

# Territoire d'ENTREPRENEURS

## #01

PREMIER SEMESTRE 2015

## Loire Haute-Loire

« Plus vous entreprenez,  
plus vous avez envie  
d'entreprendre »

**Vincent Perrin,**  
président de VP Industries

### PREMIERS PAS

Les Bretelles de Léon  
ne connaissent  
pas la crise

### AU-DELÀ DES FRONTIÈRES

Clextral avance  
à pas de géant

« Promouvoir ceux qui  
agissent, créent, emploient,  
prennent des risques... »



**Gérard Ouvrier-Buffet,**  
directeur général du Crédit Agricole Loire Haute-Loire

# Les héritiers

ont bien changé.



**CA** CRÉDIT AGRICOLE  
BANQUE PRIVÉE

Aujourd'hui, on ne choisit plus une banque privée simplement pour valoriser et transmettre son patrimoine. On la choisit aussi pour **aider et protéger ses enfants quand ils en ont le plus besoin.**

Crédit Agricole Banque Privée vous accompagne pour préparer chacune de ces étapes : études, 1<sup>er</sup> logement, projet professionnel, etc...

Renseignez-vous auprès de votre Caisse régionale.



© Jérôme Bernart-Abou/42 France

## « Les entrepreneurs de notre territoire sont un remède contre la morosité ambiante »

Un magazine de plus sur l'entreprise ? Non, *Territoire d'Entrepreneurs* ne décryptera ni haut ni bas de bilan et ne délivrera pas de recettes pour se développer à l'export ou manager une équipe. Comme en témoignent les pages de ce premier numéro, nous avons voulu mettre en valeur les hommes et les femmes qui dirigent les entreprises de notre territoire. Et raconter leurs aventures, leurs difficultés, leurs réussites. Au Crédit Agricole Loire Haute-Loire, nous les connaissons bien, ou plutôt, nous vous connaissons bien et vous nous connaissez bien. Grâce à ce lien, nous étions parmi les mieux placés pour parler de vous et vous mettre sous les projecteurs. Mais aussi aller à contre-courant d'un phénomène d'*entreprise bashing*, où les médias préfèrent mettre en une les entreprises qui vont mal et voient souvent les entrepreneurs avec méfiance, voire avec défiance.

Dans la morosité ambiante, promouvoir ceux qui, comme vous, agissent, créent, emploient, prennent des risques et avancent, ne peut que faire du bien. Vos exemples peuvent opérer comme l'un des remèdes à la déprime collective, à plus forte raison sur notre territoire qui a dû se reconvertir à marche forcée durant plus de trente ans. Il est aujourd'hui dynamique. Grâce à vous. Cela valait bien un magazine pour le rappeler, non ? ■

**Gérard Ouvrier-Bufferet**

DIRECTEUR GÉNÉRAL DU CRÉDIT AGRICOLE LOIRE HAUTE-LOIRE

# SOMMAIRE

---

p. 6 *La dynamique en chiffres*

p. 7 *Je me souviens*

**Témoignage de Richard Romagny**, P-DG de Loire Industrie.

p. 8 *Passage de témoin*

**La reprise, une question d'audace**

Comment Jean-Marc Defour a repris l'entreprise Fayolle, encouragé et soutenu par Bernard Comptour, du service Opérations financières du Crédit Agricole Loire Haute-Loire.



---

*Premiers pas*

**LÉON... ATTACHEZ VOS BRETELLES!**

Les trois Roannais des Bretelles de Léon revisitent la tradition.

p. 10

---

p. 13 *Virage* **La Maison de Julia, une auberge 100 % terroir**

---

*Serial entrepreneur*

Entretien avec  
Vincent Perrin,

**président de VP Industries**

Rien n'arrête son envie d'entreprendre...

p. 14

---



p. 17 *Mention spéciale*

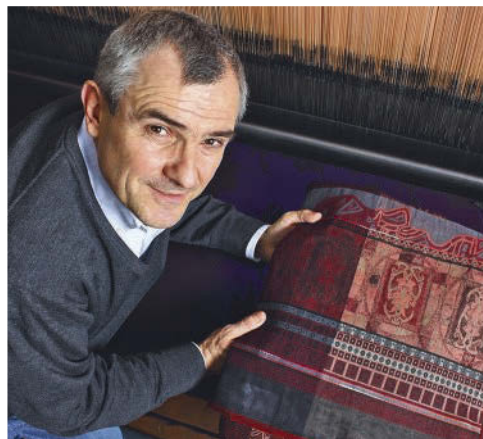
**Portraits d'entrepreneurs**, hommes et femmes, qui contribuent, chacun à leur mesure, à la dynamique de la région.

- p. 19 *Vent en poupe*  
**SAM Outillage**: la croissance externe pour stratégie d'offensive  
**Celnat** cultive la croissance durable  
**Forézienne MFLS** ou l'innovation à pleines dents

*Second souffle*  
**«Le textile éthique,  
un modèle économique  
rentable»**

Entretien avec **Éric Boël**,  
dirigeant des Tissages de Charlieu, une PME centenaire  
devenue leader sur le marché du textile éthique.

p. 23



- p. 25 *Au-delà des frontières*  
**Clextral, un « champion caché » à Firminy**  
Le fabricant de lignes de production industrielles est désormais présent sur les cinq continents.
- p. 28 *La tribune du Crédit Agricole Loire Haute-Loire*  
**« Nous apportons un filet aux entreprises  
qui se lancent à l'international »**
- p. 29 *Saga*  
**Blanchet, moral d'acier pour métallerie high-tech**  
De l'artisanat des années 70 aux chantiers actuels les plus pointus, les Métalleries du Forez  
ont accompagné le développement de la région.



**Territoire d'entrepreneurs  
est aussi disponible en version  
numérique enrichie.**

**Découvrez-la** sur votre  
tablette ou votre mobile  
**en flashant ce code :**



ou depuis votre  
ordinateur sur  
**<http://bit.ly/13MipWO>**



**Ces « QR codes »  
renvoient vers des  
vidéos et photos  
complémentaires.** Pour  
les découvrir, munissez-

vous de votre smartphone, téléchargez  
une application gratuite comme QR Code  
Reader sur App Store ou Google Store, puis  
scannez le code avec votre application.

## L'ENTREPRENEURIAT EN LOIRE ET EN HAUTE-LOIRE

Seulement deux fois plus d'entrepreneurs en Loire qu'en Haute-Loire, alors que le rapport entre leurs populations et leurs nombres d'emplois est supérieur à trois... Ce n'est pas la seule surprise que réserve la comparaison des deux départements. On découvre par exemple que le nombre d'agriculteurs est très proche, le surnombre ligérien agissant surtout dans la sphère des commerces et des services. **Leur point commun ? Être tournés vers l'économie de la région Rhône-Alpes et former un tissu de PME dynamiques.**



**39 175**  
ENTREPRENEURS  
AU SENS LARGE



**28 974**  
artisans, commerçants  
et chefs d'entreprise

**10 201**  
agriculteurs exploitants



**365 779**  
EMPLOIS (SALARIÉS  
ET NON SALARIÉS)

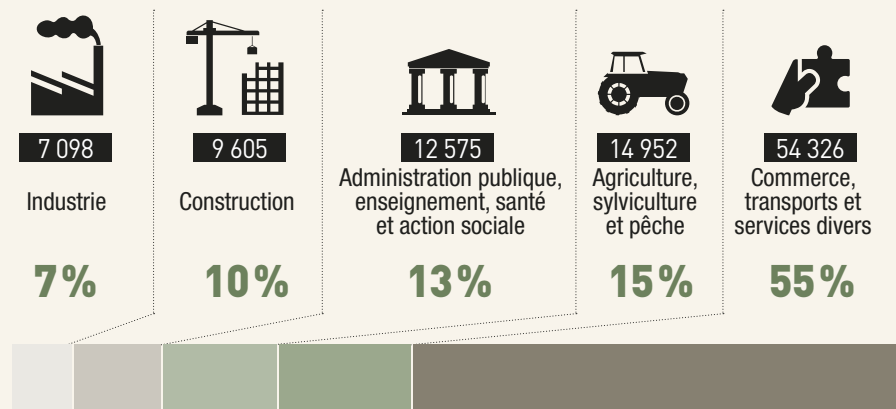
CONTRIBUTION AU COMMERCE  
EXTÉRIEUR RÉGIONAL (BIENS)

**4 916 M€**  
Total des exportations Loire + Haute-Loire

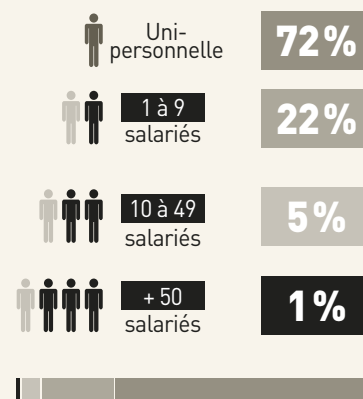
**54 913 M€**  
Total des exportations Rhône-Alpes  
+ Auvergne

## 98 556 établissements actifs (unités de production de biens et de services marchands)

### RÉPARTITION PAR ACTIVITÉ



### RÉPARTITION PAR TAILLE



Sources : Insee, 2011 et 2012, dernières données comparables publiées pour les deux départements.

## Le Crédit Agricole Loire Haute-Loire, **acteur majeur de l'économie**

**1<sup>er</sup>**

PARTENAIRE ÉCONOMIQUE  
DES ENTREPRISES

**1 150**

CRÉATEURS D'ENTREPRISE  
ACCOMPAGNÉS par an  
(exploitants agricoles, artisans,  
commerçants...)



du résultat net social  
RÉINVESTI DANS  
LA RÉGION, soit plus de  
60 millions d'euros



DES PME de Loire  
et de Haute-Loire  
sont clientes  
du Crédit Agricole



PRÊTÉ aux entreprises  
du territoire  
sur 3 vient  
du Crédit Agricole



# Rien n'est interdit à personne



## RICHARD ROMAGNY

P-DG DE LOIRE INDUSTRIE

«Après un accident de la route, mon rêve de devenir prof de gym s'effondre. À 17 ans, sans le bac et ne sachant pas quoi faire de ma vie, j'intègre Loire Industrie. L'entreprise a été fondée à Saint-Chamond par mon père en 1971. J'y occupe plusieurs postes en commençant en bas de l'échelle. Au bout de quatre ans, mon père me propose de diriger une structure de 13 personnes qu'il vient de racheter à Paris. J'ai 21 ans, pas de chéquier à mon nom, ni aucune compétence... Mais je me dis – et cette devise ne m'a pas quitté depuis – que rien n'est interdit à personne. Je deviens donc dirigeant, non sans avoir expliqué aux salariés : "Je n'y connais rien, aidez-moi à apprendre." Ce qu'ils ont fait.

Trois ans après, je reviens à Saint-Chamond, où je prends en charge le commercial durant dix ans, avant que mon père ne me demande de lui succéder en 1992.

Me sentant trop jeune, je refuse. À l'entreprise familiale qui m'est offerte sur un plateau, je préfère le challenge de reprendre l'un de nos fournisseurs en difficulté. Grâce à l'implication des 23 salariés, nous redressons et développons l'entreprise. Une réussite qui m'a permis de réaliser mon rêve : racheter Loire Industrie. L'un des plus beaux souvenirs de ma vie d'entrepreneur est de l'avoir annoncé à mon père, juste après avoir signé.

L'entreprise connaît ensuite un développement soutenu et s'impose comme l'un des grands noms mondiaux de la forge. Mais à la tête d'un holding de 400 salariés, je ne m'amuse plus. Je décide de revendre le tout en 2009 à un groupe italien qui, quatre mois plus tard... me demande de racheter Loire Industrie ! Depuis, elle est à nouveau dans la famille, prouvant qu'il y a encore de la place pour un forgeron en France. Peu le pensaient. J'y ai toujours cru. Un entrepreneur doit persévérer et oser. Et ne jamais oublier que rien ne marche sans les hommes. Si vous faites confiance à vos équipes et que vous leur donnez envie de venir travailler chaque matin, le résultat est toujours là. » ■

PROPOS RECUEILLIS PAR ANTOINE MASSON



# La reprise, une question d'audace

EN RACHETANT FAYOLLE SA, UNE ENTREPRISE D'YSSINGEAUX COMPTANT 20 SALARIÉS, JEAN-MARC DEFOUR EST PASSÉ DES ENDOSCOPES À LA TÔLERIE-CHAUDRONNERIE. RETOUR SUR LA GENÈSE ET LA RÉUSSITE DE CETTE OPÉRATION.

**Peut-on dire que ce sont les repreneurs de votre société, Foretec, qui ont fait de vous un candidat à la reprise d'entreprise ?**

**Jean-Marc Defour :** « Effectivement, car j'avais acheté Foretec, implantée à Montbrison, en 2002. C'était un bureau de négoce spécialisé dans la vente d'endoscopes pour l'industrie. Peu à peu, j'y avais développé notre propre gamme de caméras. Et, honnêtement, je ne pensais pas la céder, mais des repreneurs m'ont sollicité. Le projet a mûri peu à peu et j'ai été séduit par l'idée d'un nouveau challenge. Je me suis rendu compte que j'avais fait le tour. Comme je n'imaginai pas ne rien faire, je me suis mis en quête d'une entreprise à reprendre. »

**Comment avez-vous croisé le chemin de Fayolle SA ?**

**J.-M. D. :** « J'avais parlé de mes projets à mon chargé d'affaires du Crédit Agricole avec qui j'ai de très bonnes relations. Il m'a présenté Bernard Comptour, du service des Opérations financières, qui m'a tout de suite parlé de Fayolle. »

**Bernard Comptour :** « Jean-Marc Defour avait le profil idéal pour la reprendre. Tout d'abord parce qu'il avait mené à bien sa propre en-

treprise, ce qui est déjà pour nous un gage de réussite. Ensuite, il avait un bon réseau de connaissances dans la métallurgie. Enfin, sur le plan financier, le projet était possible, avec l'intervention d'un fonds d'investissement. »

**Le cédant vous avait demandé de rechercher des candidats ?**

**B. C. :** « Oui, c'est l'une des missions de notre service. Grâce à une plateforme nationale Internet confidentielle, sécurisée et remise à jour quotidiennement, les candidats à la reprise peuvent consulter une base de données d'entreprises dont les dirigeants nous ont confié un mandat de cession. Lorsqu'une entreprise intéresse un repreneur, il nous contacte et nous le mettons en relation avec le cédant. Sept candidats ont ainsi rencontré Patrick Fayolle avec qui nous avons sélectionné les deux meilleures propositions. Au final, Jean-Marc Defour a fait la meilleure offre. Il avait en outre l'avantage de proposer une reprise immédiate de l'immobilier, contrairement à l'autre candidat. »

**Diriez-vous que la reprise de Fayolle SA est devenue une évidence dès ce moment ?**

**J.-M. D. :** « Pas du tout. Quand Bernard Comptour m'a proposé le dossier, je me suis dit que Fayolle SA était un trop gros morceau pour moi. Je passais de dix à vingt salariés, le chiffre d'affaires n'était pas le même et le prix non plus. Je ne voulais pas forcément

« Nous proposons aux repreneurs potentiels de consulter une base de données d'entreprises et nous les mettons en contact »

**Bernard Comptour,**

SERVICE OPÉRATIONS FINANCIÈRES  
DU CRÉDIT AGRICOLE LOIRE HAUTE-LOIRE



« Je suis très heureux d'être là. J'ai une super-équipe, un outil de production au top niveau et des clients diversifiés »

**Jean-Marc Defour,**

P-DG DE FAYOLLE SA



placer la totalité du fruit de la vente de Foretec dans un rachat. Changer de secteur ne me faisait pas peur, mais je cherchais plutôt une entreprise à l'image de la mienne, qui fabriquait ses produits en propre et qui avait des ouvertures à l'export. Ce n'était pas le cas de Fayolle SA qui avait une activité de sous-traitant 100 % française. Mais Bernard Comptour a insisté. J'ai pris la peine d'étudier le dossier. L'entreprise possédait un vrai savoir-faire et des machines à la pointe de la technologie – la découpe laser 3D, par exemple – peu fréquentes dans les tôleries-chaudronneries habituelles. »

**Avez-vous rencontré des difficultés ? Quel bilan dressez-vous aujourd'hui ?**

**J.-M.D. :** « Le principal obstacle a été de trouver les financements. Comme disent les banquiers, je n'avais pas la surface financière suffisante. Par l'intermédiaire de mon conseil juridique, j'ai fait appel à un cabinet spécialisé dans la reprise-transmission qui m'a mis en contact avec des fonds d'investissement, dont Rhône-Alpes PME, du groupe Siparex (voir encadré), avec qui j'ai fait finalement affaire. Plus de 18 mois après la reprise, Fayolle se porte plutôt bien et est en ligne avec ses objectifs. Je suis très heureux d'être là, j'ai une super-équipe, un outil de production au top niveau et des clients diversifiés. »

**Quels conseils donneriez-vous à un futur repreneur ?**

**J.-M.D. :** « De prévoir du temps pour bien comprendre les rouages de l'entreprise et de s'adapter aux équipes. Personnellement, il m'a fallu neuf mois pour me sentir à l'aise. »

**B.C. :** « La donnée temps est essentielle avant la reprise. Trouver une entreprise à racheter et vendre la précédente n'est pas facile, même si Jean-Marc Defour en est le contre-exemple. De nombreux repreneurs mettent un ou deux ans pour réussir leur projet. Ensuite, il y a la capacité financière. Il existe bien souvent un décalage entre les possibilités du repreneur et l'entreprise qu'il a sélectionnée. Pour trouver des financements, il est préférable de disposer d'un apport représentant entre un quart et un tiers de la valorisation de l'entreprise. » ■

PROPOS RECUEILLIS PAR ANTOINE MASSON

#### LA REPRISE EN QUATRE ÉTAPES

**2012**

En fin d'année, Patrick Fayolle confie un mandat de cession au service Opérations financières du Crédit Agricole Loire Haute-Loire.

**2013**

• Le chargé d'affaires de Jean-Marc Defour le met en relation avec ce service qui l'oriente sur le dossier Fayolle. Celui-ci organise une visite de l'entreprise et une rencontre avec le cédant.

• En avril, après une sélection et des phases de négociation, le cédant choisit Jean-Marc Defour. Durant les trois mois suivants, ce dernier réunit les fonds nécessaires au bouclage de l'opération.

• La cession est signée à l'été 2013. Durant trois mois, le cédant accompagne Jean-Marc Defour dans la découverte de l'entreprise.

## DES FONDS D'INVESTISSEMENT INCITÉS À SOUTENIR DES PME DU TERRITOIRE

► Pour reprendre Fayolle SA, Jean-Marc Defour a reçu le soutien de Rhône-Alpes PME, la filiale du groupe Siparex dédiée à l'investissement régional dans les TPE et PME. Siparex, l'un des principaux acteurs français du capital investissement, gère 1,1 milliard d'euros, qu'il investit en fonds propres dans les PME et ETI au plan national. Le Crédit Agricole Loire Haute-Loire confie à Siparex et à d'autres fonds d'investissement similaires plusieurs millions d'euros en gestion afin qu'ils soient réinvestis dans des entreprises du territoire. Au-delà de son rôle d'intermédiation entre cédants et repreneurs, le service Opérations financières de la Caisse régionale défend auprès de ces sociétés les dossiers des repreneurs pour aider ces derniers dans leur recherche de financements. Et cela sans aucun commissionnement. ■

# ELLES NE CONNAISSENT PAS **la crise...**

**... LES BRETelles DE LÉON!  
CRÉÉE PAR QUATRE AMIS  
ÉPRIS DE STYLE,  
LA JEUNE MARQUE TISSE  
SA TOILE SANS TAMBOUR  
NI TROMPETTE, FAISANT  
DU MADE IN FRANCE  
UNE JOLIE SIGNATURE.**

**2011**  
Création de la société  
Pimaniax SARL.

**2012**  
En février,  
lancement du site  
[www.lesbretellesdeleon.com](http://www.lesbretellesdeleon.com).  
En novembre,  
première vente  
en boutique.

Is sont allés au bout de leur envie d'offrir aux amateurs d'accessoires vestimentaires une bretelle de qualité, fabriquée en France et vendue en ligne. Trois ans après avoir lancé Les Bretelles de Léon, les quatre jeunes gens ont imposé une marque tendance pour nouveaux *dandies* et *hipsters*, sans se couper d'une clientèle traditionnelle. Les premiers pas réussis de la jeune société Pimaniax, ancrée dans la Loire et son époque, sont guidés par un quatuor de trentenaires (devenu trio) qui cultivent le goût des belles choses. Celui d'entreprendre, surtout. Roannais et Lyonnais, Axel Broyer et Matthieu Fouchard

se sont rencontrés sur les bancs de l'Idrac Lyon, une école de commerce; Pierre Valzer est parisien. Ces amis se sont engagés dans un projet qui leur ressemble.

#### **INTERNET SINON RIEN**

La création de la société a été bouclée en cinq mois à peine, sans doute parce les associés avaient une idée très précise de ce qu'ils voulaient. « *On aimait les bretelles, un produit de tradition connu et visible sur un marché où il y a peu d'offre et de concurrence. Revisiter cet accessoire était surtout à la dimension d'une affaire parallèle à nos activi-*

QUI EST LÉON ?

## Un trio de choc

**Matthieu Fouchard** est un esthète, tendance bon vivant. Passionné d'e-commerce et de nouvelles technologies, il a la main sur les ventes.

**Pierre Valzer** est un mordu de sports automobiles. Il anime le blog, la gazette, les relations presse et les réseaux sociaux sans temps mort.

**Axel Broyer**, Indiana Jones des temps modernes, court les salons et les défilés à la recherche de l'accessoire qui fera la différence. Le style, c'est lui. Le produit, encore lui.

*tés professionnelles*», souligne Axel Broyer, le gérant. Pas question de révolutionner leur vie, ni le marché, juste de se faire plaisir. En le faisant sérieusement. Sur Google, ils analysent, fouillent et ciblent le créneau disponible pour apporter leur touche de modernité. Cheval-légers de la bretelle, ils font le choix de la sous-traitance, française par principe, pour être à proximité de leurs fournisseurs et contrôler la qualité. Enfin, avec un spécialiste des nouvelles technologies parmi eux, Internet s'impose comme une évidence pour démarrer vite sans trop investir.

### HÉRITAGE OU DANDY ?

En matière de style, les amis ne plaisantent pas. Loin des modèles de grand-père, la marque propose une collection de bretelles qui redonne du souffle à l'accessoire. Fines ou larges, à pinces ou à boutons, elles font la démonstration d'un grand soin du détail à travers des cuirs haut de gamme, des couleurs choisies et une qualité d'assemblage et de finition qui permettent à celui qui les porte de se démarquer avec élégance. Les bretelles sont à la mode ? Tant mieux. La marque surfe sur la tendance mais construit dans la durée. Les collections Dandy et Fantaisie proposent une gamme jeune, fraîche, qui joue la carte de la mode tandis que la collection Héritage, classique, entend séduire une clientèle acquise à la fonctionnalité de l'accessoire. Pour toucher ses cibles, la marque retient un positionnement haut de gamme autour d'une identité forte : 100 % française, de qualité, avec une pointe d'humour décalé. Elle s'exprime dans le nom fort de la marque, accrocheur sur Inter-

### Du marketing...

La bretelle est un marché de niche que la marque travaille au plus près, à l'affût du moindre avis client. La principale source d'inspiration, c'est bien lui : homme, jeune, citadin, à la recherche de l'accessoire branché, ou plus mûr, amateur de bretelles de qualité.

### ... au packaging

La bretelle a l'inconvénient d'être souple. Pour les boutiques, la marque a mis au point un packaging spécifique, transparent, qui met en valeur les détails du produit sans avoir à le sortir de son emballage. Il a depuis été généralisé.



© Jasiu/Les Bretelles de Léon

## La recette typiquement locale des bretelles

**Pour garantir à ses clients une qualité irréprochable, Les Bretelles de Léon mise sur des fournisseurs sélectionnés dans le riche vivier ligérien.**

La marque a su établir avec ses fournisseurs des relations fondées sur la confiance. La sélection s'est faite selon une double exigence de savoir-faire pour la fabrication, et de proximité pour les services. Il se trouve que le principal fabricant de bretelles, héritier d'un savoir-faire séculaire, est installé dans la Loire. Les Bretelles de Léon contribue, à sa mesure, au maintien d'une tradition textile ligérienne et soutient l'emploi local.

### RESPECTER LE SAVOIR-FAIRE

« Nous sommes partis de l'existant et de ce que savait faire notre principal façonnier. Ce n'est que dans un second temps que nous avons suggéré des changements. L'échange permet de faire évoluer le produit », souligne Axel Broyer, l'un des associés. L'impression des étiquettes est à Roanne, la mise en boîte et l'étiquetage sont assurés par une entreprise d'insertion roannaise, et la fabrication des étiquettes tissées est à Saint-Étienne. Peu éloignés les uns des autres, ils ont appris à se connaître et à travailler ensemble.

net. Elle se lit aussi dans celui des modèles, chacun associé à une scène : « Rouge dis-moi oui », « Marrons du chasseur », « Prune pour faire fortune », « Pole position »... Capitalisant sur sa notoriété, la marque propose également une collection Junior et, accessoirement, des cravates et des nœuds papillon.

### LOCAL IS BEAUTIFUL

Pourquoi aller chercher à l'autre bout du monde ce que l'on peut trouver près de chez soi ? Axel Broyer, le M. Produit de la bande, vit à Roanne où il dirige l'entreprise familiale. Pour lui, la proxi- ▶

## Les trois Roannais sont devenus les chantres de l'accessoire chic et branché du moment

- ▶ mité est un gage de réactivité : « *Le made in France est un atout en ce sens.* » Difficile de trouver des fabricants de bretelles dans l'Hexagone. Il en a pourtant trouvé un dans la Loire, où sont établis la plupart de ses fournisseurs. Seules les pièces métalliques viennent d'Allemagne et d'Italie. « *L'un de nos partenaires produit à un siècle de savoir-faire. Notre politique a été, au départ, de ne pas négocier nos achats, de calculer nos marges avec un prix de vente cohérent et de voir ce que cette entreprise était capable d'apporter en termes de qualité, de souplesse et de régularité. Parce que c'est ce qui compte, pour nous comme pour nos clients* », précise-t-il. Aujourd'hui, l'externalisation est source de valeur ajoutée. « *Elle nous permet d'évoluer en nous concentrant sur ce que nous savons faire : vendre* », observe Axel Broyer.

### DE LA VENTE EN LIGNE AUX BOUTIQUES

Le lancement de la marque s'est fait *via* quelques sites de vente spécialisés dans le *made in France* comme Les Petits Frenchies ou Made In For U, avant d'intégrer les grandes plateformes de-commerce : Les 3 Suisses, La Redoute, eBay, Amazon ou les Galeries Lafayette. « *La plateforme de distribution The French Talents nous permet d'être référencés partout*, ajoute Axel. *En parallèle, nous avons approché des bloggeurs influents, convaincus qu'avec nos clients, ils seraient nos meilleurs prescripteurs.* » Le Barboteur relaie par exemple l'actualité de la marque et les opérations marketing « *cobrandées* » comme celle menée actuellement avec Oncle Pape, un jeune créateur de nœuds papillon en bois précieux et tissu. La collaboration avec les influenceurs, le dialogue avec les clients *via* le blog du site, la gazette et les réseaux sociaux, entretiennent la proximité et construisent l'attachement à la marque. C'est précisément cet attachement qui a poussé certains revendeurs multimarques à référencer Les Bretelles de Léon dans leurs boutiques. Sans aucune démarche commerciale préalable. Qui dit mieux ?

### SANS FRONTIÈRES

Structure légère, capable de saisir les opportunités, la petite entreprise a trouvé son rythme de croisière avec près de 250 paires de bretelles achetées par mois en moyenne, une base de

LE BUZZ

## Partenaire particulier



© Jasiu Les Bretelles de Léon

### La priorité des débuts a été de référencer la marque. Celle d'aujourd'hui est de la faire vivre à travers des actions ciblées.

« *Nous avons commencé à communiquer après avoir vu comment réagissait le marché et analysé qui nous ne touchions pas encore* », explique Axel Broyer, un des associés. La stratégie marketing privilégie des partenariats avec des marques qui partagent les mêmes valeurs et un certain art de vivre à la française. Pour se renforcer mutuellement. À la Saint-Valentin 2014, Les Bretelles de Léon s'est

affichée avec 4 roues sous 1 parapluie, le n° 1 des escapades en 2 CV. Les voitures à l'effigie de la marque et leurs chauffeurs en bretelles ont été remarqués. La Saint-Valentin réussit à la marque. Un an plus tôt, elle était recommandée comme idée cadeau aux abonnés de la newsletter MyLittleParis. Sans être au courant, les associés ont vu les ventes grimper de 40 % en un mois !

3 000 clients, un référencement sur une quinzaine de plateformes et dans une soixantaine de boutiques. Le tout pour une croissance du chiffre d'affaires supérieure à 50 % chaque année. De nouvelles ambitions s'affirment. « *Nos ventes se font pour l'essentiel en France et dans les pays francophones voisins. La priorité 2015 est de réussir à réaliser 60 % de notre chiffre d'affaires sur ce marché de base et 40 % sur le grand export. Nous souhaitons également développer une gamme de bretelles adaptées à certains métiers ou aux loisirs comme la chasse et la pêche. Le potentiel existe* », conclut le gérant. On lui fait confiance. ■

GÉRALDINE PASCAUD-RASSE

2013

En juin, mise en ligne de la nouvelle version du site Internet.

2014

En février, partenariat avec 4 roues sous 1 parapluie.

# Une réussite 100% terroir

DANS LEUR VILLAGE, MARIE-JO ET CHRISTIAN SOUVIGNET ONT OUVERT UNE AUBERGE OÙ **DES MURS AUX MENUS, TOUT RESPIRE LE SAVOIR-FAIRE LOCAL ET PROFITE AINSI À LA RÉGION.**



© Ludovic Combe

**B**lanzac, 310 habitants, sa mairie, son église, son école et sa « Maison de Julia ». L'auberge est l'unique commerce de ce village rural situé à 10 km du Puy-en-Velay. Marie-Jo et Christian Souvignet, âgés aujourd'hui de 50 et 51 ans, l'ont ouverte en mai 2008. *« Nous voulions redonner un peu de vie au bourg dans lequel nous habitons et dont je suis originaire, raconte Marie-Jo. L'opportunité s'est présentée sous la forme d'une grande ferme de 1796, en très mauvais état, mais dotée d'un beau potentiel. Elle était à vendre sur la place du village. »*

## MÉMOIRE ET LIBERTÉ

Amoureux des vieilles pierres locales, le couple rachète la ferme et la retape entièrement avec l'aide d'artisans du cru pour la transformer en auberge de campagne. Et change ainsi de vie. Et de statut. Christian, entré en cuisine comme apprenti à 15 ans, est alors salarié d'une maison de retraite et un peu gagné par la lassitude. En acquérant la ferme de la demoiselle Julia – l'ancienne proprié-

taire dont Marie-Jo a voulu perpétuer la mémoire en baptisant l'auberge à son nom – il concrétise enfin le projet qu'il mûrit depuis plusieurs années. *« Je voulais être indépendant, explique-t-il. Je souhaitais ouvrir mon propre établissement. Pas un restaurant gastronomique mais une auberge avec une restauration valorisant les produits locaux (voir encadré) et un hébergement de qualité. »*

*« Nous voulions redonner un peu de vie au bourg où nous habitons »*

Les débuts sont difficiles. La réalité ne correspond pas tout à fait à l'étude de faisabilité initiale. Christian et Marie-Jo découvrent aussi les petits bonheurs de l'entrepreneur (paperasse, charges...). Mais sept exercices plus tard, la Maison de Julia, labellisée Tourisme

et handicaps, est toujours là avec son restaurant, ses cinq chambres, son gîte et sa clientèle fidèle. Marie-Jo, à l'accueil, et Christian, aux fourneaux, ont même créé deux emplois, sans compter les saisonniers estivaux. Et, comme ils le voulaient il y a sept ans, les visiteurs de la région viennent désormais à Blanzac pour s'y restaurer ou y séjourner. ■

ANTOINE MASSON

## Des menus locaux

Si Christian a choisi le concept d'auberge de pays, c'est aussi parce que ce label fixe des critères précis en matière de restauration. *« Je travaille avec des produits de la région fournis par de petits producteurs et commerçants locaux. C'est un autre moyen d'assurer la promotion de notre terroir et de contribuer à notre échelle à son économie. »* Volaille, veau ou agneau de pays, fromages, légumes bio, truites de la rivière voisine et lentilles, bien sûr,



DR

tout vient des alentours au travers de circuits courts de distribution. D'où une carte aussi appétissante que locale : terrine de lentilles vertes du Puy au bleu d'Auvergne, duo de truites du Vourzac, chou vert et châtaignes, muffins à la tomme de brebis et petits légumes... *« Recourir à la production locale de qualité fait travailler les gens de la région, souligne Christian. C'est aussi ce que recherchent de plus en plus de clients, toujours plus exigeants. »*

# 130

salariés.

# 3

activités :

fabrication de matériel de serrage ; d'articles de quincaillerie et d'agencement ; sous-traitance pour toutes les industries.

# 6

marques :

Dolex, Bessey-SER, Bourg Industries, Mermier, Map Industries et Système Plum.

# 18,5 M€

de chiffre d'affaires en 2014, dont 4 % à l'export.

Chiffre d'affaires multiplié par 7 et effectifs par 4 depuis 2007

# 2%

du chiffre d'affaires investis dans la R&D.



VINCENT PERRIN  
A UNE ÂME  
DE BÂTISSEUR.  
PRÉSIDENT DE  
VP INDUSTRIES,  
IL CONSTRUIT  
AVEC LA PASSION  
D'UN ARCHITECTE  
UN GROUPE  
INDUSTRIEL EXPERT  
DANS LES ACTIVITÉS  
DE SERRAGE ET DE  
QUINCAILLERIE.

# Vincent Perrin

*Plus vous entreprenez, plus  
vous avez envie d'entreprendre »*

### Qu'est-ce qui a pu pousser un cadre supérieur à se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat ?

**V. P. :** « Je travaillais depuis quinze ans dans un groupe familial de distribution de matériel de chasse, d'armement et de sécurité comme bras droit du président. L'envie d'avoir ma propre affaire s'est imposée, peut-être parce que je viens d'une famille d'entrepreneurs et d'industriels. J'ai commencé à chercher une entreprise en Rhône-Alpes pour poser la première pierre de l'édifice, avec l'idée de construire progressivement un groupe industriel. Peu importait le secteur, du moment qu'il s'agissait de concevoir et de produire dans une approche « BtoB ». La cible idéale était une PME de taille humaine, saine financièrement, avec un potentiel de développement. Le bouche à oreille m'a conduit jusqu'à Dolex, une entreprise familiale basée à Saint-Chamond et spécialiste de l'étau. Je l'ai rachetée fin 2007... »

### Cette première acquisition a été suivie d'autres. Plus qu'un créateur, vous considérez-vous comme un repreneur ?

« Je me considère plutôt comme un bâtisseur. Je n'ai pas acquis des sociétés pour les optimiser et les revendre à court terme avec une plus-value. Sur un terrain certes existant, j'ai privilégié des entreprises dont il fallait consolider les fondements pour construire plus haut. Après chaque rachat, nous avons réinvesti en moyenne 25 % du montant de l'acquisition dans l'outil de production. En sept ans, j'ai multiplié par plus de sept le chiffre d'affaires et par quatre les effectifs, et certaines opérations de croissance ont entraîné des transferts d'activité vers les sites ligériens. Les équipes n'ont pas toujours suivi mais nous avons préservé le rapport humain. Étoffer les gammes pour revendiquer la signature

d'un expert tout en misant sur la complémentarité industrielle des activités a toujours motivé mes choix. VP Industries est aujourd'hui un groupe organisé en trois pôles – le serrage, la quincaillerie et l'agencement, la sous-traitance –, avec six marques reconnues, incontournables sur leur marché en France et en Europe. »

### Comment expliquez-vous de tels résultats dans le contexte actuel ?

« Tout d'abord, il convient de rester humble, discret mais efficace. Sur un marché atone, nous investissons dans l'innovation et les hommes. Je passe beaucoup de temps sur le terrain avec mes clients pour les écouter et détecter leurs besoins. La dimension du groupe permet d'avoir notre propre cellule de R&D. Pour gagner en compétitivité, nous avons mutualisé plusieurs fonctions support, le marketing et la communication dont s'occupe mon épouse, mais également les achats et la gestion des ressources humaines. Un consultant spécialisé dans l'innovation et le design industriel nous aide à donner un nouvel élan à nos lignes de produits. Pour développer, il faut avoir une vision stratégique à moyen terme. En 2013, j'ai présenté à mes équipes mon second plan à cinq ans, convaincu qu'il est important d'expliquer quel chapitre écrire ensemble. Si j'ai encore quelques projets d'acquisition, la plus belle des croissances reste la croissance organique. C'est ma priorité avec le lancement de nouveaux produits en 2015. Toutefois, je reste attentif à ce qui se passe autour de nous... »

### Quel est le ressort de votre motivation ?

« La passion ! Quand vous investissez, que vous travaillez beaucoup, que vous voyez vos équipes avancer, vous avez envie de continuer. Mon ressort, c'est de bâtir dans la durée en tenant compte des ►

1967

Vincent Perrin  
naît à Saint-Étienne.

1992

Frais émoulu d'une  
école de commerce,  
avec son diplôme  
d'études comptables  
supérieures (DECS),  
il débute dans le  
négoce international.

1993

Directeur général en  
charge des finances  
et des opérations,  
il fait pendant 15 ans  
ses gammes au sein  
du groupe Rivolier  
(armurier).

► synergies, de rajouter une pierre pour consolider l'édifice afin de le rendre solide et cohérent. J'ai toujours eu un grand respect pour les belles histoires industrielles, qui plus est familiales... Parmi mes clients, il y a des entreprises extraordinaires. Je fais beaucoup de sport, en particulier du tennis. Plus vous pratiquez, plus vous avez envie de jouer. C'est la même chose au niveau professionnel. Plus vous entreprenez, plus vous avez envie d'entreprendre. Dans les mois qui ont suivi le rachat de Dolex, j'ai changé de peau. Les débuts ont été difficiles. Quand vous êtes cadre et que vous êtes habitué à recevoir plusieurs dizaines de mails par jour, vous êtes secoué de n'être plus destinataire de rien parce que personne ne vous connaît. Je n'ai jamais douté, mais j'ai traversé de grands moments de solitude. La passion est venue en travaillant et en gardant le cap... »

#### Pourquoi avoir investi dans la Loire ?

« Stéphaneois d'origine, je suis très attaché au territoire ligérien. S'il avait fallu, je serais parti, mais le hasard a fait que Dolex soit situé à Saint-Chamond. Pour bien piloter une entreprise, il faut être présent, proche de ses équipes, j'ai donc veillé à ce que les sociétés rachetées ne soient pas trop éloignées les unes des autres, quitte à transférer des activités. Le pôle serrage est regroupé à Saint-Chamond, l'agencement à Saint-Étienne, le pôle quincaillerie à Boën-sur-Lignon. Seule Map Industries est implantée en Haute-Loire,

à Monistrol. Fabriquer en France a toujours été un des piliers de ma stratégie de développement. »

#### Vous sentez-vous soutenu dans cette stratégie ?

« Au démarrage, je me suis engagé à titre personnel à tous les niveaux et notamment en investissant mes économies. Les banques, le Crédit Agricole en tête, m'ont suivi et ont vu ce dont j'étais capable. Cibler des entreprises saines a permis de financer la croissance. Le reste relève d'une relation humaine avec son banquier. En revanche, le quotidien d'un chef d'entreprise est souvent difficile car, au-delà des aléas du marché, il faut conserver les cycles d'investissement indispensables au maintien de notre industrie, en tenant compte d'un niveau de charges sociales et taxes diverses en inadéquation avec la réalité de la concurrence internationale – et je ne parle pas forcément des Asiatiques. La législation n'encourage pas les industriels à investir dans l'outil de production ! Lors de la construction d'un nouveau bâtiment logistique de 2500 m<sup>2</sup> à Saint-Chamond, j'ai été confronté aux lourdeurs administratives et à la rigidité de la législation fiscale... il faut être vraiment passionné pour rester dans notre beau pays ! Je suis fier d'avoir résisté à l'impact fiscal : j'ai investi 1,5 million d'euros sur ce dossier immobilier, pérennisé une activité industrielle et créé douze emplois. Cela permet d'apporter de la richesse sur le territoire. » ■

PROPOS RECUEILLIS PAR GÉRALDINE PASCAUD-RASSE

**2007**  
Vincent Perrin entre dans l'univers des étaux en endossant le costume de patron de Dolex. Sa première décision est de réduire la voilure en pleine crise financière mondiale.

**2010**  
Diversification du groupe dans la quincaillerie et les pièces spéciales pour l'industrie.

**2014**  
Sa gamme d'outils de serrage est désormais la plus large en France et en Europe. Il acquiert par ailleurs l'unique fabricant français de consoles, crémaillères et autres articles d'agencement.

**2015**  
Priorité à la croissance organique.

« Pour bien piloter une entreprise, il faut être présent, j'ai donc veillé à ce que les sociétés rachetées ne soient pas trop éloignées les unes des autres, quitte à transférer des activités »



Découvrez en images les activités de Dolex, l'une des entreprises de Vincent Perrin

#### DERNIÈRE MINUTE

### L'art d'être ouvert pour mieux saisir les opportunités

Déterminé à laisser son empreinte dans l'économie régionale, Vincent Perrin avait déjà racheté sept entreprises en sept ans, restructuré, développé, regroupé la production sur trois sites, construit un nouveau bâtiment logistique, agrandi un atelier de production et recruté. Dans les tout derniers jours de 2014, il a ajouté une huitième corde à son arc. Avec

Système Plum Industries, établie à Saint-Étienne, son groupe détient désormais le seul fabricant de consoles, crémaillères et autres articles d'agencement d'espaces en France. De quoi compléter son offre et profiter d'un équipement industriel de pointe qui intègre notamment une ligne de peinture dernière génération, sans aucun rejet.

« Je ne crois pas au facteur chance. Les dossiers sympas, c'est vous qui les suscitez, en discutant avec les gens, en étant présent sur les salons, en montrant que vous êtes intéressé. Le reste, c'est du travail et de la stratégie », objecte Vincent Perrin. Méthodique, il identifie les briques manquantes et les assemble en veillant à la qualité des joints.



# Mention spéciale

## LA DIVERSITÉ DES TALENTS CRÉE LE DYNAMISME DE LA LOIRE ET DE LA HAUTE-LOIRE

### AVÉO

Saint-Étienne

**E**n 2008, Saint-Étienne subit de plein fouet la crise immobilière. Sylvain Rey, à la fois entrepreneur et enfant du pays, veut participer à la redynamisation du marché. Il lance alors Avéo, une société qui rafraîchit les maisons en attente de transaction pour qu'elles trouvent acquéreur rapidement. Grâce à une garantie de vente dans les trois mois, sans avance de trésorerie, l'idée prend. Six ans plus tard, Avéo compte 38 agences franchisées dans toute la France. Le premier point de vente Avéo Styles et travaux vient d'ouvrir, comme le nouveau siège social, à Saint-Étienne. ■



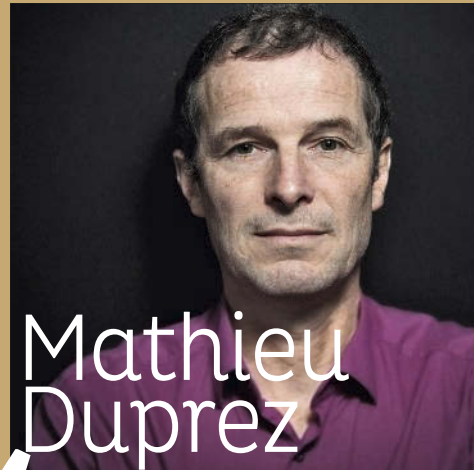
Sylvain Rey

© Vincent Poillet

« Le marché de l'immobilier de Saint-Étienne méritait d'être dynamisé. Notre concept de home staging y a donc trouvé sa place »

### MU-TEST

Saint-Just-Malmont



Mathieu Duprez

© Vincent Poillet

« Percer sur un marché high-tech dominé par les pays asiatiques, nous voulons montrer que c'est possible dans la Loire et la Haute-Loire »

**U**n spécialiste des systèmes de test d'équipements électroniques s'implante à Saint-Just-Malmont ? Une évidence, selon Mathieu Duprez, fondateur de Mu-TEST : la région Auvergne lui a d'abord accordé une subvention, puis l'a accompagné en bonifiant les taux des prêts accordés par le Crédit Agricole Loire Haute-Loire. Aujourd'hui, l'entrepreneur rend la pareille à ce territoire qui l'a encouragé : les circuits imprimés sont produits par Fercilec, à Saint-Ferréol-d'Auroure, et les cartes sont assemblées à La Talaudière par Elifrance. Pour des systèmes de test *made in* Loire Haute-Loire... ■

## VOLAILLES VEY

Polignac

L' aventure entrepreneuriale, Hervé Kratiroff l'a dans le sang ! Les affaires qu'il choisit de racheter ont pour signes particuliers d'être toujours rentables, de taille modeste, de préférence traditionnelles et implantées dans la région à laquelle il est attaché. En dix ans à peine, Hervé Kratiroff, rejoint en 2007 par Éric Versini, a ainsi repris les rênes de neuf entreprises, pour un chiffre d'affaires cumulé de 51 millions d'euros au sein du groupe Solexia. En Haute-Loire, il contribue aujourd'hui à développer les volailles Vey, les salaisons du Val d'Allier et Une Fleur en plus. Loin d'être terminée, l'aventure des deux associés va se poursuivre à... New York avec un bar à vins 100% made in South East of France ! ■



Hervé Kratiroff

© Vincent Poillet

« Épanouir les talents pour pérenniser l'existant dans une région où l'on se sent bien. C'est ce qui me fait vibrer »

## L'ÉPI'SERVICE

Cuzieu



Sylviane Brioude

© Vincent Poillet

« Fini, la précarité ! Je tiens maintenant le commerce multifonction du village, où l'on se retrouve pour échanger des nouvelles »

Sylviane Brioude s'est vite décidée à reprendre l'épicerie-tabac-presse-Française des Jeux – et, depuis peu, dépôt de pain – de Cuzieu, dans la Loire. Habitant à deux pas, la mère de famille, qui était sans poste fixe, s'est lancée dans l'aventure avec enthousiasme. Coup de peinture, réaménagement intérieur... L'Épi'Service renaît et la commune aussi. Les riverains, qui trouvent ici de quoi se ravitailler avec des produits de la région soigneusement choisis par Sylviane, sont enchantés... Ils peuvent aussi utiliser les services du Point vert Crédit Agricole, et même procéder au paiement dématérialisé de leurs amendes. Ça, c'est vraiment de l'utilité locale ! ■

CAROLE GALAND



Quatre talents, quatre activités à découvrir en images en flashant ce code

# SAM Outillage

## La croissance externe pour stratégie d'offensive

DEPUIS TROIS ANS, LE FABRICANT STÉPHANOIS D'OUTILLAGE À MAIN PROFESSIONNEL **MULTIPLIE LES RACHATS.** UNE STRATÉGIE IMPULSÉE PAR SES NOUVEAUX DIRIGEANTS.



DE G. À DR. : DENIS PROMPT, DIRECTEUR DE LA R&D DE SAM OUTILLAGE, FRÉDÉRIC CHAMPAVÈRE, PRÉSIDENT, ET OLIVIER BLANC, DIRECTEUR GÉNÉRAL.

© Sam Outillage

**D**ébut 2011, Frédéric Champavère et Olivier Blanc ont pris les rênes de Sam Outillage. Les deux arrière-petits-fils de François Blanc, le fondateur de la société, ont vite insufflé une nouvelle dynamique à la PME familiale spécialisée dans l'outillage à main professionnel. « *Quand nous avons repris Sam Outillage, l'entreprise était saine et solide financièrement, mais le chiffre d'affaires était inexorablement plat depuis vingt ans* », se souvient Frédéric Champavère. Alors que l'entreprise stéphanoise de 220 salariés se focalisait sur le secteur de la maintenance industrielle, le tandem dirigeant décide de l'ouvrir au

bâtiment, à la réparation automobile et aux grandes surfaces de bricolage. Afin d'accélérer ce déploiement, ils rachètent coup sur coup deux sociétés spécialisées dans l'outillage pneumatique – PTS outillage et Rodac international – et un atelier de tôlerie fine, Sova2i.

### **BIENTÔT, DES OUTILS CONNECTÉS**

« *Nous ne nous sommes pas lancés dans une course effrénée, insiste Frédéric Champavère. Nous ne faisons pas de la croissance externe pour "acheter" du*

*chiffre d'affaires, mais pour acquérir de nouvelles compétences qui vont nous permettre d'accélérer notre développement sur des secteurs bien ciblés.* » Ainsi,

*« Nous voulons monter en compétences pour accélérer notre développement »*

Sam Outillage a récemment acquis 25 % du capital d'une start-up montpelliéraine spécialisée dans la traçabilité par radio-identification (RFID).

Un premier pas vers la mise au point d'outils connectés grâce à un système de puce électronique. Les dirigeants de Sam Outillage réfléchissent également à l'opportu-

**3**  
sociétés reprises depuis 2011

**+30%**  
de chiffre d'affaires en trois ans



Entretien vidéo avec Frédéric Champavère

- ▶ nité d'entrer au capital d'une entreprise innovante dans le domaine de l'électricité. Ou comment se donner les moyens de créer les outils de demain.

### DEUX BREVETS PAR MOIS

Pour les dirigeants de Sam Outils, croissance externe et innovation sont indissociables. La PME stéphanoise, inventeur historique du coupe-boulon, continue de créer et dépose en moyenne deux brevets par mois. Une cellule R&D a été constituée, qui emploie désormais une dizaine de personnes. Cet effort d'innovation a no-

*« Il faut réinvestir en R&D pour créer les outils de demain »*

tamment permis à l'entreprise de lancer, l'an dernier, un compresseur portatif destiné à alimenter l'outillage pneumatique (clé à choc, coupe-boulon...). De la taille d'une bouteille d'air comprimé, il permet à l'opérateur de travailler dans les milieux exigus, humides ou sans électricité. Une innovation qui pourrait rapidement se traduire par plusieurs millions d'euros de chiffre d'affaires. ■

YANN PETITEAUX



LE COMPRESSEUR PORTATIF, UNE INNOVATION QUI FACILITE LE TRAVAIL DANS LES LIEUX DÉPOURVUS D'ÉLECTRICITÉ.

© SAM Outils

## CELNAT CULTIVE LA CROISSANCE DURABLE

Le spécialiste des produits céréaliers bio enregistre une croissance régulière depuis 1979. La cinquième génération mise sur l'export.



CHACQUE LOT DE CÉRÉALES BIO SUBIT UN CONTRÔLE QUALITÉ APPROFONDI POUR GARANTIR SON INNOCUITÉ ET SES QUALITÉS NUTRITIONNELLES.

© Vincent Joffre

**L**a croissance à tous crins ? Très peu pour Jérôme Celle. Le président du directoire de Celnat préfère de loin la croissance saine et durable. « Diriger une entreprise, c'est plus qu'un marathon, c'est un pèlerinage, estime l'héritier de quatre générations de meuniers. Si l'on fixe dès le départ des objectifs trop élevés, on risque d'épuiser les équipes et les finances de la société. »

Créée en 1979, Celnat fabrique et distribue des produits diététiques (farines, mueslis, pâtes, etc.) à base de céréales biologiques.

### DU STOCKAGE À LA COMMERCIALISATION

Implantée à Saint-Germain-Laprade, près du Puy-en-Velay, l'entreprise de 63 salariés est totalement intégrée, depuis le stockage des céréales jusqu'à la commercialisation des produits finis. Il y a un an, elle a investi 11,5 millions d'euros dans la construction d'un nouveau moulin, l'ancien étant arrivé à saturation. De quoi relancer le potentiel de l'entreprise familiale pour plusieurs décennies...

Jérôme Celle a intégré Celnat en 2001.

À l'époque, la PME est dirigée par son père

et son oncle. Elle réalise alors 10 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit moitié moins qu'actuellement. Aujourd'hui, Jérôme pilote l'entreprise avec son frère Matthieu. Sa sœur et son cousin l'assistent également. « L'export est pour nous un axe de croissance majeur », souligne le dirigeant. L'international représente actuellement 20% des ventes de l'entreprise. Objectif : atteindre les 30% d'ici cinq à huit ans. De fait, Celnat trouve ses principaux débouchés en Espagne, mais aussi en Belgique, au Luxembourg, en Suisse, en Tunisie, au Maroc, dans les pays du Golfe et même en Inde ! Depuis trois ans, elle met l'accent sur le marché japonais, qui représente aujourd'hui 7% de son chiffre d'affaires. ■

YANN PETITEAUX

20 M€  
de chiffre d'affaires

7%  
de croissance moyenne  
continue depuis 1979

# Forézienne MFLS ou l'innovation à pleines dents

MISANT AVANT  
TOUT SUR  
L'EXPERTISE ET  
L'INNOVATION, LA  
PME D'ÉPERCIEUX-  
SAINT-PAUL DIFFUSE  
SES LAMES DE SCIE  
DANS UNE CENTAINE  
DE PAYS À TRAVERS  
LE MONDE.

Innover pour grandir. Avec cette stratégie, Christian Sénégas a transformé une petite affaire artisanale en entreprise industrielle de pointe. Sa société, Forézienne MFLS (Manufacture forézienne de lames de scies), fondée en 1976 avec un salarié, emploie aujourd'hui 230 collaborateurs et croque 70 % du marché français de la lame de scie pour l'industrie du bois. La PME s'est même taillée une solide notoriété

à l'export, ses produits étant commercialisés dans une centaine de pays à travers le monde.

## CONFIDENTIALITÉ MAXIMALE

La petite entreprise d'Épercieux-Saint-Paul, qui dispose aujourd'hui de quatre sites de production, a pris très tôt le virage de l'innovation. « Dès les années 80, nous avons commencé à travailler avec l'Anvar<sup>(1)</sup>, puis nous avons décidé de créer notre bureau d'études interne afin de fabriquer nos propres machines tout en conservant une confidentialité maximale », raconte Christian Sénégas.

## ÉCOLE DES MINES

Aujourd'hui, le bureau d'études de Forézienne MFLS emploie quatre spécialistes et collabore régulièrement avec les équipes de recherche de l'École des mines de Saint-Étienne ou du Cetim<sup>(2)</sup>. « Nous fabriquons des produits que nos clients ne sont pas à même de réaliser », détaille



LA TECHNOLOGIE À L'USAGE DE L'AFFÛTAGE DES LAMES DE SCIE RUBANS.

© Forézienne MFLS

le dirigeant. En 2003, Forézienne MFLS a notamment mis au point une lame de scie dont la durabilité est dix fois supérieure à celle d'une lame classique. La PME est également le leader mondial de la scie à gru-

mes (lames de grande taille servant à débiter les arbres), un produit technique fabriqué sur mesure et à l'unité. Vous avez dit « technologie » ? ■

YANN PETITEAUX

(1) Agence nationale de valorisation de la recherche. (2) Centre technique des industries mécaniques.



© Vincent Poillet

**Emmanuelle Barbot,**

CHARGÉE D'AFFAIRES ENTREPRISES (ROANNE) DU CRÉDIT AGRICOLE LOIRE HAUTE-LOIRE

## « ACCOMPAGNER UN CLIENT QUI A UNE VISION À LONG TERME, C'EST IDÉAL »

« Forézienne MFLS s'est développée en misant sur l'innovation et l'international. Deux sujets que nous plaçons au cœur de notre accompagnement des PME, et que Christian Sénégas a totalement intégrés dans sa vision du métier. Nous sommes la banque partenaire de Forézienne MFLS depuis longtemps et l'on peut dire que le succès de l'entreprise doit beaucoup à la personnalité de son dirigeant. Il a non seulement réussi à traverser les crises, mais aussi à asseoir les positions de l'entreprise jusqu'à en faire l'un des fleurons de la plaine du Forez. » ■

**230** collaborateurs  
**2 000** tonnes de lames fabriquées par an  
**25 M€** de chiffre d'affaires  
**4** ateliers de production  
d'une surface de **23 000 m<sup>2</sup>**



Découvrez-en davantage sur Forézienne MFLS en vidéo



◆ LE TISSU JACQUARD TIRE SON NOM DU LYONNAIS JOSEPH-MARIE JACQUARD, INVENTEUR EN 1801 DU MÉTIER À TISSER SEMI-AUTOMATIQUE. L'ENTRECROISEMENT DES FILS DE CHÂÎNE ET DE TRAME PERMET DE CRÉER UNE MULTITUDE DE MOTIFS.

# « Le textile éthique, un modèle économique rentable »



Rencontre avec Éric Boël, dirigeant des Tissages de Charlieu, une PME centenaire devenue leader sur son marché.

### Le tissage et le Roannais, c'est une vieille histoire ?

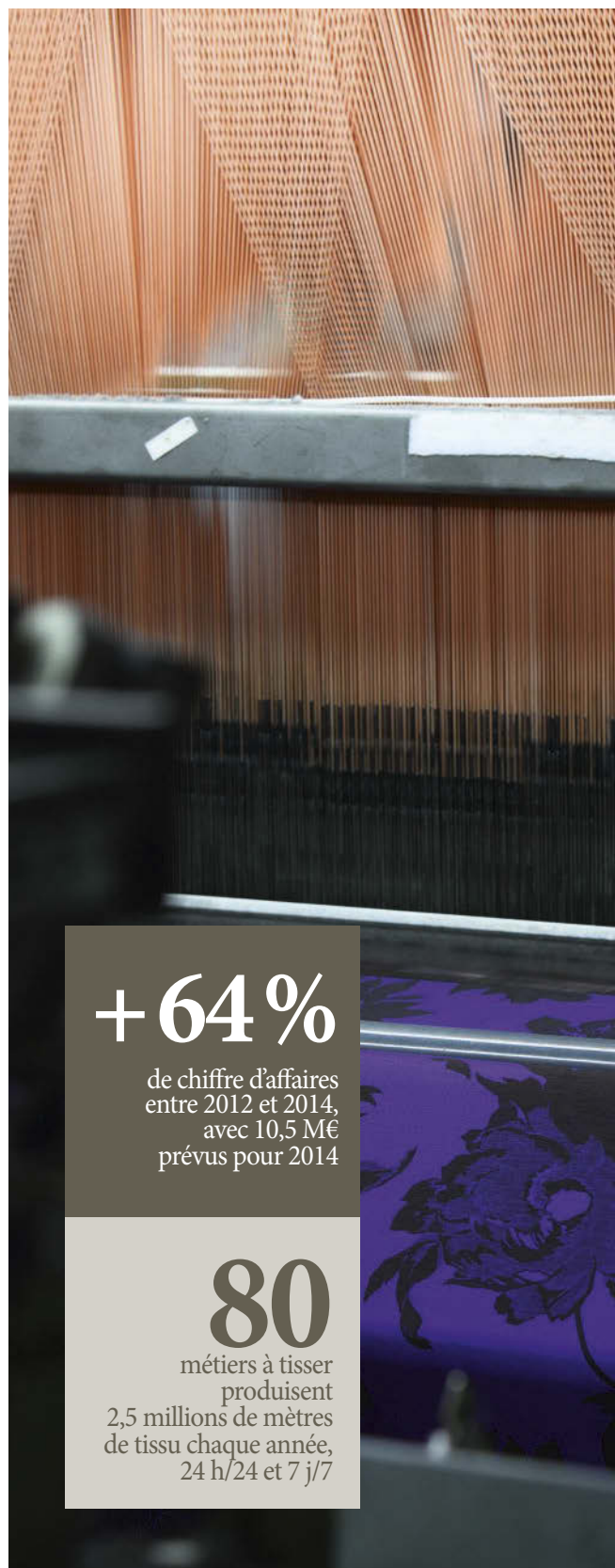
E. B. : « À Charlieu, la corporation des tisserands se perpétue en effet depuis 1540. Nous sommes héritiers de ce savoir-faire multiséculaire, mais aussi d'une technologie complexe née au début de l'ère industrielle, le tissage Jacquard. J'ai repris les Tissages de Charlieu en 1997 avec l'ambition de valoriser ce patrimoine en produisant des étoffes innovantes, écoresponsables, et en phase avec les attentes des clients. »

### Depuis quinze ans, le textile français a en grande partie été laminé par les importations à bas coût. Votre entreprise a-t-elle traversé des moments difficiles ?

« Nous sommes la preuve vivante qu'une offre *made in France* peut prospérer sur des marchés de niche ! Dans l'habillement féminin, qui représente 70 % de notre activité, la très grande majorité des tissus est achetée plusieurs mois à l'avance en Chine ou en Inde. Mais les marchés de mode, très volatils, ont besoin de réactivité. Nous sommes une variable d'ajustement : nous apportons à nos clients ce qu'ils ne peuvent trouver ailleurs, c'est-à-dire du "juste à temps" et des produits très créatifs. Qui dit variable d'ajustement, dit forte sensibilité au retournement des marchés. L'entreprise a effectivement connu des périodes tendues, notamment en 2009 quand notre chiffre d'affaires a été divisé par deux. Après trois années de crise, nous avons renoué en 2010 avec une croissance à deux chiffres. »

### Quels sont les leviers stratégiques de cette croissance ?

« Sur le plan financier, les bénéfices sont intégralement reversés chaque année dans les fonds propres de l'entreprise. Cela aide à »



+ 64 %

de chiffre d'affaires  
entre 2012 et 2014,  
avec 10,5 M€  
prévus pour 2014

80

métiers à tisser  
produisent  
2,5 millions de mètres  
de tissu chaque année,  
24 h/24 et 7 j/7



© Vincent Poillev/Tissages de Charlieu

STYLISTES, MAÎTRES TISSEURS, NOUEURS, GAREURS ET OURDISSEURS...  
DES MÉTIERS QUI FONT LA RICHESSE DES TISSAGES DE CHARLIEU.

- ▶ passer les « trous d'air » en gardant le personnel et ses savoir-faire, mais aussi à investir dans des métiers à tisser à la pointe de la technologie. Quant à la stratégie de marché, elle s'appuie depuis l'origine sur trois axes. La diversification, d'abord, qui contribue à lisser les cycles de l'habillement : le tiers du chiffre d'affaires est aujourd'hui réalisé grâce aux tissus d'ameublement et aux tissus techniques pour l'industrie spatiale et aéronautique. La créativité, ensuite, grâce à laquelle nous proposons chaque mois 400 nouveaux produits, 12 des 70 salariés se consacrant à plein temps à la recherche-développement et à la création. La réactivité, enfin, qui repose sur la production de petites séries avec des délais de livraison de 15 jours en moyenne grâce à des circuits courts.»

### Ces circuits courts sont-ils l'une des clés d'un modèle économique durable ?

« C'est un levier de la nécessaire mutation de nos entreprises vers un autre modèle de développement. Alors que deux tiers des consommateurs se disent prêts à acheter "vert", le textile durable ne représente que 2,5 % des achats en France. Les raisons de ce décalage ? Une visibilité insuffisante dans la distribution, des produits peu séduisants et des prix 30 à 40 % plus chers. Avec un collectif de PME, nous avons créé Alter-Text pour lever ces freins du marché. Sous ce label, nous proposons des produits à la fois éthiques et créatifs, fabriqués en France, avec un impact environnemental divisé par deux par rapport aux produits *low cost* et dans le respect de standards sociaux parmi les plus élevés de la planète. Grâce à la proximité, nous réduisons le nombre d'intermédiaires et maîtrisons nos marges pour compenser le surcoût du durable et vendre à des prix compétitifs. »

### Quelle part de votre activité représente ce « textile éthique » ?

« Environ un quart de notre production aujourd'hui. Et ces produits bénéficient d'un véritable engouement. À l'image de Létol, notre marque d'écharpes 100 % locales en coton bio : créée en 2011, elle est aujourd'hui vendue dans 15 pays à travers le monde. » ■

PROPOS RECUEILLIS PAR GUY-PATRICK AZÉMAR

## GAEC LA FERME DU GRAND BUISSON - ST-MARTIN-LESTRA

### Le fourrage séché par respect du bio



DR

À la Ferme du Grand Buisson, on est bio de père en fils. Sur leur exploitation de 100 ha, les membres de la famille Notin salarient cinq personnes. Le secret ? Diversification des cheptels et des cultures, transformation sur place et vente directe. Bovins, ovins, caprins, cochons, volailles, sont nourris avec ce qui est produit sur les terres. Mais le maïs bio est un gros consommateur d'eau et demande beaucoup de travail. De plus, le maïs ensilé modifie les qualités organoleptiques de la viande et des produits laitiers. « Nous l'avons supprimé pour le remplacer progressivement par du fourrage séché dans un séchoir ventilé à air chaud, explique Philippe Notin. Ce projet nous tenait à cœur depuis vingt ans. » ■

## CVA SILICONE - ST-VIDAL

### De la tétine au cathéter



© Studioqooq / CVA Silicone

Créée en 1960 par l'inventeur de la tétine de biberon à trois vitesses, CVA Silicone a été rachetée par Nicolas Oternaud en 2008. La fabrication de tétines y pesait alors pour 38 % du chiffre d'affaires. « Ma première décision a été d'arrêter de travailler pour la connectique automobile où les acheteurs imposent des choix injustes, pour nous réorienter vers le médical », raconte-t-il. En effet, la technologie d'injection de silicone liquide, utilisée pour la puériculture, sert aussi à la fabrication de composants sécurisés de cathéters ou de systèmes de transfert de fluides ou de gaz. Résultat six années plus tard : l'activité médicale génère désormais 50 % des ventes, réalisées exclusivement à l'international. Et les tétines ? 20 % ■



# CLETRAL

## Un « champion caché » à Firminy



**85 %**  
du chiffre d'affaires est  
aujourd'hui réalisé à l'export.

© Clextral

ENGAGÉE IL Y A PLUS DE 30 ANS, L'AVENTURE INTERNATIONALE DE CLETRAL A CONDUIT LE FABRICANT DE LIGNES DE PRODUCTION INDUSTRIELLES AUX QUATRE COINS DU MONDE, SANS JAMAIS L'ÉLOIGNER DE SA TERRE D'ORIGINE LIGÉRIENNE.

« **L**es champions cachés ». C'est ainsi qu'Yvon Gattaz, ancien président du CNPF, appelle les entreprises françaises capables de rivaliser avec les meilleures sur les marchés internationaux. Clextral, le leader mondial de l'extrusion bivis (voir définition page suivante), en fait partie. Et c'est depuis Firminy, où elle abrite toujours son siège et emploie plus de 200 salariés sur les sites de Chazeaux et de l'Ondaine, que l'ETI dirigée par Georges Jobard s'est lancée à la conquête de la planète.

### UNE UNITÉ PIONNIÈRE EN FLORIDE

Si, pendant de nombreuses années, l'entreprise a réalisé la majeure partie de son chiffre d'affaires dans l'Hexagone, elle n'en a pas

moins abordé très tôt les marchés internationaux. « Notre premier site international a été ouvert aux États-Unis, à Tampa, en 1983 », confirme Georges Jobard. Une précocité liée au savoir-faire développé par Clextral. « Nous étions la seule entreprise à faire la promotion de l'extrusion bivis dans l'agroalimentaire, ajoute-t-il. Des clients du monde entier nous sollicitaient et le marché américain nous intéressait tout particulièrement, parce que c'était déjà à l'époque le plus important pour l'industrie agroalimentaire. »

Aujourd'hui tournée vers la conception et la fabrication de lignes de production industrielles, Clextral développe son savoir-faire dans trois univers, avec une même ambition : être le leader sur son marché et proposer des solutions différenciantes à ses clients. À l'extrusion, ▶

- qui représente encore les trois quarts de l'activité de l'entreprise (près de 55 M€ en 2013), sont ainsi venues s'ajouter les pompes doseuses de haute précision DKM, notamment pour le nucléaire à partir de 1971, puis les lignes de production de semoule de couscous, après l'acquisition de l'entreprise lyonnaise Afrem, en 2002. Autant de domaines dans lesquels Clextral est allée chercher des relais de croissance à l'international, séduisant au passage les clients les plus prestigieux.

### FOURNISSEUR MAJEUR DES LEADERS MONDIAUX

« Le producteur de semoules de couscous le plus réputé pour la qualité de ses produits est le Marocain Dari Couspate. Il travaille uniquement avec notre process Afrem, car c'est le seul qui est exclusivement conçu pour la semoule de couscous, assure Georges Jobard avec fierté. Avec lui, nous avons poussé très loin l'optimisation du procédé. » Une démarche de qualité optimale que l'entreprise ligérienne duplique également dans les pompes pour

**Trois marchés  
essentiels  
utilisent les lignes  
de production conçues  
et fabriquées  
par Clextral**

le nucléaire ou encore dans ses lignes de production de pâte à papier fiduciaire. « Et là aussi, les plus grands acteurs mondiaux nous suivent, qu'il s'agisse d'EDF dans le nucléaire ou de la Banque centrale de Chine pour le papier fiduciaire », se réjouit-il.

### DES EMPLOIS DANS LES PAYS ÉMERGENTS COMME À FIRMINY

Forte de la confiance de ces prestigieux clients, Clextral a progressivement conforté ses positions en dehors des frontières hexagonales. Aujourd'hui, l'entreprise vend ses équipements dans plus de 90 pays, sur les cinq continents. « En 1989, nous faisons 50 % de notre activité en France, précise Georges Jobard. En 2000, c'est la part de l'activité réalisée dans la zone euro qui représentait 50 % du total, tandis que l'autre moitié était générée en dehors de la zone euro. Depuis 2010, plus de 85 % de notre activité est réalisée à l'export, dont 73 % au grand international. »



Photos : © Clextral

**L'extrusion bivis.** La réussite de Clextral doit beaucoup à l'optimisation continue du procédé industriel d'extrusion bivis. En utilisant deux vis plutôt qu'une, les solutions de l'ETI ligérienne améliorent le taux de cisaillement et de malaxage des matériaux à transformer en produits finement structurés ou texturés. L'attention portée aux facilités de maintenance et aux économies d'eau et d'énergie séduit également de nombreux fabricants de plastiques, pâtes à papier, matériaux composites, produits chimiques et alimentaires.

Comme tout fabricant de process industriel, Clextral se positionne là où se trouvent les gisements de croissance. C'est donc vers les pays émergents que l'entreprise de Firminy se tourne, ouvrant au passage de nouvelles filiales et de nouveaux bureaux commerciaux. De Santiago du Chili à Sidney, en passant par Moscou et Hô Chi Minh-Ville, elle dispose désormais de 10 implantations loin de ses bases historiques. « Mais attention, insiste le dirigeant ligérien, ces unités délocalisées ne vident pas nos deux unités de Firminy de leur substance. Au contraire. Les 50 emplois créés à l'étranger nous ont permis de maintenir, et même de créer des emplois ici. »

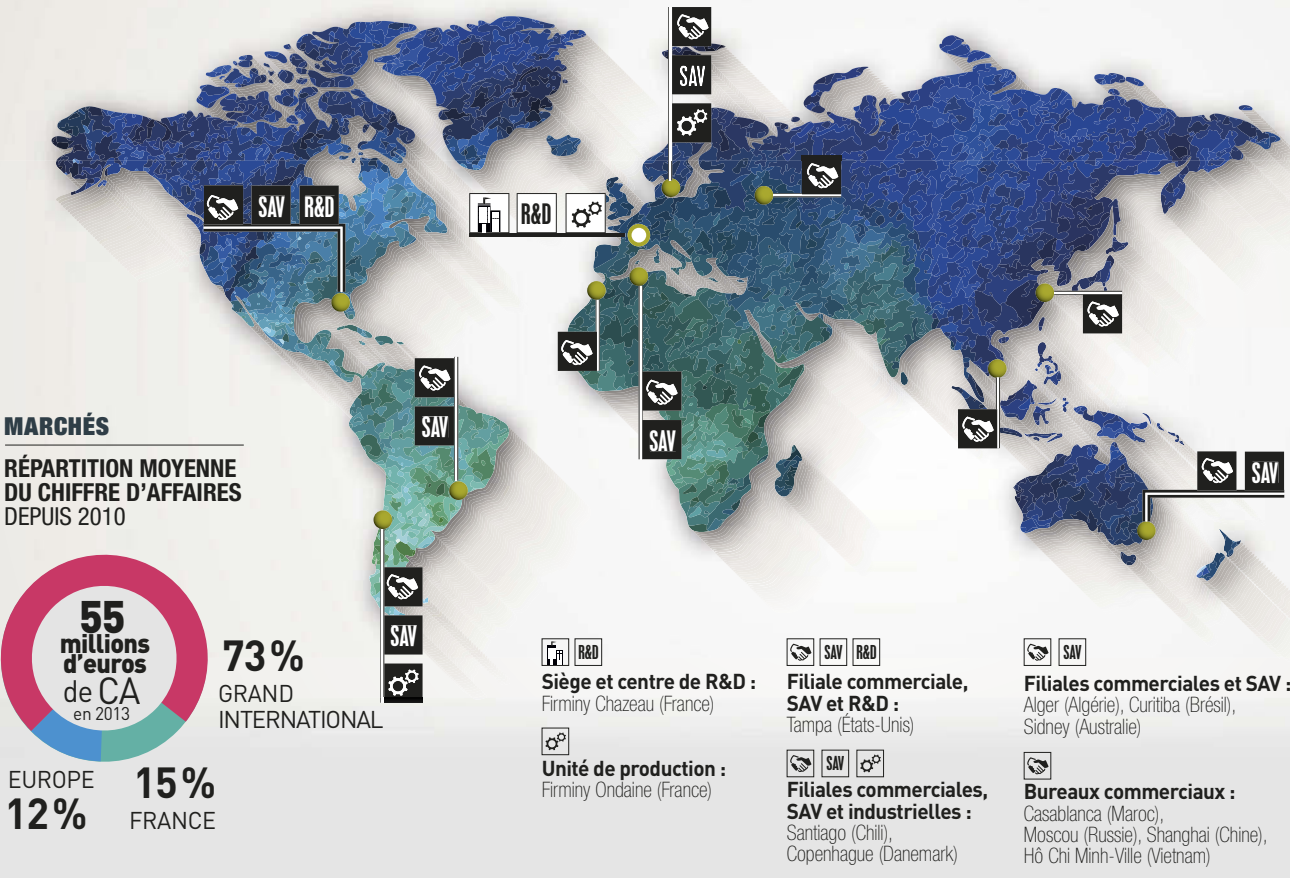
### CAP SUR L'AFRIQUE NOIRE ET L'INDE

Convaincu que les clés du succès résident dans cette stratégie d'expansion au grand international, Georges Jobard pointe désormais du doigt deux terres de conquête auxquelles il pourrait s'attaquer à terme : l'Afrique noire et l'Inde. « Si on regarde l'évolution démographique des 10 à 15 prochaines années, déclare-t-il, c'est là-bas que les classes moyennes vont monter en puissance. C'est donc là-bas que l'industrie va progresser pour accompagner cette évolution. Si c'est le cas, nous devons accompagner ce mouvement. » ■

JACQUES DONNAY

# De Firminy... à Shanghai

Clextrol avance à pas de géant. Elle est présente **dans 90 pays**.  
Les langues parlées dans l'entreprise sont au nombre de 17.



© Vincent Pouillet

**Christophe Mazard,**  
CHARGÉ D'AFFAIRES ENTREPRISES (SAINT-ÉTIENNE) DU CRÉDIT AGRICOLE LOIRE HAUTE-LOIRE

## « PROPOSER UNIQUEMENT LES SERVICES QUI SERVENT LA STRATÉGIE DE CLEXTROL »

« Depuis deux ans, je suis en contact régulier avec Georges Jobard, ainsi qu'avec le directeur financier et le directeur du développement de Clextrol. Estimant que les marchés d'aujourd'hui ne sont pas nécessairement ceux de demain, ils ont une volonté farouche d'en capter de nouveaux. Leur stratégie est donc fondamentalement tournée vers l'innovation et l'international. J'ai assimilé ces deux points pour leur proposer des services qui leur soient

vraiment utiles. D'abord, ils ont été accompagnés par le cabinet Altios pour trouver un nouveau distributeur au Japon (voir page suivante). Ensuite, ils ont joué le rôle de pilote dans le développement de notre service de *cash management* international. Il s'agit de faciliter la gestion des paiements enregistrés partout à travers le monde. Peu à peu, les sujets sur lesquels Clextrol nous sollicite s'élargissent, ils nous font confiance... Nous sommes devenus leur banquier référent. » ■

# « Nous apportons un filet aux entreprises qui se lancent à l'international »

Confrontés à un marché hexagonal atone, de plus en plus de dirigeants envisagent de développer leurs ventes à l'étranger. **Le Crédit Agricole Loire Haute-Loire lance un dispositif détonnant pour les y aider.**

## L'international attire...

« Bien sûr, c'est un relais de croissance très prisé. Mais pour un chef d'entreprise qui n'a jamais abordé les marchés étrangers ou qui exporte depuis toujours dans le même pays, se développer à l'international apparaît parfois comme un défi risqué. »

## Que faites-vous pour ces dirigeants qui veulent se lancer avec un soutien ?

« Nous avons décidé de leur proposer une aide qui fera la différence... pour eux comme pour nous, car elle est très singulière en Loire et en Haute-Loire. Non seulement nous les mettons en relation avec un cabinet d'ac-

compagnement opérationnel à l'international – Altios – mais en plus, nous sécurisons financièrement cet accompagnement.

## Comment fonctionne cette relation entre l'entreprise, le Crédit Agricole et Altios ?

« Altios étudie la pertinence du projet de développement à l'international de l'entrepreneur. Après validation, le cabinet réalise un diagnostic pays et organise une semaine de rendez-vous clés dans le(s) pays cible(s)... Traditionnellement, le rôle du Crédit Agricole se limitait à la mise en relation entre les deux parties. Depuis cette année, nous allons plus loin, en prenant en charge l'in-

tégralité de l'intervention d'Altios à travers notre nouveau dispositif International et Innovation de soutien aux entreprises. »

## Combien le Crédit Agricole Loire Haute-Loire investit-il dans ce dispositif ? À combien d'entreprises pourrait-il profiter ?

« En neuf mois de l'année 2014, nous avons validé treize missions d'accompagnement, dont le montant varie entre 8 000 et 12 000 €. Au total, entre 2014 et 2016, nous avons prévu un budget de 750 000 €. Toutefois, notre intervention ne se limite pas au règlement des frais de la mission Altios. Après

la mission, quand notre client entre de façon effective dans une démarche d'exportation, nous pouvons aussi prendre en charge le coût de la contre-garantie BPI sur le crédit qu'il contracte, le cas échéant, pour se développer à l'international. »

## Est-ce que toutes les entreprises peuvent en bénéficier ?

« Chaque cas est différent et toutes les entreprises n'ont pas vocation à s'internationaliser. Le conseil le plus judicieux que je peux donner à nos clients est d'en parler avec leur chargé d'affaires. » ■

PROPOS RECUEILLIS PAR JACQUES DONNAY



**Denis Murgier,**  
RESPONSABLE DU MARCHÉ ENTREPRISES  
DU CRÉDIT AGRICOLE LOIRE HAUTE-LOIRE

## LES 5 DÉFIS STRATÉGIQUES DES CHEFS D'ENTREPRISE

- 1** **Trouver** de nouveaux territoires de clientèle et se lancer à l'international
- 2** **Réaliser** des investissements de productivité pour gagner sur les coûts
- 3** **Se différencier** grâce à l'innovation
- 4** **Attirer** les talents et assurer la stabilité sociale de l'entreprise
- 5** **Renforcer** le capital de l'entreprise (en fonds propres ou en dette long terme)

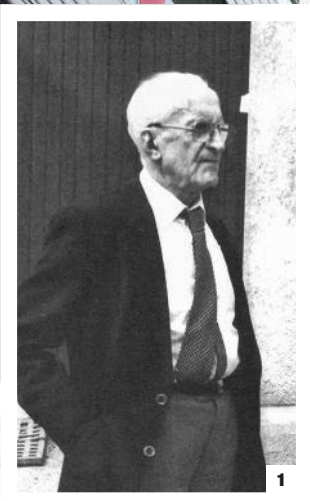
# 35

nouveaux clients ont été accompagnés à l'international par le Crédit Agricole Loire Haute-Loire en 2014, via son service spécialisé installé à Saint-Étienne (crédit documentaire, paiements et gestion du risque de change).

# Blanchet MORAL D'ACIER POUR MÉTALLERIE HIGH-TECH

ESPRIT DE FAMILLE ET MONTÉE EN COMPÉTENCES ONT FAÇONNÉ L'ÉVOLUTION DU GROUPE BLANCHET ET, PLUS PARTICULIÈREMENT, DES MÉTALLERIES DU FOREZ, DONT **L'HISTOIRE DIT BEAUCOUP DE SON ATTACHEMENT AU TERRITOIRE LIGÉRIEN.**

**B**assin houiller oblige, la Loire a bâti son économie sur la sidérurgie et la métallurgie. Et si les houillères ont commencé à décliner au sortir de la Seconde Guerre mondiale, la métallurgie et la sidérurgie y sont restées longtemps actives. L'histoire des Métalleries du Forez s'inscrit dans ce contexte, avec ceci de particulier qu'elle est intimement liée à celle de ses dirigeants. Car la famille Blanchet fait partie de ces lignées d'entrepreneurs qui ont façonné l'histoire économique de la Loire. ▶



1

## André et Jean Blanchet La fibre d'entreprendre

**M**écanicien dans la Marine nationale et homme de devoir, passionné par la ferronnerie d'art et le travail du métal, André Blanchet revient en 1941 à Montbrison, sa ville d'origine, afin d'y lancer sa propre affaire. Les établissements Blanchet sont nés. Forte de cinq salariés à l'époque, cette petite entreprise artisanale a pour activités principales la serrurerie, la ferronnerie et l'entretien de matériel agricole. Touche-à-tout particulièrement habile, André Blanchet embauche son fils Jean, pour sa fibre entrepreneuriale. Celui-ci inscrit la structure familiale dans la polyvalence, avec des activités qui vont à l'époque de la réparation de serrures à la métallerie, en passant par la mise en place de vitrines, la fabrication de portes de magasins...

**1941**  
Création par  
André Blanchet.

**1973**  
Jean Blanchet  
transforme l'entreprise  
en SARL, sous  
l'enseigne des  
Métalleries du Forez.

**1992**  
L'entreprise participe  
à la réalisation de la  
gare TGV de Lyon-  
Saint-Exupéry.

**1999**  
Jacques Blanchet  
devient directeur  
général.



2 3



**1. ANDRÉ BLANCHET, LE FONDATEUR. 2. LES LOCAUX DES ÉTABLISSEMENTS BLANCHET À LEUR CRÉATION. 3 ET 4. EN 2011, LES ATELIERS SONT PASSÉS DE 9 000 M<sup>2</sup> À 17 000 M<sup>2</sup> DE SURFACE DE PRODUCTION. 5. SOUDAGE DE HAUTE PRÉCISION.**

Photos : Métalleries du Forez

► Tout commence en 1941, avec André Blanchet, alors mécanicien sur les navires de la Marine nationale, qui fonde les établissements Blanchet. L'activité, à dimension artisanale, se concentre sur la serrurerie, la ferronnerie et la réparation de matériel agricole. Plus de 70 ans plus tard, la PME est présente sur tout le territoire français avec 26 millions d'euros de chiffre d'affaires et 140 salariés répartis sur deux sites de production à Montbrison, auxquels s'ajoutent des bureaux à Lyon et à Saint-Étienne. L'atelier de la menuiserie a par ailleurs été repris en 2013 à Chambéry. C'est dire l'évolution qu'a connue la petite entreprise de centre-ville d'André Blanchet, lancée avec cinq employés seulement...

### DE LA MENUISERIE TRADITIONNELLE AU « CLOS COUVERT »

C'est en 1973 que la société connaît sa première grande évolution, lorsque Jean Blanchet, fils d'André, transforme la structure artisanale en SARL et l'installe dans la zone industrielle de Vaure, à Montbrison. Les Métalleries du Forez sont nées. Malgré les difficultés de la période – on est en plein choc pétrolier – la société se développe sous l'impulsion du nouveau dirigeant et de son associé, Philippe Griot. Le cœur de métier devient la métallerie dite traditionnelle : fabrication de garde-corps, de châssis, menuiserie acier... Jean Blanchet s'efforce aussi d'innover. Les Métalleries du Forez

7



#### QUELQUES SIGNATURES RÉCENTES

6. CHÂSSIS EN ALUMINIUM DES FAÇADES (BUREAUX CHÂTEAUCREUX, À SAINT-ÉTIENNE).  
 7. HABILLAGE DE FAÇADE EN TUBE INOX (LE FIL, À SAINT-ÉTIENNE).  
 8. MUR RIDEAU À FACETTES (COMPLEXE AQUATIQUE DE SAINT-MAURICE-DE-BEYNOST).

Photos : Studio a'Graf/Métalleries du Forez

8



4 5



ancrent ainsi leur évolution dans la diversification : la menuiserie aluminium puis le « clos couvert » (la réalisation de l'enveloppe du bâtiment) font leur apparition dans les ateliers. Ils deviendront les fers de lance de la croissance de l'entreprise dans les années 80 et 90.

#### GRANDIR EN GARDANT LES PIEDS SUR TERRE

Entreprise résolument familiale, les Métalleries du Forez poursuivent leur aventure avec l'arrivée de Jacques Blanchet, petit-fils du fondateur. « Je suis entré dans l'en-

#### La diversification dans la menuiserie, puis le « clos couvert », a servi de levier au développement

treprise dès la fin de mes études, en 1991, explique Jacques Blanchet. Cela m'a permis d'ap-

prendre sur le terrain, au contact des différents métiers qui font notre entreprise : l'atelier de fabrication, la pose, le bureau d'études, la conduite de travaux, le commercial. »

Un parcours qui signe une volonté de découvrir par soi-même et de comprendre l'humain qui se cache derrière chaque métier. Car Jacques Blanchet entend garder la tête froide et les pieds sur terre avant de diriger à son tour : directeur ▶

2002

Jacques Blanchet devient président.

2008

Blanchet réalise la structure métallique de la façade du Zénith de Saint-Étienne.

2009

Chantier de la Cité du design avec la rénovation de la grille d'honneur de la « Manu ».



© Studio a Graf/Métalleries du Forez

**L'OMBRIÈRE PHOTOVOLTAÏQUE DÉVELOPPÉE PAR BLANCHET EST INNOVANTE, DESIGN ET ÉCORESPONSABLE.**

- général en 1999, il devient président en 2002 lorsque son père prend sa retraite. Et là encore, le changement de main annonce une nouvelle ère pour l'entreprise.

Les mauvaises années 1995-1997 passées, Jacques Blanchet et ses associés reprennent une société en pleine santé. Avec un chiffre d'affaires de plus de 13 millions d'euros en 2002, un effectif de 93 salariés et des investissements constants depuis ses débuts, l'entreprise Blanchet mise désormais sur la spécificité de ses savoir-faire : spécialisation dans les réalisations complexes, via une nouvelle activité de menuiserie aluminium et acier, un bureau d'études intégré de 12 personnes et une expertise rare en métallerie « feu » – Blanchet étant l'une des dix structures françaises certifiées dans ce domaine. « Notre spécialité, ce sont ce que nous appelons les "moutons à cinq pattes", les chantiers à forte technicité », sourit Jacques Blanchet, qui sait que le défi technique apporte une motivation supplémentaire à ses équipes comme à lui-même.

### AU-DELÀ DU MARCHÉ LOCAL

Avec cette spécialisation qui s'ajoute aux travaux plus standard, Blanchet continue de se développer, à tel point qu'il faut déménager une partie des ateliers. « Nous avons eu de belles années entre 1999 et 2009. Nous en avons profité pour étendre notre site de production, poursuit Jacques Blanchet. Nous sommes passés de 9 000 m<sup>2</sup> à plus de 17 000 m<sup>2</sup> en 2011, en installant nos activités menuiserie aluminium, menuiserie acier et tôlerie dans des locaux de la zone des Granges. » Cette

## Jacques Blanchet Un dirigeant impliqué dans la vie locale

Attaché à la Loire, Jacques Blanchet est un dirigeant étonnant. Passé par tous les échelons de l'entreprise familiale, il en devient le directeur général en 1999, puis le président en 2002. Titulaire d'un BTS en constructions métalliques et d'une licence en gestion d'entreprise, il est un gestionnaire avisé. Sous sa direction, l'entreprise a développé son activité jusqu'à doubler son chiffre d'affaires (de 12 millions d'euros en 2002 à près de 26 millions d'euros en 2014). Engagé, il fut président de

la Fédération du BTP de la Loire de 2007 à 2014, et est aujourd'hui à la tête de la Fédération régionale du bâtiment.

### Des fonctions qui ont affûté son regard sur l'état économique de sa région.

« La Loire est un territoire bien trop discret, assure-t-il. Son tissu industriel de grande qualité demeure méconnu. » Il sait que les temps sont durs mais croit fermement en l'avenir : « Notre devoir est d'intéresser les jeunes à nos métiers, de sans cesse douter et de nous poser des questions, de nous former et de nous réorganiser pour répondre aux enjeux du futur. Notre défi aujourd'hui, c'est de développer des constructions aux performances énergétiques toujours meilleures. »



© Métalleries du Forez

extension sur la friche Sullair montre une nouvelle fois que l'entreprise est viscéralement liée à Montbrison et au Forez.

Mais si les premières réalisations de Blanchet équipaient à 100 % le marché local, la donne a bien changé. La renommée de l'entreprise a dépassé les frontières ligériennes et rhône-alpines : depuis les premiers grands chantiers de métallerie comme la gare TGV de l'aéroport Saint-Exupéry de Lyon en 1992, Blanchet est intervenu sur de nombreuses infrastructures emblématiques, à l'instar du Zénith de Saint-Étienne, du Palais de la glisse à Marseille ou de l'hôpital Cochin à Paris. Et l'histoire ne s'arrêtera certainement pas là : la conjoncture n'étant pas propice à l'activité du bâtiment, la direction et l'ensemble des collaborateurs misent sur une nouvelle évolution qui passe par l'indispensable travail de recherche, de développement et d'innovation. À preuve, cette ombrière photovoltaïque inédite mise au point dans les ateliers Blanchet qui atteste de la volonté du dirigeant d'orienter l'activité de l'entreprise vers la performance énergétique – et, tout simplement, vers le futur. ■

NICOLAS BROS

2012  
Jacques Blanchet  
est décoré de la  
Légion d'honneur.

2013  
Rénovation  
du palais de  
justice de Lyon,  
Les 24 colonnes.

2014  
Travaux sur le  
nouveau siège du  
groupe LVMH.



Découvrez  
le groupe Blanchet  
en vidéo en  
flashant ce code





© Studio a Graf/Métalleries du Forez

## Une rénovation à dimension historique

Parmi les réalisations les plus emblématiques de la société Blanchet au cours des dernières années figure la rénovation de la grille d'entrée de l'ancienne manufacture d'armes de Saint-Étienne. Remise en place en septembre 2009 pour marquer l'entrée de la nouvelle Cité du design, cette grille a permis à Blanchet de mettre en avant son savoir-faire originel en ferronnerie d'art. Le tout sur une grille inscrite à l'inventaire des Monuments historiques depuis mars 2006, mais surtout sur un symbole de la « Manu » qui marqua l'histoire industrielle stéphanoise de 1864 à 2001.



## Les 3 agences entreprises du Crédit Agricole Loire Haute-Loire

### À Saint-Étienne

Agence Crédit Agricole Entreprises Loire Sud

**Directeur d'agence : André Rochefort**

94, rue Bergson - BP 153

42000 Saint-Étienne

Tél. : 04 77 74 16 10

st-etienne.entreprises@ca-loirehauteloire.fr

### À Roanne

Agence Crédit Agricole Entreprises Loire Nord

**Directeur d'agence : Florent Fougerouse**

Allée Sébastien

42303 Roanne Cedex

Tél. : 04 77 72 04 71

roanne.entreprises@ca-loirehauteloire.fr

### Au Puy-en-Velay

Agence Crédit Agricole Entreprises Haute-Loire

**Directeur d'agence : Delphine Fabre**

41, place du Breuil

43000 Le Puy-en-Velay

Tél. : 04 71 06 66 59

lepuy.entreprises@ca-loirehauteloire.fr

## Faites appel à des experts

### FLUX ET PLACEMENTS DE TRÉSORERIE

**Agnès Grange**

Tél. : 04 77 79 56 34

Port. : 06 77 27 80 92

agnes.grange@ca-loirehauteloire.fr

### INTERNATIONAL

**Nathalie Carret**

Tél. : 04 77 79 56 56

nathalie.carret@ca-loirehauteloire.fr

### ÉPARGNE SALARIALE ET RETRAITE

**Gérard Marechet**

Tél. : 04 77 79 57 48

Port. : 06 37 17 91 58

gerard.marechet@ca-loirehauteloire.fr

### INGÉNIERIE FINANCIÈRE

**Laurent Le Henaff**

Port. : 06 58 58 31 02

laurentlehenaff@ca-loirehauteloire.fr

**Bernard Comptour**

Port. : 06 37 17 41 04

bernard.comptour@ca-loirehauteloire.fr

## Territoire d'ENTREPRENEURS Loire Haute-Loire

est une publication du groupe Uni-éditions réalisée par son agence éditoriale interne MIG, sur une initiative de la Caisse régionale du Crédit Agricole Loire Haute-Loire.

### DIRECTION DE LA PUBLICATION

Véronique Faujour

### DIRECTION ÉDITORIALE

Gérard Ouvrier-Buffet

Directeur général de la Caisse régionale du Crédit Agricole Loire Haute-Loire

### COMITÉ DE RÉDACTION

Caisse régionale du

Crédit Agricole Loire Haute-Loire :

Christophe Balichard, René Du Lac,

Pierre Lecuyer, Denis Murgier, Régis Sanial

### CONCEPTION ÉDITORIALE ET RÉDACTION EN CHEF

Chloé Le Pape-Varnier

### CONCEPTION ET DIRECTION ARTISTIQUE

Laurent Villemont

### RÉDACTION

Guy-Patrick Azemar, Nicolas Bros, Jacques

Donnay, Carol Galand, Antoine Masson,

Géraldine Pascaud-Rasse, Yann Petiteaux

### MAQUETTE

Sophia Mejdoub

### SECRETARIAT DE RÉDACTION

Laurence Balan, Véronique Tran Vinh

### PHOTOS

Couverture : Vincent Poillet,

Crédit Agricole Assurances

### AGENCE ÉDITORIALE MIG

22, rue Letellier, 75739 Paris Cedex 15

01 43 23 17 97 - agencemig@uni-editions.com

### ÉDITEUR

Uni-Éditions SAS

Siège social : 22, rue Letellier

75015 Paris

Actionnaire : Crédit Agricole SA

### IMPRESSION

Imprimerie Chirat

744, rue de Sainte-Colombe

42540 Saint-Just-la-Pendue

### PHOTOGRAVURE

Reproscan

ISSN : en cours

Dépôt légal : janvier 2015

Diffusion à 20 000 exemplaires au sein du réseau Crédit Agricole et à 3 000 exemplaires en tant que supplément gratuit du magazine *Entreprendre* dans les départements de la Loire et de la Haute-Loire (distribution MLP)



RENDEZ-VOUS SUR NOTRE SITE  
**www.ca-loirehauteloire.fr**

### Accès direct



**ENTREPRISES**



**PROFESSIONNELS**



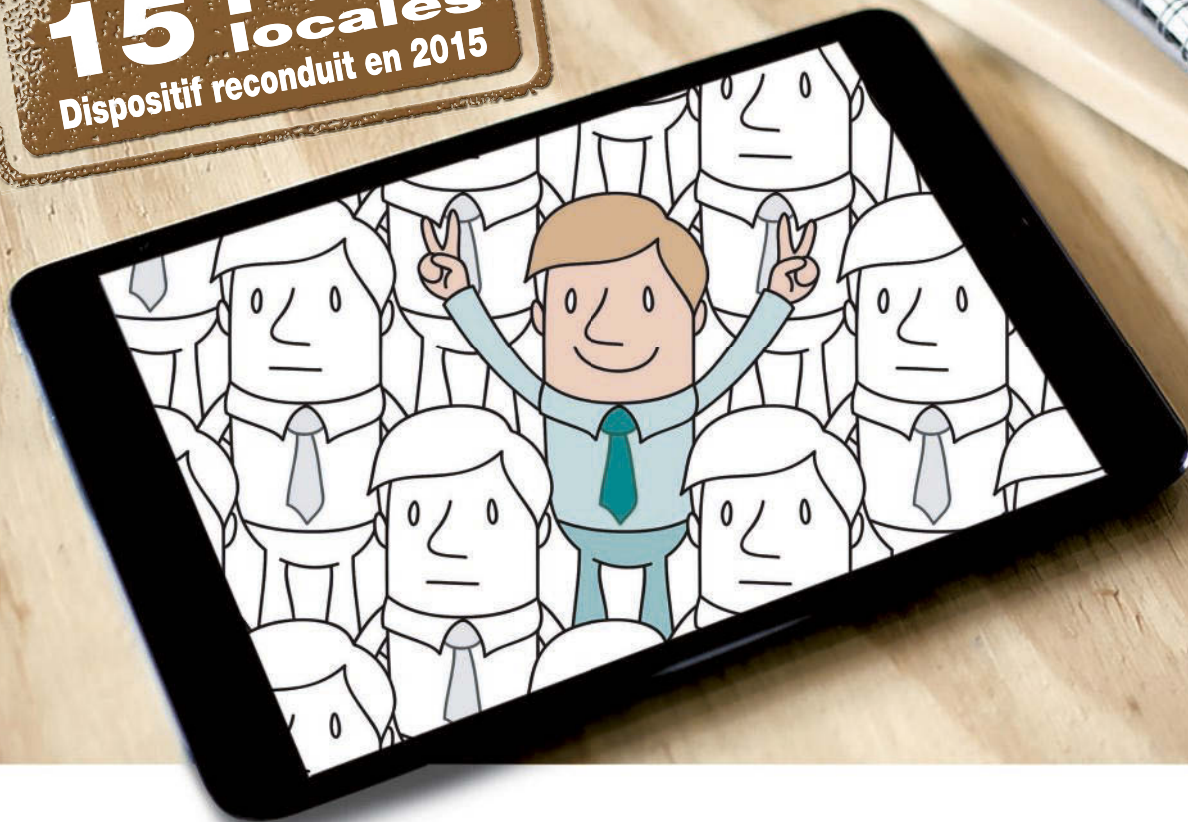
**AGRICULTEURS**

### UN COMMENTAIRE, UNE SUGGESTION, UN AVIS ?

Envie d'être alerté de la sortie du prochain numéro ?

Ecrivez-nous à [territoire.entrepreneurs@ca-loirehauteloire.fr](mailto:territoire.entrepreneurs@ca-loirehauteloire.fr)

Bénéficiaires en 2014  
**15 PME**  
locales  
Dispositif reconduit en 2015



# Soutenir les PME... le Crédit Agricole passe à l'action !

Le Crédit Agricole Loire Haute-Loire lance **3 mesures** fortes et novatrices en faveur des **entreprises** de notre territoire. Un engagement utile, coopératif et différent, pour soutenir l'économie locale en favorisant deux leviers de compétitivité : l'**Innovation** et le développement **International**.

## ACCOMPAGNER LES PME À L'INTERNATIONAL GRÂCE À :

- **une mission de prospection à l'étranger** : parmi les entrepreneurs, bénéficiaires du programme d'accompagnement à l'International proposé par Altios, certains bénéficieront d'une prise en charge, par le Crédit Agricole Loire Haute-Loire, des frais de mission à l'étranger<sup>1</sup> : étude de marché sur un pays ciblé (offre, clientèle, concurrence, fiscalité, tarifs douaniers...) et une semaine de rendez-vous clé.
- **un crédit développement à l'international** : certains entrepreneurs bénéficieront d'une prise en charge, par le Crédit Agricole Loire Haute-Loire, des coûts de commission de la garantie BPI<sup>2</sup> dans le cadre d'un crédit dédié au développement international.

## SOUTENIR LES PME DANS LEUR DÉMARCHE D'INNOVATION, AVEC :

- **le crédit Innovation** : certains entrepreneurs bénéficieront d'une prise en charge, par le Crédit Agricole Loire Haute-Loire, des coûts de commission de la garantie BPI<sup>2</sup> dans le cadre d'un crédit en faveur de l'innovation.

<sup>1</sup> Les bénéficiaires seront désignés d'un commun accord entre le Crédit Agricole Loire Haute-Loire, et Altios, selon des critères d'éligibilités prédéfinis. Le coût unitaire moyen de prise en charge est de 8.000 Euros HT selon les pays cibles.

<sup>2</sup> Les bénéficiaires seront désignés d'un commun accord entre le Crédit Agricole Loire Haute-Loire, et la Banque Publique d'Investissement, selon des critères d'éligibilité prédéfinis.

Renseignements : tél. 0810 42 43 42 - [www.ca-loirehauteloire.fr](http://www.ca-loirehauteloire.fr)



LOIRE HAUTE-LOIRE  
BANQUE ET ASSURANCES

Le bon sens a de l'avenir →



ON TROUVE TOUT  
SUR INTERNET,  
MÊME LES CLEFS POUR  
MONTER SA BOÎTE.

**# JESUISENTREPRENEUR.FR**

Le site d'accompagnement à la création  
de votre entreprise étape par étape.



LOIRE HAUTE-LOIRE  
BANQUE ET ASSURANCES

Le bon sens a de l'avenir