

éco 121

LE MENSUEL DES DÉCIDEURS DES HAUTS-DE-FRANCE

JUILLET - AOÛT 2024

#142

www.eco121.fr

D 28899 -142 - F: 7,50 €



MOTOBLOUZ
MET LES GAZ P.34

L'EDHEC MOBILISE 270 M€ POUR REPENSER L'ENTREPRISE



Emmanuel Métais, le directeur de la business school nordiste, dévoile son plan stratégique 2024-2030, avec de grandes ambitions sociétales. P.36

→ CITÉ DE L'IA, SAISON 2 P.22

→ CLUB ECO 121 : COMMENT LE LOUVRE-LENS A DYNAMISÉ TOUT UN TERRITOIRE P.44



Partenaire Premium de l'évènement le plus populaire de 2024.

BANQUE
POPULAIRE
NORD 



Signes faibles

Notre région s'est positionnée avec beaucoup de réussite jusqu'ici dans la filière naissante de la batterie électrique. Elle a même fait carton plein puisque les cinq méga-usines programmées en France le sont chez nous : ACC (Douvain), AESC Envision (Douai), Verkor et ProLogium (Dunkerque) et Tiamat (Amiens). Ajoutons les usines amont pour les matières premières (comme XTC-Orano, à Dunkerque), et l'aval, avec la récupération de la fameuse « black mass », plusieurs usines étant programmées dans la région, sans parler des tests (CRITT M2A, à Bruay-la-Buissière) ou encore de la régénération. Sans compter la formation massive, avec le plan Electro'Mob. Bref, une structuration de filière particulièrement spectaculaire et rapide, appuyée par une politique volontariste de soutien à la décarbonation. Le sujet est clé : il s'agit de réindustrialisation, de souveraineté énergétique, de milliards d'euros et de milliers d'emplois.

Mais plusieurs signaux d'alerte commencent à s'allumer. ACC a annoncé suspendre ses projets en Allemagne comme en Italie. Yann Vincent, son dirigeant, déclarait récemment que le rythme du marché n'était pas aussi rapide que les prévisions et que la question du prix des batteries de-

meurait cruciale. L'Europe s'est (enfin) emparée du sujet et des droits de douane vont s'appliquer dès ce mois de juillet. Non sans craintes pour les constructeurs européens comme BMW qui ont monté des usines en Chine et dont les voitures risquent d'être hors marché. Les fabricants chinois sont du reste pied au plancher pour inonder le Vieux Continent, avec des dizaines de milliers de véhicules parkés sur les plateformes portuaires.

Rien de surprenant à tous ces à-coups dans une filière émergente, sur fond d'ultimatum politique inconséquent par le parlement européen, sans la moindre étude d'impact, comme le soulignait le président de Renault, Jean-Dominique Sénard récemment.

Cette situation interpelle alors que notre région a tant misé sur la filière. Les plus anciens se souviendront de la période où Clermont-Ferrand comptait pas moins de 28 000 salariés de Michelin, avant un long déclin et la perte de ... 17 000 emplois. Comparaison n'est pas raison. Notre économie régionale est très diversifiée, bien loin de la mono-industrie auvergnate de l'époque. Mais une très grande vigilance s'impose, surtout dans le climat d'incertitude extrême dans lequel entre la France.



Photo ©GregLeduc

sommaire

TENDANCES 4-11

- Top : Le Critt M2 enchaîne les partenariats
- Flop : Grosse désillusion et sortie de route pour InformaTruck
- Vetbiolix redirige des candidats médicaments vers les chiens et chats

GRAND ANGLE 12-17

- Photoreportage : Dans les coulisses de Rapid Flyer

TERRITOIRES 18-35

- La Cité de l'IA, saison 2 !
- Reg acquiert le spécialiste des pompes ERTF
- Motoblouz met les gaz

ENTREPRENDRE 36-45

- L'Edhec lance un plan colossal de 270M€
- Lesaffre décarbone massivement son usine marquoise
- Commet le Louvre-Lens a dynamisé tout un territoire

DÉTENTE 46-48

- 4 questions à Fleur Morfoisse, la directrice du musée des Beaux-Arts de Valenciennes
- Le Pulpe : mariage réussi entre décontraction et maîtrise

À PROPOS D'ECO121

Notre magazine est édité par la société Ecopresse. Celle-ci est détenue par trois collèges d'actionnaires représentatifs de l'économie des Hauts-de-France. Le principal pool, de 56%, est constitué de 35 chefs d'entreprises. Le deuxième collège, financier, rassemble Finorpa, Nord Création et la Caisse d'Épargne Hauts de France qui contrôlent 33% des parts.

Le dernier bloc est détenu par la Voix du Nord (11%) au titre du collège professionnel. L'indépendance éditoriale du journal est garantie par une charte signée par la totalité des actionnaires. Multicanal, Eco121 est également présent sur le web (www.eco121.fr) où il diffuse un flux régulier d'actus, sur LinkedIn et sur twitter (@eco121).

éco121

est édité par Ecopresse, SAS au capital de 162 K€
Siret 528 819 485 00038
Siège social : Ecopresse - Parc Riveo
300 rue de Lille -
59520 Marquette-lez-Lille
Tél. : 03 55 33 21 05 / www.eco121.fr

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Olivier Verley
DIRECTEUR DE LA RÉDACTION
Olivier Ducuing
RÉDACTEUR EN CHEF
Yann Suty

JOURNALISTE
Julie Kiavué
ONT PARTICIPÉ À CE NUMÉRO
Didier Nicolas
François Prillieux
DIRECTEUR ARTISTIQUE
Grégory Leduc

PUBLICITÉ
Rossilé Conseil Médias
Tél. : 03 20 78 42 34
contact@rossileconseilmedias.fr

SECRETARIAT GÉNÉRAL
Krisztina Bonieux
Tél. : 03 55 33 21 05

IMPRIMEUR
Imprimerie Jean-Bernard
Groupe Techniphoto
ZAC de Ravennes les Francs
Rue d'Amsterdam
59910 Bondueux

ISSN : 2109-3792

DÉPÔT LÉGAL : à parution



PATRICE PENNEL RACCROCHE

Le président régional du Medef depuis juillet 2019, Patrice Pennel, met un terme à son mandat. C'est Philippe Lorban, entrepreneur de la Sambre et président du Medef Sambre Avesnois, qui devrait lui succéder le 4 juillet, étant *a priori* le seul candidat en lice. Patrice Pennel prend en parallèle la présidence de la Société Industrielle du Nord de France (SINF).

La banque verte mise sur les dirigeants

Le Crédit Agricole Nord de France se structure pour accompagner les dirigeants, clients fortunés et grandes familles. La caisse régionale vient de se doter d'une direction *ad hoc*, aux équipes doublées, pour accompagner les dirigeants d'entreprises de plus de 3 M€ de chiffre d'affaires ou dont le patrimoine dépasse les 3 à 5 M€. La banque compte déjà 1 200 clients dirigeants mais affiche « l'ambition d'être un acteur incontournable de la région », selon Aurore Bonnay, qui dirige cette nouvelle banque du dirigeant et de la gestion de fortune.

GAZETTE MENSUELLE



Une nouvelle page s'ouvre pour La Gazette Nord-Pas-de-Calais. A partir de septembre, le spécialiste des annonces légales, historiquement bi-hebdomadaire, se réinvente en magazine mensuel, avec une ligne éditoriale inchangée : l'actualité économique et juridique de la région.

Votre Top 5

LES ACTUS LES PLUS LUES SUR NOTRE SITE ECO121.FR

- 1 **Genfit : l'Elafibranor officiellement commercialisé aux USA**
- 2 Des Marques et Vous (ex Devianne) liquidée et en attente de repreneur
- 3 Logs reprend SPLE
- 4 Philippe Hourdain élu président de la Fédération Nationale des Banques Populaires
- 5 Avril candidat à reprendre l'usine Metex d'Amiens

5 000 !

Notre compte LinkedIn a franchi le seuil symbolique des 5000 followers le 18 juin. Nous offrons un abonnement de deux ans à Aurélie Tarnowski, fondatrice de l'agence Hubble Communication, qui s'est abonnée à notre compte. Merci de votre fidélité à tous et cap maintenant sur les 10 000 followers !



LA CDC CHEZ TIAMAT?

La Banque des territoires (Caisse des dépôts) envisage de monter au capital de Tiamat. Cette start up de l'énergie déploie une nouvelle technologie de batteries et a lancé un investissement majeur pour construire une gigafactory à Amiens.

FONDS PICARD

Picardie Investissement devrait prochainement se doter d'un fonds entrepreneurial pour les particuliers. Ambition : permettre à des entrepreneurs d'investir au côté de Picardie Investissement, avec un ticket minimal de 100 K€. Le fonds d'investissement, qui fête cette année ses 40 ans, a investi 19 M€ lors du dernier exercice dans 8 projets.

éco 121

1 AN
69€

La référence de l'info éco dans les Hauts-de-France

- L'actu éco des Hauts-de-France à 360°
- Une information sûre, sérieuse et indépendante
- Une connaissance en profondeur de l'économie régionale
- La parole donnée aux acteurs de la vie économique

Retrouvez-nous chaque mois, mais aussi en fil continu sur notre site web www.eco121.fr

ABONNEZ-VOUS EN LIGNE SUR WWW.ECO121.FR !

03 55 33 21 05

Bulletin d'abonnement

OUI, je m'abonne au magazine Éco121 pour une durée de :

- 1 an (10 n°) au prix de 69€
- 2 ans (20 n°) au prix de 109€

+ Abonnement multiple : nous consulter (Tél. 03 55 33 21 05)

Règlement

- Par chèque : à l'ordre d'Ecopresse
- Par virement : Banque Caisse d'Épargne LILLE - IBAN : FR76 1627 5006 0008 0003 5417 520



NOM	PRÉNOM
SOCIÉTÉ / ORGANISATION	
ADRESSE	
	CODE POSTAL
VILLE	TÉL.
E-MAIL	

éco 121

ECOPRESSE - PARC RIVÉO
300 RUE DE LILLE
59620 MARQUETTE-LEZ-LILLE

LE
TOPLE CRITT M2A ENCHAÎNE
LES PARTENARIATS

Après ACC, Tiamat. Le centre de R&D et d'essais sur l'électromobilité basé à Bruay-la-Buissière a signé un partenariat avec le leader mondial des batteries sodium-ion sans lithium ni cobalt, le 18 juin dernier, lors de Battery Show, l'événement consacré aux batteries et véhicules électriques à Stuttgart. Le centre de recherches dirigé par Jérôme Bodelle réalisera les essais sur les batteries sodium-ion produites dans la future gigafactory de Tiamat à Boves (80), qui devrait être opérationnelle en 2025 et produira entre 500 000 et 700 000 batteries par jour. Ce contrat, d'une durée initiale de cinq ans permettra au Critt M2A de renforcer son positionnement d'acteur clé de la transition énergétique dans le secteur automobile. Il fait suite au partenariat signé l'an dernier avec ACC (Stellantis, TotalEnergies et Mercedes-Benz), pour réaliser des tests de qualité sur les batteries produites dans la gigafactory de Douvrin.



“PLUS UN ARBRE EST LONG À
POUSSER, PLUS IL EST URGENT
DE LE PLANTER ”

la phrase de

Bruno Bonduelle

reprise pour honorer l'ancienne grande figure régionale lors de l'inauguration de l'agroforêt éponyme de Lesquin sur 10 ha, le 3 juin.

LE
FLOPGROSSE DÉSILLUSION ET
SORTIE DE ROUTE POUR INFORMA'TRUCK

Le belle aventure de Cyril Noury à la tête d'Informa'Truck s'interrompt brutalement. Le fondateur de la société de service itinérant de réparation informatique (Eco121 n°128), basée dans l'Oise, a annoncé le 31 mai dans un post



sur LinkedIn accompagné d'une vidéo la fin de la société. Le dirigeant, qui se présente comme « un électronicien de campagne », avait su séduire beaucoup d'acteurs autour de son projet à forte résonance sociale et d'insertion, mais aussi au service de la ruralité et de la France périphérique.

Cyril Noury, qui n'a pu boucler un nouveau tour de table après une première levée de 500 K€, espérait trouver un point d'équilibre de trésorerie en fin d'année, mais la société n'a pu tenir et a dû être placée en liquidation judiciaire par le tribunal de commerce de Beauvais par un jugement publié le 23 mai. Cyril Noury estime néanmoins avoir « vécu une aventure incroyable avec tous les « truckers », et indique ne pas lâcher « le combat de la réparation pour tous ».

“NOUS SOMMES DÉTERMINÉS
À ACCOMPAGNER OVH.CLOUD
SUR LE LONG TERME EN TANT
QU'ACTIONNAIRE FONDATEUR
ET MAJORITAIRE DU GROUPE ”

Octave Klaba,

dans une interview à La Voix du Nord (le 5 juin), après avoir vendu avec son frère un gros bloc d'actions du leader du cloud, entraînant de fortes turbulences en bourse.

"LE TRAIN ENTRE LILLE-LENS MET TROIS QUARTS D'HEURE À FAIRE LE PARCOURS ET APRÈS ON S'ÉTONNE QU'IL N'Y AIT PERSONNE DEDANS!"

Sylvain Robert

maire de Lens et président de la CALL, lors du club Eco121 (lire p 44)

"NOUS, ENTREPRENEURS, ENGAGÉS DANS NOS TERRITOIRES, APPELONS LES CITOYENS ET LES ÉLUS À PORTER UN DISCOURS DE RESPONSABILITÉ"

Citation de la tribune publiée dans les Echos et la Voix du Nord du 25 juin, signée par 24 dirigeants économiques régionaux, parmi lesquels Barthélémy Guislain (AFM) ou Jean-Pierre Letartre (Maisons & Cités), et évoquant leur profonde inquiétude face aux promesses de certains.



"LES PREMIERS SPONSORS, QUAND ON N'ÉTAIT PAS EN HAUT DE LA LIGUE 2, C'ÉTAIT LA FAMILLE MULLIEZ, ILS M'ONT TENDU LA MAIN, ET ÇA JE NE L'OUBLIERAI JAMAIS. SI JE PEUX LEUR RENDRE, JE LE FERAI"

Joseph Oughourlian

président du RC Lens, lors du Comité Grand Lille tenu au stade Bollaert le 13 juin.

"UNISSEZ-VOUS ! IL EST INDISPENSABLE D'OBTENIR CETTE AVANCÉE DU RER RÉGIONAL. CETTE RÉGION A BESOIN DE PARTENARIATS PUBLIC ET PRIVÉ"

l'ancien président de Région
Daniel Percheron,

lors du même Comité Grand Lille associé au pôle métropolitain de l'Artois, à propos du projet de Service Express Régional Métropolitain, dont il fut l'instigateur.

4 JUILLET : L'université des

Entrepreneurs, sur la

thématique « Repères »,

Cité des Echanges, Marcq-

en-Barœul

4 JUILLET : Rencontres de l'éco-

transition, sur le thème de

l'adaptation au changement

climatique, CD2E, Loos-en-

Gohelle

4 JUILLET : Explorez le futur du

transport fluvial avec VNF,

Valenciennes de 9h à 16h

27 AOÛT : Webinaire

Eurasanté : la deeptech

Hauts-de-France (en ligne)

à 12h

3 SEPTEMBRE : Soirée des Pépites

de l'IRD à partir de 18h30,

Cité des Echanges, Marcq-

en-Barœul

METAROM

Renaud Bouat, 42 ans, a été nommé directeur de la filiale française de Metarom, le spécialiste de la création, la fabrication et la distribution de solutions aromatiques et caramels pour l'industrie agro-alimentaire. Il succède à Céline Hocquet, qui dirigeait l'entreprise depuis 2012. Ce diplômé d'un master 2 « Parcours sensoriel et innovation » à l'Université de Tours a quasiment fait toute sa carrière chez Metarom, puisqu'il y est entré comme stagiaire R&D en 2006, pour travailler sur les émulsions aromatiques. Il a été successivement ingénieur développement caramel, responsable de la business unit caramel, puis directeur R&D en 2016.



MAISONS & CITÉS

Hélène Tenza est la nouvelle DRH du bailleur social Maisons & Cités. Cette titulaire d'un Master 2 en droit du travail a débuté sa carrière chez Rabot Dutilleul. Elle y a passé huit ans en tant que responsable des RH pour quatre entreprises du groupe, avant de rejoindre Intériale Mutuelle. Pendant cinq ans, elle y a été la responsable des relations sociales, de la paie, de l'administration du personnel, des SIRH et du contrôle de gestion sociale. En 2020, elle a rejoint Maisons & Cités au poste de responsable des relations sociales, de la paie et de l'administration du personnel.



CINOV

Arnaud Froger est le nouveau président de la Cinov Hauts-de-France, la fédération représentative des métiers de la prestation de services intellectuels de l'ingénierie, du conseil et du numérique. Biologiste de formation, spécialisé en biodiversité, Arnaud Froger mène une carrière d'ingénieur, de chargé d'affaires, de biologiste, de responsable commercial environnement. Depuis 20 ans, il travaille pour le groupe Auddicé où il occupe actuellement les postes de directeur adjoint d'Auddicé et de directeur général d'Auddicé



© J.M. Gourdou / Fédération Cinov

Environnement. Il accompagne les entreprises, les territoires et leurs acteurs dans les domaines de l'urbanisme, de l'environnement, de la biodiversité, de l'aménagement et de la transition écologique.

RÉSEAU ENTREPRENDRE HAINAUT

Tennessee Veldeman a été élu président du Réseau Entreprendre Hainaut. Il succède à Fabien Hoin. Passionné d'informatique Tennessee Veldeman avait créé en 2015 VSI Innovation, une entreprise spécialiste de l'analyse des sites Internet et lauréat du Réseau Entreprendre Hainaut en 2016. En 2018, il a fondé Cocolyze, une entreprise spécialisée dans le référencement SEO, basée à Aulnoye-lez-Valenciennes.



FORUM ANTIQUE DE BAVAY

Le Forum antique de Bavay a choisi **Armelle Masse** comme nouvelle directrice. Elle succède à Patrice Herbin. Diplômée de l'Université Paris 1 et titulaire d'un doctorat en archéologie à l'École Pratique des Hautes Études, Armelle Masse est une archéologue protohistorienne, spécialiste de la période gauloise. Depuis 2007, elle était responsable d'opérations archéologiques à la direction de l'archéologie du département. Elle assurait aussi avec son équipe la préservation du mobilier archéologique depuis 2016.



FÉDÉRATION NATIONALE DES BANQUES POPULAIRES

L'actuel président de la CCI Hauts-de-France et président du conseil d'administration de la Banque Populaire du Nord depuis 2016, **Philippe Hourdain**, est élu président de la Fédération Nationale des Banques Populaires (FNBP). Cette instance réunit les présidents et directeurs généraux des 14 banques populaires. A 67 ans, Philippe Hourdain succède à ce mandat triennal à André Joffre.



PORTRAIT EXPRESS

GROUPE NOSOLI

Christophe Desbonnet

Le directeur général adjoint du libraire multi-enseignes s'installe dans le fauteuil de Pdg.



Christophe Desbonnet a été nommé Pdg du groupe Nosoli. Directeur général adjoint depuis 2018, il sera chargé d'accompagner la transformation du groupe propriétaire des libraires Furet et Decitre, ainsi que de l'opérateur de livres d'occasion Chapitre.com. A son nouveau poste, il devra notamment consolider la position de libraire multi-enseigne du groupe et développer de nouvelles activités en soutien à l'ensemble des libraires. Diplômé de l'Université de Lille en 1985, Christophe Desbonnet a débuté sa carrière dans

l'univers de la moto et du sport, en dirigeant des magasins Speedway, Technicien du Sport ou Sportgate. Il a rejoint une première fois le Furet du Nord en 2003, comme directeur de magasin, avant de faire une incursion chez Virgin entre 2006 et 2010 comme directeur régional. Il est revenu au sein du Furet en 2010, d'abord comme directeur achat et marketing (jusqu'en 2014), puis comme directeur commercial (jusqu'en 2017), avant d'être nommé directeur général adjoint.

NIKITA

L'agence de communication Nikita fondée par Valérie Doussinault a nommé **Mehdi Chelbi** comme directeur de la création. Ce diplômé en arts graphiques et en marketing est notamment passé par Belles Lettres & Beaux-Arts, Oppidum et Ogilvy en tant que directeur artistique. En 2019, il a rejoint Publicis comme directeur de la création où il a notamment remporté le Grand Prix Stratégies de la Communication d'Engagement.



Mehdi Chelbi entre également au comité de direction de Nikita. Le nouveau directeur de création a fait l'objet d'un processus de recrutement original, mêlant IA et intelligence collective. Grâce à l'apport de chaque collaborateur, invité à décrire en quelques mots clé son directeur de création idéal, le programme d'IA Midjourney avait pu générer les portraits de ces DC rêvés. Accompagné par le cabinet RH Valeurs & Valeur, l'agence a ensuite convié les candidats à une journée de recrutement mêlant ateliers collaboratifs et échanges avec une équipe représentative de l'ensemble de ses métiers.



98% des chefs d'entreprise se déclarent satisfaits

“ Eco121 est un magazine :
Défenseur de son territoire bien informé
intéressant exclusif utile



Réservez votre publicité

0 970 808 612
contact@rosseladvertising.fr

source : Bilan Eco 121 auprès de ses lecteurs - juin 2023 - Rosssel Customer Experience



GALLOREMA

BESOIN D'UN MATÉRIEL EN LOCATION ?

GALLOREMA VOUS PROPOSE DE LA LOCATION À COURT TERME
OU POUR UNE PLUS LONGUE DURÉE !



commercial@gallorema.fr

ARRAS : 03 21 07 62 62

REIMS : 03 26 49 15 01

SOISSONS : 03 23 72 43 79

TROYES : 03 25 49 53 55

RSE
Performance globale
26000

VETBIOLIX REDIRIGE DES CANDIDATS MÉDICAMENTS VERS LES CHIENS ET CHATS

Parodontite, arthrose, constipation : ces pathologies fréquentes de nos amis à quatre pattes sont aussi un marché colossal qu'adresse une biotech lilloise, en cours de levée de 3,5 M€.



Certains médicaments développés pour l'homme peuvent être adaptés pour les animaux de compagnie : c'est la conviction des cinq associés de Vetbiolix, une biotech implantée sur le parc Eurasanté à Loos. Née de leur mise en relation en 2018 par Etienne Vervaecke, directeur d'Eurasanté, la société a fait son chemin en toute discrétion. Elle a acquis des accords de licence exclusive et mondiale auprès de grands noms de la pharmacie dans trois champs thérapeutiques : les problèmes parodontiques, l'arthrose et la motilité gastrique, autrement dit les troubles intestinaux. Trois pathologies mais cinq programmes car deux d'entre eux sont engagés à la fois pour le chien et le chat. « Nous avons eu une trentaine de possibilités de licensing, précise le dirigeant Matthieu Dubruque (à droite sur la photo), mais on a structuré le pipeline avec nos moyens, sans être une "one product company" ». Vetbiolix a déjà investi 2,9 M€ à ce stade et engagé des essais : toutes ses molécules sont en phase de preuve de concept clinique réglementaire (équivalent de la phase 2A chez l'homme), avec des résultats très prometteurs, notamment sur les maladies parodontales.

ACCÉLÉRER

La société veut aujourd'hui accélérer avec une perspective d'autorisation de mise sur le marché à horizon 2027-2028. « Si on veut pousser les trois molécules jusqu'au bout, cela nécessiterait 8 à 10 M€. Mais il se peut qu'il y ait des accords anticipés », indique Matthieu Roquette (à gauche), l'un des associés. Les enjeux sont énormes car les marchés des pathologies ciblées pèsent déjà lourd : 1,7 Md€ par an pour les thérapies parodontales, 3,5 à 4 Mds€ pour l'arthrose, 1Md€ pour la motilité. « Notre potentiel en hypothèse basse est de 30 à 40 M€ par produit et par espèce, et jusqu'à 120-130 M€, à comparer aux 100 M€ des blockbusters dans le monde vétérinaire », calcule Matthieu Dubruque. Pour monter en régime, Vetbiolix a lancé une levée de fonds globale de 3,5 M€. Bpifrance a déjà signé et deux actionnaires déjà présents, Captech Santé et

A PARTIR DU 8 JUILLET, IL SERA POSSIBLE DE SOUSCRIRE SUR LA PLATEFORME TUDIGO

NFA doivent remettre au pot, pour un total de 2,5 M€. Les associés lancent à partir du 8 juillet une souscription sur la plateforme Tudigo pour chercher 1,2 M€ supplémentaire, avec un intérêt pour les investisseurs : le statut de Jeune entreprise innovante de rupture ouvre droit à une défiscalisation de 50%. « On est très regardés par les fonds de lifescience, mais notre besoin actuel est inférieur à leur niveau de ticket. Ils seront présents si nous avons les résultats cliniques positifs fin 2025-début 2026 », anticipe Matthieu Dubruque, qui précise que les fondateurs resteront les premiers actionnaires après l'ouverture du capital en cours. La société pourrait se lancer ultérieurement vers d'autres pathologies comme l'oncologie ou l'ophtalmologie. Vetbiolix, qui compte 7 salariés, doit monter à 12 personnes en 2026. La société va déménager dans quelques semaines, toujours sur le parc Eurasanté, à côté de Bayer France ■ O.D.



NECTARGO BUTINE 1,8M€

NectarGo agrandit son tour de table. La plateforme numérique de mise en relation entre producteurs locaux et enseignes vient d'annoncer avoir levé 1,8M€. Une opération effectuée auprès de ses investisseurs historiques (Evolem, 50 Partners et High Flyers Capital), ainsi que d'experts de la grande distribution, comme l'ancien directeur général d'Auchan Philippe Brochard, Olivier Dauvers, ou le family office GMZ&Sons. En 2022, la start up installée à Villeneuve-d'Ascq avait déjà levé 2 M€ auprès d'un pool de 23 investisseurs privés du retail, de la tech et de la logistique alimentaire.

Ce financement doit permettre à l'entreprise de vingt salariés d'accentuer son maillage national. Elle couvre déjà les deux tiers du pays. Ces deux dernières années, elle a multiplié par quatre le nombre de producteurs référencés, pour atteindre les 2 500. Elle espère doubler ce chiffre dans les deux prochaines années et, dans le même temps, tripler le nombre de magasins utilisateurs, pour les



porter de 500 à 1 500. Elle collabore déjà avec des magasins d'enseignes telles que Carrefour, Leclerc, Intermarché ou Super U. Créée en 2021 par Martin Pennel et Julien Masson, NectarGo a développé une plateforme SaaS qui facilite la gestion de la relation commerciale et logistique entre producteurs et commerçants. Concrètement, l'ensemble des

étapes entre les deux parties est digitalisée (construction de l'offre locale, gestion des commandes directes groupées, administratif et logistique). Ce qui permet aux magasins de renforcer leur offre de produits locaux et de générer des ventes additionnelles. Car les produits locaux s'avèrent un levier d'attractivité commerciale ■ Y.S.

LES START UP DE REVALORISATION DES DÉCHETS RÉCOMPENSÉES PAR BAUDELET

Le groupe Baudalet a désigné les lauréats de son troisième appel à projets « Valorisons nos déchets ». Ils sont récompensés selon trois thématiques : le recyclage (Crymirotech), le réemploi (Réempro), la sobriété et l'efficacité énergétique (Partage ma Borne). Enfin, Neolitik a remporté le Coup de cœur du public. Les lauréats reçoivent une dotation financière et un accompagnement du groupe. « Cette saison 3 est très prometteuse, car les start up ont des activités complémentaires à notre offre », indique Sloane Simono, le directeur de l'innovation de Baudalet. Nous avons besoin d'innover pour avoir une longueur d'avance dans la

valorisation des déchets. » Parmi les lauréats des précédentes éditions le groupe continue de collaborer avec La Virgule, qui upcycle des sacs à partir de déchets sportifs (toiles de tente et de zodiac) ou avec Wetri, une appli qui répertorie les lieux de collecte des produits ménagers.



Reyouzz collecte 1,5 M€

La start up lilloise de l'économie circulaire, née fin 2021, vient de finaliser une levée de fonds d'1,5 M€ auprès de business angels nordistes et parisiens. Elle cherche encore à sécuriser 1 M€ de financement bancaire pour déployer sa solution d'estimation des produits d'occasion jusqu'à leur nouvelle vie.

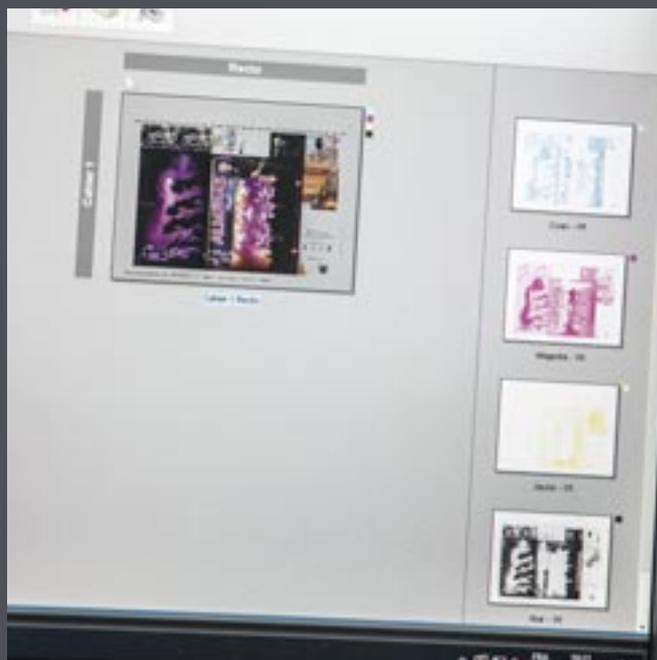


Dans les coulisses de Rapid Flyer

TEXTES Yann Suty PHOTOS Sophie Stalnikiewicz

Eco121 vous emmène ce mois-ci chez un spécialiste de l'impression. Ou plutôt chez trois spécialistes, Imprimerie Jean Bernard, Technofa et Pikasso, entités de production de Rapid Flyer. Dans un secteur en difficulté, ce groupe construit par croissance externe joue une stratégie différenciante et investit. Au programme 13M€ dans les trois prochaines années afin d'acquérir de nouvelles machines à la pointe de l'innovation. Visite.





Dans l'atelier de pré-press de l'Imprimerie Jean Bernard, les équipes reçoivent sur leurs logiciels des fichiers prêts à être imprimés. Elles les gravent ensuite sur des plaques offset. Dans cette unité de production, on travaille sur des éléments standardisés, nécessitant très peu de coupes. Ce qui permet d'imprimer de grandes quantités, avec des tirages allant jusqu'à un million d'exemplaires. Pour gagner en efficacité, l'entreprise a recours à l'amalgame, c'est-à-dire que plusieurs documents, de clients différents, sont imprimés sur la même feuille. « *Un amalgame bien organisé est plus rentable que du numérique*, explique Nicolas Drelon, le directeur du site (photo ci-contre). *L'avantage du groupe, c'est de pouvoir choisir l'outil adapté en fonction du flux de commande.* »



PHOTOREPORTAGE

ATELIER IMPRESSION

L'atelier d'imprimerie de Jean Bernard comporte cinq presses offset, pouvant imprimer chacune jusqu'à 16 000 feuilles à l'heure. Chaque machine dispose de plusieurs groupes dans lesquels un conducteur (Laurent) introduit des plaques offset préalablement gravées. Une fois le calage en place, la machine entonne la musique d'Indiana Jones. C'est l'une des petites originalités du fabricant ! Les feuilles blanches sont introduites. Elles passent dans chaque groupe où elles sont imprimées par couleur. De l'autre côté, Laurent contrôle les couleurs et la densité avant d'envoyer les feuilles chez ses voisins de Technofa.





FÔTS D'ENCRE

Dans l'atelier de l'Imprimerie Jean Bernard, des encres végétales (non minérales) sont utilisées. Elles sont ensuite distribuées dans toutes les machines de l'atelier par le biais d'un système de tubulure.

TECHNOFA

A quelques mètres de là, se trouve Technofa, le spécialiste du façonnage et du conditionnement. Ici, des massicoteurs coupent le papier. Les feuilles sont « aérées » et « équerrées » avant d'être placées dans le massicot pour être coupées au bon format. Certains documents passent ensuite à la plieuse. Tous les types de plis sont possibles, du plus simple au plus compliqué. La dernière étape, c'est celle de l'encarteuse. L'opérateur met à cheval plusieurs cahiers pour réaliser une brochure. Ils sont ensuite agrafés et découpés, et les voilà prêts pour l'expédition.



RAPID FLYER EN BREF

- Siège : Marquette-lez-Lille
- Création en 1976 par la famille Dufour, toujours propriétaire
- Chiffre d'affaires 2023 : 50M€
- Effectif : 230 personnes





HEIDELBERG

Dans chaque unité du groupe trône une « pièce-musée », comme ici une vieille Heidelberg datant des années 60 qui découpe sur un cylindre et non à plat, comme le font les machines plus modernes.



PIKASSO

Dans cette unité située à une dizaine de minutes de l'Imprimerie Jean Bernard et Technofa, la spécialité, c'est l'impression numérique grand format par jet d'encre. Les machines peuvent imprimer des lèzes jusqu'à 3,20 m sur des supports souples (papier, vinyle, bâche, textile) pour des clients tels que des musées, des agences, des artistes, des commerçants (vitrines, enseignes). Les impressions sur supports rigides (matières plastiques, bois, PVC, aluminium) résistent au soleil et à la pluie et ont une durée de vie permanente. L'atelier comporte une troisième cellule consacrée à la découpe.

Quelle est la clé de la réussite ?

La clé de la réussite, c'est de faire les bons investissements au bon endroit. Comme les marchés sont complexes, si on n'a pas un sens aigu de la gestion, il peut y avoir des problèmes. Il faut être très compétitif au niveau des coûts de revient. Si on est indépendant, on ne peut pas rester seul. C'est pour cela que notre président, Christian Dufour, et avant lui son père Vincent, ont mené des opérations de croissance externe. Tout seul, on peut avoir de gros soucis, alors qu'en étant regroupés, on peut faire jouer les synergies. Par exemple effectuer des achats groupés.

Vous avez prévu un investissement de 13 M€ lors des trois prochaines années. A quoi servira-t-il ?

L'idée, c'est d'être toujours au top ! Ces investissements sont nécessaires au renouvellement des machines. Nous avons besoin des machines qui nous permettent d'être toujours à la pointe. Elles nous permettent d'avoir un outil industriel adapté à la demande. Aujourd'hui, l'impression jet d'encre a le vent en poupe. Ce procédé répond au bon mix entre la rapidité de l'impression et le volume, en fonction du budget. Mais on travaille aussi les technologies numériques et offset.

Vous avez multiplié les opérations de croissance externe ces dernières années, dont la dernière en date est celle de Pikasso en janvier 2024. Quels sont vos objectifs ?

Techniphoto avait repris Rapid Flyer en 2012, au moment de la fin du marché de la VPC. Rapid Flyer a permis de ramener de la petite série. Le rachat de Pikasso nous permet de nous positionner sur des grands formats ou sur de la signalétique extérieure. Ces rachats ont permis d'avoir de la pluralité au sein du groupe. Aujourd'hui, il y a une ubérisation de l'imprimerie. Le client passe sa commande directement et nous pouvons le livrer du jour au lendemain. Il faut lui faciliter l'expérience. Nous travaillons principalement pour le B to B.

Comment voyez-vous Rapid Flyer dans trois ans ?

La projection à long terme est difficile. Nous sommes très liés aux



NICOLAS MATHIEU,
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE RAPID FLYER

« En étant regroupés, on peut faire jouer les synergies »

variations de marchés et à l'innovation. Ce qui nous oblige à avoir une démarche très souple. Il faut se montrer agile, être capable d'investir ou de changer de process très rapidement. Dans les années 80, il y avait de la visibilité à dix ans. Aujourd'hui, tout se fait à court terme. La guerre en Ukraine a eu un très fort impact sur les prix de l'énergie et du papier. Rapid Flyer est un groupe solide et bien géré. Nous avons la force pour investir. Nous avons une

situation d'endettement saine. Le renouvellement se fait par les machines, mais aussi par les hommes. Les Dufour ont recruté de jeunes dirigeants. J'ai 42 ans. Nicolas Drelon, le directeur général de l'Imprimerie Jean Bernard, a 34 ans. Beaucoup d'imprimeurs ont des pyramides d'âge élevées car les jeunes ne sont pas attirés par des secteurs en décroissance. Le salut viendra, entre autres, de la jeunesse ! ■

Recueilli par Yann Suty

Conjoncture : L'économie régionale a toussé en 2023



Le bilan régional pour l'an dernier n'est pas fameux. L'Insee relève ainsi une poussée du taux de chômage de 0,6 point (contre une stabilité nationale), après huit années de baisse, à hauteur de 9,3%. La moyenne française est de 7,5%. La création d'entreprises marque aussi un tassement (-1,6%), avec une hausse de micro-entreprises qui ne compense pas le recul des sociétés et entreprises individuelles. Autre indicateur très défavorable, le recul du nombre de biens immobiliers mis en vente (-47%) et de transactions (-41%). A noter cependant deux secteurs qui tirent leur épingle du jeu, le tourisme (15,3 millions de nuitées) et les transports. La Banque de France relève aussi de son côté un recul en volume de tous les grands secteurs industriels, masqué par l'effet prix qui laisse apparaître une légère croissance d'activité.

UN « VILLAGE D'INNOVATION SOCIALE ET DURABLE » DANS LE SOISSONNAIS

La friche Chromalox de Bernoy-le-Château (02) va se muer en « village de l'innovation sociale et durable », modèle de réhabilitation et de revitalisation respectueuse du patrimoine industriel. C'est en tout cas la volonté de la communauté d'agglomération GrandSoissons, qui a repris cette friche de 6 ha dont 6 000 m² de bâtiments industriels fin 2023 à travers l'Etablissement public foncier

local Oise & Aisne (EPFLO). La collectivité veut y créer un lieu dédié aux activités de recyclage, avec l'installation d'entreprises de l'ESS, de chantiers d'insertion et d'une recyclerie. Avant même l'aménagement immobilier dans les deux ans, plusieurs structures ont déjà étreigné le site de manière transitoire, SEVE Mobilier, Aisne Collecte, ou encore l'Entreprise Éphémère pour l'Emploi.



20 M€ d'investissement pour le Symevad

Le Symevad (Syndicat d'élimination et de valorisation des déchets), qui collecte et trie les déchets des intercommunalités d'Hénin-Carvin, du Douaisis et d'Osartis-Marquion, investit 20 M€ pour se doter d'une nouvelle chaîne de tri dernier cri sur son site d'Evin-Malmaison. Il disposera ainsi de neuf machines de tri optique, contre deux actuellement, afin de faire face aux nouvelles consignes de tri, mais aussi au vieillissement de ses équipements. Ce projet est subventionné à hauteur de 950k€ par Citéo et à 1,1M€ par l'Ademe. De son côté, le syndicat a contracté un emprunt de 16M€. Les travaux du nouveau bâtiment ont déjà commencé. La nouvelle ligne devrait être opérationnelle début 2025.



DE NOUVEAUX INVESTISSEURS CHEZ ARC FRANCE

Deux nouveaux investisseurs avec 35 M€ d'argent frais vont faire leur entrée au capital du géant verrier Arc. Il s'agit selon plusieurs sources de Pascal Cagni, ancien dirigeant d'Apple Europe et de Business France, associé à Patrick Molis, mais le communiqué de l'entreprise ne confirme aucun nom. « *Un accord préliminaire sur son financement (du groupe) et l'organisation de son actionariat a été conclu. Ce projet est soutenu par l'actionnaire de référence et la direction* », indique sobrement le pdg Nicholas Hodler, qui rappelle également « *un contexte économique qui reste difficile* ». Le groupe industriel, en difficultés récurrentes depuis des années, emploie encore 4 200 salariés dans son site historique d'Arques.

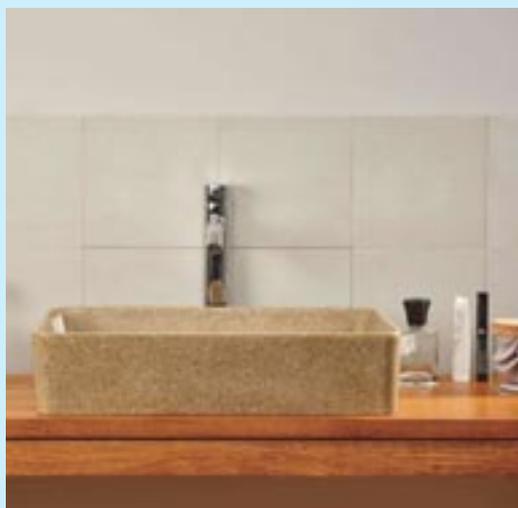
LE LOGISTICIEN LOG'S REPREND SPLE

Log's (groupe Deret) opère une nouvelle acquisition à travers le rachat de la société SPLE. Cette dernière était une filiale du groupe Patoux spécialisée dans le stockage et la préparation pour des clients industriels de l'agroalimentaire, de la pharmacie et de la verrerie. L'entreprise apporte dans son escarcelle trois sites logistiques dans notre région, un à Arques (28 000 m²) et deux à Villers-Bretonneux (Somme), de respectivement 15 000 m² et 48 000 m². Les sites répondent aux exigences des secteurs agroalimentaire et pharmaceutique. Log's, qui est désormais une marque du groupe Deret, affiche un portefeuille de 46 sites en France et à l'étranger, totalisant 1,3 million de mètres carrés d'entrepôts.



Wasterial en quête d'un repreneur

La start up de l'économie circulaire Wasterial est en redressement judiciaire depuis début juin. La société lilloise, fondée par Espérance Fenzi, s'est fait connaître notamment en transformant des coquilles de moules de la braderie de Lille en dalles de carrelage ou en mobilier urbain bas carbone, mais aussi par la valorisation de coquilles de noix, de pare-brise, de briques ou de marc de café. Son activité principale est aujourd'hui la création d'objets comme des vasques et des carrelages en matière recyclées, vendus en B to B, auprès de constructeurs et de promoteurs notamment. Wasterial est dans l'attente d'une certification pour ses carrelages qui devait lui ouvrir de gros marchés. Mais la crise immobilière a ralenti son activité, le chiffre d'affaires étant tombé à 340 K€ en 2023 avec 7 salariés. Malgré une levée de fonds en 2022 (Finorpa, NFA, IRD Invest) et la présence de Néo-Eco au tour de table, l'entreprise n'a pu éviter la procédure collective. Des contacts prometteurs sont toutefois en cours avec des industriels, laissant espérer une solution de reprise.

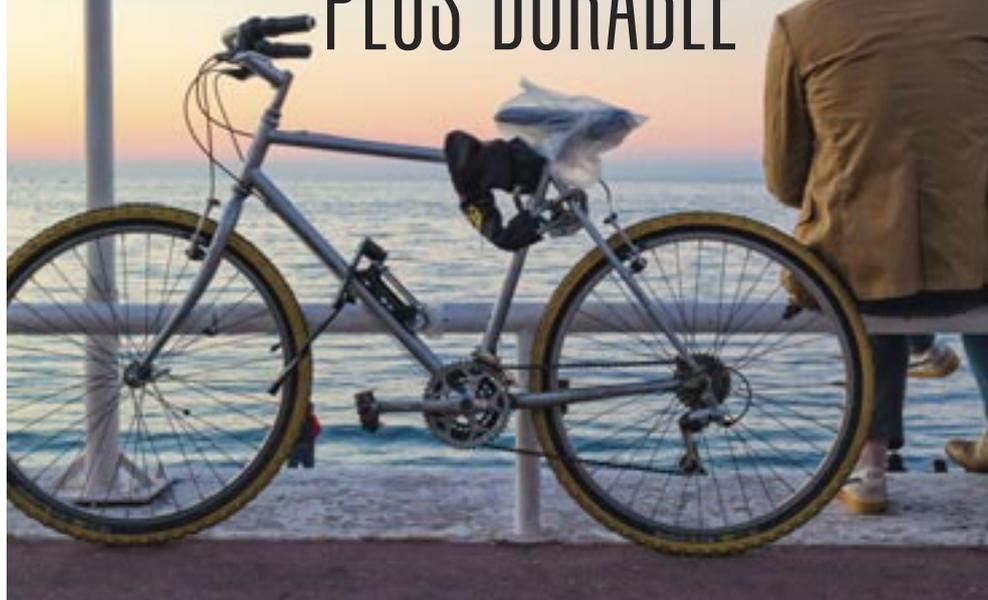


TROIS OPÉRATEURS POUR UNE UNITÉ DE BIOMÉTHANE

Séché Environnement, Waga Energy et GRDF ont inauguré mardi 25 juin une unité de production de biométhane à Sainte-Marie-Kerque, à proximité de Dunkerque, au sein de l'Installation de Stockage de Déchets Non Dangereux (ISDND) d'Opale Environnement. Elle permet de transformer du gaz en biométhane, pour ensuite l'injecter dans le réseau GRDF. « *Le gaz était auparavant valorisé par un moteur produisant de l'électricité, mais on voulait innover en termes de décarbonation* », indique Hélène Guy, la directrice du site. L'alimentation en biométhane est rendue possible grâce à la Wagabox, une innovation de la société grenobloise Waga Energy. Elle permet d'éviter l'émission de 5 800 tonnes d'équivalent CO₂ par an, soit la consommation de 5 500 foyers. Le site sera ensuite en mesure d'alimenter 6 500 personnes. Le groupe Séché a réalisé un investissement de 800 K€ pour financer les infrastructures et les raccordements.

Chaque année, l'ADEME soutient plusieurs centaines de projets en Hauts-de-France en faveur de la Transition écologique. Les aides engagées dans la région représentent en moyenne un montant annuel de l'ordre de 100 M€. L'équipe régionale accompagne tous les acteurs (collectivités, entreprises, acteurs de la recherche, particuliers) en leur proposant une ingénierie de financement de projets.

VERS UN TOURISME PLUS DURABLE



Le vélo-tourisme force l'allure

Le vélo tourisme constitue un fort levier pour décarboner (le transport représente les trois quarts des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme). 22 millions de Français font du vélo en vacances. Les touristes en vélo dépensent 68€ en moyenne par jour, soit 24% de plus que la moyenne. Avec le dispositif « Développer le vélo-tourisme », l'ADEME accompagne les territoires et les acteurs du tourisme pour l'installation d'équipements, l'implantation d'aires de service le long des itinéraires, ou encore la réalisation d'études pour améliorer et développer le réseau cyclable touristique.

<https://developper-vélotourisme.ademe.fr/>

Les Hauts-de-France s'imposent comme une terre de tourisme. Du fait des conditions météorologiques dans le sud, le nord attire davantage. En 2023, la fréquentation touristique a augmenté de 3,5% par rapport à 2022. Des sites comme Nausicaà à Boulogne-sur-Mer, le Parc Astérix ou La Piscine de Roubaix dans le champ culturel sont des destinations très prisées. Ce développement touristique génère de fortes retombées économiques.

Le secteur représente 4% du PIB régional et 80 000 emplois. Si le tourisme est un secteur clé pour l'économie, c'est aussi un secteur à fort impact écologique en générant notamment 11% des émissions de gaz à effet de serre mondiales. Il a aussi des conséquences sur la consommation d'énergie et de la production de déchets. Un territoire touristique consomme deux fois plus d'eau de plus qu'un territoire non touristique, et 3 fois plus d'énergie. « Il y a un enjeu à anticiper et gérer les flux touristiques », note Patrick Alfano, (patrick.alfano@ademe.fr), responsable Communication et Tourisme durable au sein de l'ADEME Hauts-de-France. Certains sites connaissent des phénomènes de surfréquentation, ce qui crée des désagréments mais a aussi un impact sur l'environnement. »

L'ADEME accompagne les acteurs du tourisme pour les aider à faire face aux effets du réchauffement climatique en les aidant à mettre en oeuvre des actions d'atténuation (cf encadré "Le vélo-tourisme force l'allure") ou d'adaptation au changement climatique. Ainsi, en 2020-2021, l'agence a travaillé avec sept sites touristiques. Cette année, et pour dix-huit mois, ils sont quinze à avoir rejoint son programme, parmi lesquels le Louvre-Lens, La Mer de Sable, le Château de Chantilly, Nausicaà ou encore le Centre historique minier de Lewarde.

« On rencontre d'abord chaque site touristique pour effectuer un diagnostic, explique Patrick Alfano. Mesurer leur vulnérabilité au changement clima-

Pour en savoir plus



Le tourisme durable en équipe

Le 24 avril dernier, l'ADEME a signé un partenariat avec Hauts-de-France Tourisme, la structure qui anime et coordonne les actions touristiques dans la région. Ce partenariat a pour objectif d'accompagner les acteurs du tourisme vers un tourisme durable en mutualisant expertises et réseaux. Hauts-de-France Tourisme valorisera les études et dispositifs de l'ADEME en faveur du tourisme durable, et l'ADEME accompagnera Hauts-de-France tourisme pour disposer d'un calculateur d'empreinte carbone pour les usagers de la plateforme www.weekend-hautsdefrance.com.

tique en visualisant à l'horizon 2050 les aléas climatiques de ces sites « Comment les préparer à faire face à des phénomènes climatiques de plus en plus complexes à gérer ? Comment accueillir des touristes dans de bonnes conditions ? » A côté des fortes chaleurs, des pluies accrues entraînent des inondations, alors que certains nuisibles se multiplient, à l'instar des guêpes ou des frelons asiatiques.

Une fois le diagnostic établi, le site touristique définit un plan d'action grâce à l'appui de l'ADEME. Le site peut ensuite sélectionner une action à appliquer, à compter de 2025. Lors du précédent programme, les actions d'adaptation au changement climatique envisagées pour le parc Astérix consistaient notamment à ombrager et végétaliser le parc (attractions, files d'attente, voies, etc.) pour diminuer le risque de coups de chaleur. Si les sites sont de plus en plus conscients de la nécessité d'engager des actions, le public lui-même a évolué. « De plus en plus de visiteurs, explique Patrick Alfano, choisissent leur destination en fonction de leur dimension environnementale. » ■

1/3

**Quand on est la banque
d'une PME sur trois,
on est forcément acteur
de l'économie locale.**



Construisons pour que le monde bouge.

LA CITÉ DE L'IA, SAISON 2 !

RÉGION. Le hub régional joue les *missi dominici* de l'IA avec des moyens renforcés pour sa nouvelle feuille de route 2027.

L'IA, tout le monde en a entendu parler. Beaucoup sont allés découvrir Chatgpt. « *Mais seulement 1 entreprise sur 15 a pris en considération l'IA* », déplore Yann Orpin, le président du Medef Lille Métropole, qui fut aux débuts de l'aventure de la Cité de l'IA, née d'un appel d'offres du gouvernement. Ceci alors que les enjeux sont stratégiques... et stratosphériques. Les chiffres varient beaucoup selon les sources mais l'impact sur l'économie sera de toute façon considérable. Certains craignent les retombées négatives sur l'emploi, d'autres comme le cabinet Gartner prévoient au contraire la création d'un demi-milliard d'emplois. Sur la seule région Hauts-de-France, des projections estiment que sur nos 2 millions de salariés, 1,2 million de personnes seront concernées directement à horizon 2030.

La Cité de l'IA a mené depuis 2020 un gros travail autour de quatre axes : l'acculturation, l'accompagnement notamment à travers des ateliers, la mise en réseau, et la formation. Tâche accomplie sous la présidence de Manuel Davy et la direction d'Hélène Vanwaes, avec un comité de gouvernance de haut vol formé de 18 partenaires parmi lesquels les plus grands groupes régionaux dont Adeo, Auchan, Lesaffre ou Roquette par exemple, et des acteurs comme Euratech, l'enseignement supérieur ou la SATT. De quoi s'ériger en tiers de confiance, avec ce parterre qui pèse la bagatelle de 88 milliards d'euros de chiffre d'affaires, calcule Manuel Davy, qui insiste : « *On est un hub unique en France. Nous avons été à l'origine de la première formation certifiante, devenue nationale, de chef de projet IA. On est contacté presque toutes les*

semaines par d'autres régions ! »

Il s'agit aujourd'hui pour la Cité de l'IA et sa petite équipe de se démultiplier sur la nouvelle période. Sa feuille de route stratégique à horizon 2027 prévoit à la fois de creuser le sillon de l'acculturation, et de la formation, mais aussi de devenir un pôle d'influence « *en étant le porte-voix des entreprises dans la stratégie gouvernementale* ».

2 000 NOUVELLES ENTREPRISES

La Cité de l'IA va aussi se doter d'un baromètre capable de mesurer annuellement la progression de l'IA. Autre évolution notable, « *nous allons monter un*

club partenaire d'offres de solutions, qui seront labellisées en amont par le comité de gouvernance, pour mettre directement en contact les entreprises. On doit être capable d'apporter des réponses concrètes », insiste Hélène Vanwaes. Bonne nouvelle, les équipes vont se voir renforcées avec l'arrivée de deux nouveaux collaborateurs. L'objectif est d'accompagner 2 000 nouvelles entreprises dans cette nouvelle phase. Une « *learning session* » en Ile-de-France dès septembre, après avoir mené deux opérations similaires à l'étranger, en Israël et en Estonie ■ **O.D.**



Témoignage

Gilles Lepoutre dirige l'entreprise de formation Fora (20 salariés, 2 M€ de CA), qui travaille beaucoup pour l'univers du retail. C'est un podcast diffusé par la Cité de l'IA qui a été l'étincelle révélatrice pour le dirigeant, qui prend conscience de l'ampleur de la révolution à venir. Il choisit alors de s'inscrire dans la dynamique, et bénéficie du programme soutenu par Bpifrance IA Booster. « *L'IA va nous permettre de gagner un temps colossal. C'est un assistant dévoué, infatigable mais imparfait, qui permet de réaliser plein de tâches ingrates qui n'apportent pas de plus-value* », témoigne le dirigeant prêt à jouer les ambassadeurs auprès de ses pairs. « *Tous les gens du Nord doivent être dans le train de l'IA* », lance-t-il.

LA BANQUE DES TERRITOIRES A ACCRU DE MOITIÉ SON ACTIVITÉ RÉGIONALE EN 2023



2 milliards d'euros injectés dans les Hauts-de-France en 2023, 48% de plus que l'exercice précédent, 100% de plus que 2020 ! C'est la performance spectaculaire de l'intervention de la Banque des Territoires en région l'an dernier. Ce saut quantitatif est directement lié aux dossiers stratégiques que l'Etat soutient, à commencer par la filière des batteries électriques. La CDC a ainsi accru ses investissements directs en fonds propres de 354%, avec 277 M€ injectés. On relèvera en particulier 73 M€ mobilisés pour AESC-Envision à Douai, et le double, 150M€, pour une autre gigafactory, Verkor (photo ci-dessus). Mais la Caisse a aussi apporté 30 M€ à Ynsect (Somme), producteur de protéines d'insectes, soit plus du double de l'enveloppe initialement prévue. La Caisse porte les murs du projet, soit 48 000 m2 bâtis. Elle étudie aussi l'accompagnement de tous les acteurs qui viendraient s'implanter dans la filière batteries, y compris dans le recyclage ou la production anodes et de cathodes.

Autre vecteur de montée en puissance, le logement social, financé sur

la ressource du Livret A, qui permet à l'établissement de ne pas s'inquiéter d'éventuelles tensions sur les emprunts d'Etat. Le volume des réhabilitations aura ainsi doublé en une seule année, passant de 6 000 à 12 000. « Il s'agit de la dynamique de l'ERBM (Engagement pour le renouveau du bassin minier, ndlr), avec Maisons & Cités et SIA », decode Olivier Camau, directeur régional de la Banque des territoires, dont il présentait les résultats il y a quelques jours. « 2024 sera encore une belle année sur la dynamique produite mais on sent une logique de tassement sur 2025-2026 », précise-t-il.

ACTION À 360°

La Caisse des dépôts multiplie aussi son intervention au rythme des priorités nationales, nombreuses : transition écologique et cohésion sociale, filière hydrogène, réindustrialisation, protection de la ressource en eau, optimisation de l'éclairage public, tourisme, médico-social, sanitaire, ingénierie autour des inondations, commerce de centre-ville, sobriété foncière. La Banque des territoires est partout, comme à Amiens sur la friche Cos-

RÉGION. L'émanation de la Caisse des Dépôts dans les Hauts-de-France a connu un exercice exceptionnel, illustrant son rôle de bras armé de l'Etat dans l'économie.

serat où doivent sortir 400 logements et des activités commerciales. Elle accompagnera aussi la transformation de l'ancienne CCI de Dunkerque en logements sociaux. « On intervient comme prêteur et comme investisseur pour porter des friches avec le risque de dépollution et de déconstruction », décrit le directeur régional qui insiste : « la Caisse des dépôts est très présente dans le quotidien des Français mais on a du mal parfois à le mesurer tellement les interventions peuvent se faire de différentes manières et avec des acteurs intermédiaires » ■

O.D.

Le directeur régional Olivier Camau au sein de NewStation à Villeneuve-d'Ascq, qui transforme en résidence étudiante (307 lits) un programme initialement prévu pour des bureaux (24 M€ en VEFA). Livraison attendue en décembre.



REG ACQUIERT LE SPÉCIALISTE DES POMPES ERTP

HAUBOURDIN. Le fabricant d'équipements industriels s'adjuge le spécialiste des pompes à anneau liquide ERTP. De quoi accroître sa taille de plus d'un tiers.

REG fait un gros pas de plus vers le statut d'ETI. Le groupe industriel, spécialiste des équipements industriels et notamment des vannes de haute précision, vient de finaliser l'acquisition d'ERTP, à Toufflers. Cette entreprise est un fabricant de pompes à anneau liquide et gros acteur dans la maintenance des pompes industrielles, avec un chiffre d'affaires de 6,2 M€ pour un effectif de 57 salariés.

De son côté, Groupe Reg (Haubourdin) réalise près de 20 M€ de ventes pour 140 salariés. C'est donc une acquisition importante, la plus grosse dans son histoire, qui vient d'être opérée.

D'autant que le potentiel d'ERTP est élevé, avec un carnet de commandes supérieur à un an d'activité. ERTP a notamment signé un contrat majeur au Maroc dans le domaine de l'extraction



de phosphates. Mais qui dit marché exceptionnel dit besoin élevé en fonds de roulement, et l'arrivée de REG aux manettes va permettre de bien assurer les arrières de l'entreprise.

Elle va aussi permettre de nombreuses mutualisations et synergies. « *Il y a de jolies choses à faire ensemble avec le groupe car c'est un process qu'on maîtrise, nous avons des structures qui*

rendent des services transversaux en RH, informatique, marketing, on peut aussi mutualiser quelques achats », énumère Marie-Eve Pennel, directrice générale et associée du groupe au côté de son mari Patrice.

PROGRAMME ÉTINGELLES

Elle vise aussi l'élargissement d'ERTP, aujourd'hui orienté vers l'agroalimentaire, vers des secteurs de force du groupe comme le nucléaire. A l'inverse, les autres entités du groupe devraient pouvoir bénéficier des ouvertures d'ERTP dans son domaine de prédilection. Le groupe avait opportunément recruté un directeur des opérations l'an dernier, un poste qui s'avère précieux pour gérer cette phase d'expansion nouvelle.

REG, qui vient d'intégrer le programme national ETIncelles dédié aux PME à fort potentiel, va mécaniquement porter ses effectifs à 200 personnes avec un chiffre d'affaires de 20 M€ en 2023 (dont 40% à l'export), en progression attendue de 25% cette année. A terme sans doute davantage. « *A horizon 3-4 ans, on pense qu'ERTP devrait largement atteindre les 13 M€ contre 6,2 M€ aujourd'hui* », décrit la dirigeante ■ **Olivier Ducuing**





RECHERCHER L'EXCELLENCE POUR L'AVENIR DE CE QUE VOUS AVEZ CONSTRUIT

AVEC DES OFFRES ET UN ACCOMPAGNEMENT SPÉCIFIQUES ET SUR MESURE,
DES EXPERTISES EN PROXIMITÉ ET UN CONSEIL GLOBAL,
LES ÉQUIPES DÉDIÉES DE LA BANQUE DU DIRIGEANT & GESTION DE FORTUNE
SONT À VOS CÔTÉS DANS CHAQUE ÉTAPE DE VOS PROJETS POUR VOTRE
PATRIMOINE PROFESSIONNEL OU PRIVÉ.

BANQUE DU DIRIGEANT & GESTION DE FORTUNE



Suivez-nous sur LinkedIn :
Banque du Dirigeant et Gestion de Fortune
by Crédit Agricole Nord de France

by  NORD DE FRANCE
ENTREPRISES

LA BRASSERIE FIVES-CAIL VEUT FAIRE MOUSSER TOUT UN QUARTIER

RÉGION. Le projet artisanal et industriel de Beer Invest met en avant sa volonté de revitaliser l'ancienne friche et de pousser le développement local.

La Brasserie Fives-Cail a levé le rideau il y a quelques jours, au cœur de l'ancienne friche industrielle du même nom, à Lille. « *Nous voulons participer à la revitalisation d'un quartier populaire, qui a compté à une époque près de 8 000 travailleurs* », explique Anthony D'Orazio, le dirigeant et fondateur du groupe Beer Invest, à l'initiative du projet lancé il y a déjà dix ans, et qui aura abouti après moult obstacles administratifs et juridiques. « *Notre modèle, c'est celui du développement local. Nous n'avons pas de volonté de nous retrouver au niveau national.* » Il ne s'agit pas d'une brasserie traditionnelle dans la mesure où, à côté de l'atelier de production de 450 m², elle accueille du public, entre une taproom et une terrasse extérieure, de 100 m² chacune. Anthony D'Orazio souligne une volonté de réduire l'impact écologique, avec un filtre presse permettant de réduire



de 20 % la consommation d'eau et de 10% celle de matières premières. Une chaudière vapeur divise l'impact carbone par quatre.

Le nouvel équipement a nécessité un investissement de plus de 1,5 M€ (entre 700 et 800 K€ pour les équipements, 500 K€ pour les travaux). Il a été financé par des investisseurs privés et les actionnaires historiques tels que Finorpa et Autonomie Solidarité. Aujourd'hui, Anthony D'Orazio reste le

premier actionnaire, avec 30% des parts. Quatre personnes ont déjà été embauchées pour le bar et deux en production, en collaboration avec France Travail. D'ici à deux ans, la brasserie devrait employer une douzaine de personnes.

DESTINATION TOURISTIQUE

Anthony D'Orazio a ouvert sa première cave à bières il y a vingt ans, dans le Vieux-Lille. Quatre ans plus tard, il crée le bar à bières La Capsule, qui marque alors le renouveau des brasseries artisanales. Depuis, il en a inauguré une déclinaison à Arras, avant l'Oxford Café dans le quartier de Wazemmes. Parallèlement, l'entrepreneur originaire de Lens s'est lancé dans la distribution avec la société Hop Culture. L'ensemble, chapeauté par le groupe Beer Invest, pèse 2,5 M€

de chiffre d'affaires, avec une quarantaine d'employés. « *L'ouverture de la brasserie nous permet de changer de valeur. Nous avons sécurisé nos débuts puisque nous disposons déjà des*

réseaux de distribution avec nos établissements et Hop Culture. Mais nous voulons aussi nous imposer auprès des restaurants et des cafés. » Au-delà de la consommation sur place, la brasserie propose aussi la vente à emporter. Un site Internet de click & collect sera prochainement lancé (il concernera aussi les autres points de vente du groupe).

Parmi les foyers de croissance, Anthony D'Orazio cite la nourriture (limitée à ce stade au snacking dans la brasserie), des animations, la privatisation des espaces pour des événements ou encore des projets communs avec ses voisins comme Chaud Bouillon ou La Loco. Des visites de la brasserie sont également organisées. « *Nous voulons faire de cet éco-quartier un lieu attractif, pour les locaux, mais aussi pour les touristes venant de plus loin.* » ■

Yann Suty



« **NOUS VOULONS FAIRE DE CET ÉCO-QUARTIER UN LIEU ATTRACTIF, POUR LES LOCAUX, MAIS AUSSI POUR LES TOURISTES VENANT DE PLUS LOIN.** » ANTHONY D'ORAZIO



ANOSTEKÉ ACCUEILLE KRONENBOURG POUR CHANGER DE DIVISION

Kronenbourg va-t-il reproduire avec l'Anosteké ce qu'André Pecqueur, patron de la Brasserie de Saint-Omer, a brillamment réussi avec la Goudale ? C'est en tout cas l'ambition qui apparaît derrière le partenariat majeur signé par Brasseries Kronenbourg, filiale du groupe Carlsberg, et co-leader français, avec la Brasserie du Pays Flamand. Cet accord se traduit par plusieurs axes stratégiques.

Le premier porte sur un accord de distribution commerciale exclusive en grande distribution et en cafés-hôtels-restauration (CHR) sur toute la France. Un point crucial quand on sait que 85% du chiffre d'affaires de la Brasserie du Pays Flamand (12,4 M€ en 2023) sont réalisés dans les Hauts-de-France et que la brasserie ne peut pas satisfaire toute la demande. Deuxième point clé, la brasserie créée en 2006 par Mathieu Lesenne et Olivier Duthoit va faire l'objet d'un plan d'investissement XXL dans les cinq ans, à commencer par la mise en place d'un nouveau « bloc chaud », autrement dit le cœur du réacteur avec le brassage. De nouvelles cuves et autres équipements suivront au rythme du déploiement des résultats commerciaux.



MERVILLE. La Brasserie du Pays Flamand signe un partenariat de grande envergure avec le premier brasseur français. Assorti d'un plan d'investissement majeur pour tripler ses capacités dans les cinq ans.



20 RECRUTEMENTS MINIMUM

L'investissement global annoncé atteint 25 M€, l'équivalent de deux ans de ventes ! De quoi passer d'une capacité actuelle de 70 000 hectolitres à 200 000 dans cinq ans. « C'est une énorme marche en terme d'investissement, que l'on ne pouvait pas franchir tout seul », souligne Mathieu Lesenne. Ce développement industriel s'accompagnera de la création d'emplois. La société, qui emploie à ce jour 46 salariés, en recrutera à minima 20 de plus. Le troisième axe de cet accord consiste dans une prise de participation minoritaire de Brasseries Kronenbourg dans la brasserie de Merville. La part de capital acquise comme les conditions de l'opération ne sont pas divulguées.

« Ce n'est pas la première fois qu'on a des appels du pied, décrypte Mathieu Lesenne. L'idée était de ne pas tout chambouler, nous avons d'ailleurs mis beaucoup de garanties sur le plan juridique ». Les deux associés

demeurent du reste aux commandes pour porter cette nouvelle ambition. Côté Kronenbourg, on se félicite vivement de cet accord, le premier du genre pour le groupe alsacien plus que tricentenaire. « Nous souhaitons nous associer avec une brasserie au savoir-faire reconnu et aux valeurs proches des nôtres », expose Grégory Bonutto, vice-président de Brasseries Kronenbourg, en charge des activités commerciales hors domicile. C'est aussi une première incursion en territoire nordiste pour Kronenbourg, qui enrichit ainsi son portefeuille de bières de dégustation (qu'illustre notamment la Grimbergen) avec l'Anosteké et dans une moindre mesure avec la marque Bracine. Le groupe va apporter toute sa puissance de feu commerciale (avec une force de ventes de 200 personnes) pour monter en charge sur toute la France. Avec pour ambition la première année de servir le marché existant, avant sans doute d'appuyer sur l'accélérateur ■ **O.D.**

NEO-ECO ET ENNEA VONT RÉGÉNÉRER DES BATTERIES SPÉCIALISÉES

BÉTHUNE. Le pôle d'économie circulaire développé au sein de l'ancienne usine Bridgestone s'étend aujourd'hui aux batteries de distributeurs, d'équipements de propreté et de manutention. Une cinquantaine d'emplois à la clé.

La filière batteries en région s'enrichit d'une brique supplémentaire, sur le site de l'ancienne usine Bridgestone de Béthune. Au terme d'un accord entre la société Ennea, spécialiste du réemploi d'équipements professionnels, et BringBack, filiale de Neo-Eco, cette dernière va reconditionner et régénérer des batteries en fin de vie pour les réutiliser. Pas n'importe quelles batteries puisqu'il s'agit des batteries au plomb que l'on trouve dans les distributeurs automatiques de boissons, les machines de propreté, de manutention et de travaux publics ainsi que les laveries. Jusqu'alors, la rénovation de ces équipements passait par le remplacement de la batterie. Or celle-ci, neuve, représentait jusque-là 30 à 40% du coût de reconditionnement. Coup de chance, BringBack, présent à quelques dizaines de mètres, a développé une technologie brevetée lui permettant d'abord d'identifier les batteries qui sont en mesure d'être régénérées (soit en moyenne 90% d'entre elles), puis de les remettre à neuf. La société reconditionne déjà des batteries (30 000 prévues cette année), qui vont ainsi récupérer 100% de capacité, pour des majors comme iWip, la filiale d'économie circulaire de Mobivia ou encore Volvo-Renault Trucks. « C'est juste un peu moins cher, et on sauvegarde la ressource », sourit Christophe Deboffe, dirigeant

de Neo-Eco. Pour Ennea, l'usage de batteries régénérées doit abaisser le prix du reconditionnement de 15 à 20%.

DEUX AUTRES SITES À MOYEN TERME

Les champs couverts par Ennea sont nouveaux pour Neo-Eco. « On sera leur bras armé sur ces marchés, pour redonner de la traçabilité client, apporter un meilleur bilan carbone et une meilleure compétitivité économique », se réjouit Gilles Fontaine, dirigeant d'Ennea.

Cet accord est de nature à générer des économies de CO2 et de matières premières mais aussi des emplois. Le site d'Ennea, ouvert fin 2022, compte déjà 15 postes, qui devraient monter à 50 à terme. BringBack, de son côté, compte 10 emplois, un effectif appelé à doubler. « Avec Ennea, on veut développer, industrialiser et plugger d'autres sites. Le partenariat avec Ennea nous conduira à nous implanter ensemble aux mêmes endroits pour développer des synergies », précise Christophe Deboffe qui vise notamment le couloir



rhôdanien et l'ouest. Chaque site Ennea devrait compter une cinquantaine de salariés, anticipe Gilles Fontaine.

Christophe Deboffe, Géo Trouvetou de l'économie circulaire, prépare déjà le coup d'après en travaillant sur le reconditionnement des batteries au lithium. Plus compactes, présentant une chimie différente, elles posent d'autres défis qui ne font pas peur au serial entrepreneur ■ **O.D.**



Neo-Eco, fondée par Christophe Deboffe il y a 17 ans, s'est développée dans la structuration de solutions d'économie circulaire. L'entreprise a mis au point plus de 300 éco-produits. Elle compte aujourd'hui 60 salariés pour un chiffre d'affaires de plus de 5 M€. Elle dispose également une filiale de 10 personnes en Ukraine et est présente en Turquie et en Libye. Elle possède par ailleurs des participations minoritaires dans plus de 20 entreprises de l'économie circulaire.

LA FERME VERTICALE JUNGLE FRANCE MORD LA POUSSIÈRE

EPAUX-BEZU (02). Le tribunal de commerce a placé en redressement judiciaire la ferme verticale très disruptive qui déploie son modèle près de Château-Thierry. 3 offres de reprise seraient en lice.

La ferme verticale Jungle France à Epaux-Bezu (Aisne), en zone industrielle de Château-Thierry, a été placée en redressement judiciaire par le tribunal de commerce de Soissons. L'entreprise, née en 2016 après 4 ans de R & D, avait connu un très gros succès médiatique avec son nouveau modèle de ferme verticale high tech, à seulement 80 kilomètres de Paris. Pas de saison, pas de pesticides, pas d'aléas climatiques, pas de pertes, un temps de croissance des plantes divisé par deux et une consommation d'eau très réduite dans ce concept et une forte capacité à anticiper la production selon les besoins : le concept a tout pour plaire, excepté une forte consommation d'éner-

gie pour faire tourner le site ultra-robotisé. La production est assurée à base de lumière led et de circuit hydroponique, dans un bâtiment de 5 000 m² et sur 14 mètres de hauteur. Après une première expérience au Portugal, l'unité axonaise, qui se présentait comme la plus grosse ferme verticale de l'Hexagone, a représenté un investissement de quelque 8 M€ (Eco121 n°105).

UN MODÈLE TRÈS CAPITALISTIQUE

La feuille de route de l'agtech prévoyait une forte montée en puissance avec une perspective de créer une dizaine de sites de ce type en France à l'horizon 2025. L'entreprise avait réussi une levée de fonds majeure fin 2021, à hauteur de 42 M€, dont 35 M€ en dette bancaire et le reste en haut de bilan auprès de plusieurs investisseurs (Demeter, Founders Future, NCI Waterstart, Finorpa et NFA), et quelques business angels de renom (tels Alain Dinin ou Serge Papin). Le co-dirigeant Gilles Dreyfus, que nous n'avons pas pu joindre, prévoyait même une nouvelle levée fin 2022 pour accélérer notamment hors des frontières. Jungle France avait du reste décroché un prix Entrepreneur de l'année en 2021 au titre de la catégorie Start up, parmi de multiples prix.

Malheureusement, la société n'a à l'évidence

pas trouvé son rythme ni son modèle économique. En 2020, elle annonçait dans nos colonnes son ambition d'atteindre les 10 M€ de chiffre d'affaires en 2022. Le dernier chiffre d'affaires publié, celui de 2022, atteignait 602 K€, accompagné de pertes de 4,2 M€. Un proche du dossier explique que le modèle des fermes verticales est par essence particulièrement capitalistique et que Jungle, malgré des partenaires de très grande qualité et un modèle ingénieux de FaaS (Food as a Service, abonnement de groupes de distribution) n'a pas atteint le point d'équilibre. Une situation qu'a en outre précipitée le retournement du marché bio. «*Mais il n'y a toujours pas un acteur de ferme verticale qui a réussi à ce jour*», explique cet observateur qui tient à rendre hommage aux dirigeants de Jungle France, Gilles Dreyfus et Nicolas Seguy, «*qui ont fait face*».

Quid de l'avenir ? Une banque d'affaires spécialisée, Gottengreen, avait déjà été sollicitée en amont, en phase de conciliation. Apparemment, trois offres de reprise seraient déjà enregistrées à date, Jungle offrant de gros intérêts à la fois techniques, humains avec une des meilleures expertises à l'échelle européenne, mais aussi une quantité de data particulièrement intéressante. Affaire à suivre donc **O.D.**



**Souscrivez un abonnement de soutien !
Vous aimez une presse locale
fiable, sérieuse et indépendante ?**

éco 121

**vous propose un abonnement
premium de soutien.**

Il comprend :

- 10 exemplaires papier chaque mois
- un accès intégral au web (numéro en cours et archives)
- un accès privilégié aux partenariats Eco121 (concerts, événements...)
- des rencontres avec la rédaction au travers du club Eco121
- une newsletter dédiée à la vie de votre journal



CONTACTEZ-NOUS AU 03 55 33 21 05 OU PAR MAIL À COURRIER@ECO-121.FR

Je souscris à un abonnement de soutien à Eco121 pour un montant de 1000 €

Règlement

Par chèque : à l'ordre d'Ecopresse

Par virement : Banque Caisse d'Épargne LILLE - IBAN : FR76 1627 5006 0008 0003 5417 520

NOM _____ PRÉNOM _____

SOCIÉTÉ / ORGANISATION _____

ADRESSE _____

CODE POSTAL _____

VILLE _____ TEL. _____

E-MAIL _____

éco 121

ECOPRESSE - PARC RIVÉO
300 RUE DE LILLE
59620 MARQUETTE-LEZ-LILLE

GRAIN DE SAIL SE DOTE D'UNE UNITÉ DE CAFÉ ET DE CHOCOLAT

DUNKERQUE. L'entreprise bretonne va investir 15 M€ dans une usine de production de chocolat et de torréfaction de café pour alimenter son activité de logistique à la voile.

Des bons alizés soufflent dans les voiles de Grain de Sail. L'entreprise bretonne déploie un modèle très original et vertueux de transport de marchandises à la voile. Après un premier voilier cargo de 24 mètres de long mis en service fin 2020, la société lance un second bâtiment, Grain de Sail 2, de 52 mètres de long. Le circuit de ce voilier l'emmène de Saint-Malo, port d'attache, à New York, pour exporter ses produits mais aussi des vins, des sacs à main, de la pharmacie ou de la parfumerie. Le navire descend ensuite vers les Caraïbes pour se charger en café et en cacao avant de revenir en France.

Mais pour asseoir son modèle économique, la société a adossé sa logistique décarbonée à une activité agroalimentaire. Elle s'est doté d'une unité de production de chocolat à son siège de Morlaix. Elle prépare aujourd'hui une nouvelle étape en lançant un projet similaire à Dunkerque, avec une

unité de 5 000 m² (sur un terrain de 9 000 m²) pour produire des plaques de chocolat (2 000 à 2 500 tonnes par an) et pour torréfier du café (300 à 500 tonnes). Un investissement majeur de 15 M€, soit plus d'un an de chiffre d'affaires de l'entreprise (14 M€ espéré en 2024, pour 70 salariés).



Le projet doit bénéficier de l'appui de la communauté urbaine de Dunkerque et de la Région (250 K€ chacune) et d'avances remboursables de l'Etat (2,9 M€). Les travaux doivent démarrer mi-2025 pour une livraison en 2027. « Notre usine de Morlaix est occupée à 60% mais elle sera saturée dans deux ans », précise Jacques Barreau, directeur général de Grain de Sail. La nouvelle unité se situera sur le môle 2 du port, à 10 mètres du bord à quai. L'implantation à Dunkerque répond à « un choix géostratégique pour optimiser aussi le transport terrestre avec notre zone de chalandise, entre zone de production et de consommation », précise le dirigeant, qui vise le Nord de la France, mais aussi la Belgique voire le Royaume-Uni un jour. Le site nordiste sera en outre doté d'une galerie de visite, à l'instar de l'usine de Morlaix, qui accueille 20 000 visiteurs par an, et d'un lieu de vente directe ■ **F.P.**

HALL U NEED PART À LA CONQUÊTE DE LA FRANCE

SAINT-ANDRÉ-LEZ-LILLE. L'enseigne de loisirs et restauration lève des fonds pour déployer son concept. Avec 13 M€ d'investissements prévus en région parisienne et près de Lyon.

Hall U Need récolte des fonds pour se développer. Le concept de restauration et de loisirs indoor inspiré des complexes américains « Eater-tainment » vient de réaliser un nouveau tour de table d'un montant de 4 M€. Bpifrance, présent depuis la création du concept en 2020 via son fonds France Investissement Tourisme 2, remet au pot, tandis que le fonds Picardie Investissement entre au capital et que Nord Capital Investissement se retire. « Cette deuxième levée de fonds intervient trois ans après l'ouverture de notre premier complexe et marque une nouvelle étape dans notre développement, indique Cyril Parenna, le fondateur et dirigeant de Hall U Need. Bpifrance et Picardie Investissement sont des appuis solides pour soutenir et accompagner notre ambition. »

Grâce à cet argent frais, Hall U Need va déployer son concept au niveau national. Deux complexes vont être



créés, représentant 6,5 M€ d'investissement pour chacun d'entre eux. L'un à Lieusaint, en région parisienne, l'autre à Saint-Priest, près de Lyon. Il ne s'agit pas de franchises, mais d'établissements en propre. Tous deux d'une surface de 5 000 m² seront bâtis sur des sites laissés à l'abandon. Ainsi, à Lieusaint, Hall U Need s'ins-

taillera dans une coquille vide d'un ancien bowling. Les travaux vont bientôt débuter. L'ouverture francilienne est prévue au deuxième trimestre 2025, celle de la région lyonnaise au troisième ou quatrième trimestre.

Le premier Hall U Need, à Saint-André-lez-Lille dans la métropole lilloise, avait ouvert en 2021. Un investissement de 4 M€ avait été nécessaire pour transformer une ancienne usine textile de 7 000 m² en un site comprenant un restaurant de 500 couverts (60% de l'activité) et des divertissements (bowling, karaoké, jeux d'arcade, aires de jeux pour enfants). Depuis sa création, il a attiré plus de 1,7 M de visiteurs, aussi bien B to C qu'en B to B. Plus de 2 000 événements d'entreprises y ont été organisés. Le groupe, qui emploie 80 personnes (dont 15 au siège social à Marquette-lez-Lille), a réalisé un chiffre d'affaires de 7,6 M€ en 2023 (et de 6,7 M€ en 2022) ■ **Y.S.**

GENFIT : L'ELAFIBRANOR OFFICIELLEMENT COMMERCIALISÉ AUX ETATS-UNIS

LOOS. La biotech nordiste est la première en France à porter une molécule de la phase préclinique jusqu'au marché américain. Avec ses nouveaux moyens, elle accélère son portfolio de cinq molécules.

C'est fait. La Federal Drug Administration (FDA) a délivré son sésame, une approbation accélérée, pour commercialiser la molécule phare de Genfit, l'Elafibranor. Ipsen, qui en avait acquis la licence tout en entrant au capital de Genfit, lance sa commercialisation sous le nom Iqirvo sur le marché américain pour les patients atteints de Cholangite Biliaire Primitive, une maladie inflammatoire chronique du foie. L'approbation en Europe est attendue pour la fin de l'année. L'ambition est un lancement mondial dans 80 pays.

Pour la biotech lilloise, qui avait bien failli être emportée par l'échec de sa molécule contre la NASH, une autre maladie du foie, il s'agit d'une « étape historique ». Le succès de Genfit que son directeur général Pascal Prigent présente comme unique en France, pour porter une molécule de la phase préclinique jusqu'à la commercialisation outre-Atlantique, s'accom-

pagne d'un versement immédiat de 48,7 M€ par Ipsen dès la première vente, puis à des royalties (20% sur des ventes attendues à hauteur de 500 M€ par an). C'est un changement complet de modèle économique de Genfit, qui n'a plus besoin de brûler du cash pendant des années en faisant appel au marché, mais qui autofinance ses développements.

Ces moyens nouveaux permettent à Genfit de relancer un programme de 5 molécules contre l'ACLF et d'autres maladies du foie aujourd'hui sans solution. Genfit, qui emploie désormais 170 salariés, a prévu d'investir 70 à 80 M€ par an pour développer son portfolio avec de grosses ambitions, une situation nouvelle que ne reflète pas son cours boursier, très chahuté, passé en quelques semaines d'un peu plus de 3 € à 5,40 €, avant de retomber sous les 4 €. « Aujourd'hui quoi qu'il arrive, nous aurons des rentrées d'argent. A terme, notre valorisation



doit mécaniquement s'apprécier. Autant une valorisation de biotech peut faire l'objet de discussions, sans vraiment de chiffres sur lesquels s'appuyer, autant notre entrée en stade commercial s'accompagne de montants sonnants et rébuchants », sourit Pascal Prigent ■ **O.D.**

LE CRÉDIT AGRICOLE CÈDE SES PARTS DANS GROUPE ROSSEL LA VOIX

LILLE. Le groupe de presse reprend le contrôle intégral de son capital pour un montant de 35 M€.

Après treize années de compagnonnage, le Crédit Agricole Nord de France cède sa participation dans le Groupe Rossel La Voix (GRLV). Dans un communiqué laconique, la banque mutualiste rappelle avoir accompagné le groupe de presse dans ses projets de développement pour plusieurs de ses entités, qu'il s'agisse du quotidien La Voix du Nord ou de la chaîne de télévision Weo notamment. Le Crédit Agricole Nord de France, qui possédait 25,22 % des titres, cède l'ensemble de ses participations au sein de GRLV et dans Images en Nord (le pôle télévisuel). L'opération ne sera toutefois finalisée juridiquement qu'au terme d'un certain nombre de procédures juridiques complexes, qui devraient aboutir d'ici à la fin de l'année, indique la direction du groupe de presse qui évoque un montant de rachat de quelque 35 M€, soit le prix initial de la participation du Crédit Agricole. Le paie-



ment interviendra en trois temps : une première tranche déjà finalisée le 18 juin, un deuxième tiers d'ici à la fin de l'année par Rossel Invest, et le reste à

travers un montage Groupe Rossel La Voix- la Voix du Nord, qui lui-même sera mis en œuvre en trois temps (fin 2024, fin 2025 et fin 2026)

Le Crédit Agricole souligne que cette cession n'aura que des « impacts non significatifs » sur son compte de résultat au 31 décembre 2024.

Le CSE a commenté l'opération en estimant que « le groupe Rossel est désormais seul aux manettes et libre de mener à bien ses projets de développement externe », et considère qu'elle « n'a pas de conséquences sur notre entreprise ».

Les activités françaises de Rossel (premier groupe de presse et de médias francophone en Belgique) représentent un chiffre d'affaires de 333 M€ en 2023, en léger recul (337 M€ un an plus tôt). L'Ebidta s'érode légèrement d'un exercice à l'autre mais demeure très positif, soit 18,4 M€ en 2023 contre 20,3 M€ en 2022 ■ **O.D.**



LANCEZ-VOUS !

OSEZ L'EXPORT

**VOUS
RECHERCHEZ
DE NOUVEAUX
MARCHÉS ?**

L'export représente de très nombreuses opportunités de business et un levier de croissance fort !

Vous souhaitez en savoir plus sur les accompagnements et les aides à l'export ?

Contactez votre conseiller
Team France Export

03 59 56 22 19 - k.outrequin@cci-international.net

 CCI INTERNATIONAL
HAUTS-DE-FRANCE

**TEAM
FRANCE**
— EXPORT —

 enterprise
europe
network



 WORLD TRADE CENTER
LILLE

MOTOBLOUZ MET LES GAZ

CARVIN. Le spécialiste des accessoires et des pièces pour la moto adopte une roadmap 2030 qui doit l'amener au cap des 100 M€ de ventes.

Motoblouz enclenche la vitesse supérieure. Le spécialiste des accessoires et pièces pour moto vient d'adopter sa nouvelle feuille de route 2030. Son ambition : devenir la marque n°1 des motards en Europe, avec un chiffre d'affaires de 100 M€, contre 70 M€ aujourd'hui. Une cinquantaine de recrutements sont prévus. Le pure-player installé à Carvin entend profiter d'un marché mondial de l'équipement moto en plein essor. Il pèse 8,2 Mds € et devrait atteindre 14 Mds € en 2032 selon Etudes World Trade. A elle seule, la France compte 2,5 millions de motards.

L'entreprise, qui fête ses 20 ans cette année, entend doubler son offre, en passant de 130 000 à 250 000 références et couvrir de nouveaux besoins comme les pneus. Motoblouz détient 30% de son offre en stock, dans son entrepôt de 15 000 m². Le reste se trouve chez ses fournisseurs. « *On est connecté aux stocks de nos fournisseurs en temps réel*, indique Jérôme Dalidet, le directeur général. *On peut livrer du jour au lendemain, du lundi au samedi.* »

En trois ans, l'entreprise a investi 1,2 M€ dans la mécanisation de la logistique. Elle traite 3 à 4 000 commandes par jour, mais a la capacité d'atteindre les 10 000. « *On doit se préparer à se battre contre des plateformes concurrentes étrangères. Le problème n'est pas le prix, mais la disponibilité des produits et la capacité à livrer vite.* »

QUATRE MARQUES PROPRES

Motoblouz mise aussi sur ses quatre marques propres (DXR, Dexter, Kooroom et Pro-V), proposées 20 à 25% moins cher que les référentes du marché. « *Leur rôle est de permettre au client de toucher des produits qu'il ne peut pas forcément avoir avec des marques nationales* », détaille Jérôme Dalidet. Ces marques pèsent 16 à 17% des ventes, l'objectif étant d'atteindre 20%. Parmi les leviers de crois-



sance : la femme, les matières qui se portent à toute saison, l'enfant ou les technologies (gants chauffants, par exemple).

La feuille de route passe aussi par le développement d'un réseau phygital de 50 à 100 points de contacts en Europe. Motoblouz envisage des partenariats avec des concessionnaires motos et des acteurs de référence. « *On ne croit pas au système du magasin seul et isolé, parce qu'on est dans un marché de niche. Il faut un environnement et une offre large parce que les clients ont des demandes très spécifiques. Un*



MOTOBLOUZ EN CHIFFRES

- 70 M€ de CA en 2023 (+20% par rapport à 2019)
- 14% à l'international
- 145 collaborateurs
- 3 sites marchands (France, Espagne, Italie).
- 3 magasins : Carvin, Seclin, Tours
- 400 000 clients actifs
- 1 million de clients servis depuis 2004
- 20% des livraisons par lockers (4 000 en France, 400 en Belgique)

« LE PROBLÈME N'EST PAS LE PRIX, MAIS LA DISPONIBILITÉ DES PRODUITS ET LA CAPACITÉ À LIVRER VITE. »
JÉRÔME DALIDET,
DIRECTEUR GÉNÉRAL

achat moto n'est pas un achat d'impulsion. » Actuellement, Motoblouz détient trois points de vente, à Carvin, à Seclin (7 M€ de chiffre d'affaires) et à Tours, chez un concessionnaire ouvert fin juin. « *C'est notre premier flagship hors des Hauts-de-France. Nous allons tester le concept avant de le déployer.* »

Enfin, Motoblouz veut vrombir à l'international. Déjà présent en Espagne et en Italie avec des sites Internet spécifiques, le pure player va ouvrir un site marchand au Benelux mi-juillet. Il réalise déjà 2,5M€ de ventes en Belgique. Un chiffre qu'il a l'ambition de tripler ■ Yann Suty



« LES GALERIES D'ART
POURRAIENT DEVENIR
DE NOUVEAUX CANAUX
DE DISTRIBUTION. »

TOULET ENGAGE UNE NOUVELLE PARTIE

BONDUES. Le fabricant de billards et baby-foot haut de gamme a été repris par un duo d'entrepreneurs, Aurélien Verlinde et Hubert Coisne. Le développement passera désormais par le B to B.

Toulet change de mains. Le fabricant de billards et de baby foot est racheté par Aurélien Verlinde et Hubert Coisne à Marc-Alain Deledalle, le propriétaire depuis 2008. Depuis trois ans, les deux amis d'enfance souhaitent racheter une entreprise. Affaire conclue depuis le 15 avril, avec cette société créée en 1857, employant 37 personnes, au chiffre d'affaires de 5,8 M€ (5,2 M€ pour le billard, 600 K€ pour le baby foot), réalisé à 20% à l'étranger.

Aurélien Verlinde, 42 ans, est un spécialiste de l'hôtellerie. Il a notamment créé les établissements Calm Appart Hôtel et Greet Hôtel à Lille. De son côté, Hubert Coisne, du même âge, a racheté ces dernières années plusieurs entreprises pour les développer, parmi lesquelles un spécialiste de la logistique web (Condi Services) ou de la peinture (Acteo). Les deux hommes ont des profils complémentaires. Le premier s'occupe du commerce, de la communication, du marketing, le second des finances, des RH et de la production.

Pourquoi Toulet ? « On avait envie de faire de l'industrie, de produire quelque chose, explique Aurélien Verlinde. Toulet correspondait parfaitement à ce que nous cherchions. C'est une entreprise avec un patrimoine, labellisée EPV*, qui propose des produits sympas à produire et à commercialiser. Quand un client entre dans notre showroom, c'est pour se faire plaisir. C'est une société qui propose des produits de luxe, un secteur résilient. Enfin, elle est bien ancrée dans le tissu local, mais avec un rayonnement mondial. »

PIÈCES D'ART

Toulet dispose d'un atelier de 5 000 m², employant 25 personnes. Toutes les étapes de la fabrication y sont présentes (menuiserie, métallurgie, peinture, vernissage) avec des matières premières provenant à 90% de la région. Tous les produits sont personnalisables (choix des tapis, revêtement des cadres, forme des pieds, couleur des billes). « L'idée est rendre chaque pièce

unique, détaille Hubert Coisne. C'est le design qui fait la différence par rapport aux concurrents. »

Un showroom de 600 m² présente les produits en situation. Tout est à vendre, y compris les canapés, luminaires et cadres. « Avec cette mise en scène, nos clients peuvent se projeter et imaginer les produits chez eux. »

Les deux associés visent le cap des 10 M€ de chiffre d'affaires dans les sept ans. Un objectif jugé réaliste pour un marché qui pèse 600 M€ au plan mondial. Pour cela, ils veulent pousser le B to B, qui représente déjà le quart de l'activité. Dans leur viseur : l'hôtellerie de luxe, les marques de luxe, les country clubs, voire des clubs de foot. Des partenariats pourraient être développés sous forme de licences.

Des collaborations avec des artistes sont aussi à l'étude. Un premier projet se concrétise avec un baby foot conçu en collaboration avec l'ébéniste de Bondues Frédéric D. Driani, pour une série limitée de 8 pièces. « L'idée, c'est de faire des billards des pièces d'art. Les galeries d'art pourraient ainsi devenir de nouveaux canaux de distribution. » ■ Yann Suty

*Entreprise du patrimoine vivant

L'EDHEC LANCE UN PLAN COLOSSAL DE 270 M€

La business school nordiste affiche de grandes ambitions pour son plan stratégique 2024-2030, avec une volonté d'avoir un impact sociétal.



« On veut en faire plus. Notre plan, c'est de faire quelque chose qu'on fait déjà, mais qu'on radicalise. » C'est ainsi qu'Emmanuel Métais, son directeur général, présente la feuille de route 2024-2028 de l'Edhec, baptisée « Générations 2050 ». A l'appui de ce plan stratégique, un investissement colossal chiffré à 270 M€, plus habituel dans le champ industriel que dans le monde de l'enseignement supérieur. Dans le détail, 115 M€ seront consacrés aux campus, 75 M€ aux bourses, 40 M€ au financement climatique, 20 M€ aux centres de recherches, et enfin 20 M€ à l'IA.

Comment sera financé cet investissement? Les frais de scolarité représentent 75% du budget. Ils sont complétés par la taxe d'apprentissage, les revenus de la recherche ou des start up développées au sein de l'école phare de

la Catho de Lille (pour rappel en 2020, l'Edhec avait cédé Scientific Beta, incubé dans ses locaux, à la Bourse de Singapour, pour un montant de 186 M€). La philanthropie est une autre source de revenus avec l'appel aux dons des anciens élèves, via la Fondation Edhec. L'objectif est d'atteindre les 50M€ de dons lors des quatre prochaines années. « On ne peut pas être une business school mondiale sans fondation », appuie Emmanuel Métais. Par ailleurs, 100 professeurs seront recrutés, ainsi que 100 personnes dans les services administratifs. Actuellement, l'école dispose de 175 professeurs.



« DEMAIN, TOUS LES ÉTUDIANTS QUI PASSENT PAR L'EDHEC SERONT FORMÉS À L'IMPACT DE LEUR BUSINESS SUR LE CLIMAT »
EMMANUEL MÉTAIS
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'EDHEC

TROIS AXES STRATÉGIQUES

Si la nouvelle stratégie est écrite pour les quatre prochaines années, elle a aussi pour horizon 2050. Elle concernera les futurs étudiants de l'école qui naîtront pendant cette période. « Nous voulons réinventer les modèles d'entreprise au service du bien commun et instaurer une finance durable que nous transmettons aux générations futures », insiste Emmanuel Métais. Afin de maximiser son impact sociétal, l'Edhec a organisé son plan autour de trois grands axes stratégiques : construire l'entreprise « net positive », former les étudiants à transformer et, enfin, accélérer le déploiement de la finance du climat.

Pour faire émerger des entreprises « net positives », c'est-à-dire qui donnent plus à l'environnement qu'elles ne

prennent, mais gagnent de l'argent, l'école va développer un pôle de recherche dédié. L'investissement s'élève à 20 M€, avec le soutien de Roquette et Somfi. « L'objectif, c'est de créer des entreprises net positives dès le départ, souligne Benoît Arnaud, le directeur des programmes. Il faut donc qu'on travaille sur un nouveau modèle d'entrepreneuriat responsable, qui prend en compte les grands enjeux contemporains : défis planétaires, utilité sociale et attention au bien commun. » Mais comment former les étudiants à l'envie de transformer ? Qu'ils de-



"IL FAUT PROJETER LES CAMPUS DANS LES QUINZE PROCHAINES ANNÉES ET PROPOSER UNE EXPÉRIENCE UNIQUE AUX ÉTUDIANTS, COMME AUX COLLABORATEURS"
ANNE ZUCCARELLI,
DIRECTRICE EXPÉRIENCE ÉTUDIANTE



"ON VEUT PASSER DE L'INDIGNATION À L'ACTION"
BENOÎT ARNAUD,
DIRECTEUR DES PROGRAMMES

viennent « des citoyens engagés », selon les mots d'Anne Zuccarelli, la directrice Expérience Étudiante. A côté de nouvelles formations, (master en finance du climat ou en finance durable), l'école entend changer les comportements. « On veut passer de l'indignation à l'action, explique Benoît Arnaud. L'esprit critique est de plus en plus demandé dans les entreprises. Nous allons revoir les profils d'étudiants dans les recrutements. »

Métamorphose des campus

« Quand on prend des engagements en faveur du climat, on se doit d'être exemplaire », affirme Anne Zuccarelli. Si 40 M€ ont été investis ces dix dernières années pour développer les campus de Lille et de Nice, une enveloppe de 115 M€ leur est à nouveau dévolue dans le plan 2024-2028 afin de « les projeter dans les quinze prochaines années et de proposer une expérience unique aux étudiants, comme aux collaborateurs ».

A Croix, le campus sera réinventé pour intégrer les pédagogies du futur, avec des espaces modulables et hybrides. La biodiversité sera placée au cœur des bâtiments en les ouvrant sur le parc de 7 hectares riche de 500 espèces d'arbres au sein duquel l'école est implantée.

Une agora va aussi être créée. L'investissement s'élève à 75M€.

A Nice, l'Edhec vient d'acheter sur la Promenade des Anglais un terrain contigu à son campus. Elle y construira un bâtiment de 7 000 m² sur sept étages, pour un investissement de 40M€.

En 2028, la business school disposera au total de 90 000 m² de campus, tous sites confondus. Elle accueillera entre 5 000 et 5 500 étudiants dans le Nord (contre 4 500 aujourd'hui) et entre 3 000 et 3 500 dans le Sud (contre 2 500 aujourd'hui).

Edhec AI : « Avoir un temps d'avance »

« On a la conviction qu'on n'a encore rien vu en matière d'intelligence artificielle, mais on sait qu'elle va nous transformer et qu'il faut avoir un temps d'avance », annonce Benoît Arnaud. L'Edhec va investir 20 M€ dans Edhec AI, un dispositif transversal permettant d'accélérer la transformation de l'institution sur les plans académique, pédagogique, opérationnel et RH. L'objectif est d'offrir une personnalisation croissante des enseignements aux étudiants, mais aussi de proposer de nouveaux contenus ou de réfléchir sur les enjeux éthiques de l'IA.

FINANCE CLIMATIQUE

Élément incontournable du parcours des étudiants en business school, les associations seront au cœur de cette démarche avec la création du label « Citizen association », englobant des critères d'éthique, de gouvernance, d'impact environnemental et social. « On veut que les associations mettent en place un processus de réflexivité, détaille Anne Zuccarelli. Le label sera décerné pour trois ans. L'objectif, c'est qu'en 2028, 100% des associations soient engagées dans ce process et que 50% soient labellisées. »

Enfin, l'Edhec va lancer un centre de recherche sur la finance climatique. « L'idée, c'est de savoir comment des décisions financières peuvent avoir un impact positif sur l'environnement, et inversement, explique Emmanuel Métais. Il faut comprendre les liens entre la finance et le changement climatique. Demain, tous les étudiants qui passent par l'Edhec seront formés à l'impact de leur business sur le climat. » ■ Yann Suty

QUE SERA L'EDHEC EN 2028 ?

- 12 300 étudiants (contre 9 400 étudiants aujourd'hui)
- Un budget de 250 M€ (+45% par rapport à 2023-2024)
- 200 collaborateurs en plus (100 professeurs et 100 membres du staff) vs 175 professeurs et chercheurs

Reprenre une entreprise par le rachat des titres implique pour l'acquéreur d'hériter de l'actif et du passif de la société, et donc de subir toute hausse du passif et tout préjudice éventuel lié à la gestion antérieure par le vendeur.

Le repreneur doit impérativement se protéger contre cette situation : c'est ici que la garantie d'actif et de passif (souvent appelé « GAP ») entre en jeu. Par l'effet de cette garantie, l'acheteur pourra se retourner contre le vendeur pour être indemnisé du préjudice subi.

Mais pour que cette garantie soit efficace, encore faut-il que le vendeur accepte de respecter son obligation d'indemnisation et soit solvable.

Alors comment s'assurer que l'obligation de garantie de l'acquéreur sera respectée ? Par la mise en place d'une contre-garantie, aussi appelée « garantie de la garantie ».

Acquéreur et vendeur devront alors convenir de l'étendue et des modalités : pendant quelle durée est-elle applicable ? Quel est le montant contre-garanti ? Et surtout, quelle type de contre-garantie sera donnée ?

La pratique s'oriente majoritairement vers 2 alternatives efficaces :

- **La remise d'une garantie bancaire** : dans ce cas, une banque s'engage, pour le compte du vendeur, à verser le montant de l'indemnisation due, sur demande de l'acquéreur.

L'avantage principal pour le vendeur : il perçoit dès le closing l'intégralité du prix de vente. En revanche, la banque facturera des frais pour la mise en place de la garantie et exigera elle-même de bénéficier d'assurances suffisantes.

Ensuite, dans les relations entre acheteur et vendeur, le choix du type de garantie bancaire sera primordial : une « garantie à première demande » obligera la banque à payer dès que l'acquéreur le demande, sans avoir à

TANGUY DUBLY

AVOCAT ASSOCIÉ AU SEIN DU DÉPARTEMENT DROIT DES SOCIÉTÉS, FUSIONS & ACQUISITIONS DU CABINET BIGNON LEBRAY.

GARANTIE D'ACTIF ET DE PASSIF : L'IMPORTANCE DE LA CONTRE-GARANTIE



"POUR QUE CETTE GARANTIE SOIT EFFICACE, ENCORE FAUT-IL QUE LE VENDEUR ACCEPTE DE RESPECTER SON OBLIGATION D'INDEMNISATION ET SOIT SOLVABLE"

prouver le dommage, et sera donc très avantageuse pour l'acheteur. La mise en jeu d'un cautionnement sera quant à elle soumise à des exigences plus strictes, notamment de devoir démontrer préalablement une mise en jeu valable de la garantie.

- **Le séquestre du prix** : une partie du prix de vente est alors mise sous séquestre, auprès d'un tiers (souvent l'avocat d'une des parties ou un séquestre indépendant). Le séquestre choisi sera tenu de décaisser au profit de l'acquéreur tout ou partie de la somme séquestrée, selon les conditions négociées dans la convention de séquestre. Une partie du prix de vente est donc bloquée, générant la plupart du temps peu ou pas de rendement de placement, mais avec un coût limité pour le vendeur.

Autant de sujets à trancher lors des négociations des conditions de la cession ■

METTRE EN PLACE LA PARTICIPATION DANS UNE ENTREPRISE DE MOINS DE 50 SALARIÉS : UN NOUVEL INTÉRÊT

BRUNO PLATEL

AVOCAT ASSOCIÉ CAPSTAN AVOCATS

Obligatoire dans toute entreprise employant au moins 50 salariés, la participation est accessible aux entreprises de moins de 50 salariés qui souhaiteraient la mettre en place.

Malgré cette possibilité, peu d'entreprises y ont recours, soit parce qu'elles ne connaissent pas les avantages de ce dispositif, soit parce qu'elles le considèrent trop contraignant.

La participation constitue pourtant un moyen d'associer les salariés aux résultats de l'entreprise en distribuant une réserve spéciale de participation exonérée de cotisations sociales patronales et salariales, et d'impôt sur le revenu pour le salarié qui choisit d'affecter ces sommes à un plan d'épargne salariale ou à un plan d'épargne retraite.

Jusqu'à présent, la réticence des entreprises avait notamment pour origine l'obligation d'appliquer un mode de calcul de la réserve spéciale de participation (RSP) prévu par la loi complexe et parfois inadapté ou à défaut une RSP garantissant des avan-

tages équivalents. Cette contrainte est temporairement levée : en effet, à titre expérimental, jusqu'au 29 novembre 2028, la loi n° 2023-1107 du 29 novembre 2023 autorise les entreprises de moins de 50 salariés à déroger à la règle de l'équivalence des avantages en appliquant une formule de calcul de la RSP moins favorable que la formule légale, soit par adhésion à un accord de branche agréé instituant ce dispositif, soit par la conclusion d'un accord de participation au sein de l'entreprise avec le CSE, ou par référendum

S'agissant des bénéficiaires, la loi prévoit que la participation doit bénéficier à tous les salariés sous réserve d'une condition d'ancienneté instituée par l'accord qui ne peut dépasser 3 mois. La participation peut également bénéficier aux dirigeants si l'accord le prévoit.



"PEU D'ENTREPRISES Y ONT RECOURS, SOIT PARCE QU'ELLES NE CONNAISSENT PAS LES AVANTAGES DE CE DISPOSITIF, SOIT PARCE QU'ELLES LE CONSIDÈRENT TROP CONTRAIGNANT"

Les modalités de répartition entre les salariés doivent être définies par l'accord qui peut retenir soit une répartition uniforme, soit une répartition

proportionnelle aux salaires, soit une répartition en fonction du temps de présence, soit une combinaison de ces trois modes de répartition. Afin d'informer les entreprises du contenu de ce dispositif expérimental, le Ministère du Travail vient de publier sur son site un Questions/Réponses à finalité pédagogique.

Au-delà, l'entreprise intéressée devra en amont conduire une réflexion générale sur sa politique de rémunération et de l'intérêt des autres outils à sa disposition tels que notamment l'intéressement

ou la Prime de Partage de la valeur ■

ALEXIS ROQUETTE

DIRECTEUR ASSOCIÉ QUINTESENS - COACHING DE MANAGERS ET DIRIGEANTS

S'ENGAGER, NE PAS S'ENTÊTER

Bernard Arnault, lors de la dernière assemblée générale des actionnaires de LVMH, a été interpellé par une personne lui demandant d'expliquer les raisons de son exceptionnelle réussite à la tête d'un groupe aux 86 milliards d'euros de chiffre d'affaires et aux 23 milliards de résultat opérationnel en 2023. Semblant étonné par la question puis vite reconcentré, l'homme d'affaires a avancé prudemment deux raisons principales. Il a exprimé qu'il avait depuis toujours une attitude persistante et qu'il faisait en sorte de ne pas écouter les conseils qu'on pouvait lui apporter. Conseils par nature variés et parfois contradictoires. Il y a très probablement d'autres raisons endogènes et exogènes à cette *success story* à la française, la très grande clairvoyance de Bernard Arnault, pour n'en citer qu'une. Ses propos posent la question de l'engagement, de la ténacité, autrement exprimé par ce qu'il qualifie d'attitude persistante.

Et surtout comment bien différencier l'engagement de l'entêtement. En effet, la différence est subtile, parfois infime, entre l'engagement qui se transforme en succès, et l'entêtement qui dérape en faillite. Comment savoir en faire le distinguo ? Je vois trois éléments clés à calibrer et à s'approprier. Tout d'abord et en amont des projets d'importance, il est essentiel de se fixer des objectifs clairs, et d'identifier la perte acceptable au-delà de laquelle nous ne souhaitons pas perdurer. Des objectifs établis dans un cadre dépassionné, avec le niveau de recul nécessaire, que l'on se refusera à transgresser une fois le projet initié. L'écoute active est également primordiale. Si Bernard Arnault évoque le fait qu'il goûte peu aux conseils de son entourage, nul doute qu'il dispose



"CONFIRMER SON ENGAGEMENT PASSE INDÉNIABLEMENT PAR UN EGO BIEN DIMENSIONNÉ, PAR UNE HUMILITÉ NON FEINTE."

d'une exceptionnelle qualité d'écoute et d'une acuité à sentir et ressentir les éléments autour de lui. Il est donc important de lire, s'informer, questionner avant de se forger des convictions. Enfin, et je suis convaincu que c'est là l'élément principal, confirmer son engagement passe indéniablement par un ego bien dimensionné, par une humilité non feinte. En effet, que d'écueils et d'échecs retentissants pour certaines personnes qui, piquées dans leur orgueil, perdurent dans l'erreur, se coupant de toutes interactions, précipitant leurs chutes. Ne pas s'entêter dans une voie sans issue, savoir renoncer pour mieux pivoter.

Rien de grand ne s'est accompli sans un profond engagement et si celui-ci est éclairé ■

SIMON DAUPHIN

CONSULTANT GESTION FINANCIÈRE KPMG

DANS LES COULISSES DES RESTAURANTS...

L'été arrive ! Les terrasses de restaurant s'animent ! Si le choix du menu est libre pour le consommateur, appliquer les procédures et la réglementation en vigueur n'est pas un choix pour le restaurateur. Dans les méandres de la législation, une nouvelle règle relative à la gestion des biodéchets pointe le bout de son nez. Chacun l'applique déjà à titre individuel au sein de son foyer mais cette réglementation n'a pas la même portée lorsqu'elle s'applique aux professionnels de la restauration. Que sont les biodéchets ? Il s'agit de tous les déchets de table ou de cuisine biodégradables, comme les épluchures de fruits et légumes, les carcasses de viande ou de poisson, les restes de repas ou les produits périmés non consommés. Depuis le 1er janvier 2024 particuliers et professionnels sont dans l'obligation de les trier. Conformément à la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, dite loi anti-gaspillage, il était prévu que

cette obligation fasse l'objet d'un renforcement progressif en vue de sa généralisation. Elle s'applique désormais à l'ensemble des acteurs professionnels, sans seuil minimum, depuis le début de l'année. Deux alternatives s'offrent aux restaurateurs : le compostage sur site ou l'organisation d'une collecte. La première option concerne les structures ayant des espaces verts, et de l'espace en général. Faute de place il est plus judicieux pour bon nombre d'opter pour la collecte. Le nombre d'entreprises proposant ces ramassages a, par ailleurs, augmenté à mesure que la loi s'intensifiait. Oui mais, gaspiller des aliments c'est gaspiller de l'argent, et encore davantage aujourd'hui pour les professionnels car la collecte de ces biodéchets est payante, et payante au poids !



"LIMITER LA QUANTITÉ DES BIO-DÉCHETS DEVIENT UN ENJEU DE RENTABILITÉ ÉVIDENT POUR LES RESTAURANTS"

Trier ses déchets c'est bien, mais limiter leur quantité devient un enjeu de rentabilité évident pour les restaurants.

Dans ce contexte, et qui plus est dans une conjoncture compliquée pour les restaurateurs, il est important d'adapter son modèle. Plusieurs leviers existent : privilégier les réservations afin d'anticiper le volume d'activité, mettre en place un plat du jour pour écouler des stocks, cuisiner malin en optimisant l'entièreté des produits, miser sur des canaux alternatifs (pour revendre les invendus à prix coûtant) ... Car pour les quelques récalcitrants, la sanction peut être lourde. En cas de non-application de la loi, le restaurateur risque jusqu'à 75 000 euros d'amende et deux ans de prison ■



ENTREPRISES, OSEZ L'INTERNATIONAL !

Alors que la croissance est structurellement faible dans l'Hexagone, les entreprises ont toutes les raisons d'aller vendre hors des frontières. D'autant que l'accompagnement « en meute » est désormais très huilé et efficace dans notre région depuis six ans.

Le 30 mai dernier, la CCI Hauts-de-France organisait une rencontre exceptionnelle autour de l'international, en présence du président de CCI France Alain Di Crescenzo et de Laurent Saint-Martin, directeur général de Business France. L'occasion de célébrer les 6 ans de la Team France Export, le premier anniversaire de Hauts-de-France International, et de mettre en place un UK Business Center dédié aux porteurs de projets britanniques. Des initiatives qui visent à pousser l'international en groupe, avec une boîte à outils très fournie au service des entreprises, qui comprend aussi un accélérateur export, l'accompagnement à des salons, un « contrat individuel export » ou l'accès au WTC lillois connecté à ses 349 alter ego dans le monde entier. « Chez nous, on ne dit pas Team France Export mais Team Hauts-de-France Export ! Et ça fonctionne car il y a une entente totale en-

tre nous et que sur ces sujets-là, la politique n'existe pas. C'est l'économie qui nous intéresse », résume Philippe Beauchamps, vice président au conseil régional, qui fait état d'un « bon bilan ». Entre 2020 et 2023, près de 500 entreprises ont bénéficié d'un accompagnement spécifique, dont l'impact a été mesuré au plan national à une moyenne de 188 K€ de chiffre d'affaires en plus et la création moyenne de 2,15 emplois (étude Ipsos). A l'échelle des Hauts-de-France, Philippe Beauchamps calcule donc un gain de plus de 100 M€ de chiffre d'affaires et plus de 1 000 emplois générés. Même satisfecit pour Laurent Saint-Martin, directeur général de Business France pour qui « les TFE n'ont de sens et d'efficacité que s'ils sont territorialisés ». Et qui associe la réussite en terme d'attractivité à celle de l'export. Cela tombe bien, la région truste depuis quelques années les places sur le po-

diem de l'attractivité (lire notre dernier numéro), « avec une métrique extrêmement forte », souligne-t-il. L'an dernier, la Team France Export en région a accompagné plus de 400 entreprises.



"LES TEAM FRANCE EXPORT N'ONT DE SENS ET D'EFFICACITÉ QUE S'ILS SONT TERRITORIALISÉS"
LAURENT SAINT-MARTIN

FOCUS SUR LES PAYS-BAS

« Vous avez su recréer une dynamique extraordinaire sur ce territoire », s'enthousiasme Alain Di Crescenzo. Et l'ambition est bien de continuer à tirer la pelote. François Decoster, vice-président du conseil régional en charge notamment des relations internationales, souligne le potentiel de notre région au cœur de l'Europe, au

barycentre d'un territoire de 80 millions d'habitants à fort pouvoir d'achat à 3 heures de route. D'où un focus particulier sur ces zones de proximité, notamment les Pays-Bas, avec une forte présence, notamment au grand salon PLMA, avec 23 entreprises régionales présentes cette année contre 6 il y a sept ans. « On a décidé de se mobiliser sur cette destination de voisinage car c'est le marché naturel pour les entreprises de notre région », poursuit François Decoster.

La TFE régionale relance par ailleurs un lieu d'accueil pour les investisseurs britanniques. Le UK Business Center (UKBC) se veut la porte d'entrée pour le marché français, offrant des services juridiques, d'interprétariat, au pied de la gare Lille Europe. « 60 entreprises nous ont déjà contacté », se réjouit Luc Doublet, président de Nord France Invest, qui évoque une autre cible prioritaire, bien que plus lointaine, à savoir le Japon. Une mission est déjà programmée en novem-



"NOUS AVONS LA VOLONTÉ DE CONVAINCRE LES CHEFS D'ENTREPRISE D'EXPORTER AVEC UN SYSTÈME D'AIDES ET DE TECHNIQUES QUI A FAIT SES PREUVES"
PHILIPPE HOURDAIN

bre dans l'archipel qui est le premier investisseur asiatique dans les Hauts-de-France (80 sites et 9 000 emplois).

ACCOMPAGNEMENT INDISPENSABLE

Toute cette impulsion publique coordonnée est capitale pour marquer l'essai. « Il faut savoir s'entourer des bonnes personnes, et ne pas partir à l'aveuglette à l'international », souligne Antoine Perrault, responsable des ventes chez Poittemill, à Béthune (85% de chiffre d'affaires à l'export). Pauline Duprez, dirigeante de la société de Saint-Quentin Confitures et compagnie (haut de gamme), s'apprête à se lancer à l'international après une maturation d'un an au sein de l'accélérateur export de CCI International, aux côtés de 14 autres entrepreneurs. « Aujourd'hui, tout est prêt pour présenter nos produits aux marchés cibles », raconte-t-elle, évoquant des premières touches aux États-Unis, en Irlande et en Inde.



"ON A DÉCIDÉ DE SE MOBILISER SUR CETTE DESTINATION DE VOISINAGE (PAYS-BAS) CAR C'EST LE MARCHÉ NATUREL POUR LES ENTREPRISES DE NOTRE RÉGION"
FRANÇOIS DECOSTER

Alain Di Crescenzo, président de CCI France « L'international, c'est incontournable ! »

« L'international est-il une option ? Non. Et ce n'est pas réservé aux grands groupes. C'est incontournable pour aller chercher des marchés, on en a besoin, c'est de la pure arithmétique : la France, c'est seulement 3% du PIB

mondial. Pour amortir vos frais fixes, vous allez chercher du volume et de la dynamique de croissance à l'international. D'autre part, le taux de croissance dans le monde, qui approche les 3,5%, est trois fois plus élevé que la croissance française. Et le fait d'être dans plusieurs pays va dérisquer votre activité. Plus on appuie le développement sur plusieurs pays, plusieurs cultures, plus on dérisque. Et il y a une dimension citoyenne aussi : avec une balance commerciale aussi dégradée, on ne peut pas rester comme ça, ce n'est pas possible ! Les résultats sont là. Nous

avons craqué le cap des 150 000 entreprises accompagnées et maintenant on va aller arracher les 200 000 ! »



Le Casier français : « du temps bien investi »

Né en 2019, le Casier Français développe des casiers réfrigérés automatiques dévolus au circuit court. La société de Templemars a connu une forte dynamique en cinq ans qui l'a menée à un volume d'affaires de 7 M€ l'an dernier avec 45 salariés. Même si l'entreprise est très jeune, elle vend déjà ses casiers made in France (à 93%, précise le dirigeant Manuel Moutier) hors des frontières depuis 2022. « On peut aller à l'export car nous sommes sur un produit à valeur ajoutée et différenciant. Mais surtout parce qu'on a été bien accompagnés. Il ne faut pas y aller tout seul, on peut se casser les dents. La présence du guichet unique pour les Pme est un facteur clé de succès », expose Manuel Moutier, qui insiste sur la préparation nécessaire. « Cela ne se fait pas d'un claquement de doigt, et trois mois après vous exportez. C'est de la longue haleine, mais c'est du temps bien investi ». La société a été accompagnée notamment par Bpi qui peut couvrir 65% du risque de prospection internationale. Elle est aussi passée par un accélérateur export, et a bénéficié des services de CCI International et du club Afrique.

Le Casier Français réalise aujourd'hui 15% de ses ventes à l'export, notamment au Canada, en Côte d'Ivoire et en Europe, mais il vise les 50% à horizon 5 ans, objectif élevé car dans le même temps la tendance reste toujours très forte sur le marché français (+40% au premier semestre). La société s'est doté d'un directeur export mais Manuel Moutier le reconnaît, « cette dynamique doit être portée par le chef d'entreprise. L'export va avoir un impact sur l'intégralité des organes de l'entreprise. Et les clients veulent voir le dirigeant... On n'est qu'au tout début de l'export, au tout début de l'histoire ».

La deuxième promotion de 10 accélérateurs est aujourd'hui dans les starting blocks.

« Depuis six ans avec Business France, nous avons été les premiers à démarrer la TFE. Nous avons la volonté de convaincre les chefs d'entreprise d'exporter avec un système d'aides et de techniques qui a fait ses preuves », lance Philippe Hourdain, président de la CCI de région ■
Olivier Ducuing

PRIVAMAP SE VEUT LE WAZE DES SITES INDUSTRIELS

ESTELLE VALERI. Son application, née au sein du start up studio Alacrité, permet le géoguidage en toute sécurité dans les sites privés.

En France, chaque jour, deux personnes décèdent en moyenne d'un accident du travail. Autre donnée importante : 70% des accidents de transport n'ont pas lieu lors des trajets mais sur la zone d'accueil du poids lourd. Privamap est née de ces constats, sur la base au départ d'une demande d'Aéroports de Paris. L'idée était de sécuriser les flux sur les pistes, par un géoguidage. Mais la jeune start up issue du start up studio d'Alacrité, à Lille, a en fait décroché ses premiers clients dans le monde industriel. La solution développée est d'utilisation très simple : il suffit de scanner un QR code qui va ouvrir une url, sans téléchargement ni hardware, et qui va lancer le géoguidage. Le système reconnaît automatiquement la langue du

téléphone et s'adapte en 15 langues. Outre le géoguidage, qui crée une sorte de « bulle de sécurité numérique » en transmettant en temps réel les consignes de sécurité, Privamap propose aussi de digitaliser le protocole de sécurité lié à l'article 4515 du code du travail, aujourd'hui le plus souvent opéré via une feuille volante. « Notre premier concurrent est la feuille de papier », sourit la dirigeante de Privamap, Estelle Valeri, qui évoque des consommations parfois énormes, jusqu'à 2 millions de feuilles par an. Parmi les autres avantages du système, il réduit en moyenne de 15% le temps de présence d'un camion sur site, en lui évitant de s'égarer et de se garer n'importe où.

Le concept simple et efficace, fondé sur un modèle d'abonnement SaaS, a déjà séduit plusieurs fonds d'amorçage en 2022 (Finovam, NFA et bien sûr Alacrité, par nature) et 7 premiers sites clients, parmi lesquels quelques grands noms comme Roquette ou ArcelorMittal. Privamap négocie avec le port de Calais ou encore le CNES



L'équipe de direction de PrivaMap de g. à d. Océane Bligand CPO et Co-fondatrice, Julien Hégo, Cto et Co-fondateur, et Estelle Valeri, Ceo

pour équiper Kourou. « On ne s'interdit pas non plus de parler avec des collectivités, notamment les communes à risques », indique Estelle Valeri, qui annonce avoir rejoint le pôle de compétitivité Safecluster.

La société, qui emploie déjà 8 personnes, vise le million de chiffre d'affaires en 2026, avec 250 000 utilisateurs géoguidés. La dirigeante mise sur un nouveau tour de table à la fin de l'année, pas encore chiffré. De quoi accélérer la commercialisation à travers des intégrateurs mais aussi sortir des frontières ■ **F.P.**

STOCKFLUID INJECTE DE L'INNOVATION DANS LES CUVES ET LES POMPES

SYLVAIN PELEGRIS a lancé une plateforme de vente en ligne, conçue comme une vitrine pour développer des solutions très techniques et sur mesure made in France.

« On veut fabriquer en local. Et faire baisser la charge carbone. On a bien conscience d'avoir choisi la difficulté ! » A 50 ans, dont vingt-cinq dans le secteur des cuves et des pompes, Sylvain Pelegris a créé Stockfluid. « L'idée, c'était d'apporter de l'innovation et du changement dans un marché qui propose toujours la même chose. » Une aventure où l'épaula son frère, ex-ingénieur Air France.

Stockfluid prend d'abord la forme d'une plateforme de vente de cuves et de pompes de marques premium. « Toutes proposent des produits qui sortent de la norme. Je ne vends pas ce que font les autres. » La vente en

ligne ne représente que 10% d'un chiffre d'affaires qui s'est élevé à 300 K€ en 2023 et devrait atteindre 400 K€ cette année. Le plus gros de l'activité provient de la mise au point de produits sur mesure, très techniques. « Dans le milieu, je suis connu comme un trouveur de solutions. »

Sylvain Pelegris a conçu cette plateforme comme une vitrine, une passerelle vers de futurs développements. « L'idée, c'est de créer de l'activité qui va ensuite générer de la fabrication. » Stockfluid mène huit projets de front pour des solutions made in France de stockage de fluides de natures variées (eau, biocarburant, chimie). « Il s'agit d'innovations et pas des produits de rupture. Nous proposons un low-tech utile et innovant. » Basée à Mazinghem et soutenue par le Parc d'innovation de l'Artois, la société s'autofinance jusqu'ici mais a sollicité un cabinet d'études pour lever des fonds.



« JE NE VENDS PAS CE QUE FONT LES AUTRES »
SYLVAIN PELEGRIS

Parmi ses huit projets Stockfluid a créé SolarCub, une marque de cuves d'arrosages autonomes en énergie. Elles ne nécessitent pas de fuel et sont silencieuses. Sylvain Pelegris cible l'export, tout particulièrement le Moyen Orient et l'Afrique. « Rester sur le marché français à 100% ne serait pas viable. Une présence à l'étranger permet de lisser l'activité. » Stockfluid réalise déjà 10% de ses ventes à l'international. Elle vise les 50% à terme, avec les futurs produits développés ■ **Y.S.**





LESAFFRE DÉCARBONE MASSIVEMENT SON USINE MARCQUOISE

Décarboner 70 % des besoins de chaleur de la plus grosse levurerie au monde : c'est le résultat attendu de la future récupération de chaleur fatale issue de la fermentation. Un partenariat étroit avec Engie Solutions.

« Ce projet est un symbole car c'est le site historique du groupe, c'est ici que tout a commencé. » Brice-Audren Riché (à gauche sur la photo), directeur général du leader mondial de la levure et de la fermentation végétale, contextualisait ainsi, le 24 mai dernier, la présentation d'un projet très vertueux de récupération de chaleur fatale sur la principale levurerie de Lesaffre, qui est aussi la plus importante au monde. Le site de Marcq-en-Baroeul est devenu au fil des décennies une très grande unité en zone urbaine que les riverains reconnaissent de loin à ses grands panaches de vapeur blanche. On les verra un peu moins à l'avenir.

SOUVERAINETÉ ÉNERGÉTIQUE

En effet, le groupe va mettre en œuvre, dès 2025, un procédé de récupération de chaleur fatale de son unité de fermentation pour la réexploiter à 400 mètres de distance dans son unité de séchage. C'est Engie Solutions qui réalise l'investissement, à hauteur de 13 M€, épaulé par l'Ademe (5,6 M€), et qui exploitera l'unité composée de deux pompes à chaleur de grande puissance (19 Mw). Le dispositif viendra chercher les calories des eaux de refroidissement des cuves, à 28°, pour les réchauffer de manière électrique, et restituer une chaleur à 90° utilisable pour la

partie séchage, en aval de l'usine. « Le site de Lesaffre est une très grosse référence européenne », estime Frank Lacroix, directeur général adjoint d'Engie Solutions (à droite). « Cela va couvrir 70% des besoins de chaleur de l'usine, ce qui représente 30 000 tonnes de CO₂ en moins, et une économie de 150 000 m³ d'eau par an », se réjouit Julie Béthri, directrice générale de la Société Industrielle Lesaffre (SIL). L'équivalent de la consommation de 7 000 logements par an.



La chaleur fatale, un gisement absolument considérable

Selon Engie Solutions, la chaleur fatale constitue l'une des voies les plus intéressantes de la décarbonation. Car le gisement est énorme. Selon Frank Lacroix, DGA du groupe, la chaleur émise par les process de production en France atteint 100 térawatts/heure. L'équivalent de la consommation de 6,5 millions de logements, aujourd'hui perdue. Dans le monde, deux tiers des industriels ont pris des engagements de réduction de leurs émissions, mais seulement 20% ont vraiment lancé des actions capables d'atteindre cet objectif, indique Frank Lacroix. Autrement dit, le potentiel utilisable est considérable. Outre la récupération de chaleur fatale, les deux autres principales voies de décarbonation de l'industrie sont aujourd'hui la géothermie et la biomasse, demain l'hydrogène.

Autre intérêt très puissant du dispositif, il permettra de s'affranchir en grande partie des aléas des cours de l'énergie, dans le cadre d'un contrat de longue durée (15 ans) avec Engie Solutions. Est-ce duplicable ? Oui, mais seules quelques usines du groupe répondent à l'exigence technique de disposer à la fois d'activités de fermentation et de séchage.

Lesaffre poursuit par ailleurs ses initiatives pour viser la neutralité carbone en 2050, avec une ambition de réduire annuellement son empreinte carbone de 2,5%, malgré la croissance des activités. Le groupe a mis en service en février une centrale biomasse sur son usine de séchage à Cérences, en Normandie, Lis by Lesaffre. D'une capacité de 12 T/h, elle produira 110 000 tonnes de vapeur décarbonée par an, soit une économie de 13 000 tonnes de CO₂ par an ■ **Olivier Ducuing**

COMMENT LE LOUVRE-LENS A DYNAMISÉ TOUT UN TERRITOIRE



Eco121 a relancé son cycle de tables-rondes thématiques dans les territoires, au Louvre-Lens, le 28 mai avec pour sujet « *Comment cristalliser une vraie dynamique économique autour d'un équipement structurant* ». L'événement s'est déroulé en compagnie d'Annabelle Ténèze, la directrice du musée, de Sylvain Robert, le maire de Lens et président de la Communauté d'Agglo de Lens Liévin (CALL), de Jean-François Campion, le directeur général de Maisons & Cités, et de Pierre Forgereau, le directeur régional de Veolia Eau France, membre du cercle des mécènes.

L'implantation du Louvre à Lens avait tout d'un défi improbable, dans un territoire en difficulté et dépourvu d'appétit culturel. Douze ans plus tard, le pari est gagné. Le Louvre-Lens attire près de 500 000 visiteurs chaque année, ce qui le place dans le top 3 des musées de province, aux côtés de Confluences à Lyon et du Mucem à Marseille. Avec un bassin de population nettement moins important. « *On a réalisé ici quelque chose de difficilement imaginable* », s'enthousiasme Jean-François Campion, le directeur général de Maisons &

Cités. « *On n'osait pas forcément rêver de ce type de structure*, souligne Sylvain Robert, arrivé à la mairie de Lens en 2013. *Le Louvre-Lens a été le point de départ d'un changement. Il a permis de penser différemment l'aménagement de la ville. C'est devenu une vitrine, au même titre que le Racing Club de Lens. Il accompagne tout le territoire, donne de l'impulsion et de la visibilité.* »

RÉHABILITATION URBAINE

Pour Annabelle Ténèze, directrice du Louvre-Lens depuis juillet dernier, ce

succès s'explique d'abord par un « *choc de coopération* » entre les collectivités, l'Etat, les entreprises et les habitants. Il a servi de moteur à une gigantesque réhabilitation urbaine, qui s'étend jusqu'à la gare et comprend aussi le centre aquatique et Louvre Lens Vallée. « *Avant, c'était un lieu industriel et fermé, entre terrils et corons. C'est devenu un lieu de vie ouvert, dans un parc de 22 ha accessible à tous.* » « *Sans le Louvre-Lens, il n'y aurait pas eu d'hôtel et de densification urbaine* », renchérit Jean-François Campion. Autour du musée, près de 170 logements

ont été construits ou réhabilités par le bailleur Maison & Cité. Le tiers-lieu La Maison du 9 a aussi été créé. Un autre tiers-lieu est en projet, avec une crèche et une épicerie solidaire. Le groupe, qui est l'un des mécènes-bâtisseurs du musée, est également le propriétaire de de l'hôtel quatre étoiles Louvre-Lens, situé juste en face du musée, exploité par Esprit de France.

« C'est un projet en avance sur son temps, estime Pierre Forgereau, le directeur régional de Véolia. Le Louvre-Lens a anticipé les effets du réchauffement climatique il y a quinze ans. Son parc est une illustration du verdissage des villes, mais aussi du vert en ville. C'est un îlot de fraîcheur où les habitants viennent se retrouver l'été. Tout le reste de l'année, il est aussi très utilisé. »

UN MUSÉE SOCIAL

Les initiateurs du musée recherchaient un « effet Guggenheim », en référence au musée du même nom de Bilbao, qu'une délégation régionale avait d'ailleurs visité. Comme dans la cité basque, il s'agissait d'implanter un équipement culturel dans une ville industrielle, en espérant des retombées économiques. Pour les intervenants de la table-ronde, il s'agissait d'une erreur de lecture. « Le Guggenheim est la cerise sur le gâteau pour une ville qui avait d'abord redéveloppé son industrie et son tourisme, estime Annabelle Ténèze. Le calendrier du Louvre-Lens n'est pas le même. Le musée est le début d'un processus. A Bilbao, on était dans l'appropriation d'une marque privée et américaine, alors qu'à Lens, on est dans l'idée d'un musée éducatif. Même si on a beaucoup de touristes, on mise d'abord sur le développement personnel en local. C'est un modèle de musée social. » « Bilbao nous a surtout montré qu'un territoire doit se prendre en main, complète Sylvain Robert. Le Louvre-Lens a été le

LE LOUVRE-LENS EN CHIFFRES

- 5,7 millions d'entrées depuis l'ouverture
- 500 000 entrées par an
- 2e musée le plus visité en région
- 90 000 scolaires par an
- 75% des visiteurs du musée viennent des Hauts-de-France
- 300 000 Lensois accueillis en dix ans pour une ville de 30 000 habitants
- 30 partenariats de fond sur le territoire

prétexte, il a permis d'accélérer de nombreux projets, comme ceux concernant la mobilité. » Parmi les projets susceptibles d'être un relais de croissance territoriale figure le Stade Bollaert. Il pourrait connaître une nouvelle impulsion, le RC Lens étant candidat à son rachat auprès de la mairie.

Le Louvre-Lens cultive sa singularité. C'est un lieu que les habitants ont su s'approprier, au point qu'Annabelle Ténèze le qualifie de « musée national des habitants. » « En France, on a tendance à confondre institution nationale et parisienne. Ici, ce sont des collections nationales, mais qui se co-construisent. C'est un musée singulier, dans lequel on peut expérimenter beaucoup, et qui bénéficie à plus large que soi », poursuit-elle. De nombreux enfants fréquentent le musée (90 000 par an). Des femmes de Liévin ont créé une œuvre qui est exposée dans le parc. Dans la nouvelle Galerie du temps, qui sera dévoilée dans quelques mois, une partie des cartels seront écrits en collaboration avec des locaux (avec une école de métallurgie ou le centre social). « On aura réussi le musée quand on laissera des visiteurs guider d'autres

visiteurs. » « Le musée, c'est aussi cette petite dentelle avec tous les habitants du quartier », résume Jean-François Champion

Selon Pierre Forgereau, le musée fait aussi la différence par sa gestion du temps. « Le développement d'un territoire nécessite du temps, et pas un rythme accéléré. Les sujets viennent petit à petit et ils sont construits avec humilité. » De temps à autre, des événements majeurs apportent de l'animation, à l'instar de la Route du Louvre, l'un des quatre marathons des Hauts-de-France. « On avance à la fois grâce à des petites démarches et à des événements majeurs. »

PERCEPTION DES HABITANTS

La réussite du musée se mesure aussi aux changements de regard des habitants sur leur ville. « Quand on a commencé à parler de développement économique, de tourisme, ça a permis de changer le regard des habitants », se souvient Sylvain Robert. Et d'accélérer sur d'autres projets. « Les autres communes de l'agglomération se sont rassemblées autour de cet équipement, poursuit l'édile. C'est un changement structurel de notre territoire. Avant, on parlait de la fermeture de la mine plutôt que du rebond. Maintenant, on parle du vivant, de l'avenir. »

« Il y a un sentiment d'appartenance très marqué », indique Annabelle Ténèze. « C'est une autre approche de la culture, ajoute Sylvain Robert. Avant, il y avait une certaine distance. Aujourd'hui, le musée ne fait plus débat. Le musée n'est pas resté en vase clos. Il a adapté son concept à son environnement. Il reste ouvert. »

« Aujourd'hui, Lens est une vraie marque, affirme Sylvain Robert. On le voit au Louvre-Lens, au Racing, mais aussi au Centre de recherche en informatique (CRIL). La ville commence à être identifiée comme une destination touristique. » ■

Yann Suty



“IL Y A UN SENTIMENT D'APPARTENANCE TRÈS MARQUÉ”
ANNABELLE TÉNÈZE



Le cercle des mécènes

Le cercle des mécènes du Louvre-Lens comprend une quarantaine d'entreprises. Sa grande particularité, c'est d'aller de la PME à la très grande entreprise. A côté de grands groupes, on retrouve des restaurateurs et des pâtisseries lensois.

On peut devenir mécène à partir de 1 000 €.

« Le rôle du cercle n'est pas que financier, remarque Annabelle Ténèze. Il peut s'agir de partenariats en termes d'expertise. »

CÉLÉBRER LE LIVRE ET LA LECTURE AVEC LE BIB'ESTIV'

Et pourquoi pas profiter de l'été pour lire ? La Médiathèque départementale du Nord organise son événement estival consacré aux livres et à la lecture dans 24 communes, le Bib'Estiv'. Au programme : des ateliers, des jeux, des spectacles vivants, ou encore des rencontres avec des auteurs et des autrices. JO oblige, cette édition 2024 sera placée sous le signe du jeu et du sport.

Jusqu'au 24 août.

Dans les médiathèques de 24 villes réparties entre l'Avesnois, le Cambrésis, le Douaisis, le Dunkerquois, la Flandre et la Métropole de Lille.

Entrée gratuite.



DIANE VICTOR, UN EXUTOIRE FACE AUX INÉGALITÉS

Le LAAC de Dunkerque accueille la plasticienne sud-africaine Diane Victor pour l'exposition « De suie et de sang » comprenant une sélection d'œuvres et des créations inédites. Avec ses gravures et dessins, l'artiste dénonce les maux de la société avec pour thèmes de prédilection l'impérialisme, le racisme, la corruption, les violences faites aux femmes ou la place des religions dans la société. Son travail, à la fois cru et référencé, offre un témoignage visuel puissant de son engagement envers la justice sociale.

Diane Victor - De suie et de sang

Au Laac de Dunkerque, jusqu'au 5 janvier 2025.

Du mardi au vendredi de 9h à 18h et le week-end de 11h à 18h.

3-6€.

www.musees-dunkerque.eu



LE CENTRE HISTORIQUE MINIER DE LEWARDE S'EXPOSE A PARIS

Pour ses 40 ans d'ouverture au public, le Centre Historique Minier Lewarde sort du carreau de la fosse Delloye et s'installe au musée des Arts et Métiers à Paris. Avec un accrochage autour des cages de mines, ces installations, apparues dans les années 1830 qui permettaient aux mineurs de descendre au fond des puits d'extraction et de remonter les berlines remplies de charbon à la surface. Des documents d'archives, des objets et une maquette sont présentés à la fin du circuit de visite du parcours permanent du musée.

Jusqu'au 31 décembre 2024
Musée des Arts et Métiers, Paris
Du mardi au jeudi : 10h-18h,
le vendredi 10h-21h, le samedi
et dimanche : 10h-18h.

9€/12€

www.chm-lewarde.com

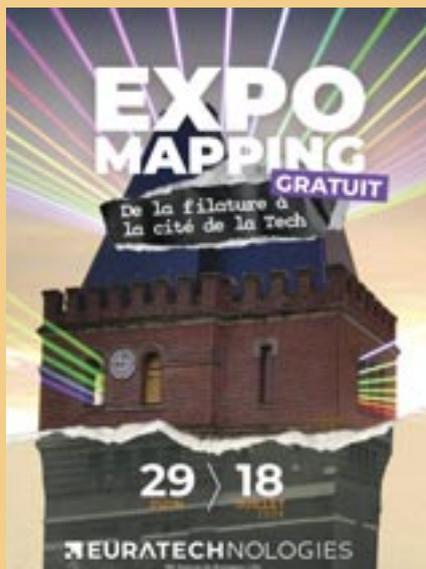


DE LA FILATURE À LA CITÉ DE LA TECH, À EURATECHNOLOGIES

Pour célébrer ses 15 ans, EuraTechnologies organise une exposition de photos et de vidéo mapping immersif. Intitulée « De la filature à la cité de la tech », elle retrace l'histoire de ce lieu, une filature de coton emblème de la révolution industrielle devenue un fleuron de la tech. Plongés dans un dôme, les visiteurs sont immergés dans une

expérience visuelle et sonore qui dépeint l'héritage industriel de la métropole lilloise et de la région, ainsi que sa reconversion industrielle et économique.

Jusqu'au 18 juillet de 10h à 20h dans le hall d'EuraTechnologies
Deux séances de vidéo mapping par heure, d'une capacité de 80 personnes.
Entrée : Gratuite sans réservation



LES NUITS SECRÈTES

Du rap, de l'électro, du rock, du reggae, de l'amour, de la danse et du maroilles. C'est plus qu'un festival, c'est un musée des beaux arts et des bizarres pour tous les oiseaux de nuits ! Les 12, 13 et 14 juillet, à Aulnoye-Aymeries, les Nuits Secrètes proposent un programme aussi diversifié qu'excentrique, entre l'électro-rock de Shaka Ponk et de Phoenix, le rap de PLK, la pop rock de Louise Attaque, le reggae de Naâman ou la funk de club de Parcels, ou encore les DJ sets de Kiddy Smile et de Rebeka Warrior.

Les Nuits secrètes.

Les 12, 13 et 14 juillet, à Aulnoye-Aymeries.

Renseignements et billetterie sur : www.lesnuitssecretes.com



4 QUESTIONS À FLEUR MORFOISSE, DIRECTRICE DU MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE VALENCIENNES

« *Nous voulons,
un musée ouvert à tous* »

Pouvez-vous présenter rapidement le Musée des Beaux-Arts de Valenciennes ?

Le Musée des Beaux-Arts de Valenciennes est une institution très ancienne, créée bien avant la Révolution française. Il est à l'origine dédié à la création artistique. Il a enrichi ses collections avec des œuvres récupérées dans des châteaux et des églises au moment de la Révolution, puis grâce à des dons d'artistes formés à Valenciennes, comme Jean-Baptiste Carpeaux.

Pourquoi entreprendre une rénovation ? Quelles directions particulières sont suivies ?

Contrairement à beaucoup d'autres, le bâtiment a été conçu pour être un musée. Il a été créé par Paul Dusart à la fin XIXe siècle et a été inauguré en 1909. C'est un bâtiment de briques et de pierres, avec une verrière sur le toit. Elle a été changée dans les années 60, mais aujourd'hui elle est en fin de vie. C'est du verre simple. Malgré le système de climatisation, on ne parvient plus à avoir une température stable. C'est une vraie passoire

thermique. On va installer un double vitrage pour filtrer la chaleur et l'apport de luminosité. On va aussi profiter du chantier pour redonner de son lustre à l'architecture originelle, qui avait été dénaturée.

Quel est le budget des travaux ?

Le budget de rénovation des bâtiments et des œuvres s'élève à 20M€. Il est financé par la ville de Valenciennes. Nous avons fait des demandes de subvention au ministère de la Culture, à la Région, au Département et à l'Europe. Nous aimerions aussi embarquer des partenaires économiques.

Quelles sont les ambitions du musée une fois qu'il sera rénové ?

La rénovation devrait être achevée courant 2026. L'entrée se fera du côté de la place d'Armes. C'est très symbolique, parce que le musée fait face au centre-ville alors qu'avant il lui tournait le dos. Nous voulons un lieu accueillant et ouvert à tous. Tout le parcours va être repensé. On abandonne la logique

chronologique pour un parcours à travers des thématiques (le vivant, l'écologie, les croyances). L'ambition est de faire un lieu entre le passé et le présent **Recueilli par Y.S.**



Le goût d'ÉCO121

COMME TOUS LES MOIS, DIDIER NICOLAS POSE SON REGARD INDÉPENDANT SUR UN ÉTABLISSEMENT DE LA RÉGION. CE MOIS-CI, LE PULPE, À LILLE.



Le Pulpe : mariage réussi entre décontraction et maîtrise

Depuis quelques semaines, cette nouvelle table fort plaisante a fait son apparition au cœur du Vieux-Lille. Avec l'avantage d'être ouverte les dimanches et lundis.

En face du petit square de la rue Saint-André, cette nouvelle adresse présentée comme bistrot à vins a bien failli, à cause de cela, ne pas retenir notre attention. Or dès l'entrée, il est évident que c'est bien mieux que ce type d'endroit où l'on sert de simples en-cas pour accompagner des verres de vin. Le décor, créé par l'architecte d'intérieur Agathe Zlicaric, est tout en élégance discrète dans des tons harmonieux à dominante gris clair, agrémenté de quelques aquarelles de Michel Tolmer, éclairage lumineux sans agressivité, mobilier sobre aux hauteurs justes (c'est rare), tables de noyer (faites à Tourcoing) et banquettes rouge orangé font le confort de la trentaine de convives. Devant la cuisine, dans un coin salon, une table ovale peut recevoir de 6 à 8 personnes.

Philippe Platel, sommelier, et Clémence Taillandier, cuisinière-pâtissière, ont un début de cursus prometteur : Institut Bocuse, Ecole Ferrandi, passages dans des maisons aussi prestigieuses que Troisgros ou Taillevent. Leur formule personnelle prend une certaine distance bien venue par rapport à la mode. La courte carte de trois choix, remaniée chaque quinzaine,

évolue aussi chaque jour. Elle a l'avantage de proposer un choix végétarien. Ce jour, il s'agissait « d'asperges vertes, condiment aigre doux au praliné d'amandes et noisettes » et de grandes « ravioles farcies au caviar de courgettes aux herbes et straciatella fumée » (fromage à pâte fraîche d'Italie du sud) qui ont eu l'heur de ravir notre voisine.

Pour notre part, nous avons commencé par une « bonite en sashimi crème miso et salade d'herbes » et un pâté en belle croûte, servi épais. Il est dommage que la salade d'herbes cachait la bonite bien fraîche et en encombraient la dégustation de la légère crème miso (préparation japonaise à base de soja et riz fermenté).

Pour suivre, et pour amateur, un beau « merlan de bœuf châteauneuf », à bonne cuisson, était en la compagnie de remarquables petits pois frais aux discrets lardons fumés. Une conséquente rouelle de lotte de Noirmoutier meunière, parfaitement préparée et servie par des fregola sarda (pâtes en boulettes, peut-être originales, mais pas très fines) avec un fumet de poisson crème aux graines de fenouil était le deuxième choix. Une « côte échine

de cochon, courgettes violon et olives noires de Kalamata (olives violettes grecques) parachevait le menu.

En dessert, nous avons préféré l'épais et délicat « pain brioché perdu à la cassonade et crème fouettée à la vanille » à la tatin glace caramel pas très gourmande au regard de toutes les autres assiettes généreuses. Signalons le pain maison au levain à l'excellente croûte. La carte des vins est impressionnante, et c'est dans de grands verres fins qu'on les déguste. Le bon choix des vins au verre mériterait un éventail un peu plus fourni. Le service, très attentionné, est vraiment plaisant.

Voici donc une bonne nouvelle adresse bien éloignée d'un bistrot à vins par son formalisme décontracté de bon aloi et la qualité d'exécution des plats. Elle offre une belle destination pour les dimanches et lundis qui en manquaient cruellement. **Didier Nicolas**

LE PULPE
carte 29-49€
7 rue Saint-André à Lille
03 20 86 20 45
restaurant-pulpe.fr
ouvert jeudi-dimanche 12h15-13h30, et 19h30-21h30
et lundi 12h15-13h30



IRD • IRD • IRD

IRD

SOIRÉE DES PÉPITES 2024

Nos
Pépites
se mettent
au vert !

3 SEPTEMBRE 2024

à partir de 18h30

Cité des échanges



IRD • IRD • IRD



En 2024, on joue à domicile et ça va se voir.

La Caisse d'Épargne Hauts de France soutient les équipes de France pour les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 et particulièrement les athlètes régionaux qu'elle accompagne depuis plusieurs années.



PARTENAIRE PREMIUM

CAISSE D'ÉPARGNE
HAUTS DE FRANCE



Communication à caractère publicitaire.

Caisse d'Épargne et de Prévoyance Hauts de France - Banque coopérative régie par les articles L512-85 et suivants du Code monétaire et financier - Société Anonyme à Directoire et Conseil d'Orientation et de Surveillance. Capital social de 1 000 000 000 € - Siège social : 612 rue de la Chaudière 59800 LILLE - 383 000 692 RCS Lille Métropole Code NAF 6419 Z - Intermédiaire d'assurance, immatriculé à TORBAS sous le numéro 07 008 031 - N° TVA intracommunautaire FR34383000692 - Titulaire de la carte professionnelle «Transaction sur immeubles et fonds de commerce sans perception de fonds, effets ou valeurs» n° CP 8001 2016 000 009 207 délivrée par la COI Grand Lille garantie financière : CEGC, 59 avenue Pierre Mendès France, 75013 PARIS - Crédit : ALTMANN - PARTNER - Crédit photo : Vincent Lobelle.