

ITÉ
Pépinière
s créateurs
epuis-Thizy

RISE DU MOIS
t'. Les dessous
nt le dessus

Les dirigeants de la société de vente directe de lingerie de Chaponost viennent de procéder à un LBO. L'entreprise qui affiche une forte rentabilité, adopte une stratégie de développement plus offensive.

Page 8

RIE
pagnonnage
vation

UNICATION
ions.
ième salon

Sur la niche de l'information sur la communication par l'objet publicitaire et textile, l'agence lyonnaise élargit son offre.

Page 15

X
ais business
Naissance
anche

s pratiques
es vertes.
enus

Jeux vidéo. Filière en mutation

Avec 650 entreprises actives dans le domaine du jeu vidéo et de l'image, Rhône-Alpes entend faire valoir ses compétences au niveau mondial. En s'appuyant sur leur expérience et leurs compétences pointues, les entreprises devront toutefois faire évoluer leurs business models pour tirer leur épingle du jeu. Jeux en ligne ou serious game, les diversifications sont nombreuses pour sortir du cercle monoclient. Encore faut-il travailler en amont pour éviter de muter trop tard.

Pages 2 et 3
(en photo : les héros du nouveau serious game de Qoveo sur la sensibilisation à la sécurité et à la confidentialité des données)



POINT DE VUE

C. Duvillet. « On n'est pas au bout de la crise »



Auteur du redressement des comptes et de l'image de l'ancien Crédit Lyonnais devenu LCL, Christian Duvillet, son directeur général depuis 4 ans, estime que la crise n'est pas terminée. Pour autant, son optimisme reste intact devant la capacité des entreprises à refai-

RENCONTRE

A.-S. Panseri. Prudence mais déterminée



Attachée aux valeurs d'une entreprise industrielle, Anne-Sophie Panseri s'engage dans une démarche éthique pour faire une riche expérience. À la tête de Décines, qu'elle dirige avec son frère

estimation que sa l'ici à 2015. Alors s soigne sa gam- sont estampillés des déclinaisons enfants et BCom- nouveaux produits r la gamme bio. nouveau design et mutations seront 0 % des produits s pharmacies et accord est en avec une chaîne urnir une gamme e gamme ven- eauté. La marque ste BComBio qui re d'affaires.

Le marché promet- ces deux derni- € dans son outil ute la chaîne de ée pour garder vité, commente atout pour l'in- nous sommes quelques jours. » 47 équivalents e soixantaine de ité des femmes is partiel.

Vaulx-en-Velin prévoit une nouvelle augmentation de ses fonds propres de 1 M€ en 2010 pour financer son développement.

Ils ne sont plus que deux à fabriquer des feuilles plastiques par extrusion pour revêtir les planches de ski et nautiques : l'un est situé en Autriche, le second, Socrep, à Vaulx-en-Velin. Avec le rachat des actifs de son concurrent suisse Gurit (qui employait 70 personnes sur trois sites de production, fermés), l'an passé, Socrep est devenu un incontournable sur le marché du ski, qui concentre 70 % de son chiffre d'affaires.

90 % à l'export

Début 2009, il a procédé à une augmentation de capital par obligations convertibles avec BNP Développement, de 770.000 €, pour financer la reprise de Gurit. Puis, pour combler le manque à gagner de la fermeture des usines de son client Rossignol pendant trois mois, il a procédé à une nouvelle augmentation de ses fonds propres de 1,3 M€ financée avec le concours du fonds Althinvest, de BNP



● Pierre Koehl, P-dg de Socrep.

Développement et de ses salariés. « Nous avons ainsi doublé les fonds propres, ce qui nous permet de financer une année difficile sur le plan conjoncturel, alors que nous sommes passés du statut de PME européenne à celui de PME mondiale. 90 % de notre chiffre d'affaires est réalisé à l'export depuis le rachat de Gurit. » Créée en 1979, Socrep s'est lancée sur le ski en partenariat avec Salomon et ses monocoques, en 1986. Pendant quatorze ans, elle a travaillé exclusivement pour Salomon. En 2000, Pierre Koehl, son actuel dirigeant, a repris l'entreprise par LBO pour l'ouvrir à d'autres clients et à

d'autres applications. Depuis 2003, elle travaille ainsi pour 20 marques de ski des grands fabricants. « Les feuilles plastiques qui revêtent les skis sont des produits très techniques qui nécessitent des process de fabrication très complexes », explique le dirigeant. Pour 2010, il prévoit une nouvelle augmentation de ses fonds propres de l'ordre de 1 M€ financée avec Oséo par les fonds participatifs ou stratégiques d'État. Le but : « être complètement indépendant des partenaires bancaires qui ne jouent pas leur rôle d'accompagnateur dans notre phase de croissance, à l'exception de la Banque Martin Maurel et

Diversification

Avec une structure désormais bien équipée, puisque Socrep « peut réaliser 15 M€ de chiffre d'affaires sans investissement important », le dirigeant vise plusieurs axes de développement : la poursuite d'innovations pour le ski, comme la fabrication de champs transparents et de semelles extrudées qui ne nécessiteraient plus de fartage, mais aussi de nouvelles applications. Dans le secteur médical (orthèses, prothèses, semelles orthopédiques et sportives...), mais aussi dans celui du packaging, où il réalise par exemple des tests de feuilles biodégradables qui pourraient trouver des débouchés dans le domaine horticole. En 2009, Socrep devrait réaliser 5 M€ de chiffre d'affaires : un montant stable par rapport à 2008, malgré les aléas de la conjoncture. La rentabilité est attendue pour 2010.

Claire Pourprix

Socrep Vaulx-en-Velin

- P-dg : Pierre Koehl.
- Effectif : 30 personnes.
- CA 2008 : 5 M€.
- Tél. : 04.78.26.54.30
- www.socrep.com

Lenoir. Du compagnonnage à l'innovation

Entre son métier de base de concepteur d'ouvrages en acier pour les bâtiments et son activité récente de fabricant d'enseignes lumineuses, Didier Lenoir apporte une nouvelle corde à son arc avec la création de fenêtres virtuelles en 3D.



● Didier Lenoir, président de Lenoir Métallerie qui équipe les bâtiments d'ouvrages en acier.

Un paysage de nature verdoyante, une lumière qui évolue au fil de la journée... On aurait envie de s'accouder aux rebords de cette fenêtre pour profiter de l'environnement. Impossible. C'est une fenêtre virtuelle installée dans une pièce aveugle. Didier Lenoir, quatrième génération à la tête de Lenoir Métallerie, créée en 1894, en a déposé le brevet. « 500.000 € ont été investis dans le développement du concept Windauga®, détaille le président du groupe. L'idée est, par un effet de relief et de profondeur grâce au travail de l'image en 3D, d'apporter une sensation d'espace dans une pièce, et, sur un jeu de lumières leds, de proposer des scénarios d'éclairage. » Présenté à InLight Expo Lyon en juin, le produit sera commercialisé début 2010. « Nous sommes en train d'affi-

ner... Lenoir Métallerie, active sur la fabrication d'ouvrages en métal et en verre pour les bâtiments, assure la fabrication des huisseries de Windauga®. Lenoir Services, installée dans le même quartier, apportera son expertise dans la fabrication des enseignes lumineuses qu'elle exerce depuis 1990.

Stratégie d'anticipation

Si 2009 fut une bonne année pour les deux entités principales du groupe, avec des chiffres d'affaires en hausse, Didier Lenoir anticipe, malgré la mise sur le marché de ce produit propre, un tassement de l'activité pour 2010. « Lenoir Métallerie ressent une demande moins forte pour 2010 avec une baisse des permis de construire. Pour absorber ce ralentissement, nous réduirons le recours à la sous-traitance et limiterons l'intérim. » Cette période est aussi l'occasion pour le fabricant de travailler son offre pour l'optimisation de la performance énergétique des bâtiments, chère au Grenelle de l'environnement. « Nous proposons une approche globale sur l'enveloppe du bâtiment, argumente Didier Lenoir. Nous intervenons sur les fenêtres

mais plus généralement sur l'isolation complète d'un bâtiment. » L'entité travaille à 80 % pour le privé. Même stratégie d'anticipation sur son activité de fabrication d'enseignes lumineuses qui a connu un bel essor depuis sa création. « À titre d'exemple, nous avons réalisé le mur d'enseignes lumineuses du centre commercial de la Part-Dieu. Nous sommes également le fournisseur officiel des enseignes Hermès pour le monde entier. » Les artisans issus du compagnonnage ont su négocier le virage de l'innovation, même si « l'intelligence de la main » reste la marque de fabrique de la famille Lenoir.

Stéphanie Polette

Lenoir Villeurbanne

- Président : Didier Lenoir.
- Lenoir Métallerie : 80 personnes, 18 M€ de chiffre d'affaires en 2009.
- Lenoir Services : 60 personnes, 15 M€ de chiffre d'affaires.
- Windauga® : 3 personnes.
- www.lenoirservices.fr
- www.windauga.com

Leroy-Somer. Christian Estrosi visite l'usine de Saint-Symphorien-d'Ozon

L'usine de Saint-Symphorien-d'Ozon du leader mondial en alternateurs industriels a reçu la visite du ministre de l'Industrie mi-novembre.

Une visite ministérielle minutée, la presse locale aux aguets et des employés tout surpris d'une telle agitation dans leur usine... C'est notamment pour sa contribution aux travaux de développe-

280 personnes, dont 40 en R & D. Membre du groupe américain Emerson, la société Leroy-Somer, basée à Angoulême, emploie 4.000 personnes en France, soit près de la moitié de ses effectifs. Elle est présente sur tous les continents avec 39 sites de production et centres de R & D, et dans le pays avec 30 unités de production et un réseau commercial de 140 centres de services. « Au cours des quinze dernières années, nous avons

cialisés ont moins de cinq ans. Dès les années 90, l'entreprise avait motorisé la première Peugeot 106 électrique. « Mais à l'époque, des erreurs politiques et stratégiques avaient avorté son développement, ni les gouvernements ni les industriels n'y croyaient vraiment », notait Christian Estrosi, se faisant l'apôtre d'une entreprise innovante, « au service de la croissance verte et de la planète ». Des années plus tard, Leroy-Somer

ché du "home and garden" : tondeuses à gazon, bétonnières grand public, etc. Elle fabrique aujourd'hui des moteurs à haut rendement et systèmes de motorisation complets, avec des applications dans la mécatronique (robots), les piles photovoltaïques ou encore les chemins de fer. « Les moteurs représentent 65 % de la consommation électrique industrielle nationale, concluait Claude Henry. Des solutions à haut rendement énergétique