** pour analyser la pression des appuis et les mouvements, et améliorer les conditions de vie de personnes utilisant un fauteuil roulant. Au printemps 2018, la startup nantaise avait signé un contrat de distribution exclusif de quatre ans sur le marché européen avec la société de Miniac Morvan. PharmaOuest Industries (120 salariés - 30 M€ de CA) est spécialisée dans **fabrication et la distribution de dispositifs médicaux d'hygiène** et de confort pour la personne dépendante. Mais les deux entreprises entendent aller bien plus loin que cet accord commercial. « Nous allons également travailler, ensemble, au développement d'autres produits connectés pour le marché du handicap, avec une première sortie prévue début 2020 », révèle Morgan Lavaux, co-fondateur de Captiv avec Valentin Roy qui a quitté l'entreprise en juin dernier. Il est remplacé par Régis Filipe en tant que co-gérant.

NOUVELLE STRATÉGIE

Fondée en 2014, la startup nantaise est spécialisée dans le développement d'objets connectés. Depuis 2016, elle commercialise, Hector, un thermomètre connecté. Mais Captiv concentre aujourd'hui son développement R&D et commercial vers le marché du handicap.

« Nous continuons le déploiement commercial d'Hector, mais avons, avec Régis Filipe, réorienté notre stratégie. » Exit aussi la levée de fonds prévue courant 2018. « Nous avons fait le choix de financer notre BFR par des prêts avec le soutien du CMB et de la Caisse d'Epargne. » Début 2016, la startup (420 k€ de CA en 2017) avait déjà levé 200 k€ auprès de business-angels nantais.

PRÉ- COMMERCIALISATION

Pour financer l'industrialisation de Gaspard, Captiv avait lancé une campagne de pré-commercialisation du tapis sur Kiss Kiss Bank Bank.

« Nous y avons levé 39 630 € sur les 30 000 € escomptés. Les premiers tapis pré-commandés viennent également d'être livrés. » En plus du réseau de distribution européen de Pharma Ouest, le tapis sera aussi commercialisé en direct via Captiv sur un site web dédié dès début 2019. A noter que Gaspard est un produit 100 % Made in France. Son industrialisation et son assemblage sont assurés par un réseau de partenaires dans l'Ouest.

DES RECRUTEMENTS

Avant la commercialisation de Gaspard, des tests ont été réalisés au sein du centre de rééducation Kerpape à Ploemeur mais aussi au CHU de Limoges où il a fait l'objet d'une thèse. « Cela nous a permis de valider la légitimité et l'intérêt du produit. Nous travaillons maintenant avec Pharma Ouest Industrie pour qu'il puisse être défini comme "dispositif médical", et donc à terme remboursé par la sécurité sociale. » Captiv emploie 8 salariés. Deux recrutements sont prévus courant 2019 pour renforcer l'équipe R&D.

Maureen LE MAO



Rennes School of Business affiche ses ambitions

Ille-et-Vilaine | 12/12/18



Le campus s'étend aujourd'hui sur 21 000 m²

L'école de management rennaise fêtera ses 30 ans en 2020. Et affiche ses ambitions au travers d'un plan stratégique à 2023. « D'ici à l'année scolaire 2022-2023, nous allons progressivement doubler le budget de l'école à 70 M€ », précise Thomas Froehlicher, **directeur général de Rennes School of Business, arrivé début 2018**. De 35 M€ en 2017-2018, le budget a déjà augmenté de 10 % à 38,5 M€ cette année. Trois axes ont été identifiés pour développer ce budget. « Nous allons faire passer de 8 à 12 % la part du budget émanant du mécénat et de "l'executive education", c'est à dire l'ensemble des formations proposées aux entreprises. » **Rennes School of Business** entend également accroître ses partenariats de collaboration avec des entreprises françaises et étrangères mais renforcer son ancrage dans l'écosystème régional de recherche et d'enseignement supérieur.

QUATRE TERRITOIRES D'EXCELLENCE

Quatre secteurs, présentés comme des "territoires d'excellence", ont été identifiés : la complexité, l'intelligence artificielle, le green data driven supply chain dans une logique d'industrie du futur et l'agri-agro business. Sur cette dernière thématique, Rennes School of Business a ouvert, en septembre 2018, un centre de recherche partagé avec l'Inra et Agrocampus ouest. Le groupe Avril et Triskalia en sont partenaires. Pour atteindre ses ambitions budgétaires, l'école va aussi faire croître la part d'étudiants

partenaires. Pour atteindre ses ambitions budgétaires, l'école va aussi faire croître la part d'étudiants suivant une formation en alternance. Le nombre a déjà augmenté de 40 % en 2018.

L'INTERNATIONAL

Autre axe sur lequel Rennes School of Business entend appuyer sa stratégie : l'international. « Alors que beaucoup d'écoles ouvrent des campus à l'étranger, notre stratégie internationale est toute autres. Nous misons sur le renforcement de nos coopérations internationales, notamment autour des territoires d'excellence que nous avons identifié », explique Thomas Froehlicher qui prévoit la signature de sept partenariats dans une logique d'alliance globale. Deux sont déjà actés. Avec l'université chinoise de Zuel à Wuhan, Rennes School of Business va créer en septembre 2019 le premier institut sino-européen en audit et banque. Un second partenariat a été signé avec Insofe, école d'ingénieurs indienne spécialisée dans la data et l'intelligence artificielle.

LES ÉTUDIANTS ÉTRANGERS

Sur un campus de 21 000 m² au cœur de la ville, une particularité pour une école de management selon Thomas Froehlicher, Rennes School of Business regroupe 4 500 étudiants dont 53 % internationaux. D'ici à 2023, l'école devrait atteindre les 7 000 étudiants, en doublant notamment le nombre d'étudiants étrangers. L'école compte 1 885 étudiants internationaux payant des frais de scolarité (hors échanges). Le nombre d'étudiants sous ce même statut doit atteindre les 3 900 à horizon 2023. « Nous avons aujourd'hui des étudiants de 70 nationalités. L'objectif est de regrouper 100 nationalités au sein de l'école en 2023 pour maximiser encore plus le brassage culturel. » Le nombre de professeurs permanents - 86 aujourd'hui - doit passer à 150 en 2022-2023 avec un renforcement également du nombre d'internationaux.

#UNFRAMED THINKING

Pour accompagner ce plan stratégique, Rennes School of Business se dote d'une nouvelle identité de marque dès mars 2019 : Unframed Thinking. « Cette base line résume nos ambitions : Faire de Rennes Business School l'école la plus en pointe sur les méthodes et outils de facilitation, en mettant à tous les étages, le collaboratif, au cœur de notre projet », précise Thomas Froehlicher. Dans cette logique, l'école a déjà commencé à travailler avec la société rennaise Klaxoon, spécialisée dans le déploiement d'applications et produits dédiés au travail collaboratif en entreprise

Maureen LE MAO



En croissance, la Brasserie Mélusine investit 3 M€ à Chambretaud

Vendée | 11/02/19



La gamme Mélusine compte une vingtaine de bières

La brasserie artisanale finalise un programme d'investissement de 3 M€. « La nouvelle station de brassage nous permettra de passer de deux à cinq brassins par jour. Et d'atteindre une capacité de brassage de plus de 30 000 hectolitres contre 15 000 aujourd'hui, en revenant à une seule équipe de jour et non en fonctionnement en 2X8 », détaille Laurent Boiteau à la tête de la **brasserie Mélusine**. Le premier brassin est prévu dans une dizaine de jours. La nouvelle ligne d'embouteillage d'une capacité 5 000 bouteilles par heure est déjà opérationnelle. La Brasserie Mélusine s'est aussi dotée d'une ligne de transfert pour réduire l'oxydation des bières. « Afin d'améliorer les conditions de travail, nous avons également automatisé certains process comme l'intégration du malt ou la palettisation. »

DES PROCESS PLUS ÉCOLOGIQUES

Un nouveau bâtiment a également été construit portant l'espace couvert à 3 000 m², contre 2 500 m² auparavant. « Il s'agit du 3^e agrandissement que l'on mène en 9 ans. Nous en avons profité aussi pour réorganiser le site. » Ces nouveaux équipements permettent à la Brasserie de réduire sa consommation d'énergie et d'eau. « Nous avons besoin de huit litres d'eau pour brasser un litre de bière. Nous passons à cinq », indique Laurent Boiteau qui va également investir, courant 2019, dans une station de prétraitement. Le dirigeant prévoit également d'augmenter sa capacité de cuverie et son parc de fûts.

LA BIÈRE HELLFEST

En septembre 2018, la Brasserie Mélusine a clos son exercice sur un chiffre d'affaires de 3 M€, **contre 2,65 M€ en 2017**. Laurent Boiteau attribue notamment cette croissance aux concrétisations des démarches engagées suite au recrutement d'un commercial dédié à la restauration hors foyer. « L'activité " fûts " a augmenté. Alors que notre déploiement en RHF était jusqu'ici régional, nous commençons à être présent en Bretagne, en Normandie et sur Paris. » Mais la brasserie mise également sur la bière Hellfest, une IPA houblée à 6,66 %. « Nous avons déposé la marque en accord avec le festival. Et commercialisons cette bière depuis décembre 2016 sur tous nos réseaux. Nous venons de signer un accord avec le grossiste IBB pour accélérer sa distribution en GMS en France.»

UNE GAMME COMPLÈTE

Dans sa gamme, la brasserie artisanale compte aujourd'hui une vingtaine de bières, dont trois éphémères. Courant 2018, Mélusine a modernisé l'ensemble de ses étiquettes. « L'objectif était de nous sortir de l'image vendéo-vendéenne. Aujourd'hui, 50 % de nos volumes sont vendus hors de la région », précise Laurent Boiteau qui a démarré, il y a quelques années, son déploiement en France par ses références bio. Ce type de bière représente aujourd'hui la moitié de sa gamme. La PME vient également de revoir entièrement la recette de la Blanche Ecume. En 2018, la brasserie a reçu trois distinctions : une médaille d'or pour la Hellfest et d'argent pour la Love Of Flower au Concours général agricole et un prix au Brussel Beer Challenge pour la bière Barbe Bleue.

Maureen LE MAO

Hemarina sur la voie du lancement commercial pour Hemo2Life

Finistère | 23/11/18



Franck Zal, docteur en biologie marine, s'intéresse depuis plus de 20 ans aux propriétés du ver marin arénicole

Hemo2Life, le premier produit d' **Hemarina** sur le marché médical, sera commercialisé courant 2019.

« Des discussions sont en cours avec des distributeurs sur le marché européen. Nous devons attendre la validation du marquage CE, une étape indispensable à la commercialisation. Le dossier est toujours en cours d'instruction », contextualise Franck Zal, le PDG d'Hemarina. Fondée en 2007, la société de Morlaix est spécialisée dans le développement de transporteurs d'oxygène universels d'origine marine. Mais son dirigeant, Franck Zal, docteur en biologie marine, s'intéresse depuis plus de 20 ans aux propriétés du ver marin arénicole, dont le sang contient une molécule capable d'acheminer 40 fois plus d'oxygène que l'hémoglobine humaine.

ESSAIS CLINIQUES VALIDÉS

Antioxydant, Hemo2Life est utilisé comme un additif dans les solutions de préservation des greffons, en conservation statique ou dans les machines à perfusion. Présenté comme une innovation de rupture sur

le marché, ce produit permet d'accroître la durée de vie des greffons de 6 à 48 heures pour les

le marché, ce produit permet d'accroître la durée de vie des greffons, de 6 à 48 heures pour les poumons et d'une journée à une semaine pour les reins. **Ce potentiel sur les reins a été validé par un essai clinique**, coordonné par le **CHRU de Brest**, et réalisé entre 2016 et 2018 sur 60 patients en France. Une preuve de concept préclinique a aussi été établie pour les greffons pulmonaires par l'University Health Network de Toronto.

ETUDE PHARMACO-ÉCONOMIQUE

Hemo2Life a également été utilisé en janvier 2018 lors de la seconde greffe totale de visage sur un patient réalisée par le Pr Laurent Lantieri de l'hôpital Georges-Pompidou à Paris. Aujourd'hui, la société s'apprête à lancer une étude pharmaco-économique. Objectif ? « Permettre que l'utilisation d'Hemo2Life soit remboursée par la sécurité sociale. L'étude portera sur 450 patients sur l'ensemble des centres de greffes français », précise Hugues Le Choismier, directeur général adjoint d'Hemarina.

UNE MOLÉCULE UNIVERSELLE

Concrètement, Hemarina a mis au point la molécule M101, une hémoglobine purifiée du vers arénicole marin. Elle se conserve, sous forme de liquide ou de poudre, jusqu'à quatre ans, contre 42 jours pour une poche de sang humain. Universelle, la molécule permet de lutter contre l'ischémie, c'est à dire la restriction d'apport sanguin dans une partie du corps. « C'est une plateforme autour de laquelle on peut développer de multiples applications aussi bien médicales qu'industrielles », explique Franck Zal, qui en a dénombré plusieurs dizaines à différents stades de maturation.

LE MÉDICAL ET L'INDUSTRIE

Outre Hemo2Life, deux applications médicales et une application industrielles sont plus avancées. Hemarina travaille au développement d'HemHealing, un pansement oxygénant permettant de soigner les plaies hypoxiques chroniques, comme celles des ulcères du pied diabétique. Cette molécule est aussi

utilisable comme transporteur d'oxygène thérapeutique universel. « HemoxyCarrier trouve ainsi son application en médecine d'urgence lors de chocs post-traumatiques pour réduire les dommages neurologiques. Nous espérons pouvoir le lancer sur le marché du médicament d'ici à 2025. Pour le pansement, c'est à horizon 2023 », précise Hugues Le Choismier.. Côté industrie, la molécule M101 peut être utilisée comme un intrant à la bioproduction industrielle

MAÎTRISE DE LA TRAÇABILITÉ

Avec l'acquisition d'une ferme marine à Noirmoutier en 2013, Hemarina est aujourd'hui autonome dans la production de sa matière première : le ver arénicole. « Nous sommes aujourd'hui capable de produire cette molécule universelle en conditions pharmaceutiques. Et surtout d'en maîtriser la traçabilité », insiste Franck Zal. La production a réellement démarré fin 2017. La ferme dispose d'une capacité de production annuelle de 30 tonnes. « Nous en produisons aujourd'hui environ deux tonnes. En sachant que 750 kilos de vers suffisent pour l'ensemble des greffes réalisées chaque année en France. »

DE LA NURSERIE AU CONDITIONNEMENT

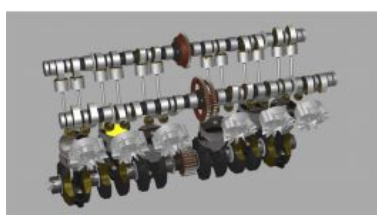
Sur ce site de 13 ha, au coeur des marais, Hemarina maîtrise l'ensemble de la chaîne de l'élevage des vers, de la nurserie au conditionnement. Dans les bassins extérieurs, des moulins permettent de créer des courants, d'oxygéner l'eau dans laquelle a été reproduit l'écosystème de la plage. « Nous avons notamment travaillé sur l'alimentation des vers, un mélange spécifique de levures et de micro-algues mais aussi la granulométrie et la température du sable. » Élevés pendant neuf mois, les vers arénicoles sont congelés puis surgelés avant d'être conditionnés en plaquettes de deux kilos. « Le processus d'extraction et de mise en flacon d'Hemo2Life est sous-traité à une usine pharmaceutique dans le sud de la France. Elle met en oeuvre le procédé mis au point dans notre laboratoire à Morlaix. »

23 M€ LEVÉS

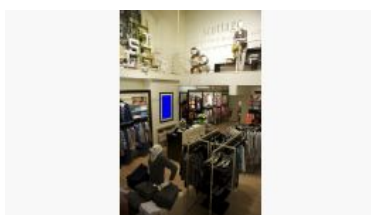
Hemarina emploie aujourd'hui 31 salariés entre Morlaix (22 salariés), la ferme de Noirmoutier (6 salariés) et Paris (3 salariés) où elle dispose de bureaux. La PME a aussi une filiale technico-commerciale à Boston

ouvert en 2013 suite à un projet avec l'US Navy. Hemarina a levé 23 M€ depuis sa création, dont **8 M€ en mars 2017**. A noter que la société compte toujours à son tour de table, les **Finistere Angels**, premiers investisseurs à avoir cru au projet de Franck Zal en 2005.

Maureen LE MAO



Mécanique | Walor



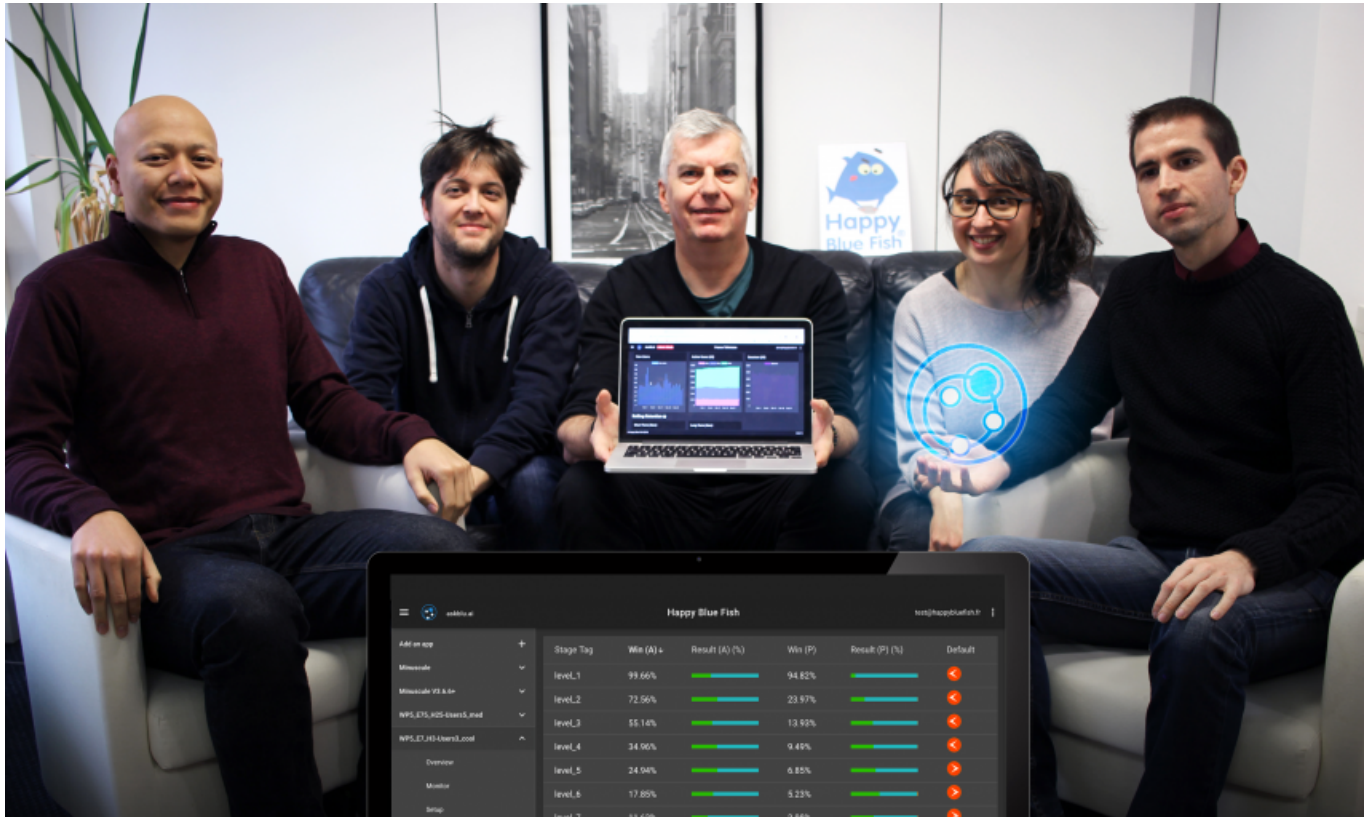
Distribution |



Biotecnologies |

Happy Blue Fish en quête de fonds pour lancer Askblu.ai

Ille-et-Vilaine | 04/02/19



L'équipe est fortement amenée à grandir

Happy Blue Fish finalise le lancement d'Askblu.ai. «Avec cette plateforme cloud, les éditeurs de jeux-vidéos pourront proposer à leurs joueurs une expérience de jeu personnalisée en temps réel », explique Dominique Busso, le président de la PME rennaise. Cette technologie de personnalisation est basée sur des algorithmes d'intelligence artificielle et de machine learning. Objectif pour les studios ? « Améliorer le taux de rétention des joueurs, notamment sur les jeux sur mobiles et donc leur monétisation.» Happy Blue Fish commercialisera, sur abonnement, sa plateforme aux éditeurs à l'international. La PME ciblera d'abord ceux spécialisés dans les jeux sur mobile, un marché en forte croissance. « A plus long terme, nous viserons l'ensemble des jeux vidéo sur tout support, car la problématique de la rétention des utilisateurs est la même pour tous.» Le lancement d'Askblu.ai est prévu au quatrième trimestre 2019

UN PIVOT

Lui même éditeur de jeux ludo-éducatif sur mobiles et tablettes, Happy Blue Fish s'est engagé dans ce projet en 2016. « L'idée initiale était de répondre à notre propre besoin. Une étude de faisabilité nous a montré le potentiel d'une technologie de ce type pour d'autres acteurs », détaille Dominique Busso. Avec Askblu.ai, Happy Blue Fish entend à terme effectuer un pivot complet de son activité pour ne se concentrer que sur le déploiement de cette plateforme.

PLUSIEURS LEVÉES DE FONDS

Pour initier ce projet, la PME avait levé 300 k€ en avril 2017 auprès de Bpifrance et de plusieurs investisseurs privés dont le lyonnais SBT. En novembre 2018, tour de table complémentaire a été réalisé à hauteur de 200 k€. Y souscrivent plusieurs business angels bretons et Agora, structure parisienne qui accompagne les entrepreneurs dans leurs projets de développement. Happy Blue Fish cherche actuellement à lever 450 k€ fin mars. « Cette opération nous permettra de financer notre R&D, les tests d'Askblu.ai avec des studios pilotes et le lancement commercial. » Une autre opération, à hauteur d'1 M€, est déjà anticipée fin 2019 quand Askblu.ai générera de premiers revenus.

PERSPECTIVES DE CROISSANCE

La PME emploie aujourd'hui six salariés, dont un docteur en IA et un ingénieur en intelligence artificielle qui va démarrer prochainement une thèse au sein d'Happy Blue Fish. Trois recrutements sont prévus d'ici au printemps 2019. Dominique Busso espère regrouper une équipe de 80 personnes en 2023 et atteindre un chiffre d'affaire de 20 M€. Ces perspectives sont portées par la forte croissance du marché du jeu-vidéo sur mobile. En 2021, il devrait atteindre 100 Mds€ soit 60% du marché total du jeu vidéo. Aujourd'hui, le marché du jeu vidéo globalise un chiffre d'affaires de 137 Mds€, contre 119 Mds€ pour le livre, 38 Mds€ pour le cinéma et 15 Mds€ pour la musique.

Maureen LE MAO



Agriloops boucle son premier tour de table

Ille-et-Vilaine | 08/02/19



La production de crevettes et légumes doit démarrer prochainement.

1,4 M€, c'est le montant que vient de réunir **Agriloops** pour soutenir l'installation et le fonctionnement de l'unité prototype de sa ferme prototype en eau salée. La startup rennaise a mis au point un procédé permettant de produire de manière plus responsable et locale des produits de la mer. Pour ce premier tour de table, **Agriloops a réuni 500 k€ en capital sur la plateforme participative Sowefund.** Son projet séduit également les fonds Orsay group human investments, BNP Paribas développement et plusieurs business angels comme Gérard Higuinen, ex-président du directoire de Pomona. L'enveloppe est complétée par des subventions, des aides à l'innovation et des prêts.

LANCEMENT DE LA PRODUCTION

Sur un terrain de 100 m² au sein d'**Agrocampus Ouest**, Agriloops finalise l'installation de sa ferme prototype. « Elle se matérialise sous la forme d'une serre de 60 m² et d'un container qui abrite les bassins

aquacoles. La production sera lancée dans les prochaines semaines. Cela nous permettra de produire plusieurs centaines de kilos de crevettes et de légumes, de mesclun de la mer et de tomates cerises », indique Jérémie Cognard, co-fondateur de la startup avec Romain Vandame. Avec cette ferme pilote, les deux ingénieurs entendent valider leur procédé en situation réelle tant techniquement que commercialement.

PROCHAINE PHASE

La startup a déjà anticipé sa prochaine phase de développement. « Cette installation en circuit fermé et contrôlé doit nous permettre de développer et de valider toutes les technologies nécessaires pour un déploiement à plus grande échelle. » Pour 2020, Agriloops prévoit la construction d'une première ferme aquaponique en capacité de produire plusieurs dizaines de tonnes de gambas et de légumes. Celle-ci permettra à la startup de générer un premier chiffre d'affaires. Pour cette installation en situation de production réelle et à grande échelle, la startup prévoit de réaliser un second tour de table.

RECRUTEMENTS

Dans un premier temps, Agriloops vise une clientèle de professionnels en circuits courts : restaurateurs, poissonneries, épiceries fines... Une montée en volume lui permettra de cibler les grossistes. Jérémie Cognard et Romain Vandame ont déjà recrutés trois salariés. Ils travaillent également avec deux stagiaires. Accompagnée par Agoranov, la startup est aussi incubée par Climate-Kic, accélérateur européen qui accompagne les entreprises qui ont impact positif sur le climat.

Maureen LE MAO



Pôles de compétitivité
Atlanpole Biotherapies
serein face à ses



Aménagement Edouard
Philippe vient apporter
des compensations après



Loisirs 7 M€
d'investissements à La
Récré des trois curés

Levée de fonds, innovations, export... SLS France sur des vents porteurs

Ille-et-Vilaine | 16/11/18



SLS adresse principalement les secteurs dentaires et de l'orthodontie.

SLS France vient de boucler une opération de financement participatif sur la plateforme de crowdlending **myoptions**. Spécialisée dans les dispositifs médicaux sur-mesure par impression 3D, la PME de Pleslin Trigavou a réuni 200 k€ auprès de 63 financeurs sur un prêt à 8 %. Ce crowdfunding s'inscrit dans une opération plus globale de financement visant à accompagner SLS dans ses projets. « Nous travaillons sur une levée de fonds de 5 M€ qui sera complétée par 4 M€ de prêts bancaires », explique Axel Dubois, le président de SLS France qui mentionne l'intérêt de l'opération participative comme effet levier sur les autres structures de financement et notamment les banques. La PME bénéficie également d'1,2 M€ de subventions liées à sa participation à deux projets collaboratifs.

DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Fondée en 2014 sur le marché des prothèses dentaires, SLS conçoit et commercialise aujourd'hui une gamme de produits plus large autour de la dent. « Tout est fabriqué en interne par impression 3D métallique.

Nous avons développé en 2018 une nouvelle technologie d'orthodontie numérique. » La PME fabrique aujourd'hui 450 prothèses dentaires par jour pour des prothésistes et des chirurgiens français comme étrangers (Philippine, Chine, Canada...). Elle dispose de trois imprimantes 3D métalliques et d'un centre d'usinage numérique. « Nous avons mis au point une plateforme web dotée d'une intelligence artificielle de gestion des process permettant d'automatiser la production des prothèses. » SLS devrait clore son exercice 2018 sur un chiffre d'affaires de 700 k€ contre 420 k€. Et vise 1,3 M€ pour 2019.

DES FRANCHISES INDUSTRIELLES

Forte de cette technologie, SLS entend accélérer son développement commercial en France et à l'export. 70 % de la levée de fonds en cours y sera consacré, le reste étant dédié à la R&D. « Nous allons déployer un réseau de franchises industrielles de fabrication de prothèses dentaires. » Les franchisés déposeront les fichiers 3D de leurs prothèses sur-mesure sur une plateforme personnalisée directement connectée au système de SLS. « Nous en assurerons le traitement et lancerons à distance la fabrication sur leurs imprimantes 3D. Nous gardons ainsi la propriété intellectuelle de nos process et de notre technologie. »

LE MARCHÉ CHINOIS

A la rentrée 2019, la PME entend investir le marché chinois par la création de SLS Chine. « Il y a un potentiel sur le marché de l'orthodontie numérique, une majorité de la population étant touchée par une disjonction maxillaire. » Axel Dubois entend y dupliquer l'activité mise en place en France, avec le même process de contrôle à distance que pour le réseau de franchisés.

FOLLOWKNEE

Parallèlement, SLS France est impliqué dans deux projets collaboratifs dont **FollowKnee**, visant à développer des prothèses de genoux personnalisées et connectées. « Nous sommes en charge de la

fabrication de l'implant par impression 3D sur un nouveau matériau et de la conception du guide chirurgical pour poser cet implant. » Via ce projet, la PME entend diversifier son activité sur d'autres secteurs médicaux. « L'objectif est aussi de vérifier si la fabrication d'autres implants personnalisés à grande échelle, comme on le fait sur la prothèse dentaire, est techniquement et économiquement viable. »

LA RÉHABILITATION DENTAIRE

La PME porte également le projet OCR 3D autour de la chirurgie maxillo-faciale avec l'Inserm et le centre de soins dentaires du **CHU de Rennes**. « Ce projet vise à développer de nouvelles technologies de conception et de fabrication additive afin d'augmenter la précision et réduire le temps de la réhabilitation dentaire », précise Axel Dubois. Financé par la région à hauteur de 244 k€, ce projet d'un budget de 473 k€ a démarré en octobre pour trois ans.

DÉMÉNAGEMENT ET RECRUTEMENTS

En 2015, la PME avait fait entrer Armor Méca à son capital. Et avait rejoint les locaux de l'entreprise, spécialisée dans l'usinage de haute précision. Début 2019 à l'évolution de son tour de table, SLS France se dotera de ses propres locaux dans la périphérie rennaise. « Rien n'est encore défini, mais nous avons la volonté de nous insérer dans un écosystème d'entreprises et/ou d'écoles impliquées dans la dynamique de l'industrie 4.0 » SLS emploie aujourd'hui 11 salariés. 15 recrutements sont prévus en 2019 suite à la finalisation de la levée de fonds.

Maureen LE MAO



Biens d'équipement

Bénéteau truste 50 % du marché des mobilhomes
Vendée | 16/11/2018



Transport

Terrena cofinance des travaux ferroviaires
Loire-Atlantique | 16/11/2018



En bref

Le Minor - Fibre optique en Bretagne
| 16/11/2018

Agroalimentaire **Nouvel investissement de 4 M€ pour La Belle Iloise**

Morbihan | 01/09/2017



La marque dispose de 73 boutiques en propre

La conserverie **La Belle Iloise** se lance dans un nouveau programme d'investissements sur ses deux sites de Quiberon et Saint-Avé. « Sur deux ans, cela représente un budget d'environ 4 M€ », indique Caroline Le Branchu, 3^e génération à la tête de l'entreprise familiale. Sur son site historique, la société de Quiberon avait déjà investi en capacités de production, agrandi ses bureaux et réalisé des aménagements extérieurs en 2015 et 2016. « De nouveaux investissements sont prévus sur nos différents process comme les sardines, le thon ou les soupes, afin d'accroître nos capacités de production. Nous souhaitons rester sur notre site historique, mais nous commençons à y être à l'étroit. »

TRANSFERT D'ACTIVITÉS

Pour disposer d'espace supplémentaire à Quiberon, La Belle Iloise va transférer son pôle "conditionnement" sur son site de Saint-Avé. Ouvert en 2013, il est aujourd'hui dédié au stockage et à la préparation de commandes. « Ce transfert de site va aussi nous permettre de moderniser et d'automatiser nos process de conditionnements de nos produits en lots et coffrets », révèle la dirigeante.

UN MODELE INTEGRE

Fabricant, La Belle Iloise assure aussi la distribution de ses produits en direct via un réseau de boutiques en propre et la vente à distance. La marque n'est pas présente en GMS. « Notre modèle économique est particulier : notre valeur ajoutée, c'est le produit, mis en avant dans nos boutiques. Notre modèle pragmatique nous permet de proposer des produits de qualité à des prix accessibles. » Côté innovation, la conserverie propose 2 à 5 nouveautés par an et des coffrets thématiques.

73 BOUTIQUES

La marque compte aujourd'hui 73 magasins dont trois ouverts depuis le début de l'année à Strasbourg, Rouen et Annecy. Une seconde boutique ouvrira à Vannes d'ici à la fin de l'année. « Depuis 2014, nous avons engagé une politique d'implantation dans les centres villes. Selon les opportunités, nous sommes sur deux à trois ouvertures par an. Ces nouvelles boutiques nous permettent d'accroître notre notoriété. »

47 M€ DE CA

En 2016, la société a réalisé un chiffre d'affaires de 47 M€, contre 45 M€ en 2015. Une légère croissance est attendue en 2017. La vente à distance (web et VPC) représente environ 25 % de l'activité. La Belle Iloise emploie entre 350 et 600 personnes selon les saisons. « Entre juin et novembre, nous recrutons environ 200 saisonniers. Mais nous avons des difficultés à pourvoir ces postes. » En 2018, six à sept recrutements en CDI sont prévus.

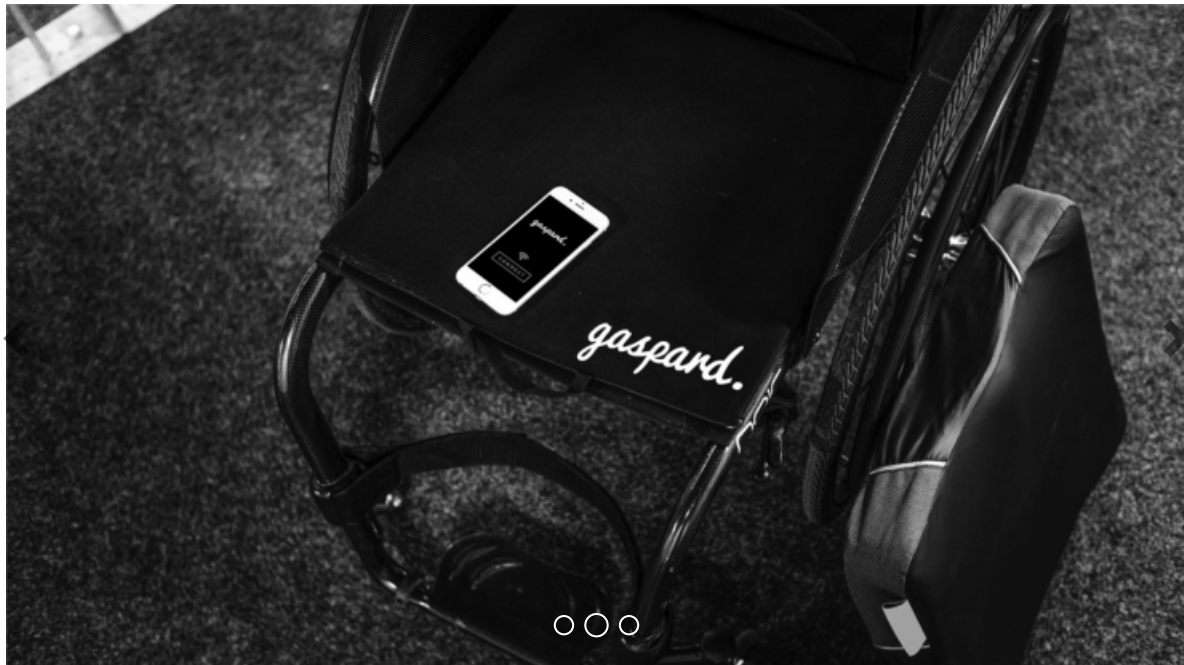
LA TABLEE A NANTES

En mai 2016, la conserverie familiale avait diversifié son activité avec l'ouverture d'un restaurant à Nantes. Caroline Le Branchu se dit satisfaite du lancement de La Tablée. « L'objectif était de valoriser notre marque et de proposer des plats réalisés à partir de nos produits. » Le concept de cet établissement pilote a déjà évolué depuis son ouverture. « Nous nous concentrons aujourd'hui sur un service à table, le midi comme le soir, et une offre tapas à l'apéro. » D'autres évolutions sont anticipées avant d'éventuels autres développements.

Maureen LE MAO

Objets connectés Nouveaux produits, levée de fonds : Captiv trace sa route

Loire-Atlantique | 19/09/2017



Gaspard, le tracker de positionnement pour les personnes en fauteuil roulant

Spécialisée dans le développement d'objets connectés, **Captiv** multiplie les projets. Depuis mars 2016, la startup commercialise Hector, un thermomètre connecté intégrant des fonctions d'hygrométrie et de pression atmosphérique. La startup a continué à étoffer son réseau de distribution en BtoC. Hector est vendu sur le web et dans des enseignes high-tech, de loisirs ou encore dans des jardineries. « A ce jour, nous en avons vendu environ 12 000, mais essentiellement en BtoB », assure Morgan Lavaux, à la tête de Captiv avec Valentin Roy. Captiv avait noué plusieurs partenariats avec des entreprises comme Promocadeaux, CHR numérique pour le secteur de hôtellerie ou encore Jeulin sur le marché de l'enseignement.

HECTOR PRO

Afin d'accélérer sur le marché des cadeaux d'entreprises et des goodies, la startup va sortir une version personnalisable d'Hector. « En fonction des volumes, on pourra adapter les couleurs du cube mais aussi l'application mobile liée. » En BtoB, Captiv compte aller encore plus loin. La startup vient d'annoncer le lancement d'une version professionnelle du cube. « Le design d'Hector pro sera différent. Il intégrera aussi un protocole de communication longue distance et une application avec des fonctionnalités spécifiques, notamment dans le suivi des températures pour le secteur de la restauration. » Des premiers tests sont prévus fin 2017 avec une dizaine de restaurants. « Le déploiement auprès d'une centaine de restaurateurs déjà utilisateurs de la version initiale d'Hector est prévu pour 2018. » Comme pour le premier Hector, la version pro sera industrialisée par **Eolane**.

LE TAPIS GASPARD

Fin 2016, Captiv avait annoncé la sortie de Gaspard, **un tapis connecté dédié aux personnes en fauteuil roulant**. Des capteurs permettent de surveiller la position de la personne en fauteuil dans une logique de prévention des escarres et des pathologies liées. La startup finalise la fabrication de 30 tapis. « 10 seront testés par des particuliers et une vingtaine entreront dans le cadre d'une thèse de recherche au CHU de Limoges. » 300 tapis doivent être industrialisés courant 2018. « Après sa présentation au CES, nous avons perçu une réelle attente des prescripteurs comme des particuliers. »

UNE NOUVELLE LEVÉE DE FONDS

Début 2016, la startup (300 k€ de CA en 2016) avait levé 200 k€. Ces fonds, comme ceux issus des ventes du thermomètre, lui permettent aujourd'hui d'assurer sa R&D. Afin d'accélérer en France comme à l'export, Captiv prévoit une seconde levée de fonds dans les prochains mois, de l'ordre de 3 M€. La startup nantaise, désormais accompagnée par **Atlanpole**, emploie 7 salariés.

Maureen LE MAO

Agroalimentaire Pourquoi Cozigou a repris les Cafés Coïc ?

Bretagne | 06/10/2017



Les Cafés Coïc rejoignent le giron de la famille Cozigou

Cozigou, spécialisé dans la distribution de boissons pour les cafés, hôtels et restaurants, vient de reprendre les Cafés Coïc à Plomelin. La rencontre entre les deux entreprises familiales date d'un an. « Nous avons eu écho que la société Coïc avait été vendue à l'un de nos concurrents. Vérification faite auprès de Gilles Coïc, ce n'était pas le cas. Mais se posait pour lui la question de la transmission à venir de l'entreprise », explique Edouard Cozigou, en charge du développement de Cozigou, société dirigée par son père et son oncle Hervé et Loïc Cozigou.

DIVERSIFICATION

Intéressé par ce secteur, Cozigou souhaitait intégrer une activité de torréfaction. « Nous cherchions depuis quelques mois à reprendre un torréfacteur breton de qualité. C'est chose faite avec Coïc, une marque

qui n'était pourtant pas dans notre catalogue. » Le distributeur de boissons (250 salariés - 80 M€ de CA attendus en 2017) diversifie donc ainsi son activité. Cozigou reprend l'ensemble du périmètre de Coïc (45 salariés - 7,5 M€ de CA), basé à Plomelin. Gilles et Valérie Coïc à la tête de la PME quittent l'entreprise. Un directeur va être nommé pour piloter l'activité.

LA NOTORIÉTÉ DE COÏC

Pour autant, les deux sociétés vont rester indépendantes, tout comme leurs circuits de distribution et dépôts logistiques. « Nous allons capitaliser sur la notoriété Coïc et sur notre expérience sur le marché de la CHR pour appuyer le développement de la marque dans les Côtes d'Armor et l'Ille-et-Vilaine où elle est historiquement moins présente », détaille Edouard Cozigou qui conservera les recettes et les process. Coïc réalise 50 % de son activité auprès de la CHR, le reste se répartissant entre la GMS locale, les épiceries fines, deux boutiques en propre et les machines à café d'entreprises.

UNE CAVE À PLÉRIN

Autre axe de diversification pour Cozigou : l'ouverture d'une cave à vins pour les particuliers à Plérin. « L'objectif est de désacraliser l'univers du vin avec un espace de 300 m2 épuré, une offre produit attractive et des animations commerciales », résume Edouard Cozigou. Sous l'enseigne Gloups, son ouverture est prévue en novembre prochain.

Maureen LE MAO

Agroalimentaire

La distillerie Warengthem prépare l'avenir à Lannion

Côtes-d'Armor | 27/10/2017



La distillerie disposera dans quelques mois d'un second chai

La distillerie **Warengthem** se lance dans de nouveaux investissements. « Ce sont les investissements les plus importants menés depuis la création de la distillerie », explique David Roussier, le dirigeant et repreneur de la distillerie familiale, fondée en 1900. Une enveloppe d'1,5 à 2 M€ y sera consacrée sur deux ans. La première phase, en cours, porte sur la création d'un nouveau chai de vieillissement. « En mars 2018, nous passerons de 600 m² à 1 800 m² de chai. Le nouvel équipement aux dernières normes, notamment incendie, sera divisé en deux cellules indépendantes pour limiter les risques. »

AUGMENTER LA DURÉE DE VIEILLISSEMENT

Depuis 2015, la distillerie a triplé sa production. Ce nouveau chai va lui permettre de faire vieillir plus longtemps ses whiskies. « Cela nous permettra d'avancer vers les 10 ans de moyenne d'âge contre 5 à 6 en moyenne en aujourd'hui. » La distillerie profite également de ces travaux pour agrandir son parking et réaménager les flux entre les camions et les voitures. En septembre 2018, après la saison, Warenghem procèdera la destruction de sa boutique. En lieu et place, elle y construira un nouvel espace, inspiré des distilleries écossaises, mixant espaces de dégustation, muséographiques et une boutique. L'ouverture est prévue pour mai 2019.

LE MARCHÉ

La PME fait état d'une douzaine de références de whiskies. Warenghem fabrique et commercialise également quatre chouchen - dont un bio depuis 2017-, sept produits à base de pommes et une gamme de six liqueurs. En GMS, la marque n'est présente que dans l'Ouest et à Paris. A l'échelle nationale, comme à l'export, sur un marché haut de gamme, ses produits sont commercialisés dans les épiceries et les caves via des importateurs-distributeurs. « Sur les whiskies, l'export représente aujourd'hui 25 % de notre activité. » En 2016, la société de Lannion a réalisé un chiffre d'affaires de 3,3 M€. Elle emploie 17 salariés. L'ouverture de l'espace muséographie et de la boutique, désormais ouverte à l'année, entrainera la création de deux à trois emplois.

Maureen LE MAO

Tourisme Océanopolis investit tous azimuts

Finistère | 20/11/2017



Océanopolis est ouvert depuis 1990 sur le port de plaisance du Moulin Blanc (©Océanopolis)

Parc scientifique de découverte des océans, **Océanopolis** est l'équipement touristique payant le plus fréquenté de Bretagne. A fin 2017, sa fréquentation devrait avoisiner les 415 000 visiteurs, contre 392 000 en 2016. « Depuis 1990, nous avons conservé la même vocation : être une vitrine de l'activité scientifique et industrielle de la mer. Mais pour continuer à intéresser les visiteurs, nous devons renouveler nos contenus, nos expositions... », contextualise Philippe Matthieu, directeur général de **Brest'aim**, la SEM en charge de la gestion de plusieurs équipements brestois, dont Océanopolis.

LE PAVILLON BRETAGNE

En 2000, le parc s'est agrandi par la création de deux nouveaux pavillons autour des écosystème tropical et polaire. « Nous allons finaliser cet hiver la rénovation complète de la muséographie notre pavillon historique, avec de nouveaux contenus autour de la pêche et de la conchyliculture. » Sur deux ans, la modernisation du pavillon Bretagne a mobilisé 1,2 M€, co-financé par avec le syndicat de conchyliculture. Après des premiers tests avec l'IRT B-Com cet été, Océanopolis travaille sur la mise en place d'une expérience immersive sur la thématique du réchauffement climatique.

OCEANOLABS

Au printemps 2018, Océanopolis va également concrétiser la phase 1 d'OcéanoLab. « Nous allons créer d'espaces de recherche et d'équipement nous permettant d'accueillir des scientifiques et des chercheurs. Les expériences menées au sein d'OcéanoLab feront l'objet de médiation auprès du public. » La première phase portera sur le réchauffement climatique. Elle mobilisera un investissement de 500 k€ et sera installé dans des espaces existants. La phase 2, dédiée à la sédimentation, sera opérationnelle fin 2019. Un nouveau bâtiment sera construit à l'entrée du parc. L'investissement dépassera les 2 M€.

3 M€ POUR LA TRANSITION ENERGETIQUE

3 M€ HT vont également être investis dans la transition énergétique du parc. « En plus de travaux d'isolation des façades et toitures, nous allons installer sur certains bâtiments, dont celui d'OcéanoLab2, des panneaux solaires photovoltaïques », indique Philippe Matthieu, mentionnant que ces travaux visent à compléter des actions déjà engagées depuis 2013. Objectif ? Réduire de 20 %, par autoconsommation, les besoins en énergie du site dont les process sont relativement énergivores. Ce projet sera financé entre l'Etat, la région et Brest métropole.

150 EMPLOIS

Géré par Brest'aim, le parc génère 120 emplois directs en équivalent temps-plein. S'y ajoutent 30 emplois indirects en ETP. Sur un budget de fonctionnement environ 12 M€, 30 % émanent de fonds public. Les 70 % sont partagés entre la billetterie, la restauration, la boutique et l'accueil d'événements d'affaires.

Maureen LE MAO

Santé Imascap sur des vents porteurs en France et aux USA

Finistère | 29/08/2017



La solutions Imascap est déployée dans 21 pays et utilisée par plus de 1 000 chirurgiens

Imascap va lancer, d'ici à fin 2017, avec le **CHRU de Brest** le projet FollowKnee. « D'une durée de cinq ans, ce projet doit aboutir à la conception et la commercialisation de prothèses de genoux personnalisées et connectées », explique Jean Chaoui, le fondateur de la société brestoise. Lauréat du 3e appel à projets Recherche hospitalo-universitaire en santé, ce projet va bénéficier d'un financement de 7,9 M€, dans le cadre des investissements d'avenir. Outre Imascap et le CHRU de Brest, FollowKnee associe le CEATech, FLF France, l'IRT B-Com et le Latim, laboratoire de l'UBO. Cette prothèse connectée devrait être le second dispositif implantable de ce type, après le pacemaker. « La prothèse permettra de recueillir des paramètres physiologiques et mécaniques pour anticiper d'éventuelles complications. »

DES PROTHÈSES PERSONNALISÉES

Depuis 2014, **Imascap** commercialise un système d'assistance à la chirurgie orthopédique de l'épaule. Elle travaille depuis 2016 sur le déploiement de sa solution sur les prothèses de genoux. La société brestoise a mis au point une solution transversale intégrant de l'imagerie médicale, la reconstitution 3D, l'impression de l'instrumentation médicale en 3D et le cloud. Et s'intéresse déjà aux prothèses totalement personnalisées. « Nous ubérisons la planification chirurgicale donnant directement au chirurgien la possibilité de créer des modèles personnalisés de prothèses, sans faire appel à un technicien. Cela permet de réduire aussi bien les délais que le coût de l'intervention et d'en améliorer le résultat. » Le déploiement de cette solution permettant de créer des prothèses personnalisées est attendu courant 2018 en France et aux USA après validations des autorités de santé.

LES USA

En 2016, Imascap a réalisé un chiffre d'affaires d'1 M€, contre 650 k€ en 2015. « Le volume de nos activités aux USA a aujourd'hui dépassé celui dans le reste du monde », indique Jean Chaoui. En 2016, la PME avait signé un contrat avec l'américain Wright medical, un des leaders mondiaux des dispositifs médicaux axés sur les extrémités. La PME brestoise a également créé deux filiales commerciales aux USA : l'une dédiée aux prothèses d'épaule, l'autre de genoux. Outre son importance en termes de volume, le marché américain est, selon Jean Chaoui, plus favorable aux innovations de ce type en e-santé.

3 M€ LEVÉS

A Brest, où Imascap gère toute sa R&D, la PME emploie 17 ingénieurs. Plusieurs recrutements sont prévus d'ici à la fin de l'année. Pour accompagner son développement, Imascap a bouclé en janvier 2017 une seconde levée de fonds de 3 M€. Comme pour la **première opération menée en 2014**, la société brestoise a obtenu la confiance de chirurgiens américains et français.

Maureen LE MAO

Transports

Après cinq ans de travaux, la LGV sera opérationnelle dimanche

| 30/06/2017



La LGV permet un gain de temps sur les trajets entre Paris et les villes de l'Ouest

La très attendue ligne à grande vitesse Bretagne-Pays de la Loire sera mise en service d'un point de vue commercial dimanche prochain. Concrètement, la LGV se matérialise par la construction de 182 km de lignes nouvelles entre Conneré (72) et Rennes : 48,5 km en Ille-et-Vilaine, 59 km en Mayenne et 74,5 km en Sarthe. S'y ajoutent 32 km de raccordements aux lignes déjà existantes.

GAINS DE TEMPS

Améliorer la desserte ferroviaire entre les deux régions de Paris, tel est l'objectif de ce projet qui a mobilisé plus de cinq ans de travaux. A partir du 2 juillet, Rennes et Paris seront, en train, séparées d'1h25 contre 2h04 aujourd'hui, sur les trajets les plus rapides. 29,5 aller-retour quotidiens dont 12,5 en

directs sont prévus entre Rennes et Paris. Ce gain de temps se répercutera sur les autres villes bretonnes reliées par le TGV comme Quimper, Brest, Lorient ou Saint-Malo. Brest et Quimper ne seront alors plus qu'à 3h25 et 3h30 de Paris, contre plus de 4h aujourd'hui.

EN PAYS DE LA LOIRE

La construction d'une virgule à hauteur de Sablé-sur-Sarthe permet également d'améliorer les liaisons entre Paris et les Pays de la Loire. Un gain de temps de 22 minutes est attendu pour Laval et de 9 minutes pour Angers et Nantes, soit un trajet 1h56, sur le meilleur temps de parcours entre les deux métropoles.

EIFFAGE

SNCF Réseau a travaillé sur ce projet avec Eiffage Rail Express dans le cadre d'un contrat de partenariat public-privé signé le 28 juillet 2011. Après des essais de montées en vitesse en novembre 2016 et mars 2017, la ligne a été livrée le 15 mai 2017 à SNCF Réseau. La maintenance et le renouvellement de la ligne seront assurés par Opere, filiale d'Eiffage jusqu'en 2036.

LE BUDGET DE LA LGV

Le montant global du projet LGV est de 3,4 Mds€. Il est financé par SNCF réseau à hauteur de 1,4 Mds€, l'Etat à hauteur de 945 M€, les collectivités locales pour 945 M€ et l'Europe, qui apporte 11 M€. La contribution des collectivités se répartie entre la région Bretagne (655 M€), les quatre départements bretons, Rennes Métropole et le Pays de Saint-Malo (203,4 M€) et la région Pays de la Loire pour 86,9 M€.

LA VIRGULE DE SABLÉ

La virgule de Sablé sur Sarthe a mobilisé 36,3 M€. Elle a été financée à 55 % par les collectivités locales, à 23 % par l'Etat (8,3 M€) et 22 % par SNCF Réseau (8 M€). L'apport des collectivités locales (19,97 M€) se

réparti entre les Pays de la Loire (9,07 M€), la Bretagne (3,63 M€), Angers Loire métropole (3,63 M€), la Mayenne (1,82 M€), Laval agglomération (1,82 M€).

LES ATTENTES

La SNCF espère une hausse de la fréquentation sur ces lignes. Elle vise 1,5 million de voyageurs supplémentaires vers la Bretagne.

Actuellement, ces lignes sont fréquentées par 20 millions de passagers par an. Depuis l'ouverture des ventes en mars, la compagnie note une hausse des réservations de 30% sur le Paris-Rennes et de 20% sur Paris-Nantes par rapport à 2016. Si la SNCF a augmenté le nombre de billets à prix réduits, le prix des billets de train sur ces lignes a augmenté de 4 à 6 € environ.

UN PROJET GLOBAL

Le projet de LGV n'a pas entraîné la construction de nouvelles gares. Mais plusieurs villes, à l'image de celles de Rennes, Nantes, Lorient ou Laval ont entamé des travaux de modernisation plus ou moins

importants de leurs gares, via notamment la création de pôles d'échanges multimodaux, et des quartiers qui les entourent. Parallèlement, des travaux de modernisation des lignes et des infrastructures TER ont été engagées en Bretagne comme en Pays de la Loire.

Maureen LE MAO

Sport professionnel

Hennebont investit 6,2 M€ dans un complexe dédié au tennis de table

Morbihan | 16/11/2017



La salle du Garde du Vœu Henniront tennis de table est devenue trop exiguë et ne répond plus aux normes actuelles en matière d'accueil du public. (©GVHTT)

Hennebont veut devenir la référence en matière d'entraînement et de formation au tennis de table. La ville, dont l'équipe Pro A est classée à la 5ème place du championnat européen, va se doter d'un complexe dédié à ce sport. Actuellement, la salle du Garde du Vœu Hennebont tennis de table (GVHTT) est devenue trop exiguë et ne répond plus aux normes actuelles en matière d'accueil du public. En moyenne, le club accueille 800 personnes par match (jusqu'à 1 200 personnes) dans une salle conçue pour 500 spectateurs. D'abord envisagé pour un montant de 3,5 M€, un projet de réhabilitation de cette salle a été abandonné.

1 000 PLACES ASSISES

Le centre international de formation, d'entraînement et de compétition sera opérationnel à horizon 2020-2021. Il sera construit à l'entrée de la ville sur une friche industrielle en cours de réhabilitation. Avec 16 tables, la salle principale de 1 300 m² pourra accueillir des compétitions internationales. Sa capacité sera de 1 000 places assises dont 500 en tribunes mobiles. Le complexe intégrera également des espaces annexes : des vestiaires, des salles de musculation, de formation, un pôle médical, un espace VIP, des bureaux, un club house... La salle doit permettre d'accueillir des activités comme le hand ou le basket si l'activité du club de tennis de table cessait.

76,9 % DE SUBVENTIONS

Ce projet a été budgété à 6,2 M€, dont 4,1 M€ pour la construction du bâtiment et l'aménagement des espaces extérieurs. Ce projet bénéficiera d'aides du Centre national pour le développement du sport (760 k€), du département (800 k€), de la région (1,2 M€). Sont également attendues des subventions de l'Europe et de Lorient agglomération. L'ensemble des subventions devrait représenter 76,9 % du coût hors taxes du projet.

NAMING POSSIBLE

Propriété de la ville d'Hennebont, le complexe sera mis partiellement à la disposition du GVHTT. Le club versera une redevance symbolique de 5 000 € les cinq premières années. La redevance annuelle sera ensuite de 50 000 € avec une part variable de 5 % sur les résultats nets d'exploitation du club. Le club pourra réaliser une opération de naming du complexe.

LES RETOMBÉES DU CLUB

Les retombées économiques du club (8 000 nuitées - 16 000 repas) sont estimées à 2,5 M€ par an. Centre de formation, le GVHTT accueille 800 à 1 000 pongistes français et étrangers par an. S'y ajoutent également 23 stagiaires, dont 17 internes accueillis à l'année. Ce complexe doit permettre au club d'augmenter ses capacités de formation. Il entend également accueillir des délégations d'équipes étrangères pour

la préparation de compétitions internationales. En annexe à la future salle, le club se dotera d'un centre d'hébergements de 20 chambres et d'un espace restauration. Le GVHTT emploie actuellement 15 salariés. La création de trois à quatre emplois est prévue en marge de ce projet.

Maureen LE MAO

Numérique Après Brest et Rennes, OVH s'implante à Nantes et recrute 100 personnes

Loire-Atlantique | 11/07/2017



A Nantes, OVH va s'implanter dans l'immeuble Nouvelle vague (©Barre Lambot)

En 2014, OVH hésitait **entre Rennes et Nantes** pour ouvrir sa seconde implantation dans l'Ouest. Après quelques mois où chacune des villes avaient défendu ses atouts, l'hébergeur nordiste avait finalement choisi **la capitale bretonne**. Sans toutefois cacher son intention d'ouvrir aussi un bureau à Nantes à plus ou moins long terme. Ce sera fait d'ici la fin de l'année. Sur son compte Twitter, Octave Klab, le directeur général d'OVH, confirme l'ouverture d'un **bureau à Nantes**. La société s'implantera d'ici la fin de l'année 2017 dans le quartier d'Euronantes. OVH y prendra un plateau de 1 352 m2 au sein de l'immeuble Nouvelle vague. « A Nantes, OVH a l'ambition de recruter 100 personnes en 18 mois », précise Octave Klab.

PLAN DE CROISSANCE

Cette ouverture s'inscrit dans le plan d'investissement d'OVH budgété à 1,5 Mds€. Il doit permettre à la société de Roubaix d'atteindre, d'ici à 2020, le milliard d'euros de chiffre d'affaires contre 400 M€ attendus en août 2017. En 2016, OVH a réalisé un chiffre d'affaires de 320 M€. La société emploie 1 700 salariés en France et à l'international. Entre septembre 2017 et septembre 2018, OVH entend recruter plus de 1 000 salariés.

RENNES ET BREST

OVH dispose déjà de deux implantations dans l'Ouest. A Brest, où elle est s'est installée en 2013, l'agence **OVH city** emploie 50 salariés. Début 2017, **le bureau rennais a déménagé** sur un plateau de 1 431 m2 dans l'immeuble Newton sur la Zac Atalante Beaulieu. Il emploie environ 80 salariés. Comme à Nantes, OVH recherche sur ces deux villes notamment des profils techniques : développeurs, sysadmins...

Maureen LE MAO

Numérique Smartviser boucle un premier tour de table d'1,2 M€

Ille-et-Vilaine | 11/10/2017



Smartviser a mis au point une solution permettant de tester comme un utilisateur virtuel la qualité et les performances d'un système,

Smartviser vient de finaliser un premier tour de table à 1,2 M€. La startup rennaise obtient le soutien du fonds régional Breizh Up, de Logoden participations et du Crédit Agricole Ille et Vilaine Expansion. Les fondateurs de Smartviser en septembre 2014, cinq anciens salariés de Renesas, réinvestissent aussi au capital de la PME. S'ajoutent également à l'opération plusieurs soutiens bancaires dont celui de Bpifrance. Spécialisée dans les solutions d'évaluation des performances des systèmes de télécommunication, Smartviser a mis au point une solution permettant de tester comme un utilisateur virtuel la qualité et les performances d'un système, de manière automatique et en toute autonomie, sans connexion à un ordinateur.

A L'EXPORT

Cette première opération doit lui permettre d'accélérer son déploiement à l'international, un de ses axes de développement. La startup a démarré son activité commerciale sur le marché des mobiles en février 2015. Un premier contrat à l'export en avril 2016 a été signé pour le compte d'un opérateur finlandais. Elle a également établi un accord de distribution avec la société mexicaine Mots pour l'Amérique du sud, et a engagé des business developper en Finlande, Angleterre, Espagne mais aussi en Asie, en Inde et en Amérique du Nord. « Nos solutions et nos offres ont été validées en France, nous devons les dupliquer à travers le monde », explique Gilles Ricordel, le PDG de Smartviser.

AUTRES MARCHES

Sur le marché du mobile, la startup cible les opérateurs, les constructeurs, mais aussi les distributeurs et la presse spécialisée.

Parmi les actuels clients, la PME compte Orange, SFR, Auchan, Boulanger ou encore les constructeurs Mobiwire et Wiko. Smartviser envisage aussi de déployer sa technologie sur d'autres produits que les mobiles, et regarde notamment le marché de l'automobile.

RECRUTEMENTS

Sur 2016, Smartviser a atteint son objectif de 500 k€ de chiffre d'affaires. « Nous espérons le multiplier par 1,5 en 2017, puis par 2 en 2018 », explique Gilles Ricordel, mentionnant l'inertie liée à la signature de certains contrats avec des grands comptes. Installée à Germanium, la startup (13 salariés) a rejoint début mai, la nouvelle pépinière numérique de Rennes. Cinq recrutements sont prévus d'ici à la fin de l'année, notamment sur des profils technico-commerciaux et marketing.

Maureen LE MAO

Numérique Avec Blinkl, Quai des apps innove dans la réalité augmentée

Loire-Atlantique | 27/02/2017



Blinkl ne nécessite pas d'application spécifique pour lire des contenus en réalité augmentée

Quai des apps lancera au MWC de Barcelone, salon mondial de l'industrie du mobile, la commercialisation de Blinkl : une plateforme permettant d'augmenter des contenus visuels sans avoir recours à une application tierce pour les lire. Fondée en 2015, l'agence nantaise s'est spécialisée dans la création d'applications autour de la réalité augmentée, avec une expertise dans la reconnaissance d'images, notamment pour le secteur de la culture. Elle travaillé pour Nespresso, Yves Rocher, le Festival photo de La Gacilly ou encore le CNRS.

LES CONTRAINTES DU MARCHÉ

« Il y a un engouement véridique pour la réalité augmentée, mais nos clients sont freinés par les coûts, les temps de développement et de mise à jour des applications. D'autant que la nécessité de télécharger

une application spécifique pour lire les contenus génère aussi de la déperdition chez les utilisateurs » explique Vincent Marin à la tête de l'agence avec Michaël Merlange et Gwen Le Villoux.

AUCUNE APPLICATION

Afin de pallier ces problématiques, l'agence a lancé, il y a 18 mois avec le recrutement de deux ingénieurs, le développement de Blinkl. « Avec Blink, nous rendons la réalité augmentée accessible sans application, depuis tous les navigateurs et tous les canaux digitaux sur n'importe quel équipement équipé d'une caméra et d'un écran. Le client peut gérer et mettre à jour les contenus depuis une plateforme cloud », explique le dirigeant qui entend faire de Blinkl, la principale activité de Quai des apps. Sont visés les marchés de la communication, de l'évènementiel, notamment culturel et du marketing

SOUTIENS LOCAUX

Incubée à l'Ecole des Mines, la startup a été accompagnée par Atlanpole et des aides de Bpifrance et du réseau Entreprendre pour compléter l'apport financier en propre nécessaire au développement de Blinkl. Elle envisage de lever des fonds fin 2017.

Maureen LE MAO

Biens de consommation Agent Paper veut se développer en franchise

Ille-et-Vilaine | 24/10/2017



Agent Paper s'est spécialisé dans les produits de papeterie et d'objets de décoration en papier.

La première boutique en franchise d'**Agent Paper** ouvrira en novembre au centre commercial Grand quartier à Rennes. « Nous avons pour objectif d'ouvrir 8 à 10 points de vente en franchise courant 2018. Des ouvertures sont prévues pour le premier trimestre d'abord dans l'Ouest », indique Olivier Vénien, le fondateur de l'entreprise rennaise. Agent Paper est spécialisé dans la conception et la commercialisation de produits de papeterie et d'objets de décoration en papier. 98% des produits sont fabriqués par l'imprimerie Micro Lynx (40 salariés - 7,7 M€ de CA), également dirigée par Olivier Vénien. « La création d'Agent Paper en 2015 est née de la volonté d'utiliser et valoriser les papiers, cartons et le bois inutilisés au sein de notre entrepôt. Aujourd'hui, nous utilisons également du papier recyclé labélisé PEFC. »

DE 45 À 100 M2

En plus d'un réseau de 30 revendeurs, Agent Paper (7 salariés) dispose de quatre boutiques en propre à Rennes, Honfleur et Nantes. « La seconde boutique nantaise, d'une surface de 45 m2, vient d'ouvrir au centre-ville dans un lieu passant. Il s'agit de la boutique type pour des franchises de centre-ville. » Sont visés des zones de chalandises de plus de 100 000 habitants. Dans les centres commerciaux, la marque a vocation à s'implanter dans des cellules de 100 m2 afin d'y proposer une gamme plus étendue. L'investissement initial pour le franchisé est de 80 k€ minimum, pour un chiffre d'affaires à cinq estimé à plus de 500 k€. Ouverte en août 2015, la première boutique rennaise a généré un chiffre d'affaires de 250 k€ sur son second exercice. « Nous incitons également nos franchisés, qui détiennent une exclusivité sur leur zone, à ouvrir des boutiques éphémères sur des événements. »

DIVERSIFICATION

En novembre, Agent Paper lancera une gamme de mobilier conçu à partir de papier pliés: des tables basses, chevet, console... La marque va également poursuivre le partenariat initié en 2017 avec la marque André. « Nous avons réalisé la décoration de leurs nouveaux corners "enfants". La collaboration doit se poursuivre avec des produits en co-branding. » A noter que depuis le 1^{er} août 2017, l'activité d'Agent Paper a été scindée de celle de Micro Lynx dans une société nouvelle.

Maureen LE MAO

Industrie

Capic prépare l'avenir sur son nouveau site quimpérois

Finistère | 27/03/2017



Le nouveau site de Capic à l'entrée de Quimper

Depuis la rentrée 2016, **Capic** a regroupé l'ensemble de ses activités sur un nouveau site à l'entrée de Quimper. Jusqu'alors, la société familiale, spécialisée dans la conception et la fabrication d'appareils de cuisson professionnels, était répartie sur deux sites de production. Capic a investi 12 M€ dans ce projet. Elle dispose désormais d'une usine de 14 000 m² accolée à 2 000 m² de bureaux et de locaux sociaux. « Cela nous a permis d'optimiser nos process et surtout d'améliorer les conditions de travail de nos salariés, indispensable aujourd'hui pour recruter », explique Dominique Le Corre, directeur commercial de Capic. Avec la Carsat, la société (150 salariés) a été attentive à l'isolation thermique et acoustique du site et à l'ergonomie des postes de travail.

30 % À L'EXPORT

Capic s'est également doté d'un show-room et d'un espace de formation. « Cela nous permet de faire essayer nos produits à nos clients, former nos commerciaux et nos revendeurs. » Sur l'ensemble de sa gamme (1 850 références), la PME vise trois segments : la restauration commerciale, les collectivités et cuisines centrales, et l'industrie agroalimentaire. « En direct, nous nous adressons uniquement aux professionnels de l'agroalimentaire. Sinon, nos produits sont commercialisés via un réseau d'installateurs spécialisés en France comme à l'étranger. » La PME réalise 30 % de son activité à l'export, notamment en Europe proche et en Afrique francophone. L'Europe centrale est un marché à potentiel.

DES INNOVATIONS

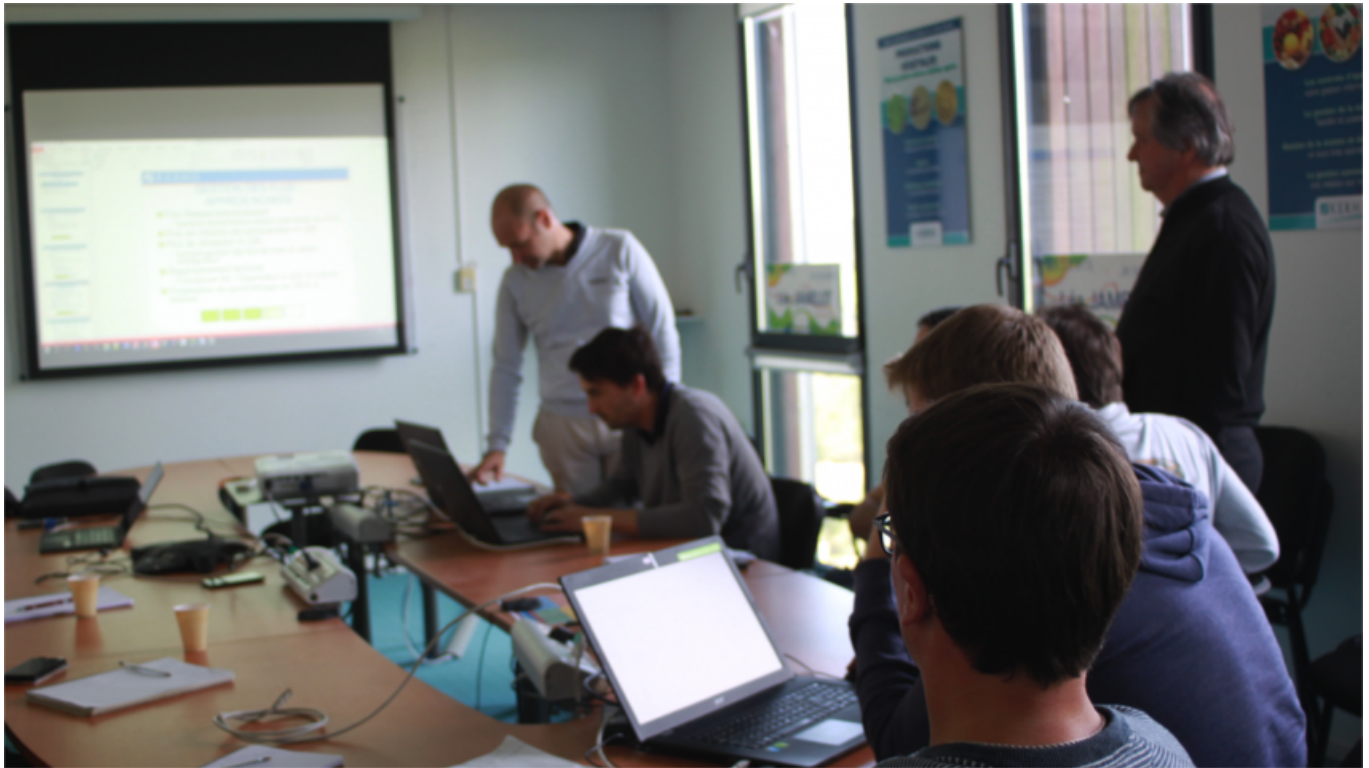
Pour se démarquer de la concurrence, la PME mise sur l'innovation, en axant sa stratégie sur des produits éco-conçus. 10% de ses effectifs sont dédiés à la R&D. « Nous avons un laboratoire nous permettant nous permettant de tester et valider nos produits, avec une auto-certification sur la norme CE. » Récemment la PME vient de sortir un brûleur en inox avec un système d'éco-flamme détectant la présence d'un récipient ou une sauteuse Plasma économe en énergie et à chauffe ultra-rapide.

Maureen LE MAO

Informatique

Kerhis affiche ses ambitions

Finistère | 06/11/2017



11 recrutements sont prévus chez Kerhis pour 2018

Spécialisé dans l'édition de logiciels pour le secteur agricole, **Kerhis** poursuit sa croissance à Châteaulin. En juin 2017, la PME a clos son exercice sur un chiffre d'affaires de 5,3 M€. « Nous devrions atteindre les 6 M€ en 2018. Et nous nous sommes fixés un objectif à 10 M€ pour 2020 », indique Jo Dréau, qui a repris Kerhis en 2000 avec Jean-Marie Savalle. L'entreprise employait alors 9 salariés pour un chiffre d'affaires de 700 k€.

DES RECRUTEMENTS

Kerhis regroupe aujourd'hui 74 salariés, dont 12 recrutés à Châteaulin en 2017. Sur 2018, la PME prévoit 11 embauches. « Ce sont aussi bien des développeurs informatiques que des ingénieurs spécialisés l'agroalimentaire et l'agriculture, sur des profils junior et senior », précise le dirigeant qui mise sur cette expertise métiers pour se démarquer. L'éditeur a également fait le choix d'une

solution progicialisée. « Cela nous permet de faire évoluer les systèmes de l'ensemble de nos clients en fonction des innovations technologiques. » En matière de R&D, la PME s'intéresse notamment à la mobilité, à l'IoT et aux données.

300 CLIENTS

Initialement positionné sur le marché porcin, Kerhis se déploie aujourd'hui sur toutes les filières agricoles. « Nos clients ne sont pas les agriculteurs, mais les structures en amont comme les coopératives ou les sociétés de négoce, mais aussi les entreprises de l'agro-industrie de première transformation. » Sur les 2 500 unités opérationnelles que compte le marché à l'échelle nationale, la PME fait état d'environ 300 clients dans son portefeuille comme Nestlé, Triskalia, Savel ou encore Terrena.

EXPORT

« Sur certaines filières, nous avons une position de leader. Mais nous pouvons encore nous renforcer sur d'autres, comme les céréales. » Durant l'été 2017, Kerhis a repris, à la faveur du départ en retraite du dirigeant, l'éditeur Gicasa informatique (9 salariés) à Charenton-le-Pont (94), spécialisé dans les logiciels pour cette filière. Jusqu'ici, Jo Dréau s'est toujours refusé de s'ouvrir à l'export, faute d'avoir la taille nécessaire pour assurer le service client. « C'est un des axes de notre projet 2020. Nous allons démarrer par l'accompagnement de nos clients sur leurs implantations hors de France. Un premier projet est prévu dans les mois à venir. »

PROJET IMMOBILIER

Installé sur son site châteaulinois depuis 2002, Kerhis commence à y être à l'étroit. Un investissement immobilier est en projet, dans l'objectif de le concrétiser courant 2019. Sponsor de deux jeunes sportifs, la PME s'investit aussi dans la digitalisation de la filière agricole via le Village By CA Finistère et la French Tech Brest+.

Maureen LE MAO

Les projets du rennais Convivio à Sucé-sur-Erdre

Loire-Atlantique | 11/12/2015



Avec l'acquisition du manoir des Rochettes, Convivio complète son offre événementielle et traiteur.

Ouest - **Convivio** a acquis durant l'été le Manoir des Rochettes à Sucé-sur-Erdre. S'il ne précise pas le montant de l'investissement, Grégory Renou précise le projet du groupe rennais sur ses nouvelles terres nantaises. En février 2014, le groupe rennais avait repris le groupe GB avec les Bateaux Nantais et l'activité Ruffault Traiteur (La Lettre API du 16/04/2015). Cela a permis au groupe, spécialisé dans de la restauration collective, d'accélérer sur une nouvelle branche d'activité. « L'acquisition du manoir des Rochettes nous permet de compléter notre offre événementiel et traiteur. Et de disposer d'un lieu en propre pour organiser des réceptions, ce qui répond à la demande de nos clients », explique le directeur général de **Convivio**, qui entend aussi valoriser ce lieu et mettre en avant l'attractivité de son environnement. Au Manoir des Rochettes, **Convivio** vise deux types de clientèles : les entreprises et associations, et les particuliers, notamment lors de mariages.

Des travaux aux Rochettes

Des travaux sont prévus au Manoir des Rochettes. « Nous voulons proposer une offre complète en avril 2017, et anticipons un chantier de 10 mois. » Si le manoir (400 m2) a déjà été remis à neuf, les

dépendances (500 m2) doivent partiellement être modernisées. « Nous allons y créer des espaces de réception modulables, et créer un agrandissement pour pouvoir recevoir jusqu'à 350 personnes. La manoir sera également adapté à l'accueil du public », détaille Grégory Renou, qui se positionnera sur le marché avec une offre haut de gamme. En termes d'emplois, 20 à 30 créations nettes en équivalent-temps plein sont prévues.

Réorganisation de l'activité "traiteur"

Depuis la reprise, le groupe **Convivio** a réorganisé l'activité de Ruffault Traiteur, avec une montée en gamme. A l'été 2015, un directeur de la branche "évènementiel - traiteur" a été nommé : Bertrand Eloud. « Aujourd'hui, nous déployons cette activité sur Nantes et Rennes, où nous avons deux laboratoires et Angers », précise Grégory Rennou qui mentionne de nouveaux contrats remportés dans l'univers sportif .

125 M€ de CA attendus en septembre 2016

Convivio , qui se positionne comme le sixième acteur national du secteur de la restauration collective, emploie 1 900 salariés (1 500 salariés en ETP). En septembre, le groupe de Bédée a clos son exercice sur un chiffre globale de 115 M€. 125 M€ sont attendus sur l'exercice 2015 -2016. La restauration collective représente 90 % de l'activité. D'ici à trois ans, Grégory Rennou veut porter à 20 % la part d'activité représentée par la branche " évènementiel - traiteur ".

Maureen LE MAO

E.Sensory lève 250 k€ pour commercialiser son sex-toy connecté

Finistère | 20/05/2016



Le sex-toy connecté de E.Sensory sortira en juin

29 - Nouvelle levée de fonds pour la startup brestoise **E.Sensory**, positionnée sur le marché des objets connectés sensoriels. Après avoir levé 100 k€ en love-money début 2015 (La Lettre API du 13/11/15), la PME vient de lever 250 k€ : 150 k€ auprès d'investisseurs privés et 100 k€ auprès de Nestadio. Le fonds breton y avait déjà investi 30 k€. L'opération est complétée par un emprunt bancaire de 125 k€ auprès du Crédit mutuel de Bretagne et d'un prêt d'amorçage de Bpifrance de 75 k€. La startup avait également bénéficié d'une bourse French Tech et du soutien de la région Bretagne.

Production en cours

L'objectif de cette nouvelle opération ? Lancer la production et la commercialisation du Little Bird, un sex-toy connecté à B.Sensory, une application mobile permettant de lire des livres érotiques. « Nous avons pris un peu de retard. Cette opération nous a permis de financer la fabrication du moule, la fabrication de la première série qui est en cours et les certifications européennes, américaines et canadiennes », explique Cristel Le Coq, co-fondatrice d' **E.Sensory**. A ce jour, la société a investi 400 k€

dans ce projet. Hormis les composants électroniques, l'ensemble du produit est fabriqué en France.

Distribution et contenus

Les premiers sex-toys seront livrés fin juin aux acheteurs l'ayant précommandé et dans des premières boutiques assurant sa distribution. « Le réseau est en cours de constitution, mais il sera disponible chez C-discount, Sexyavenue et Lick, un réseau de boutiques dédié aux objets connectés. » La startup fonde principalement son modèle économique sur la vente des contenus sur la plateforme B.Sensory. Elle a noué des partenariats avec 7 éditeurs et 30 auteurs sous contrat pour proposer 200 références au lancement, et avec Audible, la filiale Audio d'Amazon. Concrètement, les vibrations du sex-toy se déclenchent lorsque l'on touche l'écran au cours de la lecture de l'ouvrage sur la tablette ou le mobile, en accord avec l'intensité du texte.

International et R&D

Mais l'opération financière doit permettre à la startup de se positionner également à l'international. **E.Sensory** est l'un des lauréats du Startup Contest Breizh Amerika (La Lettre API du 05/04/2016). « Cela nous a permis de définir notre stratégie aux Etats-Unis où nous devons maintenant trouver des partenaires pour les contenus. Des contacts sont en cours. » Mais le Little Bird et B.Sensory ne sont que les premiers produits d' **E.Sensory** (8 salariés entre Brest, Rennes et Lyon). La startup a vocation à déployer sur d'autres marchés et d'autres usages, sa technologie de lecture sensorielle. Et collabore en ce sens avec un laboratoire de R&D catalan pour se positionner sur des projets de recherche européens.

Maureen LE MAO

Delta dore investit encore sur ses sites bretons

Ille-et-Vilaine | 07/03/2016



Marcel Torrents revient sur la stratégie du groupe

35 - **Delta dore**, le spécialiste du pilotage du confort et des énergies dans les bâtiments, renforce ses sites de production en Ille-et-Vilaine. A Bonnemain, le groupe familial vient d'acquérir un outil permettant d'automatiser la fabrication de la box Tydom 1.0, produit d'appel de **Delta dore** sur le marché de la domotique. (La Lettre API du 17/04/2015) « Les deux machines permettant de déposer les composants électroniques et d'assembler la box sont en train d'être mises en place. Elles seront opérationnelles au printemps et représentent un investissement d'1,8 M€ », confirme Marcel Torrents, le président du directoire de **Delta dore**. La construction de nouveaux bureaux est aussi envisagée au siège à Bonnemain.

3 M€ d'investissements à Etreilles

A Etreilles, le groupe mobilise également 3 M€ dans l'acquisition de deux machines robotisées. L'une est entrée en janvier, l'autre sera livrée en avril 2016. « Ces investissements nous permettent de répondre à l'augmentation du nombre de produits que nous fabriquons. En automatisant certains process, nous limitons le nombre d'opérations manuelles avec pour objectif de réduire les TMS, d'augmenter la qualité et la productivité. » Sur ses deux sites de production, **Delta dore** a fabriqué 4,5 millions de produits en 2015. L'ensemble de la production est réalisée en Bretagne.

Perspectives 2016

Sur 2015, le groupe (820 salariés , dont 735 en France et 566 en Bretagne) affiche un chiffre d'affaires de 136 M€, en croissance de 8 %. « Cette progression est tirée par l'activité de notre business-unit "industrie", marquée par une croissance à deux chiffres. Nous travaillons avec des constructeurs qui souhaitent intégrer notre technologie dans leurs équipements, comme Bosch avec qui nous venons de signer. » Sur 2016, Marcel Torrents s'attend à une croissance d'environ 5 %, sur un marché toujours impacté par la conjoncture dans le bâtiment. Avec huit filiales commerciales hors de France, **Delta dore** réalise 26 % de son activité à l'international, contre 12 % en 2008. « Nous avons une offre adaptée à ces pays. En Europe, les marchés sont tournés vers la domotique, alors que l'activité est plus tertiaire en Asie, et notamment aux Philippines. »

La domotique résidentielle

En avril 2015, **Delta dore** a lancé en marque propre l'offre Tydom afin de véritablement se positionner sur le marché de la domotique chez les particuliers. « On s'attendait à une croissance de 1 000 %, nous sommes plutôt aux alentours des 2 000 % uniquement en France », se félicite Marcel Torrents. Le lancement en Europe est prévu avant l'été 2016. L'offre vient d'être étoffée. « Depuis peu, nous intégrons la programmation sur l'ensemble des produits. Et nous allons y intégrer une caméra dans les prochaines semaines. » Cette nouvelle technologie fait suite à la prise de participation minoritaire de **Delta dore** au capital de Kiwatch (La Lettre API 27/11/2015). Car le groupe a intégré dans sa stratégie le rapprochement avec des startups par prise de participation ou rachat comme Lifedomus en 2015.

Algues de Bretagne veut se développer en grande distribution

Finistère | 02/11/2016



Les nouveaux produits de Globe export.

Jusqu'ici plutôt présent sur les marchés de la restauration, des épiceries fines et bio, **Globe export**, veut avec sa marque Algues de Bretagne, capter de nouveaux clients en grande distribution. Pour cela, la société finistérienne, spécialisée dans les produits à base d'algues alimentaires, mise sur l'innovation. Au Sial, la PME a présenté notamment deux nouveaux produits : Tartare de mémé, des tartares d'algues et de légumes anciens et des salades de kombu, algues bretonnes sans colorants, ni conservateurs. « Nous sommes référencés chez Carrefour et Leclerc. Et sommes en discussion avec d'autres enseignes », explique Mathieu Isoard, directeur général de la société de Rostrenen. Le dirigeant a pour objectif de démocratiser la consommation d'algues en grande distribution. Et entend y déployer un autre concept : celui des bars à algues, à proximité de l'étal à poissons. « Comme au Japon, faire de l'algue, un achat d'impulsion, en accompagnement d'un poisson. »

DE LA PRUDENCE ET DES INVESTISSEMENTS

Fin septembre, Algues de Bretagne a clos son exercice sur un chiffre d'affaires de 4 M€, contre 2,5 M€ sur l'année 2015. Mais Matthieu Isoard reste prudent, le marché n'étant par encore à maturité. Mais pour faire face à sa croissance, la PME vient d'investir dans une ligne industrielle de production d'algues d'une capacité de 2 000 pots à l'heure. « Notre site de Rostronen arrive à saturation. Nous réfléchissons donc à déménagement ou à une extension à court-terme. » La société (25 salariés) s'est également renforcée en production, R&D et marketing.

DES SERRES DANS LA DRÔME

La PME finistérienne porte également un investissement à Menglon dans la Drôme, un territoire fort consommateur d'algues. Le projet, prévu en 2015, a été décalé. Mais a doublé d'envergure. « Nous démarrons la construction de 4 000 m² de serres dédiées à la production de spiruline qui seront commercialisées sous forme fraîche, et non sèche. » A Menglon, Algues de Bretagne dispose déjà d'une nurserie de algues qui emploie 2 salariés. Sur la place, un petit cabanon de vigne permettra à l'entreprise d'y commercialiser sa récolte en directe, mais aussi les autres produits de sa gamme. Ce projet de production de spiruline fraîche est désormais intégré à un projet collaboratif du pôle Valorial. Il associe un industriel breton, dont le nom n'est pas précisé, l'Ecole supérieure d'agriculture d'Angers et l'Adria à Quimper.

Maureen LE MAO

3D Sound Labs continue d'innover autour du son spatialisé

Ille-et-Vilaine | 20/07/2016



Le casque et le module de 3D Sound Labs

35 - **3D Sound Labs** vient de lancer la commercialisation d'un nouveau produit lié aux technologies de son spatialisé : le 3D Sound One module. « Il s'agit d'un petit dispositif dérivé de la technologie développée pour notre casque audio 3D. En se connectant en Bluetooth, il permet de transformer le son de n'importe quel casque en son 3D immersif », résume Renaud Séguier, co-fondateur de la start-up rennaise en 2014 avec Xavier Bonjour et Dimitri Singer. Commercialisé au prix de 99 €, il a vocation à toucher une cible plus large que le casque 3D Sound One vendu à 249 €. Depuis la rentrée 2015, la société commercialise un casque permettant de restituer le son 3D tel qu'on l'entend au cinéma (La Lettre API du 12/01/15). Il peut-être utilisé pour la musique, le cinéma à domicile ou les jeux-vidéos. Sur le marché de la réalité virtuelle, la PME travaille également à des partenariats avec des fabricants de lunettes.

1,1 M€ levés en 2015

En amont du lancement commercial du casque fabriqué en France, **3D Sound Labs** avait levé 125 171 k\$ sur la plateforme de financement participatif Kickstarter début 2015. En mars 2015, la société

rennaise a également réalisé une levée de fonds d'1,1 M€, auprès de plusieurs réseaux de business angels (La Lettre API du 13/03/15). Incubée par Emergys, la startup a aussi été soutenue par Bpifrance dans le cadre du Concours mondial d'innovation. Juridiquement basée à Cesson-Sévigné, **3D Sound Labs** (15 salariés) se partage entre la Bretagne et Paris. Son centre de R&D rennais compte 5 ingénieurs. La société travaille également avec une équipe de recherche de Supélec Rennes coordonnée par Renaud Séguier. Cinq personnes sont mobilisées sur **3D Sound Labs**. La startup reste discrète sur ses chiffres.

Personnaliser le rendu

La technologie mise au point par **3D Sound Labs** se base sur un détecteur d'orientation de la tête intégré dans le casque et le module. Il permet une écoute binaurale à partir de la modélisation des HRTF, c'est à dire de la fonction de transfert relative à la tête basée sur le profil d'une oreille moyenne. La startup travaille à la personnalisation de cette fonction afin d'adapter le rendu audio 3D à l'oreille de chaque utilisateur.

Maureen LE MAO

Hector avance ses pions en BtoB

Maine-et-Loire | 13/06/2016



Hector a noué un partenariat avec le brestois CHR numérique

49 - **Hector** va lancer la production d'une seconde série de son thermomètre connecté. « Comme pour la première série, 3 000 exemplaires seront fabriqués. Nous en avons déjà pré-vendu plus de 2 000 », précise Morgan Lavaux, co-fondateur de la startup angevine avec Valentin Roy. Les 3 000 premiers thermomètres ont été livrés au printemps 2016 (La Lettre API du 25/02/2016) Conçus par la startup, les produits sont entièrement fabriqués en France par des entreprises locales : Process Plastic à Challans (85) ou Cartoffset au Temple de Bretagne (44). La carte électronique est produite à la Cité de l'objet connecté à Angers. « Nous sommes, avec la Cité, à la recherche d'un partenaire pour industrialiser la production de la carte. »

Des co-développements

Outre le grand-public, **Hector** vise aussi les professionnels. « 80% de notre activité actuelle est réalisée en BtoB, via des partenaires. Nous adaptons le thermomètre à leurs besoins. » En plus du brestois CHR numérique pour le marché de hôtellerie, **Hector** travaille sur des co-développements avec un assureur et un logisticien. Elle a noué un partenariat avec Promocadeaux qui distribue le thermomètre en marque blanche comme cadeau promotionnel. Des débouchés ont aussi été trouvés sur le marché de l'enseignement, avec Jeulin, distributeur de solutions pédagogiques pour l'enseignement scientifique et technique.

Des recrutements

En plus de son site, **Hector** commercialisera son thermomètre dans des enseignes spécialisées. « Nous avons un accord avec un grossiste pour bénéficier de son réseaux. Et avons directement signé avec Truffaut. Nous sommes aussi en test chez Nature et découvertes à Paris. » Depuis la levée de fonds de 200 k€ conclue en février 2016, **Hector** a étoffé son équipe d'une personne en charge du marketing et de la communication et d'un commercial. « Pour accompagner nos démarches de co-développement, nous recherchons deux profils techniques. » Sur son premier exercice commercial, la startup espère réaliser un chiffre d'affaires de 300 à 400 k€

Maureen LE MAO

En croissance, Harris revient sur le marché de l'hygiène et de la beauté

Ille-et-Vilaine | 15/04/2016



La nouvelle gamme "Briochin Fleur de Savon"

Bretagne - Harris continue de croître entre Hillion et Saint-Malo. La PME a réalisé un chiffre d'affaires de 13,7 M€ en croissance de 16 % par rapport à 2014 (11,6 M€). L'activité est en progression sur les

deux marchés : les produits d'entretien vendus sous la marque Briochin et les produits d'allume-feu sous la marque **Harris** , où la PME se positionne comme leader en France. L'entreprise réalise 4 % de son activité à l'export. Et mise sur le "made in France" pour porter cette part à 10 % d'ici à 2020. Pour progresser, la PME entend structurer ses démarches commerciales à l'international (La Lettre API du 30/10/2015). « Nos produits sont déjà importés en Asie, en Serbie, en Pologne ou aux Etats-Unis soit en GMS, soit dans les circuits spécialisés bio et haut de gamme. Il nous faut maintenant adapter la communication et le marketing à nos cibles. C'est l'un de nos projets pour 2016 », explique Philippe Allio, le dirigeant d' **Harris** .

Une gamme de savons

L'entreprise signe également son retour sur son marché historique les produits d'hygiène et de beauté. A sa création en 1919, la PME commercialisait notamment une pâte lavante pour les mains dédiée aux mécaniciens, imprimeurs, peintres. Depuis mars, elle commercialise une gamme de huit savons pour les mains et pour le corps. Les produits se déclinent sous différentes textures (gel, lait, crème, huile, pain extra doux et pain exfoliant) et sont fabriqués à base de savon d'origine naturelle et non de tensioactifs. Positionnée sur un segment haut de la gamme, "Briochin Fleur de Savon" mise aussi sur le "made in France".

1 M€ d'investissement à Saint-Malo

En septembre 2015, l'entreprise (38 salariés) historiquement implantée à Hillion (22) a installé son siège social à Saint-Malo. 1 M€ a été investi dans un site de 900 m2. La production reste dans les Côtes d'Armor. 500 k€ sont également mobilisés dans de nouveaux outils de production.

Maureen LE MAO

Otima repart de l'avant et investit

Ille-et-Vilaine | 14/04/2016



Otima a notamment acquis une panneauteuse, opérationnelle à l'atelier.

35 - Après un exercice 2013 qualifié de difficile, **Otima** renoue avec la rentabilité. « Sur notre exercice 2015 clos en septembre, nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 29,5 M€ contre 26,5 M€ en 2014. Nous sommes profitables et cet exercice marque notre retour à la compétitivité », précise Marc Gillaux, président d' **Otima** depuis janvier 2014. Sur 2016, le dirigeant entend passer le cap des 30 M €.

Recentrage sur la tôlerie fine

La société a revu sa stratégie en se recentrant sur son cœur de métier, la tôlerie fine, des études en amont à l'intégration en aval, incluant la fabrication de produits. Pour accompagner cette stratégie, **Otima** lance un plan d'investissement de 3 M€ sur trois ans. « Il s'agit principalement de matériels structurants, c'est à dire des machines, de découpe, de pliage et de soudure de la tôle. 50 % des investissements seront réalisés en 2016. » Une première machine a été mise en place en mars, la seconde le sera en juin.

Soutien des collectivités

Ces investissements sont soutenus par les collectivités : le conseil départemental, Fougères communauté et une avance remboursable de la région de 300 k€. « Via des aides comme les avances remboursables ou des prêts à taux réduits, les décisions des territoires sont importantes pour amener les entreprises à investir, à créer des emplois et à y croire, même dans une période difficile », indique Marc Gillaux, relevant le soutien des collectivités et de l'Etat qu'a obtenu **Otima** ces dernières années.

80 % à l'export

La société travaille pour des secteurs très diversifiés : énergie, environnement, transports, naval, médical, défense, aéronautique... « Ce sont des marchés où le besoin en tôlerie fine est important. On voit aujourd'hui de la tôle partout. » 80 % de la production d' **Otima** est destinée à l'export, en direct ou via des donneurs d'ordres français.

Des recrutements

A Fougères, **Otima** emploie 206 salariés. 25 recrutements sont prévus d'ici à 3 ans : des créations nettes mais aussi en vue de départs en retraite (10 % de l'effectif à trois ans). L'entreprise dispose d'un site de tôlerie et de soudure à Casablanca (28 salariés) lui permettant de se développer sur le marché marocain en croissance (50 % de l'activité du site), mais aussi d'avoir un différentiel de coût utile sur certains marchés.

Renforcement capitalistique

En 2012, l'entreprise avait renforcé ses fonds propres auprès du FSI à hauteur d'1 M€ et de ses actionnaires historiques : Unexo et Alliance entreprendre. Une nouvelle opération a été opérée en 2015 par les actionnaires historiques, en soutien au nouveau plan stratégique. La société est contrôlée par Daniel Le Diouron, le fondateur d' **Otima** et les fonds d'investissements.

Maureen LE MAO

Pita Pit poursuit son développement en France

Ille-et-Vilaine | 03/06/2016



Le concept repose sur un chausson de pain pita fourré de viandes et de légumes fabriqué devant le client

35 - La société rennaise **Kingston France**, qui exploite le concept Pita Pit en France, démarre son développement en franchise. Le concept canadien repose sur un chausson de pain pita fourré de viandes et de légumes fabriqué devant le client. Le premier point de vente en France a été ouvert en propre à Nantes en septembre 2013. Après Rennes en juillet 2014, des premières franchises ont ouvert en 2015 hors de l'Ouest. « Nous sommes présents à Caen, Lille et Aix-en-Provence. Courant juin, nous ouvrirons en Guadeloupe, puis à Limoges. Un dossier est en cours d'étude sur Bordeaux également et des contacts ont été pris à l'étranger », explique Loïck Le Brun, qui détient avec son associé Philippe Michaud, la masterfranchise de la marque canadienne (650 points de vente) sur l'Europe francophone, intégrant la Belgique, la Suisse et le Luxembourg. Ils ont pour objectif d'ouvrir

une dizaine de points de vente par an, ciblant les centres villes, mais aussi les zones périphériques et commerciales. « D'ici à 2019, nous avons pour objectif d'avoir une quarantaine de points de vente. » En équivalent temps-plein, chaque boutique emploie environ 7 salariés.

Le dynamisme de Nantes

Les dirigeants de **Kingston France** envisagent une seconde implantation en propre à Nantes. « Nous avons trouvé notre marché. L'activité de la première boutique est en constante progression. Nous avons clos notre premier exercice à 552 k€ de chiffre d'affaires, 640 k€ la second et l'on devrait clore à 675 k€ cette année », indique le dirigeant, mentionnant que 40 % de l'activité est réalisée le soir. Ce point de vente nantais est un laboratoire pour Loïck Le Brun. « Nous y testons des nouveaux produits comme la pita sucrée ou l'offre de catering qui va démarrer en septembre. » En France, l'enseigne de restauration rapide mise sur des produits de qualité avec des déclinaisons locales de la carte sur les légumes frais, les sauces ou les boissons.

Levée de fonds

Le réseau Pita Pit est piloté par Loïck Le Brun et Philippe Michaud. Un animateur réseau a été recruté. Pour accélérer et se structurer via le recrutement de profils commerciaux et marketing, la société entend réaliser une première levée de fonds dans les prochains mois.

Maureen LE MAO

Le groupe Créative franchit le cap des 10 M€

Loire-Atlantique | 29/03/2016



Les nouveaux locaux de Créative Atlantique, filiale nantaise du groupe

Ouest - Le groupe rennais Créative continue de croître, porté notamment par son implantation nantaise. La société de conseil et d'ingénierie en technologies avancées a réalisé en 2015, un chiffre d'affaires de 10,2 M€, contre 8 M€ sur l'exercice précédent (La Lettre API du 02/07/2015). « Sur 2016, nous voulons atteindre 11 M€ à 11,5 M€ en restant sur une croissance maîtrisée et durable », explique Raphaël Doyen, directeur général, et co-fondateur de Créative en 2008.

Diversification de la clientèle et de l'activité

Ce développement s'explique notamment par la diversification du portefeuille clients engagée en 2014. « Auparavant, nous avions une clientèle très numérique. Aujourd'hui, notre implantation

nantaise, Créative Atlantique, nous permet de nous développer sur une clientèle plus tertiaire. Et cela se répercute aussi à Rennes. » Le groupe a également fait évoluer le cœur de son activité, initialement positionné sur de l'assistance technique. La part des projets en forfait, c'est-à-dire pris en charge au sein de Créative avec une obligation de résultats, est passée de 20 à 40 % en 2015.

Des recrutements

Pour accompagner sa croissance, le groupe renforce ses effectifs. Il emploie aujourd'hui 170 salariés entre Rennes, Nantes et Boulogne-Billancourt, contre 140 à l'été 2015. « Depuis janvier 2016, nous avons recruté 24 salariés à Nantes. Trente recrutements sont encore prévus sur l'année sur ce site », détaille Pierre-Marie Passet, le directeur de l'agence nantaise, dont les effectifs ont déjà doublé depuis l'an dernier. Créative Atlantique vient de s'installer dans de nouveaux locaux de plus de 400 m² à Saint-Herblain, mobilisant un investissement d'1 M€. Des investissements sont aussi prévus à Rennes : le groupe envisage de déménager courant 2017.

Cap sur Niort

Après Nantes où il s'est implanté en 2013, Créative cible maintenant la région niortaise. « Nous voulons nous constituer une première clientèle sur ce territoire via une activité d'assistance technique, avant d'y envisager une implantation physique », révèle Raphaël Doyen. Sur Niort, le groupe entend notamment travailler sur le marché des assurances et des mutuelles. Depuis 18 mois, Créative est aussi implanté à Boulogne-Billancourt (4 salariés). Le démarrage de l'activité y est plus compliqué, en raison, selon le dirigeant, de difficultés à recruter.

Une démarche RSE

Créative s'est engagé dans la mise en place d'une démarche qualité. Début 2016, la société a obtenu la certification Iso 9001. « Cela certifie notre méthodologie globale de management, également tournée Green IT. Sur 2017, notre objectif est aussi de passer de Silver à Gold sur la certification RSE Ecovadis », précise Raphaël Doyen, qui a inscrit cette démarche RSE dans l'aménagement de ses locaux nantais.

Maureen LE MAO

Eolane Douarnenez poursuit son développement

Finistère | 08/09/2016



Le site d'Eolane à Douarnenez

29 - A Douarnenez, l'unique site breton du groupe angevin Eolane, poursuit son développement. Sur 2015, **Eolane Douarnenez** (170 salariés en CDI) a réalisé un chiffre d'affaires de 43 M€. « Après une année 2014 exceptionnelle liée à des contrats, nous sommes revenus à notre volume d'activité normal. Il devrait être similaire en 2016 », explique Yves David, le directeur du site qui note toujours un secteur sous pression, avec une forte concurrence et des marges tirées. A Douarnenez, le sous-traitant en électronique s'est spécialisé dans les petites et moyennes séries, sur des produits complexes à forte valeur ajoutée.

Manufacturing et logistique

Depuis cinq ans, l'entreprise se positionne comme un acteur capable d'assurer l'ensemble de la chaîne de la filière. Et poursuit son développement en ce sens. « Aux services industriels, notre offre intègre des services logistiques et depuis peu de SAV téléphonique. Nous assurons la configuration matérielle ou logicielle des produits, l'ajout d'accessoires avant de les livrer aux clients. » Si la société a démarré sur des produits BtoC, elle accélère depuis deux ans sur une cible BtoB. « Ce sont des produits dont le manufacturing est assuré à Douarnenez ou sur d'autres sites d'Eolane. Mais l'on propose également cette offre à des clients dont les produits sont fabriqués ailleurs, mais qui ont un besoin logistique de ce type. » Les activités logistiques et SAV mobilisent environ 25 salariés.

Diversification des marchés

Si Airbus reste son client principal, l'entreprise travaille également pour des grands-comptes français des secteurs de la défense, des télécoms, de la sécurité, des transports ou encore de l'énergie. Mais Eolane enregistre également des contrats plus locaux. « Nous prenons en charge la sous-traitance électronique mais aussi la logistique à l'international d'un produit conçu par une startup finistérienne », indique Yves David.

Sigfox

A Douarnenez, Eolane dispose d'une équipe de R&D d'une vingtaine d'ingénieurs. Le site avait été choisi pour développer une brique technologique embarquant le protocole Sigfox. (La Lettre API du 13/05/2015). « Notre site est aujourd'hui certifié Sigfox. La phase de R&D est terminée et nous avons déjà intégré ce module dans les produits de certains de nos clients. D'autres appels d'offres sont en cours », révèle le dirigeant. En 2014, Eolane avait procédé à de nombreux investissements (2 M€), dont une plus d'1 M€ dans la création d'un atelier de cartes électroniques qui fonctionne aujourd'hui en trois équipes (La Lettre API du 19/05/14). D'autres investissements sont prévus en fonction du plan stratégique à trois ans qui doit être défini en 2017.

Maureen LE MAO

multiples investissements pour la Cerp Bretagne Atlantique

Côtes-d'Armor | 11/05/2016



Le site d'Hillion en cours d'agrandissement

22 - La **Cerp Bretagne Atlantique**, grossiste pharmaceutique, pilote actuellement plusieurs investissements. La coopérative de pharmaciens de Saint-Brieuc mobilise 1,4 M€ dans l'extension de son site d'Hillion. « Le bâtiment de 3 000 m² sera agrandi de 1 400 m² de locaux de stockage et de 600 m² de bureaux », explique Ronan Rayssiguier, président du directoire de la **Cerp Bretagne Atlantique**. L'ensemble doit être livré durant l'été. Les locaux de stockage doivent permettre d'accompagner le développement de Distrisanté, l'une des filiales du groupe pilotant une activité de dépositaire pour les laboratoires sur le territoire français.

En France et à l'export

Les bureaux permettront d'accueillir le service achat du groupe aujourd'hui à l'étroit à Saint-Brieuc, mais aussi les 35 salariés de Distrimex et Mex. Ces deux filiales pilotent les activités internationales de

la **Cerp Bretagne Atlantique** . Mex assure une activité de répartition de médicaments et de produits pharmaceutiques dans une soixantaine de pays, avec des implantations locales en Asie, en Afrique et dans les Dom-Tom, dont la plus récente en Guadeloupe. DISTRIMEX assure une activité de négoce de médicaments entre l'Inde et le Cambodge à destination de l'Afrique. Les activités logistiques de DISTRIMEX vont être transférées de Trémuson au Havre, port dans lequel sont affrétés les produits, dans une logique géographique.

Le développement de l'international

« L'export représente 25 % de notre chiffre d'affaires mais 67 % de notre résultat net », révèle le dirigeant, mentionnant que cette activité a été impulsée à la fin des années 90 par Daniel Galas, l'ancien directeur général de la Cerp et président de la branche international. En 2015, le groupe (1 000 salariés dont 614 en France) a réalisé un chiffre d'affaires de 921 M€. Il devrait atteindre 960 M€ en 2016.

4 M€ d'investissement à Châteauroux

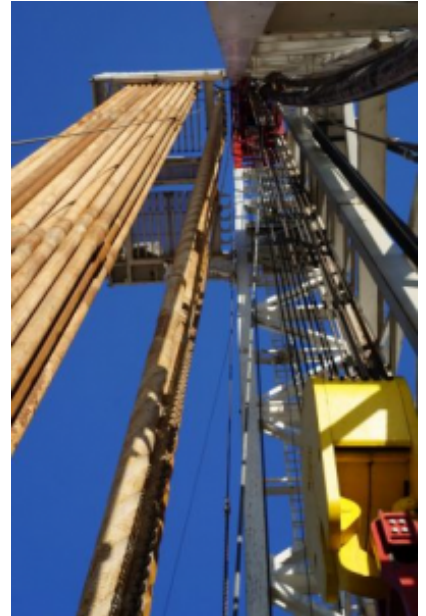
Mais la Cerp investit aussi pour son activité historique : la fourniture de produits pharmaceutiques aux officines. « Fin 2016, nous allons ouvrir une 12e agence de répartition à Châteauroux. » Cette ouverture mobilise 4 M€ d'investissements : 2 M€ dans la construction d'un entrepôt de 2 500 m² et 2 M€ dans la constitution d'un stock. La dernière ouverture date de février 2015 à La Ferté-Bernard (72). Chaque agence couvre environ un rayon de 100 km de Brest à Angoulême avec des livraisons deux fois par jour.

Maureen LE MAO

Redéo énergies lève 1 M€ pour devenir fournisseur de gaz naturel

Morbihan | 12/09/2016

56 - Redéo énergies a été agréé, le 29 juillet 2016, par le ministère de l'Environnement, fournisseur autorisé de gaz naturel. Issue de l'association Redéo, la société va ainsi pouvoir commercialiser du gaz naturel sous la marque Breizh gaz. « Cet agrément nous permet de vendre aux entreprises mais aussi aux fournisseurs de gaz naturel. Et de nous sourcer sur le marché de gros européen, afin d'obtenir de meilleur prix pour nos clients », indique Eric Legorjus, le directeur de Redéo énergies.



Redéo énergies lève 1 M€ pour devenir fournisseur de gaz naturel

300 k€ de CA en 2015

L'obtention de cet agrément est une étape majeure pour la société.

Depuis 2014, elle développe des activités de courtier en gaz naturel et électricité et de conseils sur les groupements d'achats ou

l'optimisation de contrat. « Ces deux années nous ont permis de valider la pertinence de notre modèle », indique le dirigeant, qui s'adresse aux entreprises sur un axe Caen-Bordeaux, avec un fort ancrage breton. En 2015, la PME a réalisé un chiffre d'affaires de 300 k€. Elle affiche un portefeuille de 400 entreprises clientes pour leurs 650 sites, à 90 % en Bretagne et Loire Atlantique. Cet agrément va permettre à la société d'accélérer son développement. L'entreprise de Pontivy compte 3 salariés. Et devrait compter 15 à 20 personnes d'ici à trois ans. Sont recherchés des commerciaux, des personnels administratifs et logistiques.

Une levée de fonds d'1 M€

Afin de boucler son dossier d'agrément auprès du ministère de l'Environnement, Redéo énergies a procédé à une levée de fonds d'1 M€ début 2016. « Cette augmentation de capital a été réalisée auprès de cinq actionnaires : l'association Redéo, la Sica Saint-Pol-de-Léon, la société Altho et les groupes Le Duff et Roulier. » Fondée en 2014 à Saint-Gonnery, l'association Redéo a pour objectif

d'accompagner et fournir les entreprises de toute taille dans l'acquisition d'énergies nécessaires à leur fonctionnement, avec comme objectif ciblé une baisse du coût de 15% en moyenne par rapport aux offres actuelles. Elle compte 200 membres issus de la société civile, politique et économique bretonne. Redéo énergies est la société opérationnelle lui permettant de mener son activité commerciale.

Maureen LE MAO

NDmac systems accélère le déploiement de son bar connecté

Finistère | 08/04/2016



Le bar connecté de NDmac systems

29 - **NDmac systems** est l'un des trois lauréats du concours du Startup Contest Breizh Amerika. Un prix qui tient à cœur à Jean-François Istin, co-fondateur de la start-up de Pluguffan, qui a pourtant obtenu une dizaine de récompenses depuis sa création en 2013. **NDmac systems** a développé une machine de distribution de liquides réfrigérés (bières, vins, soft..) associant tirage pression professionnel en self-service et table connectée, modulaire et mobile. Le prototype a été testé à l'été 2014 dans un bar de Quimper (La Lettre API du 28/03/2014). « Depuis l'été 2015, nous avons une dizaine de machines en présérie. Elles ont été testées lors d'une trentaine d'opérations pilotes dans le monde dans des bars, sur des festivals, des salons ou des évènements d'entreprises. » L'objectif ? Tester le marché et adapter les interfaces clients afin de mettre en place un modèle économique adapté pour cette machine que Jean-François Istin situe à la croisée des objets connectés, des fintech, de la foodtech et des greentech.

Deux concept-bar en avril

« Sur 2016, nous allons démarrer la phase commerciale pilote avec ces 10 machines, et finaliser la version série pour la fin de l'année. » NDmac cible trois marchés : les concept-bars autour de sa machine, les corners dans des bars traditionnels, à moyen-terme et l'évènementiel, dès 2017. « 300 propriétaires ont marqué leur intérêt pour installer la machine dans leurs établissements et deux concept-bars ouvriront en avril à Brest et Quimper. » A Quimper, ce bar sera géré par **NDmac systems**. Mais ce lieu restera provisoire. En 2017, la startup ouvrira un cabaret connecté de 500 m2. « Convivial et tourné vers la culture, le cabaret sera aussi notre show-room et notre laboratoire. »

Un modèle économique spécifique

Autour de la machine, **NDmac systems** a mis en place un modèle économique disruptif. « La machine et les fûts seront mis gratuitement à disposition des établissements à qui nous reverserons une commission. Le client pourra recharger au bar ou sur son smartphone le bracelet connecté utilisé comme moyen de paiement sur toutes les machines. » La PME a passé des accords avec 1 000 producteurs à qui elle met gratuitement à disposition les kits de remplissage des fûts, jetables et écologiques. « Grâce à des tags, ils peuvent suivre la consommation de leurs produits et interagir avec les consommateurs via des applications, jeux, publicités, sondages sur l'écran tactile. »

1 M€ d'investissements

Jusqu'ici, la PME a mobilisé environ 1 M€ en fonds propres dans le développement de son activité. Afin d'accompagner son lancement commercial en France et à l'export, **NDmac systems** procèdera à une première levée de fonds dans le courant de l'année 2016. L'ouverture du cabaret connecté sera autofinancée. NDmac regroupe une dizaine de personnes dont trois associés actifs et cinq salariés.

Maureen LE MAO

Subéry et fils investit 2 M€ à Rennes

Ille-et-Vilaine | 07/01/2016



Subéry fournit principalement des commerçants non sédentaires

35 - Subéry et fils, spécialisé dans les fruits et légumes en gros, réalise de nouveaux investissements en lien avec le développement du groupe. « Nos capacités de stockage sont de 7 500 m². Nous allons ajouter 1 100 m² de stockage et de quais supplémentaires. 350 m² seront également créés spécifiquement pour La criée rennaise », détaille Sébastien Subéry, le dirigeant du groupe familial qui occupe 3 hectares sur le marché d'intérêt régional de Rennes. L'enveloppe globale s'élève à 2 M€. L'investissement est accompagné par la région Bretagne à hauteur de 98,7 k€. D'ici à quelques semaines, Subéry et fils va se lancer dans une nouvelle activité de distribution de poissons via la structure La criée rennaise. « L'objectif est, avec une équipe spécialisée, de dupliquer ce qui a été fait sur le marché des fruits et légumes. »

Les marchés locaux

Fondé en 1974 par Claude Subéry, Subéry et fils est l'un des principaux grossistes de fruits et légumes du marché d'intérêt régional de Rennes. Il est spécialisé dans les fruits et légumes de première gamme (98 % de l'activité), mais aussi de quatrième et cinquième gamme. « Autant que faire se peut, nous commercialisons des fruits et légumes produits localement. » La société fournit des clients dans un périmètre de 80 km autour de Rennes : des commerçants non sédentaires principalement, mais aussi la grande distribution et des centrales d'achats. « Depuis trois ans, nous nous intéressons aussi à la restauration collective. Notre adhésion au groupement Vivalia nous permet aussi d'adresser les grands comptes comme La Brioche dorée. »

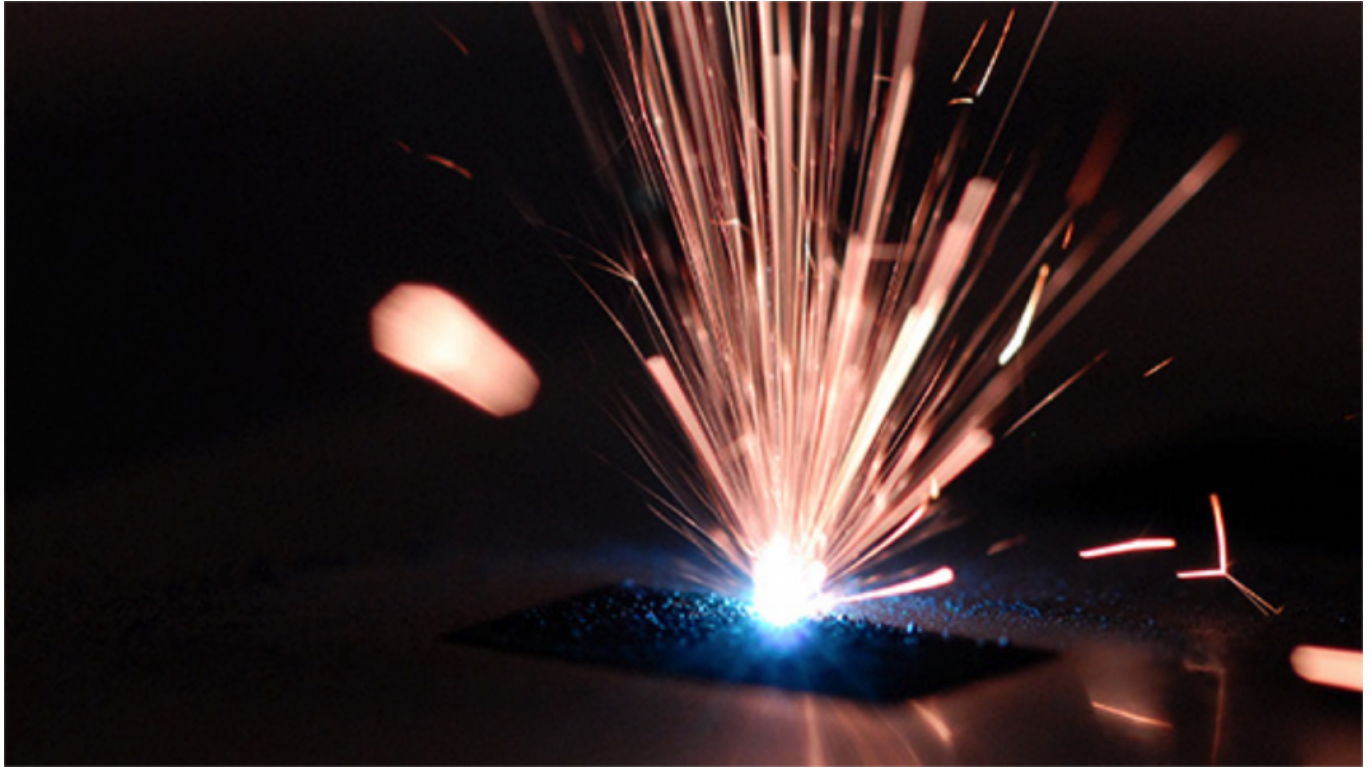
Un groupe de 60 salariés

Si Subéry et fils (44 salariés - 16 M€ de CA) est le vaisseau amiral du groupe, d'autres activités sont développées au sein de filiales. « En 2007, nous avons lancé Bio-Rennes qui distribue des fruits et légumes biologiques à l'échelle locale. Avec 11 salariés, son activité atteint aujourd'hui 5 M€ de chiffre d'affaires », détaille le dirigeant qui cible aussi, avec Champi35 (3 salariés - 2,5 M€ de CA) le secteur des champignons et le bio à l'échelle nationale via AB Breizh expédition (1 salarié - 700 k€ de CA) fondée en novembre 2014.

Maureen LE MAO

Keopsys s'offre une participation au capital de Quantel

Côtes-d'Armor | 26/10/2016



Keopsys et Quantel sont spécialisées dans les technologies laser

D'ici à quelques semaines, Marc Le Flohic, le PDG de Keopsys prendra la présidence de Quantel, société parisienne spécialisée dans la technologie laser à usages scientifiques, industriels et de recherche. Le 18 octobre 2016, Esira, holding du groupe Keopsys, a acquis 14,6 % du capital de Quantel, par le rachat de la quasi-totalité du capital d'Eurodyne, holding d'Alain de Salaberry, jusqu'ici président de Quantel. Coté sur Euronext, Quantel emploie 400 salariés (300 en France, 100 aux USA) pour un chiffre d'affaires de 62 M€ en 2015, dont 65 % à l'international. Sa direction générale déléguée reste gérée par Laurent Schneider-Maunoury.

ETABLIR UN ACTEUR GLOBAL

Marc Le Flohic a pour projet d'établir un partenariat industriel et commercial entre les deux entreprises, qui ont été amenées à collaborer. « En 2006, nous avons mis en place un transfert de technologies entre Keopsys et Quantel. Les deux entreprises sont positionnées sur les mêmes

marchés, mais ont des technologies complémentaires.», détaille Marc Le Flohic. L'objectif ? Etablir un acteur global de premier plan sur les secteurs de l'optronique et de la photonique. « Les entreprises conservent leur indépendance, mais la masse critique apportée par ce rapprochement permet d'asseoir notre capacité financière indispensable sur certains marchés, tout comme notre capacité de production française. »

16,2 M€ DE CA EN 2015

Basé à Lannion, le groupe Keopsys intègre les sociétés Keopsys, Lea photonics et Sensup, toutes spécialisées dans la conception et la commercialisation de lasers à fibre et de systèmes intégrant des lasers à fibre destinés aux applications scientifiques, industrielles et militaires. L'ensemble regroupe 120 salariés pour un chiffre d'affaires consolidé de 16,2 M€ en 2015, avec un résultat net de 2,2 M€. Sur le 1^{er} semestre 2016, le chiffre d'affaires du groupe a atteint 8,3 M€ pour un résultat net de 0,8 M€.

Le groupe Regards prépare l'avenir à Cesson-Sévigné

Ille-et-Vilaine | 08/07/2016



Avec sa box, Klaxoon rend les formations interactives

35 - Le groupe **Regards** a déménagé mi-juin sur son nouveau "campus" au sein du bâtiment Energies à Cesson-Sévigné. Sur trois niveaux, la société et sa filiale Klaxoon disposent dorénavant de 1 500 m² de bureaux, contre 900 m² auparavant. « Comme dans nos anciens locaux devenus trop exigus, nous avons voulu créer des espaces de travail et de créativité qui facilitent l'interaction entre les équipes, et qui reflètent notre état d'esprit », note Matthieu Beucher, le PDG et co-fondateur de **Regards** avec quatre associés. Entre l'acquisition et l'aménagement des locaux, a investi « plusieurs millions d'euros » dans ce projet. Et dans ces nouveaux espaces à ses couleurs, **Regards** se prépare à accélérer. Car la société ne cesse grandir. A la rentrée 2015, le groupe employait 75 salariés. Ils sont aujourd'hui une centaine : 85 à Rennes et 12 à l'agence commerciale à Lyon. « D'ici un an, nous prévoyons une cinquantaine de recrutements. » Les nouveaux locaux rennais sont dimensionnés pour accueillir

environ 150 personnes.

1 M€ pour Klaxoon

Fondé en 2009, **Regards** est spécialisé dans la conception d'outils et de logiciels professionnels pour l'apprentissage. En 2012, la PME s'est lancé dans un projet de R&D interne d'envergure. « Soutenu par Bpifrance, nous y avons investi 1 M€. Il a abouti en mars 2015 au lancement commercial de Klaxoon. » La société a mis au point une solution permettant de rendre plus interactives les interventions d'un formateur dans le milieu professionnel (La Lettre API du 26/10/2015). Concrètement, la solution se matérialise sous deux formes : une plateforme web et une box, permettant d'accéder aux contenus hors-ligne.

Une solution internationale

Klaxoon vise aussi bien des grands-comptes que des PME, des consultants, des acteurs de la formation et le monde de l'enseignement supérieur. Présenté au CES de Las Vegas début 2016, la solution est commercialisée en France comme à l'étranger. « Klaxoon est utilisé dans 114 pays. Les premiers contrats signés en France nous ont permis de signer d'autres marchés à l'étranger, chez des clients de nos clients, par exemple. » Si le groupe assure aujourd'hui sa commercialisation en direct, il travaille à la constitution de réseaux de distribution, en commençant par l'Espagne ou l'Allemagne par opportunités.

Une activité en croissance

« Depuis le premier semestre 2016, l'activité de Klaxoon, en termes de chiffres, a pris le pas sur celle du bureau d'études. Mais nous poursuivons le développement des deux, elles se nourrissent l'une de l'autre », précise Matthieu Beucher. Sur 2014, la société avait réalisé un chiffre d'affaires de 3 M€. Les 5 M€ ont été franchis en 2016. « Sur les prochains exercices, nous devrions doubler notre activité. » Rentable et autofinancée, **Regards** n'a jamais eu, à ce jour, recours à d'investisseurs extérieurs.

Maureen LE MAO

Vendée | 23/09/2016



Le robot autonome Anatis sera commercialisé courant 2017

85 - A Saint-Martin-des-Noyers, la société Carré se relance. Après des exercices difficiles, la PME renoue avec la croissance. « Au 30 juin 2016, nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 11 M€, contre 7,9 M€ en 2015. Nous sommes montés jusqu'à 13 M€ », révèle Benoît Carré, 3^e génération à la tête de la société familiale, spécialisée dans la conception et la fabrication de machines pour la préparation des sols et l'entretien des cultures. Face à un secteur en crise, la PME (90 salariés) a revu son positionnement commercial, retravaillé son réseau de revendeurs, en France comme à l'export où la société réalise 20 % de son activité.

Le robot autonome et connecté Anatis

Mais Carré, qui se positionne sur un marché de niche - les machines liées au désherbage mécanique

permettant de limiter l'utilisation de produits phytosanitaires -, mise aussi sur l'innovation. La PME finalise le développement d'Anatis, un robot autonome dédié aux applications de binage, de désherbage des cultures pour le marché des maraichers. « Jusqu'ici nos produits se positionnaient plutôt sur le marché des grandes cultures. Mais le maraichage connaît des problèmes de main d'œuvre sur l'activité de désherbage. » Cette petite machine d'un mètre-cube, qui remplace le tracteur, est adaptée au travail sous serre. « Le robot intègre le système de guidage par caméra que nous avons développé pour nos bineuses à un système de géolocalisation par GPS pour qu'Anatis se repère dans son environnement », précise le dirigeant.

L'importance des datas

En plus de son travail au sol, Anatis est capable de capter des données comme l'hygrométrie ou enherbement. « Ces données seront analysées par une plateforme spécifique permettant de proposer à l'agriculteur un outil d'aide à la décision pour ses cultures. » Sur ce projet, Carré a collaboré avec Capacité, la filiale de valorisation de l'Université de Nantes. Anatis sera présenté au Sima (Mondial des fournisseurs de l'Agriculture et de l'Elevage) en mars 2017. Carré le commercialisera en France comme à l'export par son réseau de revendeurs. Sa fabrication, à Saint-Martin-des-Noyers, ne nécessitera pas d'investissements industriels spécifiques.

Maureen LE MAO

Sabella finalise une nouvelle levée de fonds

Finistère | 16/09/2016



Relevage de la turbine en juillet 2016 (©Sabella)

29 - La société quimpéroise **Sabella** s'apprête à réaliser une nouvelle levée de fonds. Cette opération « significative doit être bouclée sous un mois. », indique Jean-François Daviau, le PDG de **Sabella** (15 ingénieurs). La société est connue pour son hydrolienne D10 immergée au large d'Ouessant, la seule hydrolienne à avoir été raccordée à un réseau électrique en France. Via ces financements, la PME entend « décliner sa technologie vers d'autres machines plus puissantes, notamment les hydroliennes D12 et D15 et se développer à l'international. »

La D10, un projet à 13 M€

En juillet 2014, **Sabella** a déjà procédé à une première levée de fonds pour accompagner le projet lié à

l'hydrolienne D10 : 3,8 M€ en cash et 0,5 M€ en nature (La Lettre API du 06/07/2015). A cette époque, Jean-François Daviau souhaitait procéder à une seconde opération financière de l'ordre de 6 M€ qui n'a pas encore été réalisée. Pour ce projet D10, l'investissement total s'élève à 13 M€ environ. La société quimpéroise a bénéficié d'environ 6,5 M€ d'aides publiques.

Une seconde campagne d'immersion

Sabella devrait procéder à l'automne prochain à une nouvelle immersion de son hydrolienne D10 (10 m de diamètre, 17 m de haut, 450 tonnes) dans le rail d'Ouessant. La PME est en attente des autorisations préfectorales d'occupation temporaire du domaine public maritime. La première campagne été effectuée entre novembre 2015 et février 2016. « Sur onze semaines, la D10 a pu produire 70 MWh, soit l'équivalent de la consommation d'une dizaine de foyers sur l'année », indique le dirigeant, satisfait de cette première campagne d'immersion et du relevage de la turbine effectuée en juillet. Sur ces seconds essais, **Sabella** prévoit de tester son hydrolienne D10 à pleine puissance. La D10 est dotée d'une puissance théorique d'1 MW, permettant de couvrir entre 10 et 15 % des besoins de l'île d'Ouessant à laquelle est raccordée.

Maureen LE MAO

Kership à la barre du chantier STX de Lanester

Morbihan | 23/05/2016



Le site de STX basé au Rohu va passer sous pavillon Kership [© STX FRANCE]

Bretagne - **STX France** a tranché. Après plusieurs mois de discussions, le chantier naval a choisi de confier à **Kership**, la reprise de son site du Rohu à Lanester, près de Lorient (La Lettre API du 28/01/2016). Les échanges doivent se poursuivre en vue de conclure la vente au cours de l'automne 2016. Fondée en 2013, **Kership** est une co-entreprise partagée entre le chantier finistérien **Piriou** (55 %) et **DCNS** (45%). La société est spécialisée dans la construction de navires inférieurs à 100 mètres destinés à l'action de l'État en mer.

Face à CMN

L'offre de **Kership** était en concurrence avec celle des Constructions mécaniques de Normandie (CMN). Jeudi 19 mai, les deux candidats avaient indiqué qu'un « accord d'utilisation partagée des capacités industrielles du site du Rohu sera mis en place » entre les deux parties quel que soit le dossier retenu par **STX**. « **Kership** offrira à d'autres chantiers et en particulier à CMN l'accès à un outil de production performant », indique Hervé Guillou, le PDG de **DCNS**. La CGT, syndicat majoritaire au sein de **STX**

Lorient, s'était positionnée en faveur du projet de CMN.

Répondre au plan de charge

La reprise intègre les installations du Rohu, qui disposent d'un accès à la mer, et les 42 salariés du chantier. Aujourd'hui, les navires contractualisés par **Kership** sont réalisés à Concarneau chez **Piriou** . Cette acquisition permet à la joint-venture de passer d'une activité de gestionnaire de contrats à celle d'un industriel à part entière. Et de répondre à son plan de charge à court terme. Depuis mi-2014, **Kership** a enregistré plusieurs commandes, essentiellement dans le secteur de la défense comme les bâtiments de surveillance et d'assistance hauturiers pour la Marine Nationale (2 en commandes fermes, deux en option) mais aussi le roulier de l'île de Groix.

Un pôle naval Bretagne Sud

Ses deux coactionnaires y trouvent aussi leur compte individuellement. « Cela permettra à **DCNS** de disposer d'un partenaire aux moyens industriels adaptés pour réaliser des éléments de coques ou de sous-ensembles de coques », précise Hervé Guillou. **Piriou** , qui dispose déjà d'un site à Lorient (Les Ateliers normands - 30 salariés), se félicite de l'émergence d'un pôle naval Bretagne Sud, entre Concarneau et Lorient, deux villes jusqu'ici en concurrence. « Le bassin d'emploi de Concarneau-Lorient devient le deuxième pôle naval français après Saint-Nazaire », précise Pascal **Piriou** , le PDG du groupe, mentionnant le regroupement de 200 entreprises et de 5 000 emplois sur ce bassin.

Maureen LE MAO

Zéro gâchis met un pied en Espagne

Loire-Atlantique | 01/09/2016



Le dispositif Zero Gachis aux couleurs espagnoles et catalanes

44 - Zéro gâchis vient de démarrer une expérimentation avec le groupe Carrefour en Espagne. « A Barcelone, notre solution est déployée depuis deux mois dans 10 grandes surfaces de l'enseigne. L'expérimentation doit durer six mois », explique Paul-Adrien Menez, le PDG de la startup nantaise. Impliqué dans des démarches anti-gaspillage, le groupe Carrefour a choisi trois startups pour mener des tests sur les marchés français, italiens et espagnols. Zéro gâchis a mis au point un dispositif permettant à la grande distribution de mettre en avant les produits arrivant à leur date d'expiration ou abîmés pour les revendre à prix cassé. « Nous envisageons d'aller de manière un peu plus forte sur les marchés espagnols et portugais. Les tests avec Carrefour seront décisifs. » En Espagne, la solution se développe sous le nom de Cero-Despilfarro ou Zero-Malbaratat en catalan.

120 magasins en France

En France, la solution de Zéro gâchis est aujourd'hui déployée dans 120 magasins contre 80 à l'automne 2015 (La Lettre API du 12/11/2015). « Nous avons accéléré sur certains territoires comme le sud ou l'est de la France chez des indépendants de réseaux comme E.Leclerc ou Système U. » La startup poursuit ses tests sur plusieurs mois avec des chaînes intégrées telles Auchan, Match ou Cora. « L'objectif est de faire une preuve de concept avant un déploiement espéré en 2017. »

Des recrutements

En mars 2016, la startup a déménagé dans de nouveaux locaux de 300 m² à Saint-Herblain. « Nous avons plus de place pour accompagner le développement de l'équipe. » La startup (10 personnes : 4 associés - 6 salariés) a recruté depuis le début de l'année un second responsable d'installation, deux commerciaux à Nancy et Lyon. « Trois recrutements sont en cours : des commerciaux à Nantes et Bordeaux et un 3^e développeur », détaille Paul-Adrien Menez. Discrète sur ses chiffres et auto-financée, Zéro gâchis est néanmoins rentable depuis l'été 2014. Afin d'étoffer l'offre de services proposée aux magasins, la startup prépare la commercialisation d'un kit de communication spécifique à la réduction du gaspillage au rayon fruits et légumes.

Maureen LE MAO

Face à un marché difficile, SMB se cherche des relais de croissance

Côtes-d'Armor | 17/10/2016



SMB vient de terminer une passerelle piéton à Port-Marly

A Ploufragan, la Société Métallurgique de Bretagne, spécialisée dans la construction de charpentes métalliques, multiplie la diversification de ses marchés. « Afin de faire face aux aléas du BTP, nous multiplions nos segments de marchés afin de conserver notre volume d'activité et espérer une légère croissance. Depuis quelques années, le marché a évolué : les gros projets français sont aujourd'hui traités par des sociétés espagnoles, italiennes, portugaises voir roumaines, avec des prix tirés liés à un coût du travail plus bas », résume Dominique Dhier, directeur général de **SMB**.

LES OUVRAGES D'ARTS

La société se cherche donc des relais de croissance sur le marché des ouvrages d'arts, par exemple. « Nous venons de terminer une passerelle piéton à Port-Marly (78), mais aussi à Trégueux. Ces projets

nécessitent les mêmes compétences et moyens que ceux dans le BTP, mais avec des exigences différentes. » Peu d'investissements matériels ont été nécessaires. Le dirigeant a néanmoins renforcé l'équipe d'experts en ce domaine.

LES GRANDS OUVRAGES EN VERRE

Autre nouveau marché pour la PME costarmoricaine : l'activité verrerie. « Nous nous positionnons sur ce segment depuis 18 mois. Avant, nous ne réalisions que l'ossature de support du verre. Aujourd'hui, nous maîtrisons l'ensemble. » **SMB** a ouvert une agence à Paris, entièrement dédiée à cette activité. L'entreprise a ainsi réalisé un chantier de 5 M€ pour le Carré Sénart, centre commercial de Seine-et-Marne, une façade pour TMA à Toulouse ou encore des parapluies pour le parc des expositions de Versailles.

D'AUTRES MARCHÉS

Par ailleurs, l'entreprise poursuit son développement sur les ouvrages portuaires et fluviaux (La Lettre API du 27/08/14). Début 2014, Dominique Dhier se disait intéressé par les marchés liés aux EMR (La Lettre API du 05/02/14). « Nous sommes toujours en veille sur ces sujets, mais ce sont des projets qui mettent 5 à 10 ans à se réaliser, alors que notre visibilité est beaucoup plus courte. »

DES PROJETS LOCAUX

Afin de conserver son volume d'activité, **SMB** se repositionne depuis neuf mois sur des marchés plus locaux. « Sur ces projets de taille moyenne, de types commerciaux ou industriels, nous n'avons pas de concurrence étrangère », indique Dominique Dhier, qui vient de réaliser, par exemple, un chantier sur le Carrefour de Langueux (22). Afin de répondre à ses appels d'offres locaux, une équipe dédiée a été constituée.

DES RECRUTEMENTS

Sur 2015, **SMB** a réalisé un chiffre d'affaires de 18 M€. « Nous devrions atteindre les 20 à 22 M€ en 2016 suivant les contrats signés d'ici à fin 2016. En terme d'activité comme d'organisation, les exercices précédents ont été portés par des chantiers comme le stade de Nice ou le musée des Confluences à

Lyon. » Dépendant du groupe Soprema depuis 2005, la PME emploie 90 salariés. « Nous nous organisons aussi, notamment par l’alternance, pour s’insérer dans un dynamique de transfert du savoir-manuel. » En 2011, **SMB** avait investi 5 M€ dans l’extension de son site industriel. De nouveaux investissements sont envisagés d’ici 2 ans.

A Bourg-Blanc, Le Saint ouvrira une mûrisserie de bananes sur son ancien siège

Finistère | 02/12/2015



Le nouveau siège s'inscrit dans une démarche environnementale (optimisation foncière, parking végétalisé, bornes électriques...) © François de LA SERRE

29 - Annoncé en juin 2015, le déménagement du siège social du groupe **Le Saint** est confirmé. La société familiale, spécialisée dans la distribution de fruits et légumes, de produits élaborés, de produits de la mer, de fleurs et de plantes, va quitter son fief historique de Bourg-Blanc, où elle est actuellement à l'étroit. En lieu et place de son siège actuel, **Le Saint** va ouvrir une mûrisserie de bananes. « Nous travaillons sur ce dossier depuis un an. Mais actuellement, nous n'avons pas la place pour développer cette nouvelle activité. L'investissement sera, au maximum, d'1 M€ », explique Denis **Le Saint**, qui préside le groupe avec son frère Gérard. Le déménagement rendra disponible 5 500 m² d'entrepôts à Bourg-Blanc. « En plus de la mûrisserie de bananes, nous y installerons le stockage d'une nouvelle activité que nous devons garder confidentielle jusqu'en janvier 2016. »

12 M€ d'investissement à Guipavas

A Guipavas, sur un site de 6 hectares, **Le Saint** fera construire 15 550 m² de bâti : 4 234 m² de

bureaux et locaux sociaux, 10 828 m2 de bâtiments logistiques, avec une chambre froide positive de 4 cellules classées ICPE et un bâtiment annexe de 498 m2. Hors foncier, l'investissement est de 12 M€. « Avec le foncier, l'enveloppe est comprise entre 15 et 17 M€ financés en fonds propres. » En plus du siège social du réseau **Le Saint**, ce nouveau site accueillera les activités de distribution de **Le Saint** et de Top Atlantique. Il pourra accueillir jusqu'à 300 salariés, contre 160 actuellement à Bourg-Blanc, un site construit en 1958. Le chantier doit démarrer en mars 2016, pour un déménagement prévu au printemps 2017.

Booster la viande et les produits frais

Au sein de ses 20 entreprises, **Le Saint** emploie 1 200 salariés sur la façade Atlantique. Sur 2015, le groupe vise un chiffre d'affaires de 320 M€, contre 300 M€ en 2014. La société se positionne comme le second distributeur en France de fruits et de légumes en circuit court. Sur 22 départements, elle recense 20 000 clients dont 12 000 actifs. Pour ses projets 2016, **Le Saint** entend également accélérer depuis ses plateformes l'activité "viande et produits ultra-frais". L'entreprise se positionne sur ce secteur depuis le rachat, en juillet 2014, de **Sodial** -Le Gall, société quimpéroise spécialisée dans la distribution de beurre, fromages, charcuterie et surgelés.

Fonds de dotation

A Bourg-Blanc, le groupe conserve également les bureaux de son fonds de dotation (La Lettre API du 29/06/2015). Créée en juin 2015, cette institution d'intérêt général à vocation à mettre en place des actions en matière d'éducation nutritionnelle et de soutien aux clubs sportifs locaux. La première opération " Un fruit à la mi-temps" est prévue en janvier 2016. Au démarrage, le fonds de dotation est doté d'un budget d'environ 150 k€.

Maureen LE MAO

A l'Aise Breizh développe l'activité des Tissages de l'Ouest

Maine-et-Loire | 14/12/2015



Les Tissages de l'Ouest fabriquent du linge de maison

29 - Quelques mois après la reprise des Tissages de l'Ouest à La Salle et Chapelle-Aubry (49), A l'Aise Breizh a déjà rééquilibré l'activité de sa nouvelle filiale, spécialisée dans la confection de linge de maison traditionnel (tabliers, torchons, nappes). « Elle ne perd plus d'argent. La moitié de l'activité est réalisée pour nos propres collections. Le reste, ce sont des clients historiques de l'entreprise, comme la vente par correspondance. Nous avons également relancé un marché lié aux vêtements de communication, sur lesquels nous étions déjà présents au travers d'A l'Aise Breizh production, notre atelier de sérigraphie et de broderies à Morlaix », détaille Erwann Créac'h, le dirigeant d'A l'Aise Breizh. Sur ce marché, la marque de textile et d'accessoires travaille pour le compte de sérigraphes et d'agences de communication. « Nous venons de réaliser une gamme spécifique pour le nouvel hôtel

de B&B à Marne-La Vallée, de la conception à la fabrication des produits. » Erwann Créac'h qui travaille pour la première fois pour la chaîne hôtelière espère d'autres contrats en ce sens.

Des investissements à court et moyen-terme

Dans les Mauges, A l'Aise **Breizh** a repris un atelier avec des équipements de tissages récents, renouvelés suite à un incendie. « Nous avons, cependant, commencé à moderniser le parc des machines de confection, un investissement d'environ 30 k€. » Une fois l'activité stabilisée, le dirigeant envisage des investissements plus conséquents, d'ici à 2 à 3 ans, autour de cette nouvelle activité : 500 k€ environ. La marque a déjà fait évoluer les effectifs du site choletais. Quatre salariés ont été embauchés portant l'effectif à 14 personnes. « Nous avons recruté un ingénieur textile qui apprend le savoir-faire spécifique auprès du tisserand de l'atelier. »

Une boutique à Guérande

Par ailleurs, A l'Aise **Breizh** a ouvert début décembre une vingtième boutique en propre (50 m²) à Guérande. Sur l'ensemble de ses activités, A l'Aise **Breizh** emploie 90 salariés. « Nous devrions dépasser 9 M€ de chiffres d'affaires, et sommes à l'heure actuelle en progression de 8 % », révèle le dirigeant, partisan d'une croissance maîtrisée. Depuis 2008, la société possède deux brasseries « A l'Aise **Breizh** café » à Vannes et Brest. « Le concept fonctionne. L'idée est d'ouvrir un 3e restaurant. Mais il est difficile de trouver un lieu stratégique d'au minimum 500 m² en centre-ville. »

Maureen LE MAO

le cluster Atlangames sort de l'ombre

Pays de la Loire | 18/09/2015



L'évolution de filière incite aussi les studios à revoir leur modèle économique

Ouest - Cinq ans après sa création, **Atlangames** passe à la vitesse supérieure. Le cluster interrégional des entreprises du jeu vidéo et du serious-game est passé entre 2014 et 2015 d'une dizaine de membres à 35. « 90 % sont des studios de création, ne dépassant pas la douzaine de salariés. Cela représente environ 70 % des studios répertoriés en Bretagne et en Pays de la Loire. C'est un marché est très atomisé, avec beaucoup de petites structures composées uniquement de profils techniques. Mais nous avons aussi d'autres profils, comme un chef de projet, spécialisé dans les serious-games ou un chasseur de têtes dans le secteur », indique Elsa Charrier.

Apporteur d'affaires

Responsable des projets d' **Atlangames** , Elsa Charrier est l'un des deux permanents recrutés en 2014

pour dynamiser l'activité du cluster. « Notre objectif est clairement de professionnaliser la filière et pérenniser les acteurs régionaux. » Outre l'aspect "réseau", le cluster a vocation à soutenir le développement, notamment commercial, de ses membres. « Nous mettons en place des formations à la création d'entreprises ou à la recherche de financements. Et avons une activité d'apporteur d'affaires pour nos studios membres. Nous proposons leurs productions aux éditeurs et distributeurs. » Le cluster, qui a démarré cette activité au printemps dernier, se rémunère sous forme d'une commission.

Un espace de co-working

En mai 2015, **Atlangames** a ouvert un espace de coworking dans le centre de Nantes dédié aux professionnels du jeu-vidéo, mais aussi à ceux qui souhaitent développer leur activité sur cette filière : graphiste, motion-design, webmarketing... Sur 270 m2 avec bureaux et salles de réunions, l'espace peut accueillir une quarantaine de personnes. « En permanence, nous avons cinq entreprises soit une vingtaine de co-workers. Ce cadre apporte également une structuration aux petits studios. »

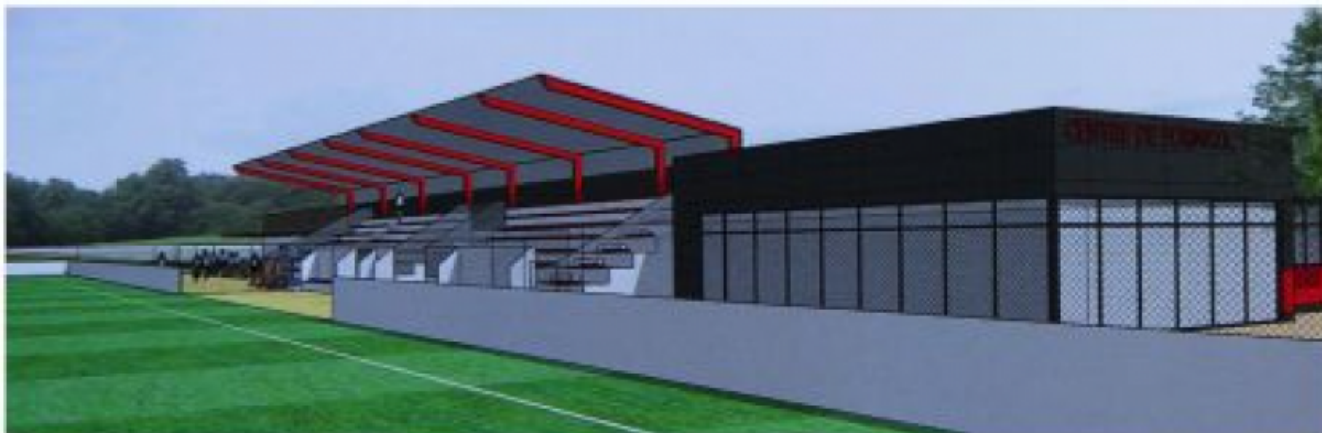
La gamification

Afin de mettre en avant son activité, le cluster organise plusieurs évènements lors de la Digital Week, autour de l'utilisation des mécaniques du jeu ou gamification. « Ce thème nous permet de montrer que le jeu vidéo, sans renier l'aspect divertissement, est un média à part entière », détaille Elsa Charrier. Car le jeu vidéo adresse aujourd'hui tous les secteurs : l'éducation, le tourisme, la publicité, la santé, l'industrie, le marketing, la culture et toutes les entreprises qui ont des besoins en formation, en recrutement... Le développement de la gamification induit également un changement dans le modèle économique pour les studios. « De l'autoproduction, beaucoup sont aujourd'hui sur un modèle mixte alliant prestations de service et production. »

Maureen LE MAO

5,1 M€ pour le nouveau centre de formation de l'En Avant de Guingamp

Côtes-d'Armor | 31/08/2015



Le projet de l'architecte Jean-Yves Philippe a été sélectionné.

22 - Le club de l' **En Avant de Guingamp** disposera au printemps 2016 d'un nouveau centre de formation pour ses jeunes joueurs. 5,1 M € vont être mobilisés dans ce projet, porté par l'association **En Avant de Guingamp** . « 40 % environ seront financés par les collectives, à savoir la région, le conseil

départemental et la communauté des communes. Le reste relève de financements propres », indique Jean-Paul Briand, le président de l'association. Les travaux ont démarré en avril 2015 à Pabu.

Quatre terrains

Le club de ligue 1 dispose déjà d'un centre de formation agréé, mais ses terrains doivent être modernisés. Le nouveau centre, dessiné par l'architecte Jean-Yves Philippe, s'étendra sur 11 hectares. Il comprendra quatre terrains homologués, deux en synthétique et deux en herbe, et une plaine de jeux modulable. Le terrain d'honneur en synthétique, destiné aux matchs de l'équipe de CFA2, disposera d'une tribune de 300 places. Y sera accolé un bâtiment de 1 000 m² comprenant des vestiaires, une salle de musculation, des salles de formation et des espaces de réception. Deux autres bâtiments seront construits : un atelier et local de stockage de 300 m² et une billetterie. Les travaux ont été confiés à des entreprises locales, notamment issues des 85 partenaires entreprises de l'EG. La réalisation des terrains sera assurée par le finistérien Sparfel.

Un positionnement différent

Le nouveau centre de formation n'intègre pas de locaux scolaires, ni d'hébergement, contrairement à ceux d'autres clubs professionnels. Un positionnement différent que Jean-Paul Briand tient à conserver afin que les jeunes n'évoluent pas en vase clos. « Les jeunes sont scolarisés dans deux établissements guingampais et à l'Université catholique de l'Ouest, ce qui leur permet de suivre un cursus classique et de côtoyer d'autres jeunes. » Coté hébergement, en plus des internats des établissements, le centre de formation loue 16 chambres au foyer des jeunes travailleurs de Guingamp. Le centre de formation accueille 80 jeunes joueurs de 15 à 19 ans. La section féminine est basée à Saint-Brieuc.

Maureen LE MAO