

éco 121

fête
ses
15
ans

MAI 2025
#150
www.eco121.fr

D 28899 -150 - F: 7,50 €



3 782889 907508

LE MENSUEL DES DÉCIDEURS DES HAUTS-DE-FRANCE



TARIFS DOUANIERS : RIEN NE VA PLUS !

P.15

→ **SALAD & CO** SE LANCE EN TOUTE FRANCHISE P.32

→ **L'EDHEC** S'OFFRE UN CAMPUS "ÉCOLO" À 60 M€ P.38

SOURCE DE VITALITÉ LOCALE

En tant que **banque coopérative et locale**,
la Banque Populaire du Nord s'est engagée sur tout son territoire en 2024.

119 000

sociétaires
participent
au rayonnement
de nos territoires.

22 700

projets financés
pour un montant
de 1,5 milliard d'euros.

247

collaborateurs
recrutés
sur l'ensemble
de nos 5 départements.

100

millions d'euros
dédiés à des projets
de transition
environnementale.

DEPUIS 1878

l'épargne que nous
collectons contribue
à financer les projets
sur nos territoires.

**1^{RE} BANQUE DES
ENTREPRISES****

BANQUE
POPULAIRE
DU NORD 



Photo © GregLeduc

15 ans !

Vous l'avez peut-être noté, ceci est notre 150^e numéro. C'est à dire précisément 15 ans. Presque un exploit dans un paysage de presse écrite au modèle économique particulièrement difficile. Je tiens à remercier ici ceux qui ont permis la création de ce journal, nos 40 associés dont 35 chefs d'entreprise, dont la présence fidèle à nos côtés nous a permis de nous faire notre belle place dans le petit monde de l'information économique régionale. Parmi eux, Olivier Verley préside la société éditrice depuis l'origine avec autant de tact et de discrétion que d'efficacité. J'ai bien sûr en l'occasion une pensée pour Bruno Bonduelle qui fut l'initiateur de ce projet si original par son montage et dont les billets mensuels truffés de latinismes nous manquent tant.

Evidemment, je veux saluer notre équipe qui, mois après mois, déniche de belles aventures entrepreneuriales, rend l'actualité économique séduisante par les histoires qu'elle raconte et qui reflète à chaque numéro l'image d'une région inventive, innovante, battante malgré les avatars. Mais aussi qui conforte mois après mois ce lien entre les acteurs du tissu économique et qui nourrit cette communauté entrepreneuriale assez unique à l'échelle de la France.

PAS DE JOURNAL SANS SES LECTEURS

Enfin un journal, décliné aujourd'hui sur le web, à travers nos newsletters ou LinkedIn, ce sont avant tout des lecteurs. Sans vous, pas de journal.

Que cet anniversaire symbolique soit l'occasion de vous redire notre fierté de vous avoir à nos côtés, et de pouvoir compter sur votre confiance, exprimée de façon particulièrement forte dans les différentes études de lectorat que nous avons pu mener.

C'est aussi l'occasion de vous demander de vous mobiliser. Si l'information n'a pas de prix, elle a un coût. **Ce n'est pas l'intelligence artificielle qui va sur le terrain à la rencontre des entreprises pour remonter des informations de première main, c'est nous.** Compte tenu de la richesse des contenus que nous proposons, notre abonnement reste à un prix très modique, *a fortiori* pour une entreprise. Nous gérons Ecopresse, notre société éditrice, avec une rigueur quasi monacale, sur laquelle l'Etat pourrait prendre modèle. Mais le rétrécissement du marché publicitaire rend encore plus nécessaire le geste d'abonnement, modeste à l'échelle de chacun, mais collectivement puissant pour pouvoir nous projeter sereinement dans l'avenir.

Abonnez-vous et faites abonner autour de vous.

Merci.

sommaire

TENDANCES 4-13

- Pimkie retrouve la rentabilité dans le viseur
- 4MB accélère contre l'arthrose du genou
- Etude : les clichés sur les Hauts-de-France ont la vie dure

GRAND ANGLE 15-19

- Tarifs douaniers : la grande incertitude
- Data center : l'IA peut-elle devenir un levier de développement territorial ?

TERRITOIRES 20-34

- FISA va filtrer plus grand dans ses nouveaux locaux
- Outinord va fermer son usine de Saint-Amand
- Salad & Co se lance en toute franchise

ENTREPRENDRE 36-41

- Créatrice : Le champ des oiseaux plonge les curistes dans l'écotourisme
- Innovation : le CETI transforme les déchets agricoles en fibres textiles

DÉTENTE 46-48

- Calais accueille Rodin
- Gastronomie : le Limpide à Lambersart

À PROPOS D'ECO121

Notre magazine est édité par la société Ecopresse. Celle-ci est détenue par trois collègues d'actionnaires représentatifs de l'économie des Hauts-de-France. Le principal pool, de 56%, est constitué de 35 chefs d'entreprises. Le deuxième collègue, 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 collègue 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 et sur LinkedIn.

WWW.ECO121.FR



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

A PARTICIPÉ À CE NUMÉRO
François Prillieux

DIRECTEUR ARTISTIQUE
Grégory Leduc

PUBLICITÉ
Rossel Conseil Médias
Tél. : 03 20 78 42 34
contact@rosselconseilmedias.fr

SECRÉTARIAT GÉNÉRAL
Nora Belfan
Tél. : 03 55 33 21 05

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

ISSN : 2109-3792

DÉPÔT LÉGAL : à parution



FEU VERT POUR 123 PARE-BRISE

123 Pare-Brise, le spécialiste de la réparation et du remplacement de vitrage automobile a signé un partenariat avec Feu Vert, l'enseigne d'entretien et d'équipement automobile. Objectif : faciliter la prise en charge des pare-brises endommagés identifiés par les équipes de Feu Vert.



CONCERTATION PUBLIQUE

Tiamat lance une concertation publique pour présenter sa future usine de fabrication de batteries sodium-ion à Amiens. Depuis le 28 avril et jusqu'au 22 juin, le temps d'échange permettra de s'informer, poser des questions sur le projet qui nécessitera 500 M€ d'investissement industriel.



Votre Top 5

LES ACTUS LES PLUS LUES SUR NOTRE SITE ECO121.FR

- 1 La Banque Populaire du Nord affiche ses ambitions stratégiques
- 2 Jonathan Deleberghe directeur IT et data de Chronodrive
- 3 Céline Fasulo nommée à la tête d'IMT Nord Europe
- 4 Alstom aiguille 30 M€ vers son site de Petite-Forêt
- 5 Outinord va cesser sa production à Saint-Amand

2469

C'est le nombre d'emplois à pourvoir d'ici à 2030 dans les Hauts-de-France par les acteurs de la filière des réseaux électriques pour assurer la résilience des réseaux, leur adaptation au changement climatique, mais aussi pour développer la production décentralisée d'électricité (éolien, solaire, hydraulique...), et l'électrification des usages (mobilité, chauffage...).

APÉRO ITALO-PICARD

Campari, le géant de l'apéritif italien de vins et spiritueux, a choisi le site Kuehne+Nagel de Villeneuve-Saint-Germain, près de Soissons, pour assurer l'ensemble de ses activités logistiques en France. D'une surface de 14 800 m², il permettra de réduire l'empreinte carbone de Campari.



LIAISON DIRECTE ENTRE SAINT-QUENTIN ET BRUXELLES

Depuis le 13 avril, le TGV Ouigo Paris-Bruxelles effectue un arrêt quotidien à Saint-Quentin. Alors qu'il fallait compter près de 3h30 et des correspondances par Lille, Maubeuge ou Paris, 1h30 suffit désormais pour relier les deux villes.

ACCOMPAGNER LA DYNAMIQUE DE NOS ENTREPRISES



ET LES AIDER À ÉCRIRE LES PROCHAINS CHAPITRES DE LEUR HISTOIRE

AGIR CHAQUE JOUR
DANS VOTRE
INTÉRÊT



ET CELUI DE LA
SOCIÉTÉ

NORD DE FRANCE



credit-agricole.fr

LE
TOPPIMKIE RETROUVE
LA RENTABILITÉ DANS LE VISEUR

Les coups de rabot assésés en 2023 sont-ils en train de porter leurs fruits ? A en croire sa direction, l'enseigne de prêt-à-porter féminin Pimkie est en train de prouver « *la bonne exécution* » de cette profonde transformation. La marque, autrefois propriété de la famille Mulliez, revient de loin : en difficulté depuis une dizaine d'années, elle est passée par la case PSE à deux reprises, entraînant la suppression de plus de 550 emplois et la fermeture de plus d'une centaine de magasins dans l'Hexagone. Sortie d'une procédure de sauvegarde l'an dernier, elle affiche pour ce premier trimestre 2025 un chiffre d'affaires en hausse de 20%, avec « *un bilan assaini et une trésorerie solide* », souligne l'entreprise. Un an après son rachat par Salih Halassi, et la nomination d'Elodie Chelle à sa direction générale, Pimkie prévoit d'investir plus de 10 M€ cette année, notamment pour rénover ou transformer son parc de 189 boutiques. « *Les fondations sont solides et la dynamique est bien engagée. Il est temps de dérouler pleinement notre feuille de route* », assure le président Salih Halassi. Pimkie, fondée en 1971, emploie 671 personnes, dont 97 au siège à Villeneuve d'Ascq.



“ LIBÉRER NOS ENTREPRISES.
SIMPLIFIER NOS INSTITUTIONS.
ET FAIRE CONFIANCE AUX
TERRITOIRES. CE N'EST PLUS
UNE QUESTION DE CONFORT.
C'EST UNE QUESTION DE SURVIE
ÉCONOMIQUE. IL EST TEMPS
D'ARRÊTER DE PARLER. IL FAUT
FAIRE ”

Philippe Bernard,
le président de la CCI Oise, pour la
simplification administrative dans une
tribune sur LinkedIn.

LE
FLOPPOTION AMÈRE
POUR ARCELORMITTAL

Alors qu'il fait face à une crise majeure de l'acier en Europe, le sidérurgiste a annoncé le 23 avril un plan de suppression de plusieurs centaines d'emplois sur 7 sites de son cluster nord, dont 4 situés dans la région : Dunkerque, Mardyck, Montataire et Desvres. Au total,



la compression d'effectifs touchera 600 personnes environ, à comparer aux 7 100 salariés des 7 unités concernées. Il y a quelques semaines, Arcelor avait déjà annoncé un programme d'investissement de maintenance à Dunkerque, qui s'accompagne de la mise à l'arrêt du haut fourneau 4 pendant trois mois. Le groupe indique avoir « *déjà mis en œuvre toutes les mesures possibles d'adaptation à court terme, mais l'entreprise doit maintenant envisager des mesures de réorganisation pour adapter son activité au nouveau contexte du marché et assurer sa compétitivité future* ».



“ C'EST UN VÉRITABLE
PILLAGE INDUSTRIEL QUE
NOUS SUBISSONS ! ”

Aymeric Robin,
président de l'agglomération Porte du
Hainaut, à propos de l'arrêt de la
production d'Outinord (lire p 29).

“LE JAPON A ÉTÉ FASCINÉ PAR NOTRE AVANCÉE SUR LA DÉCARBONATION DE NOTRE ÉCONOMIE. LE PAYS EST EN DEMANDE DE SOLUTIONS ET A BESOIN DE NOUS POUR CELA”



Jean Gravelier,

Dg du Pôlenergie, à la conférence bilan de la Mission Japon (lire p41)

“CE QUI EST EN JEU, C’EST NOTRE INDUSTRIE DE L’ACIER, C’EST NOTRE SIDÉRURGIE. C’EST CE QUI FAIT L’IDENTITÉ ÉCONOMIQUE ET OUVRIÈRE DE DUNKERQUE. ET CELA DOIT ÊTRE PROTÉGÉ”

La réaction de **Patrice Vergriete,** président de la communauté urbaine de Dunkerque, face aux suppressions d’emplois chez Arcelor.

“NOUS SOMMES SUR UN PROJET ÉTAGÉ”

Quentin Debuisschert,

Pdg d’Axens, à l’occasion de la concertation préalable au projet d’usine de matériaux actifs de cathode (CAM) à Saint-Saulve, qui aura donc une suite avec une activité de recyclage et une unité de précurseur de CAM (PCAM). De quoi doubler l’investissement initial de 500 M€.



“C’EST DANS DES MOMENTS COMME CEUX QUE NOUS VIVONS QUE SE JOUENT LES PLUS GRANDS RISQUES ET LES PLUS GRANDES OPPORTUNITÉS”

Laurent Saint-Martin, ministre du commerce extérieur, lors de son déplacement dans le Nord (lire aussi p 15).

6 MAI : 12/14 CLUBTEX

« Biomimétisme et textiles : quelles perspectives pour les textiles bio-inspirés », IBIS Styles de Marcq-en-Barœul, 12h

13 MAI : Salon Agro Hauts-de-France, Artois Expo, Saint-Laurent-Blangy

15 MAI : Soirée à la carte de la CCI Grand Lille « S’adapter pour gagner », Stade Decathlon Arena, Villeneuve d’Ascq, 18h

19 MAI : Webinaire Clubster NSL « Aliments innovants : quand la science défie nos traditions alimentaires », 11h

20 AU 22 MAI : Congrès mondial de la filière laine, Palais de la Bourse, Lille

21 MAI : Soirée Partners & Connect, au Canopy, Lille, 17h45

2 JUIN : Club des repreneurs « Le traitement de l’immobilier dans la reprise d’entreprise », CCI Hauts-de-France, Lille, 10h

PRÉFECTURE DU PAS-DE-CALAIS



Laurent Touvet, 62 ans, est nommé préfet du Pas-de-Calais, en lieu et place de Jacques Billant, nommé pour sa part haut-commissaire de la République en Nouvelle-Calédonie. Laurent Touvet, dijonnais, était depuis 2020 préfet de la Moselle. Cet énarque est également passé par HEC et l'IEP de Paris. Nommé commissaire du gouvernement en 1995, il est parallèlement rapporteur-adjoint auprès du Conseil constitutionnel. Il devient par la suite Dg du CSA (2001-2004), puis directeur adjoint du cabinet du garde des Sceaux (2004-2005). En 2013, il est nommé préfet de l'Ain puis du Haut-Rhin trois ans plus tard.

NORAUTO FRANCE



Dorothee Merlot est nommée DRH de Norauto France. Cette IAE a débuté sa carrière dans le recrutement avant d'évoluer dès 2007 vers des fonctions de responsable ressources humaines au sein du groupe Mosaïc (enseignes Delbard, Isambourg, 13 à table). En 2012, elle rejoint La Redoute puis Castorama à Templemars comme responsable du pôle compétences, alternance et projets RH de Castorama France.

APESA 02



Philippe Sevrain, psychologue du travail chez Présoa, est le nouveau président de la branche axonaise du dispositif d'Aide Psychologique aux Entrepreneurs en Souffrance Aigüe APESA 02, créée il y a un an. Le dispositif repose sur un réseau de « sentinelles » : avocats, experts-comptables, juges consulaires ou professionnels de santé et de prévention. Ces sentinelles sont formées à détecter les signaux faibles de détresse psychologique et orienter les entrepreneurs en souffrance vers une prise en charge adaptée. APESA 02 compte 90 sentinelles et 14 psychologues.

LA REDOUTE



Béatrice Héricourt récupère les rênes de La Redoute. Ce pur produit de la galaxie Mulliez débute comme acheteur, chef de produit et chef de marché chez Pimkie en 1998 à Neuville-en-Ferrain. Neuf ans plus tard, elle rejoint Tape à l'Éil comme directrice offre et achat, avant d'intégrer Kiabi en 2011. Elle dirigera le segment 0 - 16 ans, puis l'offre internationale (2017) et enfin sera nommée Dg en 2019. L'année suivante elle rejoint le conseil d'Electro Dépôt et devient Dg en 2023.

IMT NORD EUROPE



Céline Fasulo est nommée pour 5 ans à la tête de l'école d'ingénieurs IMT Nord Europe et succède à Alain Schmitt. Cette ancienne de l'établissement, ainsi que des Mines de Paris, y était directrice adjointe entre 2018 et 2022. Céline Fasulo a fait ses premières armes au sein de l'Autorité de Sécurité Nucléaire, avant de rejoindre en 2011 la DREAL Bourgogne-Franche-Comté chargée du contrôle des sites SEVESO. En 2015, elle prend la direction du bureau de contrôle de la fabrication des équipements sous pression nucléaires de l'ASN, jusqu'à sa nomination à l'IMT Nord Europe. En 2022, elle devient directrice déléguée de l'École Centrale de Lille. Elle était depuis 2023 directrice régionale adjointe de la DREETS Hauts-de-France.

CHRONODRIVE



A 37 ans, **Jonathan Deleberghe** devient le nouveau directeur IT & Data de Chronodrive. Il débute chez Croque Gel en 2010 comme développeur, avant de rejoindre Altran (Capgemini Engineering). Il intègre les équipes de Boulanger en 2013, toujours comme développeur informatique. Il est par la suite nommé responsable de pôle développements applicatifs, puis backoffice vente et enfin responsable de département système informatique.

WE ARE_ LILLE



Marie Sene est la directrice exécutive du club We are_ Lille, qui a récemment ouvert ses portes dans le Vieux-Lille. Cette diplômée en business, marketing et management de l'Insec a débuté sa carrière au sein de l'agence de communication Hopscotch entre 2008 et 2016. Après une parenthèse dans la restauration comme co-gérante du restaurant La Terrasse à Lille pendant un an, elle intègre Becoming en 2017 comme planner stratégique, avant de devenir leader innovation. Elle a rejoint We are_ en septembre 2024 pour préparer l'ouverture de l'adresse lilloise.



Marie Sene pourra notamment s'appuyer sur **Benoît Berteloote** qui a pour mission de développer et d'animer la communauté des membres We are_ à Lille. Il pourra lui faire profiter de son expérience des réseaux d'entrepreneurs forgée notamment à la Cité des échanges, dont il est le directeur commercial et marketing depuis 2017, un poste qu'il continue d'occuper en parallèle de cette nouvelle activité. Auparavant, ce diplômé de Leeds Beckett University avait été responsable grands comptes du Grand Palais où il avait notamment lancé le salon Créer à Lille (2006-2009) avant d'être le directeur de la communication du groupe IRD entre 2009 et 2017.

DISPARITION

CAPSO

Joël Duquenois, président de la communauté d'agglomération du Pays de Saint-Omer, est décédé à l'âge de 71 ans. L'ancien élu socialiste a d'abord été maire de la commune de Laies, dont il était natif, pendant 18 ans. Il est ensuite élu maire d'Arques en 2001, réélu en 2008 avant d'être battu en 2014. Il avait pu reconquérir son fauteuil de président de l'intercommunalité en 2020, à l'occasion de la victoire de son colistier Benoît Roussel à la mairie d'Arques. Cet élu bâtisseur avait été exclu du PS en 2011 pour avoir rejoint la liste sénatoriale dissidente de Michel Sergent, dont il avait été assistant parlementaire. Parmi bon nombre de mandats, Joël Duquenois a aussi exercé la présidence de l'association des maires du Pas-de-Calais après en avoir été le directeur général. Il présidait encore le Centre de gestion du Pas-de-Calais.



ETAT

Rémy Pautrat, ancien préfet du Nord-Pas-de-Calais (1999-



2002), s'est éteint à l'âge de 85 ans. Ancien patron de la Direction de la surveillance du territoire (DST), ce très grand serviteur de l'Etat fut l'un des initiateurs en France du développement de l'intelligence économique. Il a du reste mis en place durant son mandat dans notre région un Comité de développement de l'intelligence économique et stratégique (CDIES) associant les chefs d'entreprise et l'université de Lille. Il fut ensuite président du conseil d'administration de l'agence de l'eau Artois-Picardie. Il a laissé dans notre région l'image d'un représentant de l'Etat d'une grande humanité, très attaché aux valeurs de la République.

éco¹²¹
fête
ses **15** ans



«Eco121, le média économique disruptif qui donne la parole à toute taille d'entreprise. Une équipe professionnelle et extrêmement accessible»

RÉMI LEFÈVRE, COFONDATEUR D'ORIGINE CYCLES



“ECO 121, MAGAZINE QUI JOUE UN RÔLE CLÉ DANS LE MONDE ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL DEPUIS 15 ANS. BRAVO À TOUTE L'ÉQUIPE POUR SA PERSÉVÉRANCE, SON PROFESSIONNALISME, ET SON IMPACT DANS LA VALORISATION DES ENTREPRISES ET DES ACTEURS ÉCONOMIQUES LOCAUX. FÉLICITATIONS POUR CETTE BELLE RÉUSSITE !”

STÉPHANE ANDRÉ, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE RUBIKA



“ECO121 EST POUR PROMERAC LE MEDIA ÉCONOMIQUE ET INDUSTRIEL DES HAUTS DE FRANCE METTANT EN AVANT NOTRE INDUSTRIE RÉGIONALE ET TRAITANT DES SUJETS LES PLUS PERTINENTS POUR NOUS, LES CHEFS D'ENTREPRISE”

SAMIA BUISINE, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE PROMERAC



“Réussir sa vie pour une start up, c'est être rentable ... et passer dans Eco121 !”

CHRISTOPHE DEBOFFE, DIRIGEANT DU GROUPE NEO-ECO

4MB accélère contre l'arthrose du genou

Prenez une molécule connue, utilisée dans le champ du diabète et de l'obésité. Et reformulez-la pour lui donner de l'efficacité contre l'arthrose du genou. C'est, très grossièrement résumé, le modèle de la biopharma lilloise 4Moving Biotech (4MB), spin-off du start up studio pharmaceutique 4-P Pharma, fondé par Revital Rattenbach il y a onze ans. Il s'agit d'une Single Product Vehicle, autrement dit une société dédiée à un seul produit. Née en 2020, 4MB a déjà levé 14 M€ auprès d'investisseurs privés, de la fondation Arthritis et de la SATT Lutech. Aujourd'hui, la start up de 10 salariés ajoute 7,6 M€ à son escarcelle, à travers un financement d'ampleur apporté par le plan France 2030. Il s'agit pour elle d'accélérer ses essais cliniques de phase 2a autour de sa molécule 4P004. 130 patients français, canadiens et américains se verront injecter le candidat-médicament en intra-articulaire dans le genou, afin d'en étudier les effets sur la douleur et la progression de la maladie. Si les résultats attendus en juin 2026 sont positifs, Luc Boblet, dirigeant de 4MB (au premier plan), estime que la mise sur le marché pourrait intervenir à horizon 2029-2030. Un délai très serré grâce, précisément, au modèle de 4P-Pharma autour du repositionnement (« régénération » en jargon pharma) de molécules existantes. Ce qui permet de s'affranchir de tout le temps de développement médical et réglementaire et d'accélérer fortement le « time to market ». « Cette subvention très compétitive valide la pertinence scientifique de notre programme

4P004 et de son potentiel à répondre à l'un des besoins médicaux les plus urgents », se réjouit Revital Rattenbach quant à la subvention et au label de France 2030.

BLOCKBUSTER

Le marché visé est colossal : l'arthrose du genou touche pas moins de 600 millions de personnes, dans le monde dont 10 millions dans l'Hexagone. En cas de succès, le candidat-médicament pourrait donc devenir un fameux « blockbuster », capable de générer au moins un milliard de dollars de revenus annuels. 4MB

visé à pousser son médicament assez loin en essais cliniques afin de pouvoir signer un accord avec un grand de la pharma qui prendra le relais.

Si la société a largement sécurisé sa ressource pour ses besoins actuels, une nouvelle levée de l'ordre de 10 M€ est envisagée dans les douze mois.

4P-Pharma, qui a aussi de son côté procédé à une grosse levée de fonds l'an dernier (Eco121 n°140), affiche également de fortes ambitions à travers une seconde spin-off

qui cette fois travaille au repositionnement d'une molécule anticancéreuse vers un traitement contre le syndrome de détresse respiratoire aigu ■ O.D.

“LE FINANCEMENT FRANCE 2030 MARQUE UNE ÉTAPE IMPORTANTE DANS LA FEUILLE DE ROUTE DE 4MB” LUC BOBLET



Style the Woof flaire la croissance en Asie

7Mds € en 2025. Le marché hexagonal des animaux de compagnie, essentiellement porté par les chiens et les chats, atteint des sommets. Il affiche une croissance annuelle moyenne de 5% depuis 2020. C'est sur ce marché lucratif que Style the Woof entend trouver sa place. Fondée en 2021, la jeune pousse lilloise a bien failli disparaître. Reprise par Grégoire Franco et Matthieu Charrier, l'entreprise développe et commercialise depuis l'été 2024 de la sellerie upcyclée haut de gamme, cousue main et 100% française. Pour ses différents colliers, harnais ou laisses, Style the Woof met un point d'honneur à allier le style au respect de la planète, et surtout au bien-être de l'animal. Un critère essentiel, voire indispensable, alors que plus de 7 Français sur 10 disent considérer leur animal comme un membre à part entière de leur famille, selon une étude d'Ipsos parue en 2023. « *Nous utilisons du textile en coton, car hypoallergénique, pour concevoir des produits garantissant les besoins physiologiques et le confort de l'animal* », détaille Grégoire Franco, président et styliste de Style the Woof.

Une promesse que son entreprise peut tenir grâce à sa collaboration avec le cabinet normand d'ostéopathie

animalière OAK. Style the Woof achète sa matière première, des chutes ou invendus textiles, en France (elle compte Decathlon parmi ses partenaires), mais aussi à l'international notamment pour la bouclerie en Allemagne. La fabrication de ses produits est assurée par des ateliers de proximité et de réinsertion en région. Offrant à Style the Woof une capacité de production maximale de 10 000 unités.

CAP SUR SINGAPOUR

Depuis le début de leur aventure, le binôme de dirigeants multiplie sa présence aux multiples salons professionnels animaliers pour promouvoir leur marque. Ce qui lui a permis de tisser un solide réseau de grossistes français et de revendeurs internationaux pour assurer une partie de leurs ventes (l'autre est assurée par le site Internet). A date, les commandes viennent essentiellement du Benelux ou d'Italie, indique Grégoire Franco. L'entreprise lilloise est présente dans une dizaine de pays. D'ici à l'an prochain, elle débutera son aventure sur un marché hautement stratégique où le secteur animalier bondit entre 11 et 15% chaque année : l'Asie. Accompagné par CCI International et la Région Hauts-de-France, Grégoire Franco se rendra



en juin prochain à Singapour pour exposer aux French Pets Days, un salon professionnel dédié. « *Les équipes de la Chambre de commerce française basée à Singapour a mené les prospections. Cet été, je commencerai les premières négociations* », poursuit le dirigeant. En parallèle, son associé poursuivra entre autres la tournée des salons nationaux avec l'aide d'un alternant. Rien que cette année, Style the Woof compte participer à une trentaine de rendez-vous. Dans un horizon 2 à 3 ans, la start up lilloise vise un demi-million d'euros de chiffre d'affaires avec au moins cinq salariés.

Pour Reyouzz, "c'est la fin"

C'est par ces trois mots que Romain Deffrenne, cofondateur de Reyouzz, a annoncé l'arrêt de son aventure. Sa start up roubaisienne, créée en 2021 et installée à Blanchemaille, s'était spécialisée dans le reconditionnement et la location de produits électroniques, entre autres. La jeune pousse déployait également depuis deux ans des armoires de collecte d'articles de seconde main en échange d'un bon d'achat ou d'une somme d'argent. D'abord placée en redressement judiciaire en février, Reyouzz vient d'être liquidée par le tribunal de commerce de Lille Métropole. Celle qui visait les 40 salariés, en employait une quinzaine. « *On a mis toute notre énergie*

pour faire bouger les lignes. On y a cru, fort. Mais parfois, malgré toute la volonté du monde, ça ne suffit pas », a poursuivi Romain Deffrenne.

En redressement, FungFeed dans l'expectative

Depuis 2021, l'entreprise produit des croquettes, des pâtées ou encore des friandises hypoallergéniques pour animaux. Sa particularité ? Elle cultive elle-même sa matière première : des vers de farine, nourris avec des champignons au sein de la plus grande champignonnière de France, la ferme de la Gontière à Comines. L'entreprise de Victoire Baudin se retrouve aujourd'hui en grande incertitude. Le tribunal de commerce Lille Métropole vient de la placer

en redressement judiciaire. Elles potentiels candidats à la reprise ont jusqu'au 5 mai pour se manifester. Avec ses deux salariés, FungFeed a réalisé l'an dernier 287 K€ de ventes via son réseau de centrales d'achats vétérinaires et son site Internet.

VirtySens : 1 M€ pour voyager plus loin

La medtech née à Pecquencourt en 2019 s'ouvre à de nouveaux investisseurs. La jeune pousse VirtySens, à la tête de capsules immersives multisensorielles, vient de lever un peu plus d'1 M€ auprès de Santélyls, NFA, Finovam Gestion, Rugby Angels - LARGE, Autonomie & Solidarité. Un tour de table avec lequel l'entreprise de Guillaume Lucas, Xavier Melin et Ludovic Wiart entend

accélérer son développement commercial notamment à l'international. VirtySens prévoit aussi d'élargir son équipe, composée d'une quinzaine de personnes, d'investir en R&D et enfin de créer de nouveaux contenus pour ses capsules. VirtySens a produit une centaine de capsules dans son atelier de Somain. Celles-ci sont destinées à offrir du bien-être, de la relaxation ou de l'apaisement à des patients en séjour de longue durée. A l'instar de seniors en EHPAD, enfants et adultes handicapés ou hospitalisés. L'entreprise vend ou loue ses capsules louées ou vendues aux hôpitaux, cliniques, instituts médico-sociaux et sanitaires, instituts médico-éducatifs, EHPAD ou encore aux centres de rééducation.

ATTRACTIVITÉ : LES CLICHÉS SUR LES HAUTS-DE-FRANCE

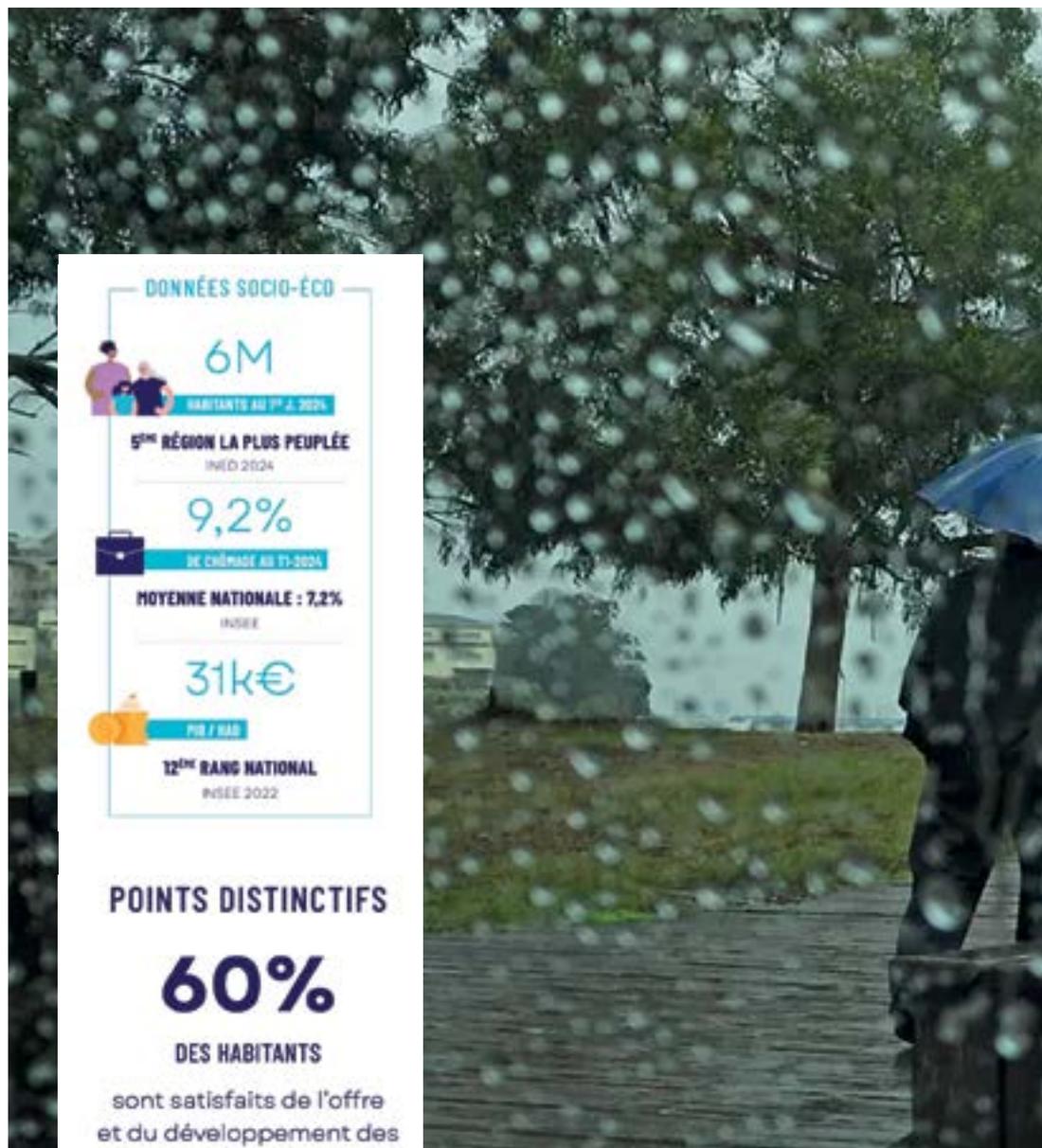
RÉGION. L'Observatoire des Régions met en lumière un déficit d'image qui pèse sur l'attractivité et le recrutement dans la région.

Quelle image les Français ont-ils des Hauts-de-France ? C'est la question que pose l'Observatoire des Régions, une étude sur l'attractivité des régions menée par le cabinet Stan et Newton Offices, en partenariat avec Odoxa, l'Institut Enterritoires et Deloitte. L'enquête s'appuie sur un échantillon de 3 099 Français, dont 1 651 salariés, complétée par 80 entretiens individuels avec des dirigeants d'entreprises. Ce baromètre a vocation à être renouvelé tous les deux ans.

Originalité : l'étude repose sur des questions de perception. « *Ce n'est pas un exercice scientifique*, indique Cédric Aumaitre, directeur du cabinet Stan Hauts-de-France. *L'intérêt, c'est de comprendre comment les habitants des Hauts-de-France voient la région et comment on est vu par les autres.* » « *La perception, c'est l'image de marque appliquée à un territoire*, complète Katia Fiorentino, la présidente de l'Institut Enterritoires. *Ce n'est pas parce qu'on est le mieux perçu qu'on est le plus dynamique.* »

PRIME AU SOLEIL

Mais la perception, c'est aussi une réalité. Globalement, les Français sont heureux de vivre dans la région où ils sont installés, même s'ils n'excluent pas de vivre ailleurs. 90 % des salariés se disent ainsi prêts à déménager. Les Hauts-de-France souffrent d'une moins bonne image que les régions du Sud et de l'Ouest. 36 % seulement des Français trouvent les Hauts-de-France attractifs alors que la Bretagne décroche 74 % d'avis favorables et l'Occitanie 70 %. De même, les habitants des Hauts-de-France sont 23 % à être « *tout à fait*



46% DES SALARIÉS D'ÎLE-DE-FRANCE et 44% des salariés de 25 à 34 ans seraient prêts à s'installer dans les Hauts-de-France en cas d'opportunité professionnelle (moyenne nationale : 33%)

heureux de vivre dans leur région », 11 points sous la moyenne nationale. Les responsables de l'étude pointent une prime au soleil. Car les clichés pèsent lourd, et en particulier ceux sur la météo. Les régions du sud et de la côte atlantique sont plus attractives, ainsi que la Bretagne, malgré sa météo capricieuse. Cette dernière peut néanmoins se targuer d'une identité forte et des valeurs que ses habitants portent haut. Pourtant, les Hauts-de-France ne manquent pas d'atouts. La région est perçue comme « *business friend-*

HAUTS-DE-FRANCE ONT LA VIE DURE



ly ». « C'est une région où l'on peut entreprendre, où l'on a confiance pour faire du business », souligne Cédric Aumaitre. Mais si la culture entrepreneuriale est forte, elle reste encore méconnue. « Les gens ne connaissent pas les entreprises en dehors de celles de la distribution. » La région reste associée à l'industrie, un positionnement atypique face aux autres régions. 9 sur 12 sont perçues comme tournées vers le tourisme et l'agroalimentaire. Cet héritage s'avère à double tranchant. « On est encore dans le cliché de l'industrie, note

Edouard Lhomme, le directeur régional de Deloitte. On parle d'une industrie qui reste un peu sale, mais pas encore de l'industrie du futur, avec les batteries. » Si la transformation est en cours, elle demeure invisible dans l'imaginaire collectif. Le déficit d'image a des conséquences directes sur l'emploi, avec des difficultés de recrutement bien réelles. La

PERCEPTION DE L'ATTRACTIVITÉ DES RÉGIONS

Pour chacune des régions suivantes, diriez-vous que c'est une région attractive ?



FILIÈRES CLÉS

Quelles sont les 2 filières économiques dans lesquelles la région Hauts-de-France vous paraît la plus performante (parmi les 6 filières clés ci-dessous) ?



ENQUÊTE ODORA

région attire les étudiants, mais peine à les retenir une fois leur diplôme en poche. Pour inverser la tendance, l'image de marque du territoire doit évoluer. « Les régions ont tout intérêt à se travailler comme un produit, une marque, insiste Katia Fiorentino. C'est essentiel pour attirer les habitants, mais aussi les investisseurs et les talents. » ■ Y.S.

**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 _____ TÉL. _____

E-MAIL _____

éco 121

ECOPRESSE - PARC RIVÉO
300 RUE DE LILLE
59520 MARQUETTE-LEZ-LILLE

Depuis toujours, l'export est présenté comme une voie royale de réussite entrepreneuriale. Avec les décisions américaines instaurant des droits de douane à géométrie (très) variable, le paysage est devenu très brouillé. Le ministre du Commerce extérieur est venu en région, au siège du groupe Holder, prendre le pouls et accompagner des entrepreneurs en plein brouillard.

TARIFS DOUANIERS : RIEN NE VA PLUS !

TEXTES OLIVIER DUCUING

« C'est un moment où le commerce international est dans le dur ! A l'heure où on se parle, on n'a pas la fin de l'histoire... » Laurent Saint-Martin, ancien patron de Business France devenu ministre du Commerce extérieur, est venu à la rencontre des exportateurs nordistes le 17 avril. Les décisions brutales de tarifs douaniers institués par Donald Trump ainsi que les volte-face du président américain et les mesures de rétorsion adoptées dans de nombreux pays mettent la planète du commerce international sens dessus dessous. Sans parler du risque inflationniste lié. C'est au siège du groupe Holder (960 M€ de ventes dont 53% à

l'export) dont le dirigeant Maxime Holder est aussi le nouveau président de CCI International que le ministre a donc organisé des « Assises de la politique commerciale », déclinées dans chaque région. « Il faut regarder ce moment en face pour avoir les bonnes réponses. Cela peut être une chance si on arrive à rester unis en Europe, avec 450 millions de consommateurs et une épargne privée supérieure à celle des Américains ; cela peut être une fragilité si on ne sait pas démontrer cette unité. »

« C'EST LA TEMPÊTE, ON S'ADAPTE »

Pour l'heure, les entreprises font plutôt le gros dos en attendant d'y voir clair. Christian Spiegeleer, président du Syndicat national des fabricants de sucre et représentant de l'interpro-

POIDS DES ÉTATS-UNIS DANS LES ÉCHANGES DES HAUTS-DE-FRANCE

En 2024, les États-Unis c'est :



11% DE NOS ENTREPRISES IMPACTÉES

La CCI Hauts-de-France a orienté sa dernière enquête de conjoncture (2 921 répondants entre le 24 mars et le 2 avril) sur la thématique des droits de douane. 11% des entreprises sont touchées par la hausse des droits de douane à l'import, 5% à l'export. Derrière cette moyenne régionale se cachent de très fortes disparités par secteurs : 21% des entreprises de commerce de gros sont directement concernées, devant le commerce de détail (16%), l'industrie (15%) ainsi que le transport logistique (11%) à l'import. Côté export, le premier secteur touché est l'industrie (14% des entreprises), devant le commerce de gros (12%) et le commerce de détail (6%). Parmi les entreprises touchées par les produits importés, 91% indiquent comme conséquence le recul des marges (91%), la hausse du prix final (84%) et la dégradation de la trésorerie (72%). Un tiers (32%) évoque une baisse de la production. Du côté des entreprises exportatrices, 84% évoquent un recul des marges, 81% une baisse des ventes, 80% un recul des prix pour le client. Les deux tiers relèvent une dégradation de trésorerie et près d'une sur deux un recul de la production.



Laurent Saint-Martin, ministre du commerce extérieur, est venu à la rencontre des entreprises régionales confrontées à la crise des droits de douane, au siège du groupe Holder.

fession betterave-sucre, explique ne pas être impacté directement par les mesures américaines. En revanche, la filière l'est à travers l'industrie de seconde transformation qui, elle, exporte. « Notre panoplie d'accords de libre-échange est elle adaptée ? », interroge-t-il, craignant que la France ne revienne sur son refus du Mercosur. Pour lui, cette ouverture au Brésil autoriserait d'importer en Europe des produits que les industriels européens n'ont plus le droit de produire ici. Fabien Val-Duprez, dirigeant de Cuir (lire aussi p 27), fabricant de machines-outils pour carton ondulé, explique quant à lui qu'il était en discussion avancée avec un Américain pour une machine de 2 millions de dollars. Un marché qui, potentielle-

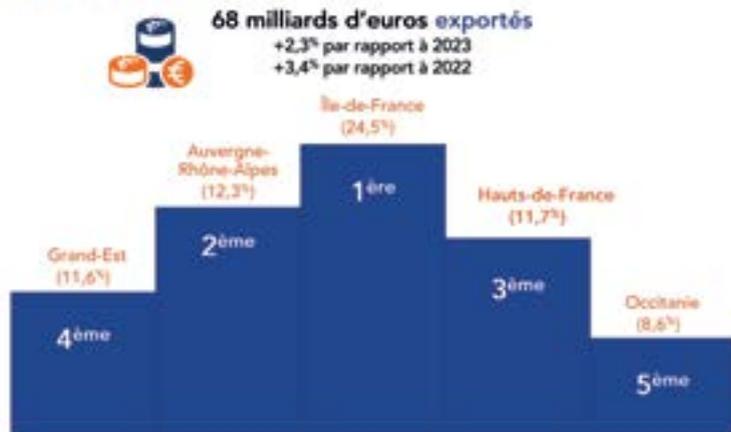
QUELS SONT NOS PRINCIPAUX PRODUITS EXPORTÉS ET IMPORTÉS ?

Le premier secteur exportateur est celui de la cosmétique et des produits chimiques, avec près de 20% (19,8%) de l'ensemble, soit un volume de 13,5 Mds €. Vient ensuite l'agroalimentaire (14,6%), devant les matériels de transports (14,4%) et les produits métallurgiques et métalliques. Côté import, la région achète majoritairement des matériels de transport (13,6%), des produits agroalimentaires (13,2%), devant les produits chimiques et la cosmétique (10,1%).



Source des infographies : CCI Hauts-de-France

LES HAUTS DE FRANCE DEVIENNENT LA 3^{ÈME} RÉGION EXPORTATRICE



ment pouvait en ouvrir d'autres, le client en question ayant 15 usines outre-Atlantique. Le contrat a été protégé autant que possible par un accord stipulant que si les droits s'établissaient entre 0 et 5%, Cuir les prenait à sa charge, qu'entre 5 et 10%, les deux signataires se partageraient la charge, et qu'au-delà de 10% de tarif douanier, il devenait possible de casser le contrat. Un niveau d'incertitude insupportable dans le monde des affaires. « Ce matin j'ai signé pour créer une filiale aux Etats-Unis. Pour une Pme comme nous, ce n'est pas rien. On n'a plus le choix. C'est la tempête, on s'adapte », déclare

Fabien Val-Duprez.

D'autres entreprises régionales sont fortement secouées, à l'exemple de Westlake Plastics, fabricant de pièces en polymère à usage médical (200 salariés, 40 millions d'euros de chiffre d'affaires), à Tourcoing. Le groupe possède aussi une unité de fabrication de produits semi-finis aux Etats-Unis. « Dès lors que l'Union européenne va imposer des mesures de rétorsion, l'importation de pièces plastiques venant des Etats-Unis sera impactée », estime le dirigeant Alexandre Delemazure.

« On ne maîtrise rien, c'est le bonneteau », décrit Laurent Meniszez,

AVEC QUI COMMERCER LA RÉGION HAUTS-DE-FRANCE ?

La CCI de Région a opportunément remis à jour ses données concernant le commerce international en Hauts-de-France. Il apparaît que notre région fait figure de 3^e région exportatrice du pays, juste devant la région Grand Est, avec 68 Mds € d'exportations, un niveau qui a tendance à s'élever : la région exportait moins de 50 Mds € jusqu'en 2018. Autre enseignement, nous sommes une région fortement importatrice – la deuxième du pays, à raison de 85,7 Mds €. Notre balance commerciale régionale est donc déficitaire, mais à un niveau qui s'améliore légèrement (17,8 Mds € en 2024).

Concernant les pays à fort enjeu dans les circonstances actuelles, la région est faiblement exportatrice vers les Amériques, soit seulement 6% du total, tandis que la grande majorité de nos ventes se réalisent dans l'Union européenne (83%) avec un tropisme marqué, ce n'est pas surprenant, pour nos voisins belges (17% de nos exportations), devant l'Allemagne (13,6%). A l'import, la part des Amériques est là encore modeste (7%, dont 4,8% pour les seuls Etats-Unis), avec une prévalence des échanges avec le Vieux continent (78%). Le premier pays d'importation est l'Allemagne (13,3%) devant la Belgique (11,4%) qui domine la Chine (10,9%).

dirigeant du groupe éponyme de boulangerie industrielle basé à Maubeuge, et qui possède une usine au Canada. Pour lui, l'important est de diversifier le risque entre les pays et de rapprocher la production de la consommation.

Laurent Saint-Martin demeure optimiste et volontariste, fonction oblige. « Il y a un seul pays dans le monde qui souhaite augmenter ses droits de douane. Il y a beaucoup de pays qui cherchent de nouveaux partenaires. Il faut y aller à fond dans toutes les autres zones que les Etats-Unis ».

RÉACTIONS LORS DES ASSISES DE LA POLITIQUE COMMERCIALE

“DÈS LORS QUE L'UNION EUROPÉENNE VA IMPOSER DES MESURES DE RÉTORSION, L'IMPORTATION DE PIÈCES PLASTIQUES VENANT DES ETATS-UNIS SERA IMPACTÉE”
Alexandre Delemazure, dirigeant de Westlake Plastics (Tourcoing).

“AVEC UNE HAUSSE DE 20% SUR LES PRIX, IL Y AURA UN IMPACT POUR LES CLIENTS”
Augustin Motte, société Lucullus à Prouvy.

“IL FAUT UN EUROPEAN PACT. IL FAUT UNE PRÉFÉRENCE EUROPÉENNE”
Cosimo Prete, Crime Scene Technology.

“AUJOURD'HUI NOUS AVONS DE GROS PROJETS EN STANDBY AUX ETATS-UNIS AVEC DES RETAILERS, SUR DES GAMMES DE PRODUITS QU'ON AVAIT CRÉÉS POUR EUX”
Stéphanie Potdevin, responsable export de la Pâtisserie des Flandres. La société réalise 22% de son activité à l'export dont 40% aux Etats-Unis.

“ON NE POURRA PLUS VENDRE LÀ-BAS, LES CLIENTS N'ACHÈTERONT PAS 25% PLUS CHER”
Sylvain Ehrhart, président du spécialiste des réservoirs en élastomère Pronal, à Leers (80 salariés), dans la Voix du Nord.

DATA CENTER : L'IA PEUT-ELLE DEVENIR UN LEVIER DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ?



Derrière les interrogations et les fantasmes, l'IA représente un enjeu considérable en terme d'infrastructure et de consommation énergétique. Alors que le premier datacenter majeur de France devrait voir le jour à Cambrai, Nord France Invest a tenu à Amiens sa dernière assemblée générale autour de ce sujet émergent mais hautement stratégique.

Il y avait les gigafactories de batteries pour lesquelles la région est devenue LA terre d'accueil en France. Les Hauts-de-France pourraient bien aussi devenir le lieu d'implantation d'un premier giga datacenter, à Cambrai. L'annonce en avait été faite lors du sommet de l'IA 2025 à l'Élysée : les datacenters pourraient mobiliser un total de 109 milliards d'euros d'investissements dans l'Hexagone. Sur ce montant, le fonds canadien Brookfield Asset Management à lui seul

compte investir 15 milliards d'euros d'ici à 2030 dans notre pays, sous le pilotage de sa filiale Data4 Group, qui est déjà l'un des dix plus gros opérateurs de datacenters en Europe.

UNE TRANCHE NUCLÉAIRE

L'un des sites prévus est la plateforme e-valley à Cambrai, où le Canadien s'est associé avec le fondateur de ce temple de la logistique, David Taieb. Le projet pourrait représenter selon une source proche du dos-

sier un investissement de 3 à 5 milliards d'euros. Il absorberait à lui seul 300 000 m² en plusieurs modules. Surtout, il nécessiterait un volume d'énergie absolument phénoménal : deux fois la consommation de l'actuel principal client français d'EDF, Aluminium Dunkerque. Ce dernier utilise l'énergie d'une demi-tranche nucléaire de la centrale de Gravelines à lui seul. On parle donc cette fois de l'équivalent d'un réacteur nucléaire à part entière pour faire tourner chacune de ces usines numériques. « Un datacenter, c'est un équipement de réseaux, de serveurs, de stockage, de traitement et de distribution de données à une échelle gigantesque. C'est la colonne vertébrale de l'industrie numérique. On veut être champion européen et français des centres de données », décrivait Alexander Oyaert,

directeur des investissements de Data4 Group, lors de l'assemblée générale de Nord France Invest à Amiens, qui a consacré un focus complet à cette thématique de demain.

Les enjeux apparaissent donc hors de proportion. Irréaliste ? Pas du tout, affirment les observateurs. Stéphane Raison, ancien patron du port de Dunkerque, qui officie aujourd'hui chez EDF sur l'implantation des grands sites de consommation, reconnaît certes l'ampleur du défi, avec des datacenters qui consommeront 1 gigawatt chacun, alors que par comparaison les 6 réacteurs de la centrale de Gravelines, la plus importante d'Europe occidentale, ne produisent « que » six fois 900 Mw. Soit tout de même l'équivalent des deux tiers de la consommation électrique de toute la région Hauts-de-France ! « Mais l'an dernier, nous étions à un maximum de production électronucléaire de 360 térawatts/heure, dont 89 ont été exportés, soit l'équivalent de consommation de la Belgique. C'est un élément de force pour le pays. » Ce surplus pourra être fléché vers ces nouveaux giga-consommateurs sur le terrain hexagonal, estime-t-il.

QUEL VOLUME D'EMPLOIS ?

« La France peut jouer un des tout premiers rôles et les Hauts-de-France peuvent jouer le podium », déclare de son côté Xavier Bertrand, qui se veut ambitieux mais prudent : « S'ar-

rêter aux seuls datacenters serait une erreur. On va bien regarder les choses. Quel foncier est demandé et quel est le nombre réel d'emplois ? Nous sommes persuadés que si c'est pour faire 700 emplois directs, ça vaut le coup ». C'est aussi ce qu'envisage David Taieb, le fondateur d'e-valley, qui évoque une forme de campus élargi bien au-delà du seul datacenter. Le président de Région attend, quant à lui, la cristallisation d'une véritable filière, en mobilisant notamment sa politique de formation vers les métiers de l'IA. « Après la vallée de la batterie, c'est une vallée de l'IA que nous allons créer en

Hauts-de-France », espère Xavier Bertrand. Luc Doublet, président de Nord France Invest, estime de son côté qu'on pourrait ouvrir des études sur une perspective d'enterrer les datacenters, par exemple dans les anciennes galeries de mine, ce qui pourrait répondre à la fois au problème de pénurie de foncier mais aussi de refroidissement. Restera toujours celui de l'énergie. Si le premier datacenter nordiste paraît en effet garanti de trouver la ressource électrique, le rythme très lent de l'avènement de la nouvelle vague de réacteurs EPR pourrait bien freiner la montée en régime des suivants ■ **O.D.**



A l'occasion de l'assemblée de Nord France Invest à Amiens, plusieurs experts des datacenters ont évoqué l'état de l'art sur le sujet. Au micro, Alexander Oyaert, dirigeant de Data4 qui porte le projet de Cambrai.



© Samuel Dhote

**“ON A TOUS LES
ATOUTS POUR LE
FAIRE ! ON ARRIVE
AU BON MOMENT”
DAVID TAIEB**

E-VALLEY 4.0

Le projet cambrésien est déjà lancé. « On essaie d'être sur un timing de livraison en 2029 », lance David Taieb, qui mobilise tous les services de l'Etat, les directions de RTE et d'Enedis. « On a tous les atouts pour le faire ! On arrive au bon moment », lance cet habitué du scepticisme ambiant. Très peu croyaient en lui et en son projet lorsqu'il a démarré e-Valley, il y a dix ans, en reprenant les 320 hectares de l'ancienne base aérienne 103. Il annonçait alors 1 300 emplois. Il sont déjà 1 500, sur la moitié des surfaces du site, soit 450 000 m². « C'est aujourd'hui un pôle d'excellence logistique », se félicite-t-il, espérant 1 000 emplois de plus demain autour du data center (250 emplois permanents et trois fois autant d'emplois induits). Cette activité consommerait pas moins de 30 hectares bâtis, un enjeu très important à l'heure du zéro artificialisation nette.

Le développeur revendique avoir déjà participé à la création de 4 datacenters en Ile-de-France avec son associé Brookfield, une expérience précieuse pour porter ce nouveau projet de tous les superlatifs. Avec de nouvelles innovations comme la géothermie.

« On essaie de trouver des solutions pour aller chercher de l'eau à 13° à 200 mètres sous terre. Cela pourrait permettre de consommer 30% en moins », espère-t-il. Compte tenu de l'échelle, le gain serait en effet colossal.

LA BANQUE POPULAIRE DU NORD AFFICHE SES AMBITIONS STRATÉGIQUES

RÉGION. La BPN a stabilisé son produit net bancaire en 2024 et accru de 6,3% son résultat net. Elle prépare un plan stratégique qui s'appuie notamment sur les territoires.

2024 aura été pour la BPN, comme pour beaucoup d'autres acteurs, fort contrastée : un premier semestre dans la tourmente notamment dûe aux transactions immobilières en panne, suivie d'une deuxième partie d'année bien plus tonique. Au final, la banque maintient son produit net bancaire (chiffre d'affaires) à 208,5 M€, mais réduit son coût du risque (-2,9%) et dégage un résultat net en progrès de 6,3% à 35,3 M€. De quoi renforcer ses fonds propres et améliorer le ratio CET 1 qui les mesure, à plus de 19%, soit près de deux fois le seuil réglementaire. Surtout, la banque s'enorgueillit d'une belle dynamique commerciale qui lui fait passer pour la première fois le seuil des 300 000 clients (+5%). Forte de cette bonne santé, BPN investit fortement, dans quatre directions. La plus visible sera son nouveau siège, en face de l'actuel, sur l'ancien site de Transpôle. La banque investira « plusieurs dizaines de millions d'euros » dans ce bâtiment de 10 000 m² qui devrait voir le jour en 2027. Les agences (121 sur les 5 départements couverts : Nord, Pas-de-Calais, Somme, Aisne et Ardennes) font par ailleurs l'objet d'un programme de rénovation continu, qui a déjà permis entre autres d'abaisser de 15% leur bilan carbone entre 2019 et 2024. La BPN poursuit par ailleurs la montée en puissance de sa foncière créée en 2023 avec un budget de 60 M€ qui sera totalement investi cette année. Après un immeuble à Lambersart en 2024, elle est en cours d'acquisition de deux bâtiments dont l'un à Dunkerque. Autre axe, le capital-développement : sa structure



BP Nord Développement est entrée au capital de trois entreprises l'an dernier (Renson, Loca Service et Cepane Glass III). Au total, elle a déjà investi 4,6 M€ dans des Pme régionales depuis 2023.

GROSSES AMBITIONS FLUVIALES

La banque écrit aujourd'hui son plan stratégique à horizon 2030, sous le slogan « plus haut, plus fort ». Avec une volonté claire d'axer le développement vers les territoires où elle est moins présente, comme l'Aisne, la Somme et les Ardennes. « L'idée est de revenir à une approche de territoires, d'être un acteur de l'écosystème. Il y a un enjeu de territorialisation extrêmement fort », affirme Nicolas Poughon, directeur général de la BPN (photo). Deuxième axe, l'ac-

compagnement des entrepreneurs, qui a vocation à remonter en puissance, notamment sous la marque JPM. Autre orientation, la BPN veut s'appuyer sur sa filiale le Crédit Maritime, qui détient déjà 80% de parts de marché de la pêche dans la région, pour se développer dans le fluvial dans le sillage du canal Seine-Nord et prendre 30% du marché. La Banque Populaire du Nord souhaite aussi accélérer sur les enjeux de digitalisation et d'IA, dans une logique de simplification de la relation client. Enfin, elle entend cultiver l'humain, notamment en proposant des chemins de carrière, et en travaillant la profondeur de métiers. BPN emploie 1 100 personnes, et a recruté 247 personnes l'an dernier (dont une centaine de CDI) ■ Olivier Ducuing

ÉRIC
LÉVÊQUE

CHAMPAGNE
LÉVÊQUE-DEHAN

Producteur
de champagne

Quand
l'international
fait la différence :

+50%

DE CA TIRÉ PAR
L'EXPORT

**ILS
L'ONT
FAIT**

**POURQUOI
PAS
VOUS ?**



VOUS AUSSI,
PASSEZ
À LA VITESSE
EXPORT

SCANNEZ ICI



CCI INTERNATIONAL
HAUTS-DE-FRANCE

MEMBRE DE :

**TEAM
FRANCE**
EXPORT

AVEC LE SOUTIEN DE :



Région
Hauts-de-France

CONTRE VENTS ET MARÉES, GROUPAMA NORD-EST RESTE DANS LE VERT

L'assureur mutualiste a vu son chiffre d'affaires et son résultat net progresser sur un an, malgré une sinistralité climatique importante l'an dernier et des risques tempêtes et inondations qui ont pesé lourd sur ses comptes en 2023.

Malheureusement, « les aléas climatiques deviennent la norme ».

Et ce rappel de Laurent Poupert, président national de Groupama et de Groupama Nord-Est, ne présage rien de bon pour le coût de l'assurance des Français. Les millésimes 2022, 2023 et 2024 ont été les plus importants de ces dix dernières années en termes de sinistralité climatique. En raison d'une sécheresse accrue et de fortes précipitations qui ont notamment donné lieu aux inondations dans le Pas-de-Calais. L'an dernier, le premier assureur du monde agricole a ainsi versé 365,4 M€ d'indemnités (contre 352,3 M€ en 2023) dans le cadre de sinistres climatiques, de sinistres graves (comme les émeutes en 2023) et de sinistres courants, à l'instar du violent incendie qui a touché en septembre dernier l'Église Immaculée-Conception de Saint-Omer.

Côté assurance de personne (couvrant de la santé à la prévoyance

individuelle, en passant par l'assurance vie et l'assurance retraite), la caisse régionale enregistre une activité en hausse de 12% sur un an. Nourrie essentiellement par la partie collective, à savoir les contrats proposés en entreprise. L'assurance de personne est par ailleurs l'un des principaux axes de la nouvelle feuille de route 2025 - 2027 de Groupama Nord-Est. L'établissement souhaite en effet davantage développer cette activité pour rééquilibrer ses risques, encore largement (trop ?) soumis aux aléas climatiques.

Portée par 553,9 M€ de chiffre d'affaires l'an dernier (+ 6,9%) et une sinistralité générale en baisse, l'assureur mutualiste arbore un résultat net de 18,3 M€. Soit 4 M€ de plus que 2023. Son ratio de sinistralité, c'est-à-dire le rapport entre le coût des sinistres versés et les primes d'assurance encaissées, est lui aussi en amélioration puisqu'il gagne 2 points sur un an pour atteindre 71,6%.

TARIFS EN HAUSSE

La persistance des multiples risques, les réparations auto en hausse de 7% au 1er semestre 2024 ou encore le désengagement des réassureurs vis-à-vis de la couverture de Groupama Nord-Est (et des autres sociétés d'assurance) ont conduit à une évolution non négligeable de sa grille tarifaire l'an dernier : + 6,7% en moyenne par rapport à 2023. « L'assurance est une question de partage de sort », confie Laurent Poupert. « La vision des réassureurs est mondiale. Ils sont les premiers à percevoir les aléas à venir. Ils revoient en permanence les sinistres qu'ils reprennent aux assureurs. C'est un bras de fer continu », poursuit Laurence Bauduin, la Dg de Groupama Nord-Est. La pression économique des réassureurs a été particulièrement forte en 2022 et 2023. Bien que relâchée l'an dernier, « cela ne veut pas dire qu'ils ont baissé leurs tarifs pour autant ! Comme l'inflation, c'est un ralentissement », précise le président.

Groupama Nord-Est emploie 1 281 salariés, dont 550 en Hauts-de-France, répartis dans 74 agences présentes sur six départements (Nord, Pas-de-Calais, Aisne, Marne, Ardennes et Aube) ■ **Julie Kiavué**



PRÉSERVER LE PATRIMOINE.
LE PLUS BEAU CADEAU
QU'ON PUISSE FAIRE
AUX GÉNÉRATIONS FUTURES.

FAITES UN DON SUR FONDATION-PATRIMOINE.ORG



FONDATION
DU
PATRIMOINE

DONNONS UN AVENIR
À NOTRE PASSÉ.





Budget 2025 : Le Département du Nord réduit ses investissements

Le Conseil départemental du Nord a voté son budget dans un contexte de grande tension financière lié à la baisse de la dotation globale de fonctionnement de l'Etat et le gel de la TVA. Néanmoins, l'exécutif conduit par Christian Poiret se félicite de ne pas avoir opéré de sacrifice, grâce à une politique prudentielle les exercices précédents, qui a permis de mobiliser plus de 69 M€. Une cagnotte qu'elle ne pourra en revanche plus mobiliser ultérieurement. La collectivité s'est aussi résolue à baisser son volume d'investissement de 336 à 265 M€ « pour préserver ses politiques de solidarité ». Le recours à l'emprunt est lui aussi en recul (171 M€ contre 240). Le budget total tangente désormais les 4 milliards (3,875 mds €).

CHUTE DU CLIMAT DES AFFAIRES

L'enquête de conjoncture menée par la CCI de région au premier trimestre montre une nette dégradation du climat des affaires. Les soldes d'opinion sont négatifs dans tous les secteurs, avec des reculs très forts dans l'hôtellerie-restauration (-24 points) ou les services aux particuliers (-20). 47% des dirigeants indiquent un recul de chiffre d'affaires au dernier trimestre (+5% par rapport à 2024). La CCI pointe le solde d'opinion le plus mauvais depuis 10 ans en terme d'emplois, tandis que près d'une entreprise sur 3 (31%) déclare une situation de trésorerie mauvaise. 29% des dirigeants estiment que la situation géopolitique est de nature à remettre en cause leurs investissements (+5 points).



L'Avesnois-Thiérache s'offre un contrat de destination touristique

Quatre ans pour renforcer l'attractivité touristique de l'Avesnois-Thiérache et en faire une destination incontournable de la région : c'est l'ambition du contrat de destination territoriale 2024-2027 signé le 17 avril entre 19 acteurs publics (dont l'Etat) et privés de ce territoire autour d'une stratégie commune. Quatre axes majeurs sont retenus : le tourisme de nature et les mobilités douces, la valorisation du patrimoine et des savoir-faire, la promotion du terroir autour du Maroilles et la mise en marché de l'offre en adéquation avec l'accompagnement de Hauts-de-France Tourisme. Le contrat cible notamment les clientèles française, belge et néerlandaise, et dans une moindre mesure allemande.

Roubaix : première promo pour l'incubateur de projets à impact

Les tout premiers incubés ont été choisis à l'issue d'un appel à projets pour la première promotion d'InnovaiX, incubateur à projets à impact porté par la ville de Roubaix avec BGE Hauts de France. Il s'agit de YVI, solution domotique, éthique et non intrusive destinée aux établissements médico-sociaux permettant de détecter les situations à risque ; d'Urban Mining, qui vise à créer une unité de traitement automatisé des déchets électroniques et notamment des cartes électroniques ; de Cycle Waste qui porte un projet reproductible de collecte écologique des déchets dans les centres urbains ; enfin, le dernier projet est porté par Charlotte Hyst qui entend développer des circuits cyclo-touristiques à destination de personnes éloignées de l'emploi dans une logique d'inclusion sociale par le sport.





INSERTION : À LOMME, VITAMINE T REMPLACE ENVIE PAR ZESTE

Jusqu' alors, l'enseigne Envie vendait à Lomme des produits électroménagers reconditionnés dans les ateliers d'Envie Nord, filiale du leader français de l'insertion Groupe Vitamine T. Désormais, la marque Zeste lui succède en lieu et place avec un catalogue plus large de produits reconditionnés. Sur 300 m², le magasin proposera à la vente l'électroménager d'Envie Nord toujours, mais aussi du mobilier par Meubles & Palettes ou encore du matériel de jardinage et bricolage de Vit'Inser. Tous reconditionnés ou upcyclés dans les ateliers de Vitamine T à Lesquin, Tourcoing, Hénin-Beaumont et Raismes.

Provost quadrille la Suisse avec le rachat de Mega Stahl

Le spécialiste de l'équipement industriel Provost a acquis le suisse Mega Stahl, basé à Zurich. Cette opération permet au Nordiste de s'ouvrir la partie alémanique du pays, après une première incursion dans la partie romande l'an dernier, suite au rachat de l'entreprise Mino et Lorenzini, à Genève. « On s'est très vite rendu compte qu'il fallait être de l'autre côté du pays, souligne Franck Monoyez, le président de Provost. Notre objectif, c'est de mettre en place une force de vente sur la partie alémanique de la Suisse, qui va de Bâle à la frontière autrichienne. » Mega Stahl réalise 2 M€ de ventes avec 8 salariés. L'entreprise dispose d'un bureau d'étude, d'un stock et d'un showroom. Elle va désormais distribuer des produits fabriqués par Provost, à côté de ses produits traditionnels. Elle restera pilotée par ses deux dirigeants, qui ont cédé la majorité du capital à Provost. Le montant de l'opération reste confidentiel.



LMH BASCULE EN SEM AVEC CDC HABITAT À SON BORD

L'office public de l'habitat LMH va changer de statut au terme d'un vote de la MEL adopté le 24 avril. Il sera transformé en Sem de logement social dont CDC Habitat prendra 31% des parts à travers sa filiale Adestia. L'objectif est d'assumer un vaste plan de réhabilitation et de construction (2,4 Mds € d'ici à 2035) que la métropole qualifie de « plan Marshall ». LMH compte 35 000 logements

dont près de 10 000 en étiquette E, F ou G. L'ensemble des 740 emplois est préservé. L'arrivée au capital de la filiale de la Caisse des Dépôts s'accompagne d'un ticket de 95 M€ qui s'ajoute aux 35 M€ que la MEL apporte (issus de la convention de 2019 MEL/LMH). On rappellera que CDC Habitat a déjà conduit une opération similaire avec Maisons & Cités (ex Soginorpa) dont elle détient désormais 49%.

ALSTOM AIGUILLE 30 M€ VERS SON SITE DE PETITE-FORÊT

Le géant du ferroviaire Alstom va investir plus de 150 M€ pour augmenter la capacité de ses sites français. Et ainsi « répondre à la demande croissante du marché ferroviaire français et international, en particulier pour les trains à très grande vitesse ». Le site de Petite-Forêt, dans le Valenciennois, bénéficiera de plus de 30 M€ pour assembler, dès 2026, des TGV sur une nouvelle ligne. Une première pour l'usine régionale, plus habituée à la production de métros et de RER. Elle participera également à celle d'Avelia Horizon, la dernière génération de train à deux niveaux capable d'atteindre les plus de 300 km/h. Petite-Forêt réaménagera une partie de ses espaces pour l'arrivée des nouveaux outils. La première livraison d'Avelia Horizon est programmée courant 2029. Alstom accompagne ses investissements d'un plan de recrutement de 1 000 personnes, dont une centaine en région d'ici à l'an prochain. Le constructeur emploie un peu plus de 1 300 salariés à Petite-Forêt et 2 000 sur son site de Crespin, ex-Bombardier.





FISA VA FILTRER PLUS GRAND DANS SES NOUVEAUX LOCAUX

LA CHAPELLE D'ARMENTIÈRES. Pierre-Antoine Avot, reprenneur en 2019, du spécialiste de la filtration de l'air, a investi plus de 5 M€ dans les anciens salons Kennedy reconvertis en usine flambant neuve.

« **J**e n'avais pas du tout envisagé le déménagement au départ », sourit Pierre-Antoine Avot. Depuis la fin 2019 le dirigeant est à la tête de la société de filtration de l'air FISA, à la Chapelle d'Armentières. A l'époque, la société emploie 40 personnes, implantées dans 3 sites différents de la même zone, pour 8 M€ de ventes. Le dirigeant d'alors recherchait seulement un directeur commercial, Pierre-Antoine Avot, déjà créateur d'entreprise il y a quelques années et lauréat du réseau Entreprendre, souhaitait reprendre une entreprise depuis deux ans. « Cela a été une rencontre d'hommes, il m'a dit qu'il croyait aux opportunités, et l'opération s'est finalement conclue quelques mois plus tard ». Cinq ans plus tard, le passage de témoin s'avère une belle réussite. En dépit de la crise sanitaire, l'activité se maintient en 2020 puis se développe, avec un effort commercial renforcé. Résultat, les ventes s'accroissent (11 M€ en 2024) et les murs deviennent trop petits, avec désormais 50 salariés (et 5 postes ouverts au recrutement).

Et l'opportunité de reprendre les anciens salons Kennedy, sur l'autre rive de l'autoroute, pousse le dirigeant à investir lourdement, plus de 5 M€, dans une nouvelle usine. Tout a été démolé pour construire une véritable unité industrielle de 6 000 m² sur une emprise de plus de 2 hectares, qui sera inaugurée dans quelques jours. Elle permet à FISA de gagner très fortement en productivité par le seul fait de sa nouvelle organisation, mais aussi de conserver l'ensemble du personnel. Celui-ci a été étroitement associé au projet et plus largement à la stratégie de l'entreprise et de sa vision à 5 ans.

PETIT PARI LES GROS, GROS PARI LES PETITS

FISA Filtration s'est fait une spécialité des solutions de filtration B to B, dans tous les secteurs industriels ou de service, et sur toute la France et la Belgique. Jusqu'à des secteurs particulièrement exigeants comme l'équipement de salles blanches. Une activité grand public coexiste également à travers un site e-commerce topfiltre.com, dont les ventes

progressent rapidement. Au total, FISA affiche un catalogue de 3 000 références, dont une partie complétée en négoce. Malgré les 40% de croissance déjà enregistrés depuis la reprise, Pierre-Antoine Avot est persuadé d'un potentiel encore important. « Nous sommes petit parmi les gros, gros parmi les petits. Il y a encore de la place pour de la croissance organique car il y a une vraie profondeur de marché, et nous ne sommes pas très connus », explique-t-il, indiquant vouloir pousser la marque ombrelle FISA, mais aussi de nouvelles marques dédiées, Euraflow pour les cartouches de dépoussiérage et Neogreen pour une gamme responsable (écoconçue, monomatériau ou rechargeable). Une croissance externe n'est pas non plus exclue, l'entreprise ayant déjà procédé à trois petites acquisitions dans le passé. FISA Filtration s'appuie aussi sur une relation forte avec ses clients pour fonder ses ambitions : plus qu'un prestataire, la société co-développe les produits sur-mesure grâce à son bureau d'études. Avec un intérêt complémentaire pour le modèle économique : ses produits sont des consommables, ce qui induit un chiffre d'affaires récurrent. Pierre-Antoine Avot ne trace pas de plan de croissance sur la comète, mais les nouveaux lieux lui donnent la capacité de voir loin. « On est au large, on en a sous la pédale », conclut-il... sans filtre ■ **Olivier Ducuing**



EQUIPEMENT CARTON : CUIR, LE RETOUR

LIBERCOURT. Moribond il y a dix ans, le fabricant de machines de découpe de carton a retrouvé une trajectoire gagnante, notamment grâce à l'international. Il vient de créer une filiale aux Etats-Unis.

Dix ans après sa reprise, Cuir, fabricant de machines pour l'impression et la découpe de cartons, est sur de bons rails. Ce qui n'avait rien d'un pari gagné d'avance pour son repreneur, Fabien Val-Duprez, qui s'était laissé convaincre par le propriétaire de reprendre l'affaire, qui ne comptait alors plus que 9 salariés contre 120 dans les années 1990. Cette reprise ressemblait même à un coup de poker. « *J'ai pensé que je me lançais dans une aventure sans espoir, se rappelle celui qui avait passé auparavant vingt ans dans le textile. Un constructeur qui ne fabrique plus de machines est voué à disparaître. Or, cela faisait neuf ans que l'entreprise n'avait plus rien fabriqué.* » Pourtant, il parvient à faire signer un devis de 2 M€ à un premier client. La production repart avec une machine qui sort de l'atelier huit mois plus tard. De nouvelles commandes arrivent, quelques anciens salariés reviennent, des clients historiques également.



L'entreprise fondée en 1932 retrouve son expertise, adapte ses modèles, développe de nouvelles technologies. Elle met le cap sur l'international où elle réalise désormais 60% de ses ventes (contre 20% à la reprise). Présente en Belgique, au Royaume-Uni, en Roumanie, en Turquie, au Cameroun et aux États-Unis, elle cible désormais le Canada, l'Amérique

latine, ainsi que l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne. Mais ce développement à l'étranger vient de se heurter aux nouveaux droits de douane imposés par Donald Trump. Dans l'urgence, Fabien Val-Duprez a décidé de créer une filiale sur place pour continuer à servir un client américain qui venait de signer un contrat de 2 millions de dollars (voir p 16).

Depuis 2021, Cuir a quitté ses ateliers historiques de Carvin pour s'installer à proximité, à Libercourt. Les effectifs sont remontés à 30 salariés, avec une moyenne d'âge de 41 ans, contre 60 à la reprise.

Le chiffre d'affaires a bondi de 2M€ en 2015 à 7,5 M€ aujourd'hui. Fabien Val-Duprez vise le cap des 10 M€ dès cette année. « *Le carnet de commandes va bien. Mais le plus dur, c'est de séduire les clients. Etant donné le prix d'une machine, entre 1 et 2,5M€, ils achètent une relation pour 15 à 20 ans. La confiance est essentielle.* » ■ Y.S.



GALLOREMA
Lève et Rayonne



En 2025 :
L'occasion, votre solution !





www.gallorema.fr

**Acheter d'occasion, c'est faire
un geste pour la planète**

TRB RÉFRACTAIRES MET LA MAIN SUR SON HOMOLOGUE AMÉRICAIN

NESLES. Grâce à l'opération, la division réfractaire du Groupe CB pose un pied outre-Atlantique où elle était encore peu présente. Une absorption stratégique qui lui permet entre autres d'étendre sa gamme de produits techniques.



« Avec ou sans Donald Trump, on y serait quand même allé ! » Fort heureusement, toutes les entreprises industrielles ne freinent pas des quatre fers face aux multiples frasques du président américain. A Nesles, près de Neufchâtel-Hardelot, la société TRB Réfractaires - filiale dédiée aux solutions réfractaires de l'entreprise familiale Groupe CB - vient de mettre la main sur son homologue MT Savage basé en Pennsylvanie, au nord-est des Etats-Unis. A l'issue d'un process de prise de contrôle qui aura duré près d'un an. L'opération offre à l'entreprise nordiste, dirigée par Bertrand Crépin-Leblond, l'opportunité d'être présente physiquement outre-Atlantique où MT Savage emploie une cinquantaine de salariés au sein de son unité de production. Elle y fabrique des bétons projetés, des bétons coulés, des masses à damer ou encore

des mortiers pour les secteurs de la sidérurgie, du ciment et des industries à haute température des marchés américain et canadien.

« L'intégration de MT Savage va avant tout nous permettre de renforcer notre catalogue avec des solutions innovantes complémentaires à celles de TRB Réfractaires, souligne Bertrand Crépin-Leblond. Et, dans un second temps, d'établir des synergies industrielles et commerciales ».

80% À L'EXPORT

De son côté, TRB Réfractaires conçoit depuis près de 80 ans des produits réfractaires silico-alumineux, décarbonés, pour les industries mondiales à haute température. A l'instar des hauts fourneaux (pour lesquels elle figure parmi le Top 3 mondial des fournisseurs), de l'aciérie, de la fonderie, de la cimenterie ou bien pour

l'industrie des ferro-alliages et de l'aluminium, notamment. Avec ses 200 salariés dans le monde, l'entreprise nordiste affiche 70 M€ de chiffre d'affaires, dont 80% réalisés à l'export.

Outre son outil de production neslois, TRB Réfractaires est aussi présente à Dunkerque, à Fos-sur-Mer, à Metz et à Decines. Un réseau national renforcé par six autres implantations en Chine, en Allemagne, au Mexique, en Russie, au Royaume-Uni et en Ukraine. TRB Réfractaires a rejoint Groupe CB en 1988. « L'industrie européenne va mal et est peu protégée. Surtout dans le contexte actuel, sur fond de guerre commerciale menée par Donald Trump, indique Thibaut Poulain, directeur du développement stratégique de Groupe CB. Tout cela ne fait que conforter notre stratégie de développement et de diversification » ■ Julie Kiavué

OUTINORD VA FERMER SON USINE À SAINT-AMAND

MILLONFOSSE. 126 salariés concernés sur 140 : le plan de sauvegarde de l'emploi annoncé par Outinord est radical, alors que le spécialiste des coffrages pour le bâtiment affiche de lourdes pertes depuis trois ans.



L'émotion est grande dans l'agglomération de Saint-Amand. C'est un fleuron historique de l'économie locale, Outinord, qui fait les frais de la crise du bâtiment. L'entreprise, née il y a 70 ans, est un grand spécialiste des coffrages et structures métalliques. Il y a vingt ans, elle comptait 330 personnes. Les salariés ne sont plus que 140 aujourd'hui. Bientôt 23 si l'on en croit le plan de sauvegarde de l'emploi présenté mi-avril au personnel. Le groupe Skena, qui a racheté Outinord en 2021, ainsi qu'une autre entreprise similaire, Sateco, à Mirebeau, près de Poitiers, estime n'avoir d'autre solution que celle-là pour assurer sa propre pérennité.

Seuls le bureau d'étude et des activités de service (location, matériel d'occasion et activité commerciale) seraient préservés. « *Le marché s'est effondré sous l'effet conjugué d'une hausse des coûts, de politiques publiques défavorables au secteur de l'immobilier (logement) et des contraintes fortes*

sur le pouvoir d'achat des ménages. Aucun retour à la croissance n'est attendu dans les deux ans », indique le groupe dont le chiffre d'affaires s'est effondré de 102 M€ en 2022 à 53 M€ l'an dernier.

ARRÊT DE PRODUCTION AU DERNIER TRIMESTRE

Skena indique avoir injecté 20 M€ dans Outinord ces trois dernières années, mais sans pouvoir interrompre l'accumulation des pertes (15 M€ sur la période). Le chiffre d'affaires de l'industriel nordiste, qui atteignait 78 M€ il y a vingt ans, dont un tiers à l'export, est tombé à 37,6 M€ en 2021, pour diminuer de moitié depuis (16 M€ en 2024).

Une situation intenable, expose Skena pour justifier son plan de restructuration. Outinord gardera sa marque mais fera fabriquer son matériel neuf en sous-traitance par l'autre filiale, Sateco où quelques postes pourraient être ouverts au profit de salariés nordistes.

La mise en œuvre de cette restructuration devrait intervenir au dernier trimestre, tandis que le cabinet Oneïda Associés, spécialiste en reconversion et revitalisation de sites est diligenté pour rechercher des solutions de reprise industrielle du site.

Le président de la porte du Hainaut, Aymeric Robin, évoque un « *véritable pillage industriel* ». « *C'est vraiment chronique d'une mort annoncée* », déplore l'élu communiste pour qui cette décision est à la fois brutale et cynique, et reflète « *un scénario prémédité et orchestré de longue date par les financiers d'Equistone et de Skena Group* ». Xavier Bertrand a marqué aussi sa forte préoccupation sur « *le devenir des salariés et de cette entreprise importante pour le territoire* », dans une lettre ouverte au préfet de région. La situation est d'autant plus sensible que la moyenne d'âge chez Outinord est très élevée, ce qui ne facilitera pas, *a priori*, les possibilités de reclassement ■ **Olivier Ducuing**



PORTÉ PAR LES ENJEUX DE SOUVERAINETÉ, OVHcloud RETROUVE LES PROFITS

ROUBAIX. Le premier fournisseur européen de services de cloud a achevé un premier semestre 2025 en progression de plus de 10%, avec un résultat net consolidé en forte amélioration.

Le désordre mondial fait les affaires d'OVHcloud. Le numéro un européen des services de cloud vient d'achever un premier semestre 2025 (exercice clos fin août) en forte amélioration. Le groupe de la famille Klaba (Octave, en photo) a ainsi dégagé un résultat net positif de 7,2 M€ contre une perte de 17,2 M€ à la même période de 2024. Sur douze mois glissants, OVHcloud ne perd plus d'argent. Son Ebitda s'est également nettement redressé de 2,2 points pour atteindre 40% de marge. Le chiffre d'affaires du Roubaisien s'est établi à 536 M€ (+10,2%) porté par « une très bonne fidélité des clients » et par la poursuite du déploiement de nouveaux produits dans toutes ses zones géographiques, notamment son offre d'intelligence artificielle. L'opérateur cloud a aussi bénéficié du reflux des prix de l'électricité et d'une bonne maîtrise de ses coûts. Le chiffre d'affaires semestriel a été réalisé majoritairement dans le cloud privé (334 M€) devant le cloud public (104 M€), complété d'un segment webcloud et divers (98 M€). 48% du chiffre d'affaires est encore

opéré dans l'Hexagone, devant les autres pays d'Europe (29%, en progrès de 9,7%) et le reste du monde (23%, en hausse de 15,4%).

PLUS D'UN MILLIARD D'EUROS D'ENDETTÉMENT

« La bonne dynamique de nos produits cloud public et de nos offres souveraines, ainsi que la forte demande à l'international nous ont permis d'enregistrer une solide croissance au premier semestre, démontrant la fidélité et la confiance de nos clients », se réjouit Benjamin Revcolevschi, le nouveau directeur général. La tendance devrait être durable, selon l'entreprise qui confirme ses objectifs annuels d'une croissance située entre 9 et 11% et une marge d'Ebitda autour de 40%. Sa capacité d'autofinancement a par ailleurs fortement progressé à plus de 210 M€ contre 180 M€ un an plus tôt. OVHcloud se félicite d'une diversification de ses financements au premier semestre, avec notamment une obligation sénior de 500 M€ (à 4,75%) qui a permis de refinancer une partie de la dette du groupe, et un Prêt Vert de 450 M€. L'encours de dette d'OVHcloud est

ipso facto remonté nettement, un peu au-delà du milliard d'euros contre 667 M€ un an plus tôt. « La solide structure financière du groupe, dont les besoins sont largement couverts jusqu'en 2030, avec plus de 307 M€ de liquidités disponibles et une trajectoire de génération de free cash-flow à partir de l'exercice 2026, permet à OVHcloud de mettre en œuvre son plan de développement », commente toutefois avec sérénité le champion du cloud.

Ces perspectives favorables ont fait flamber provisoirement le cours boursier du groupe roubaisien. Rappelons que l'action avait été introduite en bourse en 2021 à 18,5 €, avant une descente aux enfers jusqu'à 5,5 € il y a un an. Elle est remontée de 20% en deux séances (plus de 13 € le 22 avril), mais restait très volatile les jours suivants ■

François Prillieux



éco¹²¹

fête ses **15** ans



© YMAClambell.fr

“Bel anniversaire et longue vie à Eco121 et à toute son équipe. Depuis 15 ans, à travers ses portraits d’entrepreneurs, Eco121 met des visages sur les belles initiatives entrepreneuriales de nos territoires.”

MATTHIEU RAMERY, GROUPE RAMERY ET CLUB ETI HAUTS-DE-FRANCE

“Quelle réussite Eco121, 15 ans déjà ! Une vision ambitieuse, une équipe de choc, super pro avec une vraie expertise du tissu éco régional, une exigence qui ne se dément pas... Ça paye, en tous cas ça permet de durer et de rester au top. Une lecture dont on ne peut pas se passer. Eco121 for ever !”

ALEXANDRA BREYNE, CO-FONDATRICE ET DG ASSOCIÉE DE MOT COMPTE DOUBLE



“Un journal bien fait, beau dans sa mise en page, et surtout une fenêtre ouverte sur la Région chaque mois. Confiant dans la suite de l’aventure, je m’abonne maintenant pour 2 ans ! Bravo à toute l’équipe”

XAVIER RÉVILLON, GÉRANT DE XRCONSEILS

“FÉLICITATIONS OLIVIER DUCUING, J’APPRÉCIE LE PROFESSIONNALISME ET LA DIVERSITÉ DES ARTICLES. LE SOUVENIR D’UNE BELLE RENCONTRE CHEZ NOUS.”

FRANCIS CIUCH, GROUPE CIUCH



SALAD&CO SE LANCE EN TOUTE FRANCHISE

LEZENNES. Le spécialiste des bars à salades compte dynamiser sa croissance en misant sur la franchise. Un réseau qui devrait s'étendre rapidement et enregistrer la majorité des encaissements de l'enseigne.

Quinze ans après sa création, Salad&Co entame un nouveau chapitre de son histoire. Après avoir ouvert 10 restaurants en propre, la chaîne nordiste de restauration, pionnière des bars à salades, se déploie désormais sous franchise. Le tout premier restaurant à adopter cette nouvelle formule est celui de Lomme, à proximité du cinéma Kinépolis. Un établissement historique, ouvert en propre en 2011, passé sous franchise l'été dernier entre les mains d'Adrien Bouriez, ancien directeur régional de l'enseigne.

S'ensuivent trois autres ouvertures à Saint-Quentin, sous la houlette « de clients fans de la marque », confie le Dg de Salad&Co Vincent Mondoloni, à Roncq et à Sin-le-Noble. Ces deux derniers restaurants ont respectivement été créés par des franchisés 3Brasseurs et Carrefour.

Le réseau de partenaires a vocation à grossir à marche forcée. « J'ai beaucoup de demandes dans le Nord. C'est normal, c'est notre berceau.

Mais on entend diffuser partout en France, à commencer par les grandes et moyennes villes, et les grosses métropoles », détaille Vincent Mondoloni. Le dirigeant, nommé il y a trois ans, table sur cinq à six ouvertures par an. Pour qu'à terme la franchise réalise l'essentiel du chiffre d'affaires de la marque, propriété du groupe Agapes Restauration, branche alimentaire de la galaxie Mulliez.

MULTIFORMAT

Pour optimiser ses implantations, Salad&Co propose trois formats de restaurants. Du 30 m² pour le « Salad&Co Corner » au 500 m² pour le modèle phare « Salad&Co Resto » en passant par le « Salad&Co Street », dédié au centre-ville, avec une surface d'au moins 200 m². L'accès à la franchise dépend ainsi du concept choisi par l'entrepreneur. Les droits d'entrée varient entre 35 et 50 K€. Tout comme l'investissement initial qui démarre à 400 K€ euros (avec

un apport personnel de 120 K€) et peut atteindre 1,2 M€ pour un « Salad&Co Resto ».

DÉMOCRATISER LE BIEN-MANGER

Quel que soit le format, l'entreprise nordiste met un point d'honneur à préserver sa mission première : démocratiser le bien-manger. Avec des produits sains, frais et de saison. « Salad&Co a toute sa place sur le marché, assure son Dg. Notre force réside dans le concept : 50 ingrédients frais, préparés sur place par les équipes, à volonté dès 15,50 €.» Une proposition « bien différente de toutes les autres du secteur » et qui répond à une vraie demande « de manger bon, pour soi et pour la planète », d'après Vincent Mondoloni. Salad&Co, c'est 14 restaurants à date, avec 330 salariés (dont 80 employés par les franchisés), pour 21 M€ de chiffre d'affaires ■ **Julie Kiavué**

BENOÎT AUDITION COMPTE MONTER EN VOLUME AVEC L'IA

SEN LIS. Le spécialiste de la santé auditive et de la protection sonore sur-mesure distribue une innovation technologique qui pourrait marquer une rupture sur le marché.

Cette puce pourrait changer la vie de millions de malentendants. Benoît Audition (200 salariés pour 25 M€ de chiffre d'affaires), basée à Senlis, vient de lancer la distribution d'une nouvelle génération d'appareils auditifs enrichis d'une intelligence artificielle en réseau de neurones, conçus par l'un de ses fabricants partenaires. Ces nouveaux microprocesseurs, capables de traiter des millions de données par seconde, filtrent le son en temps réel, assurant une écoute plus précise dans les environnements bruyants, là où les aides auditives classiques montrent leurs limites. « C'est une avancée technologique majeure », assure Bertrand Benoît, le fondateur de l'entreprise picarde il y a 35 ans. Il imagine que tous les appareils auditifs utiliseront ce genre de microprocesseur à l'avenir.

Pour présenter cette technologie de rupture, Benoît Audition a lancé un « Innovason Tour ». Les deux premières étapes ont eu lieu à Amiens et à Compiègne. D'autres suivront dans les centres de correction audi-



tive du réseau. Patients, médecins, audioprothésistes peuvent tester et comparer. L'objectif est simple : faire comprendre ce que l'IA change dans l'écoute quotidienne.

DOUBLER LE CHIFFRE D'AFFAIRES DANS LES 5 ANS

Benoît Audition compte aujourd'hui 80 centres d'audition, dont trois quarts se situent dans les Hauts-de-France, en grande majorité en Picardie. Mais elle est aussi présente dans le Sud-Est, ainsi qu'à l'international,

en Amérique latine (Paraguay, Panama, Uruguay) et en Afrique de l'Ouest (Gabon, Togo). La société estime pouvoir doubler ses ventes dans les cinq ans, notamment en renforçant son maillage dans les départements voisins de la région. « On est sur un marché en pleine expansion, car la population vieillit, explique Bertrand Benoît. Une personne sur dix souffre de troubles auditifs, mais seulement la moitié est équipée. » Pour accompagner cette croissance, l'entreprise se réorganise, avec des recrutements et de la formation. Elle a aussi rejoint l'accélérateur PME de la BPI ■ **Y.S.**



L'OREAL DÉPLOIE SON USINE SAINT-QUENTINOISE VERS LA CRÈME DERMATOLOGIQUE

Le numéro un mondial de la cosmétique aura investi 50 M€ dans cette diversification de production de son usine de Saint-Quentin.

L'Oréal n'est pas que le leader mondial des cosmétiques. Il est aussi un industriel discret mais fort présent dans notre région, où il compte pas moins de 4 usines : une dans le Nord, à Caudry, une dans l'Oise à Lassigny, et deux dans l'Aisne à Gauchy et à Saint-Quentin.

C'est dans cette dernière, qui est aussi la plus ancienne unité de production de L'Oréal dans l'Hexagone, ouverte en 1965, que le groupe finalise un investissement de quelque 50 M€ qui aura été réalisé entre 2023 et 2025. Le site, qui s'étend sur plus de 5 hectares et emploie 310 salariés, est historiquement spécialisé dans la fabrication des laques pour cheveux



Elnett, qui représentent la moitié de sa production. Elle compte pas moins de 29 lignes.

L'Oréal vient d'ajouter une grosse corde à l'arc de cette usine picarde en la dotant d'une ligne de fabrication de crème dermatologique, capable de sortir 200 millions d'unités de crèmes de soin par an. Il s'agit de la marque américaine CeraVe, que le groupe cosmétique a rachetée en 2017.

L'Oréal a déjà mis en place une première grande cuve de mélange des matières premières (un « skid »), qui doit être suivie de deux autres en mai puis en juillet, rapporte le journal Les Echos ■ **O.D.**

ORÈS CULTIVE LE COLLECTIF POUR SOUTENIR SA FORTE CROISSANCE



Orès Group devient Orès Collective. Rien de révolutionnaire en apparence, mais derrière ce changement de nom, l'agence de communication lilloise a mené un travail en profondeur de rebranding afin d'entamer une nouvelle ère, tout en réaffirmant son ADN. « C'est symboliquement une volonté de remettre le collectif au cœur de notre projet, souligne Thomas Bevilacqua, le cofondateur de l'agence en 2013 avec Nicolas Guittard. On est partis à deux et nous sommes aujourd'hui 250. Nous voulons que toutes les entités du groupe travaillent ensemble, mais aussi donner un rôle à chaque talent. » Le site Internet a été refondu, tandis que les outils de communication ont été remis au goût du jour.

Thomas Bevilacqua et Nicolas Guittard se sont connus à l'école primaire, ont fréquenté les mêmes collège et lycée. Après une école de commerce, le premier a été directeur marketing de Quechua chez Decathlon, le second a d'abord été architecte avant de créer son studio de création. En 2013, ils s'associent pour créer Orès Group.

« C'était au moment de l'explosion des réseaux sociaux, se souvient Nicolas Guittard. Il fallait proposer une nouvelle façon de créer du contenu. » L'intuition s'avéra juste, avec un chiffre d'affaires de 4 M€ dès la première année.

L'agence a vite grandi. Les deux cofondateurs se sont adossés au fonds EDG qui a repris 30% du capital en 2020, avant de porter sa participation à 51% l'année suivante. De quoi permettre à l'agence de franchir un cap et d'intégrer de nouvelles compétences, par la création de filiales et par croissance externe. Aujourd'hui, Orès Collective regroupe 9 entités réparties en trois pôles : le brand content (stratégie et publicité), le déploiement des marques et la diffusion de contenus, et enfin la brand culture avec la production de musique et de formats longs.

LILLE ET LE MONDE

Entre 2020 et 2025, les effectifs ont explosé de 100 à 250 collaborateurs, dont 60 à 80 à Lille, alors que le chiffre d'affaires quadruplait

LILLE. L'agence de communication effectue un rebranding stratégique pour accompagner son déploiement. Avec le cap des 50 M€ d'activité en vue.

presque, passant de 12 M€ à 45 M€. Fin 2025, le cap des 50 M€ devrait être franchi. L'agence dispose de sept bureaux, à Lille, Paris, Biarritz, Montpellier, Shanghai, Ho Chi Minh Ville et Montréal. « Ce n'est plus un blocage d'être à Lille pour travailler sur des budgets internationaux, remarque Nicolas Guittard. Ce qui fait notre particularité, c'est d'associer nos racines lilloises à un rayonnement international. » Orès Collective dispose d'un portefeuille de 200 clients, de la grande distribution au luxe, en passant par les cosmétiques, la grande consommation ou le sport, avec des marques comme Pierre Fabre, Decathlon, L'Oréal, Honda Motos, Nespresso ou Jaeger-LeCoultre. Le métier a aussi évolué. Si l'agence a débuté avec des messages courts et directs pour les réseaux sociaux, elle s'est rendu compte que, depuis quelque temps, les annonceurs recherchaient du sens, avec des formats plus longs. Elle planche ainsi sur l'écriture et la réalisation de documentaires sur des sujets aussi variés que le surf ou la santé mentale. Pour Thomas Bevilacqua, il s'agit d'une activité complémentaire à la communication. « Notre métier, c'est de trouver un angle pour raconter des histoires. Mais derrière tous ces formats, il existe un dénominateur commun : des marques financent. »

■ Yann Suty

Thomas Bevilacqua,
cofondateur d'Orès
Collective
Melissa Simoni, DG de
Digital Prod et Orès France
Pierre Sensey, CEO Orès
Collective
Nicolas Guittard,
cofondateur d'Orès
Collective

IRD

**POUR
LE SUCCÈS DE
L'ENTREPRENEUR.**

**POUR
LA RÉUSSITE
DU TERRITOIRE.**

Dans un monde qui a besoin d'audace et d'initiatives innovantes face aux défis économiques, sociétaux et environnementaux, l'IRD invente depuis 1956 les solutions en réponse aux entrepreneurs pour développer leur business.

En complément du monde bancaire, institutionnel ou politique, l'IRD milite pour un entrepreneuriat facilité et engagé, pour que puissent émerger et aboutir les projets porteurs de sens et d'avenir.

L'IRD s'appuie sur l'expertise de plus de 50 collaborateurs aux compétences et aux valeurs reconnues, pour accompagner les transformations économiques, sociétales et environnementales de nos entreprises et de nos territoires.

NOS MÉTIERS



IRD
INVEST

Capital investissement



IRD
IMO
IMO

Immobilier d'entreprises



IRD M&A

Fusions-acquisitions



IRD SOLUTIONS

Conseil stratégique
et démarche RSE

LE CHAMP DES OISEAUX PLONGE LES CURISTES DANS L'ÉCOTOURISME

LYDIE DESIERE vient d'inaugurer son gîte éco-responsable à Saint-Amand-les-Eaux. Un ensemble de onze logements dédiés, en premier lieu, aux curistes des Thermes et pour lequel elle a investi 1,8 M€.

Pendant une dizaine d'années, elle a arpenté de nombreux pays, principalement en Afrique, pour l'émblématique société Leroux. Aujourd'hui, Lydie Desiere, ingénieur agronome de formation, a radicalement changé de vie. La mère de famille de 38 ans vient tout juste d'ouvrir les portes du Champ des oiseaux. Un complexe de onze logements (du T1 au T3) meublés et entièrement équipés à Saint-Amand-les-Eaux, à quelques centaines de mètres des Thermes. Un emplacement stratégique puisque le gîte s'adresse avant tout aux quelque 8 000 curistes qui se rendent chaque année, entre mars et décembre, au centre hydrothermal. Le reste de l'année, le Champ des oiseaux entend accueillir des professionnels de passage ou des touristes sensibles à l'éco-responsabilité.

Entourée de l'agence lilloise Kontext Architectes et de l'entreprise belge de construction Paille-Tech, Lydie Desiere a imaginé des logements éco-construits en matériaux bio-sourcés. Le bâtiment de 300 m², passif, est doté d'une ossature bois et d'une isolation mêlant de l'enduit-terre et de la paille. Ce qui permet, couplé à une ventilation double-flux, de se passer de système de chauffage. Jusqu'au-boutiste, Lydie Desiere, originaire du quartier, a attribué à chacun des logements le nom d'un oiseau local : étourneau, geai, bergeronnette, huppe fasciée... en clin d'œil à la biodiversité du Parc Naturel Régional Scarpe-Escaut.



98% DE TAUX DE REMPLISSAGE

Dans ce projet, l'entrepreneur nordiste a investi 1,8 M€, achat du terrain de 1 100m² aux mains de la mairie inclus. Elle a pu compter sur le soutien de l'ADEME, de la Région Hauts-de-France, de la Ville de Saint-Amand-les-Eaux, du SIAVED, mais aussi de la CCI du Hainaut qui poursuit son accompagnement sur le volet communication.

Lydie Desiere n'est pas à son coup d'essai. La jeune femme a ouvert en mars 2020 le gîte Bien Hêtre, également à proximité des Thermes de Saint-Amand-les-Eaux. L'ensemble comprend six logements haut de gamme, bâtis à l'issue d'un investissement de 800 K€. Une fois autorisé à rouvrir courant 2021, le gîte Bien Hêtre, estampillé Gîte de France, et labellisé Tourisme et handicap, a rapidement atteint un taux de remplissage de 98%. « *Beaucoup de curistes se sont retrouvés sans solu-*



tion, explique Lydie Desiere. Ce qui a motivé la volonté d'ouvrir un deuxième gîte ». De quoi présager un bel avenir au Champ des oiseaux. ■ **Julie Kiavué**



CÉSAR COISNE a repris il y a un an le spécialiste de l'intégration audiovisuelle, en espérant lui redonner un nouveau souffle, alors que le métier évolue.

AVN VEUT RETROUVER TOUTE SA PUISSANCE DE SON ET D'IMAGE

AVN (Audio Video Nord) est un intégrateur audiovisuel : la société équipe des organisations (hôpitaux, écoles, mairies) en écrans, vidéo-projecteurs et solutions pour des visio-conférences. Elle intervient aussi comme conseil pour des installations et dispose d'un service après-vente. Depuis exactement un an, la société a changé de mains, passant dans celles de César Coisne. A 40 ans, cet entrepreneur avait été auparavant associé chez Happymove (transport et livraison en taxi-vélo), et chez Keeep, un spécialiste de la vente de matériel reconditionné. Désireux de reprendre une affaire, il trouve en AVN une société répondant à tous ses critères : une activité B2B, un produit technique,

une taille modeste entre 5 et 10 personnes, mais aussi un potentiel pour l'amener de l'économie traditionnelle au reconditionné.

« C'est une entreprise avec une histoire forte, qui a le souci de la technique », explique-t-il. Fondée en 1956 par un certain Monsieur Daulmerie, qui lui avait donné son nom, AVN vendait et réparait tout type de matériel (transistors, machines à laver, micro-ondes...), avec un côté précurseur : elle a été la première à distribuer en France des marques comme Bang & Olufsen ou Sony, ou bien à vendre des téléviseurs. Dans les années 2000, elle s'est spécialisée dans l'audiovisuel et le B2B, avant de changer une première fois de mains en 2006.



**"IL NE MANQUE PAS GRAND-CHOSE POUR QUE ÇA REPARTE"
CÉSAR COISNE**

UNE PENTE DESCENDANTE

Mais elle se trouvait sur « une pente descendante », malgré un marché en croissance : ses ventes s'établissent à 1,2 M€ contre 2 M€ dans les années 2017-2020. Même si cette baisse s'explique aussi par une chute du prix des écrans, César Coisne pointe l'absence du propriétaire, à la tête d'entreprises de métallurgie, dans la conduite des affaires quotidiennes.

Ce qui a créé quelques turbulences à la reprise auprès des sept salariés. « Certains travaillent ensemble depuis 20-25 ans, détaille César Coisne. C'est parfois compliqué pour eux de s'adapter. Pour moi, c'est un vrai challenge humain de m'intégrer et d'activer les bons leviers. » Or, comme la moyenne d'âge des employés est assez élevée, les clients ont tendance à être... assez âgés. César Coisne aspire à rajeunir sa clientèle, grâce à l'apport de nouvelles compétences et au recrutement d'un commercial.

Il pense multiplier par trois le chiffre d'affaires dans les 3 à 4 ans, et faire d'AVN la référence dans la région. Une perspective facilitée par le fait que ses concurrents œuvrent dans l'événementiel et que l'intégration audiovisuelle n'est pas leur activité principale. « On est les seuls spécialistes dans les Hauts-de-France. Nous bénéficions d'une grande expertise, d'une certaine notoriété. Il ne manque pas grand-chose pour que ça reparte. » La lauréat Réseau Entreprendre Nord en juillet dernier a déjà relifté le site Internet, changé le CRM et l'ERP. Les prochaines étapes ? Floquer les camions, puis déménager. AVN est installé dans un environnement industriel, qui ne correspond plus à son positionnement. « Avant, on était très proche de l'électricien, de MacGyver. On a désormais un métier qui va vers la domotique. On devient des spécialistes des logiciels, capables de tout piloter à distance. »

■ Yann Suty

L'EDHEC S'OFFRE UN CAMPUS « ÉCOLO » À 60 M€



Depuis sa naissance en 1906, et son installation en 2010 dans son écrin à cheval entre Roubaix et Croix, jamais l'Edhec n'avait engagé une telle transformation de ses espaces. Cet été, l'école de commerce donnera les premiers coups de pioche de la métamorphose de son site nordiste. Le chantier représente un investissement de 60 M€, sur un ensemble de 112 M€, majoritairement financé sur fonds propres. Le reste de l'enveloppe est dédié aux projets immobiliers du campus niçois.

Les travaux du site régional devraient s'étaler sur les quatre prochaines années et faire naître à terme « un campus emblématique » pensé pour répondre aux attentes de la nouvelle génération en matière d'expérience étudiante, d'innovation, de lien social et de mobilité douce, selon Anne Zuccarelli, directrice de l'expérience étudiante et des opérations. Le projet doit aussi, et surtout, permettre de réduire l'empreinte carbone du site de 40%, grandement favorisé par la rénovation énergétique du bâtiment S (services). La façade de cette construction phare, en demi-lune, de verre et d'acier, de 20 000 m² sera refaite en poli miroir. Un matériau en verre à faible déperdition qui of-

L'école de commerce lancera cet été des travaux d'envergure sur son site historique en région. Première étape de son plan stratégique Génération 2050 qui vise une bascule dans une nouvelle ère dès 2029.

frira un gain en isolation thermique, tout en conservant le visuel architectural d'origine.

L'intérieur des bâtiments S et R (restauration) sera réaménagé pour accueillir davantage d'élèves au sein de nouvelles salles de cours (12 nouvelles seront créées pour atteindre un ensemble de 56 salles), de nouveaux espaces de travail en commun (ils seront doublés), mais aussi de nouveaux espaces dédiés aux collaborateurs et aux professeurs. En tout, 18 000 m² d'espaces seront construits, débouchant sur

50 000 m² de surface au total. L'Edhec complétera son campus avec la construction, au cœur de son site, d'une agora de 2 000 m², accessible dès la rentrée 2027. Elle réunira un Learning center, un food court ainsi que des permanences médicales et psychologiques, des services postaux et bancaires, une supérette et une bagagerie, entre autres.

« Beaucoup d'écoles investissent dans leur campus. Ces travaux vont nous permettre de garder 15 ans d'avance sur les autres », assure Anne Zuccarelli, qui voit le futur campus comme une petite ville à lui seul où déambulent pas moins de 5 000 étudiants et 350 salariés ■ J.K.



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 !

INFORMATIONS 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	TEL.
E-MAIL	

éco 121
ECOPRESSE - PARC RIVÉO
300 RUE DE LILLE
59520 MARQUETTE-LEZ-LILLE

LE CETI TRANSFORME LES DÉCHETS AGRICOLES EN FIBRES TEXTILES

Le Centre européen des textiles innovants de Tourcoing a lancé une nouvelle ligne permettant de valoriser les déchets agricoles et les biomasses en nouvelles matières textiles.

Le CETI a inauguré il y a quelques semaines une plateforme de valorisation des déchets agricoles et autres sources de biomasse en nouvelles matières textiles. « *C'est un vrai projet de R&D* » souligne Frédéric Silvert, successeur de Pascal Denizart à la tête du centre des textiles innovants de Tourcoing. « *On doit réaliser des prouesses au niveau de l'étude de filabilité, car on sort des sentiers battus au niveau de la chimie.* » L'organisme a investi près d'1 M€ en matériel, avec deux personnes à 100% dédiées au projet. Pour le mener, il s'est rapproché d'UniLaSalle Beauvais, l'école d'ingénieurs s'occupant de la partie chimie.

Si certaines fibres sont d'origine chimique, d'autres proviennent de produits naturels. Mais de nombreux écoproduits agricoles ne sont aujourd'hui pas valorisés, qu'ils soient d'origine végétale (paille de blé, tiges de lin, résidus de canne à sucre...) ou animale (laine, lait, plumes...). Plutôt que d'être considérés comme des déchets, ils peuvent devenir une ressource précieuse pour la production de fibres textiles.

Le CETI travaille notamment sur deux

projets, avec le soutien de l'Ademe. Le premier, Ozocell, entend valoriser la paille de lin oléagineux. Jusqu'à présent, les graines de lin sont récupérées pour en extraire de l'huile, mais la paille était inexploitée. Désormais, la cellulose pourra être récupérée afin d'être transformée en un filament proche de la viscose, qui servira ensuite de fil.

VALORISER LA LAINE

Le seconde projet, Kewool, mené en collaboration avec l'agglomération du Beauvaisis, vise à valoriser la laine que les éleveurs de mouton envoient généralement à l'incinération. En effet, la filière française n'élève les moutons que pour la viande. Le CETI compte récupérer la kératine de la laine afin de la transformer en fibre artificielle. L'organisme travaille aussi la caséine de lait. A chaque fois qu'une vache est malade ou qu'elle se trouve sous antibiotiques, une citerne complète peut être jetée. Ce qui représente d'énormes quantités de lait perdues chaque année, mais qui pourraient être récupérées et transformées en fibres.

Après la mise au point de procédé valorisant les déchets agricoles, l'étape suivante consistera à implanter des plate-

formes locales, dans une logique de circularité. « *Au-delà de la difficulté technique, il y a des enjeux pour savoir si, économiquement, on est capable de monter de telles unités* », indique Frédéric Silvert.

Qui pourrait être intéressé ? En premier lieu, dans la chaîne amont, ceux qui ont des écoproduits et payent pour s'en débarrasser. Actuellement, la paille comme la laine sont incinérées, ce qui coûte aux exploitants agricoles. Le nouveau procédé pourrait leur permettre de vendre ou simplement de donner. Les utilisateurs pourraient aussi être intéressés par ces fibres aux vertus différentes. La fibre de lait présente ainsi un aspect très soyeux, proche d'un produit de luxe. Elle pourrait séduire les vegans qui ne portent pas de soie mais en apprécient l'aspect ■ **Yann Suty**

LE POIDS DES FIBRES DANS L'INDUSTRIE TEXTILE

Aujourd'hui, 45 à 60 % de l'impact environnemental d'un produit textile sont liés à la production des matières premières et à la transformation des fibres. Au plan économique, la matière première représente aussi un facteur clé de compétitivité : les fibres pèsent en moyenne 10 à 30 % du coût de production.





MISSION AU JAPON : PREMIER BILAN... ET AMBITIONS

Une délégation nordiste, de dimension inédite, s'est rendue au Japon fin 2024 pour une opération séduction hautement stratégique pour l'économie régionale. Un voyage retour est d'ores et déjà prévu cet automne.

Elle se présente comme la plus grande mission économique, menée par une délégation régionale, au pays du Soleil Levant. Près de 70 de nos acteurs institutionnels, économiques et académiques se sont envolés en novembre dernier vers le Japon. Non pour un séjour touristique, mais bien pour renforcer et tisser de nouveaux liens stratégiques. Pour François Decoster, vice-président de la culture et des relations internationales à la Région, ce déplacement au pays de Fumio Kishida « *était une évidence* ». Notamment en raison de l'histoire commune débutée en 2001 avec l'implantation de Toyota à Onnaing. Une arrivée qui aura eu un bel effet d'entraînement en près de 25 ans, faisant de notre région la première du pays, hors Île-de-France, à accueillir le plus d'entreprises japonaises. Et donnant naissance en septembre dernier au Club Japon. Celui-ci rassemble plus de 80 sociétés employant plus de 10 000 salariés. Le Japon « *est donc un partenaire essentiel de l'économie régionale* », confirme François Decoster. Sur place, l'objectif premier de la délégation était d'accompagner quelques-unes de nos entreprises dans leurs démarches, à nouer les premiers

contacts ou, pour celles déjà installées, d'accompagner leur développement dans ce pays connu comme « *particulièrement exigeant* », relève la directrice de CCI International Virginie Blida. Les porte-drapeaux nordistes en ont également profité pour vanter les terres nordistes auprès de leurs homologues nippons.

NOUVEAUX PARTENARIATS

Six mois plus tard, cette mission XXL a-t-elle porté ses fruits ? Quelles retombées en attendre pour la région ? « *Le voyage a été couronné de succès. La puissance de notre délégation a impressionné et a été notre force* », estime Maxime Holder, Dg du groupe éponyme marquois (dont l'enseigne phare des Boulangeries Paul) et président de CCI International. Ses boulangeries sont présentes au Japon depuis 1989. Mais d'autres entreprises nordistes s'apprentent à y poser un pied. A l'instar du studio lillois Tchak qui espère lancer la saison 3 de son dessin animé Petit Malabar et tous les produits dérivés. « *Le Japon est le temple de l'animation. C'est un marché mature mais ils ont besoin de notre imagination* », assure le Dg fondateur Matthieu Liégeois. La célèbre

gaufre lilloise Méert aussi projette de tenter l'expérience d'ici à un an avec une recette de son produit phare plus adaptée aux goûts locaux et une nouvelle charte graphique. Sans la délégation régionale, « *je ne serais pas allé au Japon* », assure Thierry Landron, président de la maison tricentenaire. Pour chacune des entreprises participantes à la délégation, cette mission japonaise a représenté un coût de 7 999€ HT, dont 3 995€ HT pris en charge par le Conseil régional. La région attend et espère, désormais, un retour sur investissement. Prête à accueillir de potentiels nouveaux partenaires japonais. « *Les échanges se poursuivent, confie Maxime Holder. Plusieurs partenariats sont en bonne voie de concrétisation.* » Des discussions avancées dans le domaine de la décarbonation sont notamment évoquées. A suivre !

Un second voyage au Japon est annoncé pour septembre. L'an dernier, « *nous avons chassé en meute* », sourit Luc Doublet, président de Nord France Invest. Cette année, l'idée sera « *d'y aller en gonflant un peu moins les muscles, en délégation plus restreinte* » ■ **Julie Kiavué**

NOTRE RÉGION EST LA PREMIÈRE, HORS ÎLE-DE-FRANCE, À ACCUEILLIR LE PLUS D'ENTREPRISES JAPONAISES

éco¹²¹
fête
ses **15** ans

“DES INFOS, DES ARTICLES LONGS
POUR CONNAÎTRE LES PROJETS DE
CELLES ET CEUX QUI ENTREPRENNENT
ET FONT LA VIE ÉCONOMIQUE DE LA
RÉGION. BRAVO. SI ECO121 N’EXISTAIT
PAS, IL FAUDRAIT L’INVENTER ;-)”

CHRISTOPHE GUILLERME
DIRIGEANT DE LA PARQUETERIE DE LA LYS



“Eco121 incarne plus
que jamais un média qui
stimule l’énergie et l’audace
entrepreneuriale. En révélant
les talents, les initiatives et les
dynamiques de notre territoire,
il participe activement à
construire l’économie durable
et engagée dont notre
région a besoin.

Bon anniversaire Eco121 !”

RICHARD DEGEZELLE, DIRECTEUR DU RÉSEAU ENTREPRENDRE NORD



“MERCİ ECO121 ! ÉCLAIRER,
INTERROGER, INSPIRER :
15 ANS QUE VOUS LE FAITES
AVEC BRİO.”

MARIE-EVE PENNEL, GROUPE REG



“Pour faire
écho au rôle
de l’entreprise,
habitante engagée
du territoire.
Soutenez Éco 121”

JEAN-PIERRE LETARTRE, ENTREPRISES & CITÉS

ADRIEN MARCHANDISE, ANNE-CHARLOTTE PRAT, ALAIN CUNY

INGÉNIEURS PATRIMONIAUX JPM BANQUE PRIVÉE



LE PACTE D'ASSOCIÉS : GARANT DE LA SÉRÉNITÉ ET DE LA PÉRENNITÉ ENTREPRENEURIALE

Le pacte d'associés peut être apparenté à un contrat de mariage signé entre les associés. Il est destiné à bien gérer leur relation pendant leur association fructueuse et à éviter à terme une séparation trop douloureuse.

UN CONTRAT FLEXIBLE ET CONFIDENTIEL

Le pacte d'associés a pour objectif principal de régir, en complément des statuts, les relations entre les signataires, le contrôle du capital et la conduite des affaires. Et ce pour une période définie entre les parties. Il aura également vocation à anticiper et donner la marche à suivre en cas de désaccord entre les parties.

Bien que les statuts offrent une liberté contractuelle forte, notamment en SAS (actions de préférence), ils sont soumis à publication contrairement au pacte d'associés, c'est donc là qu'il revêt tout son intérêt.

Il offre également une meilleure souplesse dans ses modalités de mise en œuvre et de modification.

Il peut être conclu par tous les associés ou, ce qui est le plus fréquent en pratique, par certains d'entre eux.

LE PACTE D'ASSOCIÉS POUR STABILISER ET ANTICIPER LA TRANSMISSION DU CAPITAL

La volonté des associés peut être divergente lorsqu'il s'agit de mouvements de titres : volonté d'assurer une stabilité, *affectio societatis* fort. Il convient de

prévoir les modalités de contrôle et de cession des titres. Citons par exemple l'hypothèse d'un associé minoritaire qui pourrait mettre à mal un projet de cession s'il refuse de céder ses titres ; la clause de sortie conjointe rédigée au sein d'un pacte est un excellent moyen d'embarquer les minoritaires dans un projet de cession.

INTÉGRATION D'UN FONDS D'INVESTISSEMENT PRIVÉ

Lors de l'arrivée d'un investisseur privé, il est très fréquent de prévoir la rédaction d'un pacte d'associés. Et cela dans l'intérêt de l'ensemble des parties. L'investisseur, par exemple, souhaitera élargir et pérenniser son droit à l'information afin d'avoir un œil sur la conduite de la politique du groupe. Le chef d'entreprise, quant à lui, aura tout intérêt à s'assurer de la longévité de l'association et de maintenir son contrôle et pourra s'en assurer au travers de clauses de maintien et/ou de limitation des participations.

LES BONNES PRATIQUES LORS DE LA RÉDACTION DU PACTE

Afin de renforcer l'efficacité de ce pacte, il est vivement conseillé d'y inscrire un préambule qui aura vocation à éclairer les parties sur les objectifs de ce contrat, et d'y définir en amont les termes qui seront employés pour ne pas laisser place à interprétation. Le pacte doit avoir une durée déterminée et prévoir les modalités de résolu-

tion des conflits en cas de désaccord. Notamment sur l'évaluation des titres pour toute clause relative au capital en y inscrivant un prix déterminable et en prévoyant l'intervention d'un tiers en cas de désaccord.

Existe-t-il une supériorité des statuts sur les pactes ? La doctrine le pense et le répète, la réponse est non ! Il est donc essentiel de s'assurer de la cohérence entre ces derniers pour éviter toute inefficacité des clauses.

PACTE D'ASSOCIÉS NON RESPECTÉ, QUELLES CONSÉQUENCES ?

Mais que se passe-t-il en cas d'inexécution du pacte d'associés ? Généralement, la non-exécution d'une clause prévue dans un pacte entraînera le règlement de dommages et intérêts. Nous ne pourrions que conseiller d'inscrire dans les statuts de la société la nullité de tout acte passé en violation d'un pacte rédigé entre les associés afin d'en renforcer l'efficacité.

Nous l'avons vu, le pacte d'associés est un outil fort utile et pétri de bon sens. Pour autant, la pratique nous fait constater qu'il n'est pas suffisamment mis en œuvre.

Si nous vous avons convaincu, il nous reste à vous conseiller de vous appuyer sur un avocat certes, expérimenté, mais aussi qui vous connaîtra suffisamment pour mettre en œuvre un pacte vous correspondant et adapté à votre société.

"OUTIL FORT UTILE ET PÉTRI DE BON SENS, LE PACTE D'ASSOCIÉS N'EST POURTANT PAS SUFFISAMMENT MIS EN ŒUVRE"

PHILIPPE LARIVIÈRE

AVOCAT ASSOCIÉ AU CABINET BIGNON LEBRAY

A l'heure où les statistiques sur les faillites d'entreprise affolent les comptes, la question de la protection du dirigeant confronté à la nécessité de placer son entreprise sous protection judiciaire devient plus prégnante. Par un arrêt en date du 20 novembre 2024, la Cour de cassation ajoute sa pierre à l'édifice législatif destiné à assurer le dirigeant de la pertinence de s'emparer des outils législatifs de prévention mis à sa disposition. Historiquement répressif, le droit des procédures collectives se veut aujourd'hui accompagnateur, mais sanctionne encore les dirigeants dont le comportement est jugé fautif. Parmi les fautes de gestion les plus couramment sanctionnées figure le fait pour un chef d'entreprise de n'avoir pas déclaré la cessation des paiements auprès du tribunal dans les 45 jours qui suivent la survenance de cette situation, ce qui est considéré comme synonyme d'aggravation injustifiée du passif, susceptible d'entraîner la faillite personnelle du dirigeant ou

LA CONCILIATION, OUTIL DE PROTECTION DU DIRIGEANT FACE AUX DIFFICULTÉS DE SON ENTREPRISE

sa condamnation à devoir supporter personnellement tout ou partie de ce passif. Sur ces 45 jours, l'article L631-4 du Code de commerce précise que l'obligation ne pèse sur le dirigeant que « *s'il n'a pas, dans ce délai, demandé l'ouverture d'une procédure de conciliation* ». L'ouverture d'une procédure de conciliation peut en effet être sollicitée même si la cessation des paiements – c'est-à-dire selon la définition légale l'impossibilité pour le débiteur de faire face à son passif exigible avec son actif disponible – est déjà avérée, à la condition toutefois qu'elle le soit depuis moins de



“LA CONCILIATION EST UN OUTIL EFFICACE DE PROTECTION DE LA RESPONSABILITÉ PERSONNELLE DES DIRIGEANTS, À CONDITION TOUTEFOIS DE S'EN SAISIR EN TEMPS UTILE”

45 jours. Les textes ne précisent toutefois pas si ce délai couperet continue ou recommence à courir durant la conciliation, en cas de persistance de l'état de cessation des paiements. Et c'est là tout l'apport de cet arrêt de cassation récent, qui juge que le délai est interrompu par l'ouverture de la conciliation et n'est réouvert qu'à l'issue de celle-ci, c'est-à-dire habituellement 4 à 5 mois plus tard, ce qui conforte l'effet bouclier de cette procédure, tant pour l'entreprise que pour ses dirigeants.

Il faut en retenir que la conciliation, conçue comme un outil de prévention des difficultés dont l'utilité n'est plus à démontrer, est également un outil efficace de protection de la responsabilité personnelle des dirigeants, à condition toutefois de s'en saisir en temps utile ■

BRUNO PLATEL

AVOCAT ASSOCIÉ CAPSTAN AVOCATS

RESPONSABILITÉ CIVILE DU SALARIÉ : UNE IMMUNITÉ ÉCARTÉE PAR LE JUGE PÉNAL

La possibilité pour l'employeur d'engager la responsabilité civile du salarié en cas de manquements commis dans l'exécution de son contrat de travail est fortement encadrée et limitée. La Chambre sociale de la Cour de Cassation considère de manière constante qu'une éventuelle action judiciaire de l'employeur contre le salarié n'est ouverte qu'en cas de licenciement pour faute lourde. Sur la forme, la rédaction de la lettre de licenciement est primordiale en ce que la notification par l'entreprise d'un « simple » licenciement pour faute grave lui interdira irrémédiablement de mettre en cause la responsabilité civile du salarié, quelle que soit la gravité des agissements du salarié et le préjudice causé à l'entreprise. Sur le fond, la jurisprudence considère que la démonstration d'une faute lourde suppose de démontrer l'intention du salarié de nuire à l'employeur. A titre d'exemple, il a pu notamment être jugé que le vol par le salarié de biens appartenant à l'entreprise ne caractérisait pas forcément une inten-

tion de nuire à l'employeur. Il en est de même du salarié licencié en raison d'agissements constitutifs de harcèlement moral vis-à-vis d'un autre salarié. Il en est généralement déduit que l'employeur ne peut engager la responsabilité civile du salarié que dans des situations exceptionnelles. Tel pourra être notamment le cas du déclenchement d'un incendie volontaire par le salarié ou l'agression de l'employeur, ou encore la communication volontaire de données sensibles à une société concurrente de l'employeur. Cette conclusion hâtive ne prend pas en compte les solutions retenues par le juge pénal qui considère que l'action de l'employeur en qualité de partie civile devant le Tribunal cor-



“L'ACTION DE L'EMPLOYEUR EN QUALITÉ DE PARTIE CIVILE DEVANT LE TRIBUNAL CORRECTIONNEL EST RECEVABLE SANS QUE L'ENTREPRISE AIT À DÉMONTRER L'EXISTENCE D'UNE FAUTE LOURDE DU SALARIÉ.”

rectionnel aux fins d'obtenir réparation du préjudice subi du fait des agissements du salarié est recevable sans que l'entreprise ait à démontrer l'existence d'une faute lourde commise par le salarié ou *a fortiori* une intention de nuire.

La Chambre Criminelle de la Cour de Cassation a rappelé ces principes dans un arrêt récent du 14 janvier 2025 qui concernait un salarié qui avait été déclaré coupable de conduite de son véhicule de fonction en ayant fait usage de cannabis. En synthèse, l'entreprise peut donc valablement se constituer partie civile en cas d'action pénale dirigée contre le salarié en raison de faits délictueux qu'il a commis et qui ont porté préjudice à l'employeur, sans que le salarié puisse opposer l'absence de faute lourde et d'intention de nuire ■

ALEXIS ROQUETTE
DIRECTEUR ASSOCIÉ DE QUINTESSENS

SOUVENT SILENCIEUX ET POUTANT SI PRÉCIEUX

Il y a quelques mois, échangeant avec un dirigeant sur l'organisation humaine de son entreprise, belle PME dans la construction modulaire, celui-ci me partageait une réflexion criante de vérité et pourtant peu abordée.

De quoi parle-t-on précisément ? Des managers de premier niveau et des collaborateurs disposant d'une expertise : les contrôleurs de gestion, les logisticiens, les juristes et bien d'autres encore, ces salariés présents pour certains depuis longtemps, à des postes clés pour faire tourner les entreprises, mais peu mis en valeur. Ce ne sont pas les stars des people review, ils ne monopolisent pas l'attention ni les réflexions. Et pourtant...

Qu'est-ce qui les caractérise ? Pour certains, inscrits durablement dans leurs fonctions, ils font preuve de résilience. Ils ont une vraie capacité à affronter les orages, à ne pas gesticuler et à attendre que la tempête se calme sans dénaturer leurs convictions et leurs actions. Gardiens des valeurs

de l'entreprise, ils en sont également la mémoire vivante et sont particulièrement précieux dans l'intégration des nouveaux embauchés. Ne serait-ce pas le rôle des équipes dirigeantes ? Il me semble que non. Pour deux raisons principales. La première est que leur durabilité dans leurs fonctions est souvent remise en cause car soumise à des pressions multifactorielles. Nous pouvons nous en émouvoir mais c'est ainsi. La seconde est que les équipes dirigeantes ne savent pas tout, ne sont pas expertes de tout et c'est bien légitime. Ces managers de premier niveau, ces experts, souvent silencieux et pourtant si précieux, devraient parfois faire l'objet d'une attention plus soutenue.



"CE SONT EUX LES VÉRITABLES PIERRES ANGULAIRES DE NOS ENTREPRISES"

Dans l'écoute de ce qu'ils ont à dire, dans la prise en compte de leurs propositions. Ils incarnent le bon sens, une forme de stabilité utile dans la conduite du changement même si cela peut paraître contre-intuitif.

Ils aiment leur entreprise et leur métier et ne souhaitent pas toujours évoluer verticalement.

Le risque réside dans l'absence d'attention à leur égard qui pourrait se transformer à terme par une forme de désengagement, de rébellion puis de départ. Bref, les animer, les valoriser, les former est indispensable à la robustesse et au développement des entreprises. Ouvrons leur notre attention et notre écoute active et créons des espaces propices à leurs expressions.

Ce sont eux les véritables pierres angulaires de nos entreprises, et ils sont tout sauf interchangeables ■

Aujourd'hui, la cybersécurité n'est plus un sujet technique, mais une question stratégique qui doit être traitée par la direction générale, notamment pour les entreprises de taille intermédiaire (ETI). Sécurisation des SI, protection des données et intégration maîtrisée de l'IA sont clés face aux assauts numériques les plus destructeurs.

En effet, les ETI sont des cibles privilégiées des cyberattaques et représentent 40 % des incidents en France.

Ce n'est pas un scoop, une cyberattaque peut être la cause de dommages considérables. Arrêts de l'activité, fuites de données massives, pertes financières et atteintes à la confiance sont des conséquences d'autant plus dévastatrices si la taille de l'entreprise est importante.

Souvent conscientes des risques mais limitées en moyens, les ETI peuvent se montrer réticentes à tester leurs systèmes à l'affût de failles



"LES ETI, CIBLES PRIVILÉGIÉES DES CYBERATTQUES, REPRÉSENTENT 40 % DES INCIDENTS EN FRANCE"

LINDA VALERO ET ARNAUD DE CONINCK
SENIOR ADVISORS CONNECTED TECH CHEZ KPMG

CYBERSÉCURITÉ ET IA : LES ETI AU CŒUR DU JEU

potentielles. Et pourtant !

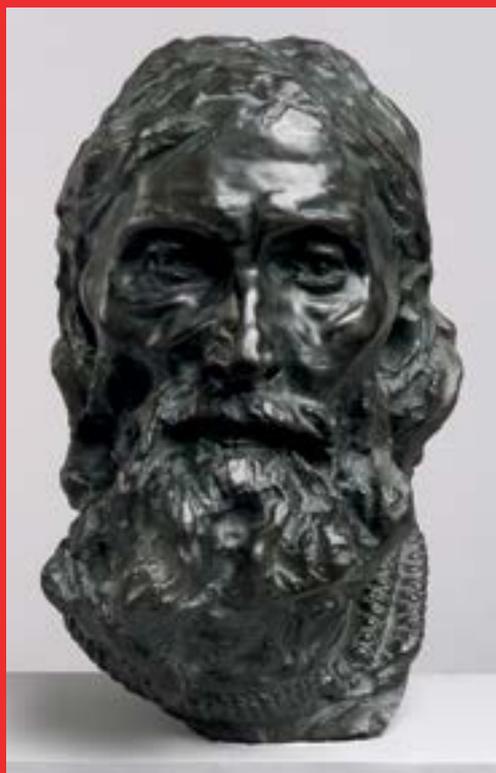
Elles ont besoin d'une approche pragmatique permettant tout à la fois de renforcer leur résilience mais aussi de respecter les exigences réglementaires comme NIS2, DORA, RGPD et l'AI Act. L'approche doit être adaptée à leur taille, avec des diagnostics rapides, des tests d'intrusion ciblés, des plans de continuité pragmatiques, et des accompagnements sur le long terme. La synergie entre les directions financières, la DSI et la direction des risques est cruciale pour parer à tout risque d'offensives numériques.

EVALUER LES RISQUES

Le déferlement de l'Intelligence Artificielle dans le quotidien des entreprises soulève par ailleurs de nouveaux enjeux de sécurité, de maî-

trise des risques et de gouvernance. Basée sur les données numériques, l'intégration quasi incontournable de cette ressource nécessite un cadre strict pour éviter toute dérive d'une part mais aussi tout risque de vulnérabilité aux cyberattaques. L'utilisation de l'IA de manière responsable, transparente, éthique et sécurisée est donc essentielle.

Concrètement, cela implique d'évaluer les risques, de vérifier la conformité des utilisations au futur règlement européen (EU AI Act) et de structurer une gouvernance claire. Sans attendre, les entreprises doivent intégrer les exigences de confiance, de privacy et d'éthique dès la conception des projets, avec une approche «Trusted by Design». En définitive, si miser sur l'IA peut être une opportunité pour accélérer la performance et la compétitivité d'une ETI, cela peut aussi la rendre plus vulnérable. Déployer son projet d'IA de façon responsable et en tirer profit ne peut ainsi se faire sans y intégrer la composante cybersécurité. Autant dire que l'improvisation et la précipitation n'ont pas leur place dans cette équation. L'anticipation, l'expertise et l'expérience sont indispensables pour relever ce défi ■



CALAIS ACCUEILLE RODIN

Le Musée des beaux-arts de Calais poursuit la transformation de son parcours permanent. A compter du 17 mai, il dévoilera une nouvelle galerie consacrée à Auguste Rodin, centrée sur son œuvre iconique, « Les Bourgeois de Calais ». Un réaménagement qui met en lumière le génie du sculpteur et son influence sur l'art moderne. A travers un parcours chronologique, ponctué de thématiques variées allant de la naissance de la sculpture moderne à l'héritage de Rodin. Tout en valorisant 26 de ses œuvres, dont des sculptures en dépôt du musée Rodin de Paris.

Du mardi au dimanche de 13h à 17h

Entrée libre

03 21 46 48 40 - www.mba.calais.fr

© F. Kéaneuf



LES MISÉRABLES RÉORCHESTRÉS

Après 8 représentations ovationnées dans la métropole lilloise, les 40 musiciens accompagnés des 40 chanteurs et danseurs de la troupe ORPM débarquent mi-mai à Béthune pour le spectacle musical Les Misérables, c'est la faute à Voltaire. Une relecture vibrante et poignante du chef-d'œuvre de Victor Hugo, signée Manon Souames et Claire Gressier, au profit de l'ASP Gilbert Denisselle, association engagée auprès des personnes en soins palliatifs et de leurs proches.

Théâtre de Béthune. Samedi 17 mai à 15h et à 20h

Tarifs : 10€ (jeune) et 20€

Billetterie sur www.theatre-bethune.fr



© Gregory Copiter

LE LAM VAGABONDE À ROUBAIX

A l'occasion de Fiesta ! by lille3000, et des 20 ans de La Condition Publique, le LaM quitte Villeneuve-d'Ascq pour s'installer au sein du théâtre roubaisien. Il y dévoile jusqu'au 12 juillet deux expositions, Oiseaux de nuit et Les étoiles refroidissent aussi, pour une immersion audacieuse entre art brut, contemporain et modernité, proposée par une quinzaine d'artistes émergents. Lesquels explorent la fête comme espace d'émancipation, de métamorphoses et de transgressions, mais aussi de fragilité.

Du mercredi au samedi et les 1ers dimanches du mois : de 14h à 19h

Tarifs : 5€/3€

www.laconditionpublique.com - 03 28 33 48 33

www.musee-lam.fr - 03 20 19 68 68



COULEURS FLAMANDES

Depuis le 26 avril, le Palais des Beaux-Arts de Lille met à l'honneur les fêtes et célébrations flamandes des XVIe et XVIIe siècles, à l'instar des cérémonies urbaines et les kermesses villageoises. Une expo rassemblant près de 100 peintures, gravures, dessins ou instruments de musique, provenant de prestigieuses institutions européennes. Parallèlement, le peintre et plasticien suisse Felice Varini dévoile ses immenses installations géométriques, transformant les espaces du musée, et ce jusqu'au 9 novembre. Des rendez-vous dans le cadre de la 7e édition de lille3000

« Fêtes et célébrations flamandes » : jusqu'au 1er septembre

Felice Varini, « Éclats en échos » :

du 26 avril au 9 novembre

pba.lille.fr

7€. Fermé le mardi



BRUEGHEL ET VAN BALEN COMPLICES

Pour célébrer le 400e anniversaire de la mort de Jan Bruegel l'Ancien, le musée départemental de Flandre à Cassel organise une exposition exceptionnelle retraçant son œuvre et sa collaboration avec Hendrick van Balen.

A découvrir : 70 œuvres pour explorer leur complicité artistique unique, mêlant paysages, natures mortes ou scènes mythologiques. Des pièces rares, dont certaines inédites de Bruegel, et des prêts prestigieux de grands musées européens. Pour une immersion dans l'âge d'or flamand.

Dès le 17 mai
8€/6€

Info et réservations
au 03 59 73 45 59

BÉTHENCOURT EN RELIEF(S)

Quel est le point commun entre l'architecture et l'organique, le monde naturel et le monde construit ? Les Relief(s), d'après l'expo collective présentée jusqu'au 6 juillet au Modulo atelier, une ancienne fabrique de broderie mécanique aujourd'hui dédiée à l'art. Y sont présentées des œuvres de quatre artistes (Kacha Legrand, Christelle Mally, Joëlle Jakubiak...) et d'un duo d'artistes, ainsi qu'une sélection empruntée au Frac Grand Large - Hauts-de-France et au Centre Régional de la Photographie.

Modulo, 48 Rue Gambetta, chemin de la Guisette, Béthencourt
Entrée libre. Ouvert les dimanches de 14h à 18h
www.moduloatelier.com - 06 46 17 56 96



©Aurélien Maillard



BAROQUE MUSICAL

Entre lieux patrimoniaux du Valenciennois et talents émergents, embar(o)quement immédiat début mai pour cinq week-ends de découvertes, de rencontres et d'émotions musicales ! Au programme de cette 19e édition du festival de musique baroque : des concerts insolites, des chefs-d'œuvre oubliés, des clavecins rares et des créations inédites, dont un opéra du XVIIIe ressuscité.

Du 2 mai au 1er juin
Infos et billetterie
sur **www.embarquement.com/billetterie**
ou au 07 81 86 94 68 du mardi au
vendredi de 14h à 18h

Le goût d'ECO121

ECO121 VOUS EMMÈNE RÉGULIÈREMENT AVEC DIDIER NICOLAS À LA DÉCOUVERTE DE NOS BELLES TABLES RÉGIONALES. CE MOIS-CI, LE LIMPIDE, À LAMBERSART.



L'avenue de l'Hippodrome s'enrichit d'une nouvelle table raffinée, le Limpide

Il y a peu, Benoît Bernard du restaurant les Toquéés, a quitté notre région. Ce chef à la forte personnalité culinaire, à l'écart de la mode, est parti vers d'autres destinées. Mais notre région a gagné, le mois dernier, une nouvelle adresse dans le même périmètre, à l'initiative de Karl Widmer, jeune chef de 28 ans, qui n'est point un bleu, loin s'en faut.

Après l'école hôtelière, il commence, entraîné par Jean-Luc Germon du premier Sébastopol, comme finaliste du Meilleur Apprenti de France (sur 600 participants); il poursuit l'apprentissage au Pavillon Ledoyen avec Yannick Alléno, avant d'officialier au côté de Christophe Hagnerelle au Val d'Auge quelques années, puis de Ben aux Toquéés. Il œuvre ensuite à l'ouverture du Braque comme second de Damien Laforce. Fort de ces parrainages talentueux, il saisit l'opportunité de la disponibilité de l'ex-empreinte, dans la prestigieuse avenue de l'Hippodrome de Lambersart, pour voler de ses propres ailes. Une toilette légère, bois brun et tombée de lierre, et un nouveau mobilier ont renouvelé ce bel emplacement d'angle, vitré sur deux côtés, derrière un jardinnet. Au déjeuner, on y sert un menu à

39 € en 3 services, en plus de la carte; le soir, des formules en 5, 6 et 7 services sont proposées. Lors de notre expérience, cinq jolis amuse-bouche ouvrent le bal, tels que des carottes infusées à l'aneth et chips de jus d'araignée, un soufflé de mimolette et gel vinaigré de poireau, ou une somptueuse huître gratinée au sabayon de vin jaune. En premier plat, une fine julienne d'endive infusée aux herbes et anguille fumée, en deuxième et en deux assiettes, Saint-Jacques présentée comme une terrine en gelée enveloppée d'une pâte de Saint-Jacques, servie par trois jus (céleri, barbe de coquilles, et aillé), spectaculaire et goûteux; et Saint-Jacques soufflée et livèche. En plat, une raie rôtie (un peu trop), sauce vierge tiède et champignons; un pigeon Rossini, tranche de foie gras, jus à la truffe, remarquablement cuits, moelleux, et purée de topinambour, ou un ris de veau légèrement saumuré, de très bonne consistance, champignon et purée. Pour clôturer, d'abord une salade de fruits hivernale, pas banale et de grande fraîcheur, puis une jolie crème brûlée aérée, et une poire cuite en sirop de cidre, thym et citron. Accompagné de pain de l'excellent Alex Cro-

quet, tout cela est d'une grande maîtrise technique avec des bouquets de goûts et de textures harmonieusement mêlés, d'une originalité mesurée (préservée de l'« audace » annoncée sur le site web).

Les vins, en revanche, ne nous ont pas transportés : la carte (en formation, il est vrai), propose, au moins pour le service au verre, des « vins d'auteur » qui se distinguent plus par l'habillage (et le prix) que par le terroir. Une petite faiblesse qui ne nous empêchera pas de vous recommander cette belle et nouvelle adresse, qui offre le mérite d'être ouverte les dimanches et lundis.

Le service est aussi discret qu'efficace

■ **Didier Nicolas**

Limpide,
170 av de l'Hippodrome,
Lambersart
T 09 60 17 58 76

www.restaurantlimpide.fr
menu 39, 69,79,89 € le midi
le soir 69, 79, 89, 99 €
(en 5,6,7,8 services)
ouvert 12h-13h30
et 19h30-21h15
fermé mardi et mercredi



JEUDI 10 JUILLET 2025

Les Trophées de l'ÉCO 121

PARTICIPEZ AUX TROPHÉES DE L'ÉCO 2025 !

A l'occasion de ses 15 ans, Eco121 organise un grand rendez-vous de l'économie régionale.

Il s'agit pour notre magazine de mettre en lumière des trajectoires d'excellence d'entreprises régionales, et ce dans cinq catégories.

Le Trophée du **REBOND** mettra en avant une entreprise qui a su traverser de lourdes difficultés avant de retrouver la voie d'un succès remarquable.

Le Trophée de **ÉLÉVATION ÉCONOMIQUE** mettra en lumière une trajectoire de croissance rapide - mais maîtrisée - permettant à une entreprise de changer de statut (TPE vers PME, PME vers ETI, ETI vers grande entreprise) et toujours en dynamique forte.

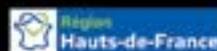
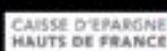
Le Trophée **PÉPITE DES TERRITOIRES** a vocation à mettre en avant une entreprise ayant montré sa capacité à se développer dans un écosystème à dimension plutôt rurale.

Le Trophée de **L'INNOVATION DISRUPTIVE** vise à valoriser une avancée technologique majeure capable d'apporter des changements radicaux.

Le Trophée de **LA DÉCARBONATION 360°** s'attachera à distinguer une initiative puissante et intégrée en matière de réduction d'émissions de gaz à effet de serre.

Les lauréats seront désignés à l'occasion d'une soirée spéciale, le jeudi 10 juillet 2025, sous la présidence d'Edouard Roquette.

Les dossiers de candidatures sont disponibles sur simple demande par mail à courrier@eco-121.fr





**Stratégie de durabilité, transition énergétique,
qui d'autre qu'une banque certifiée B corp pour
vous accompagner ?**

Des services, des conseils et des solutions de financement sur-mesure
en fonction de vos besoins.

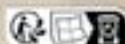
CAISSE
D'ÉPARGNE
HAUTS DE
FRANCE



Entreprise



Certifiée



Communication à caractère publicitaire. Crédit photo : Jérémy Cappoen, Directeur Administratif et Financier de Origine Cycles

Caisse d'Épargne et de Prévoyance Hauts de France - Banque coopérative régie par les articles L.512-85 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 Euros - Siège social 612 rue de la Chaude Rivière 59800 Lille - 383 000 692 RCS Lille Métropole